

Отже, можна зробити висновок, що розробка пілотних проектів Кабінету Міністрів України спільно з Міністерством юстиції України охоплює широке коло питань у різних сферах суспільного життя. Подання заяв у сфері державної реєстрації актів цивільного стану через мережу Інтернет громадянами сприятиме належній організації роботи відділів ДРАЦС з ефективного та оперативного їх обслуговування, у тому числі зменшенню черг через можливість для громадян відвідувати відділ у призначений для них час. На даний момент компетентні органи та їх посадові особи мають сприяти популяризації електронного обслуговування для переходу на новий рівень публічно-владної діяльності, яка є необхідною, особливо в умовах Євроінтеграції України.

### **Список використаних джерел:**

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – С. 5.
2. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22.05.2003р. № 852-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 36. – Ст. 276.
3. Про запровадження пілотного проекту щодо подання заяв у сфері державної реєстрації актів цивільного стану через мережу Інтернет: Наказ Міністерства юстиції України від 09.07.2015 № 1187/5 // Офіційний вісник України. – 2015.- № 53. – С. 271.
4. Про реалізацію пілотного проекту у сфері державної реєстрації актів цивільного стану: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 26 червня 2015 р. № 669-р // Офіційний вісник України. – 2015. – № 54. – С. 118.
5. Онлайн сервіси у сфері державної реєстрації актів цивільного стану [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sumyrsgu.gov.ua/onlajn-servisi-u-sferi-derzhavnoi-reyestracii-aktiv-civilnogo-stanu/>
6. Реєстрації актів цивільного стану через мережу Інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nemyriv-mrada.gov.ua/news/reestracij\\_aktiv\\_civilnogo\\_stanu\\_cherez\\_merezhu\\_internet/2016-01-11-90/](http://nemyriv-mrada.gov.ua/news/reestracij_aktiv_civilnogo_stanu_cherez_merezhu_internet/2016-01-11-90/).

**Стріченко Д.А.**

*студент факультету адвокатури,*

*Національний університет «Одеська юридична академія»*

### **НЕДОБРОСОВІСНА РЕКЛАМА**

У 21 сторіччі, у епоху коли удосконалення та модернізація абсолютно усіх сфер життєдіяльності зустрічається із неймовірно жорсткою конкуренцією на полі економічного збуту, реклама вирішує все. Як сказав Білл Гейтс у одному із своїх інтерв'ю: «Якби у мене було лише два долари в кишені, один з них я віддав би на рекламу». Однак часто «реалізатори» не

дотримуються правил так званої чесної реклами. В бажанні збути свій продукт за якомога більші гроші вони готові піти на все, саме тому на превеликий жаль ми зустрічаємо таке поняття як недобросовісна реклама. За формулюванням, наданим законодавцем, недобросовісна реклама – та, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження.

Серед загальних заборон: поширення інформації щодо товарів, виробництво, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом; вміщення дискримінаційних тверджень, подання відомостей або закликів до дій, що можуть спричинити порушення законодавства, використання технічних засобів що можуть впливати на підсвідомість споживачів і ще декілька пунктів, яких рекламодавець дотримується вельми рідко.

Взяти хоча б параграф шостий пункт перший статті восьмої Закону України про «Рекламу». Заборонено використовувати або імітувати зображення Державного Герба України, Державного Прапора України, звучання Державного Гімну України, зображення державних символів інших держав та міжнародних організацій, а також офіційні назви державних органів, органів місцевого самоврядування, крім випадків, передбачених законами України у сфері інтелектуальної власності. Однак чи не є порушенням те маркування товарів яке використовувалось для позначення продукції російського та вітчизняного походження?

З однієї точки зору це було б пригнічення патріотично налаштованої підприємницької частини населення, з іншої – дотримання законних вимог які були зафіксовані законодавцем. То хто ж повинен нести ту відповідальність? Пункт 2 статті 27 ЗУ про «Рекламу» свідчить: що відповідальність за порушення законодавства про рекламу несуть: рекламодавці, винні (у замовленні реклами продукції, виробництво та/або обіг якої заборонено законом та у наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами, у замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом, у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами, у порушенні порядку розповсюдження реклами, якщо реклама розповсюджується ними самостійно; виробники реклами, винні у порушенні прав третіх осіб при виготовленні реклами; розповсюджені реклами, винні в порушенні встановленого законодавством порядку розповсюдження і розміщення реклами. Виходячи з цих законодавчих положень, можна дійти до такого висновку про розподіл відповідальності між ними. Рекламодавець несе відповідальність за порушення законодавства про рекламу щодо змісту інформації, що надається для створення реклами (якщо не доведе, що порушення відбулося з вини виробника реклами або її розповсюдженця).

Виробник реклами несе відповідальність за порушення законодавства про рекламу щодо оформлення, виробництва і підготовки реклами. Розповсюджувач реклами несе відповідальність за порушення часу, місця і засобів розміщення реклами. Отже, при порушенні законодавства України про рекламу особа, право якої порушено, може вимагати повного відшкодування заподіяних їй збитків. Під збитками розуміються витрати, що особа, право якої порушено, зробила або має зробити для відновлення порушеного права, втрати або пошкодження його майна (позитивний збиток), а також недержані доходи, які ця особа повинна була б одержати, якби її право не було порушено (упущена вигода). Відповідальність також встановлена у вигляді штрафів, що накладаються на осіб, винних у порушенні законодавства про рекламу. Вартість розповсюдженої реклами визначається виходячи з договірної (контрактної) вартості без урахування суми внесених (нарахованих) податків, зборів (обов'язкових платежів), які встановлені Законом України «Про систему оподаткування». За неподання або подання завідомо недостовірної інформації щодо вартості розповсюдженої реклами та/або виготовлення реклами та/або вартості розповсюдження реклами спеціально уповноваженому центральному органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальним органам, необхідної для здійснення ними передбачених Законом повноважень, на рекламодавців, виробників реклами та розповсюджувачів реклами накладається штраф у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. У разі неможливості встановлення вартості реклами, розповсюдженої з порушенням вимог Закону, на рекламодавців і розповсюджувачів реклами рішенням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів накладається штраф у розмірі до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу у розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян приймається виключно спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів.

Антимонопольний комітет України накладає стягнення на рекламодавців за порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції. Оскільки розміри штрафів досить значні, та інші санкції істотні, важливе значення має такий передбачений законом засіб захисту прав суб'єктів підприємницької діяльності від неправомірних актів державних органів – можливість оскарження до суду рішень у справах про порушення законодавства про рекламу. Заінтересована особа, до якої була застосована відповідна санкція, має право звернутися до суду із заявою про визнання недійсним повністю або частково рішення про припинення порушення законодавства про рекламу, а також про скасування або зміну рішення про накладення штрафу.