

24.12.2015 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

3. О порядке организации работы с гражданами в органах, регистрирующих акты гражданского состояния, по выдаче справок либо иных документов, содержащих подтверждение фактов, имеющих юридическое значение [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 14 дек. 2005 г., № 1454 : в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 23.03.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

А. А. ИЛЬЮЩЕНКО

Гомель, Учреждение образования «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»

К ВОПРОСУ ОБ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ

Весомый урон экономической безопасности государства причиняют административные правонарушения, совершаемые в экономической сфере. Однако данному фрагменту правовой действительности уделяется недостаточное внимание.

Развитие рекламной деятельности осуществляется в условиях становления законодательства, отсутствия наработанной практики деятельности контролирующих органов, что приводит к серьезным нарушениям и чаще всего выражено в ненадлежащей рекламе. По этой причине законодатель позаботился о выработке инструментария, способного обеспечить должный порядок в области рекламы, к которому относится юридическая ответственность.

В настоящее время исследование вопросов административной ответственности по законодательству Республики Беларусь и Российской Федерации особенно актуально в свете интеграционных процессов, которые происходят между данными государствами. Создание единого Союзного государства объективно предполагает интеграцию правовых систем. Белорусский и российский законодатель, предвидя предстоящие трудности процесса объединения, позаботился о выработке таких законодательных моделей, и прежде всего сложных кодифицированных актов, которые в перспективе могут быть преобразованы в единое законодательство в кратчайшие сроки и с наименьшими потерями.

Прогнозируя совершение административных правонарушений в области рекламы, в ст. 38 Федерального закона «О рекламе» была установлена ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, которая может наступать в виде административной, гражданско-правовой и дисциплинарной ответственности. Наиболее часто нарушители рекламного законодательства привлекаются к административной ответственности. Это обусловлено следующими обстоятельствами: во-первых, степенью общественной опасности совершаемых административных правонарушений; во-вторых, упрощенной процедурой реализации мер административной ответственности; в-третьих, возможностью привлечения к ответственности как физических, так и юридических лиц [1].

Административная ответственность предусматривается в случае неприятия по постановлению (представлению) органа (должностного лица), рассматривающего дело

о нарушениях законодательства о рекламе, мер по устранению причин и условий, способствующих совершению административного правонарушения, - ст. 19.6 КоАП Российской Федерации. Может сложиться представление, что речь идет о дублировании ч. 2 ст. 19.5 КоАП Российской Федерации. Однако в данном случае речь идет о двух самостоятельных составах правонарушений. Частью 1 ст. 29.13 КоАП Российской Федерации судья, орган, должностное лицо, рассматривающее дело об административном правонарушении, при установлении причин административного правонарушения и условий, способствовавших его совершению, вносят в соответствующие организации и соответствующим должностным лицам представление о принятии мер по устранению указанных причин и условий. Данную категорию дел рассматривают судьи, федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы, органы, уполномоченные в области рынка ценных бумаг, которые по результатам рассмотрения дел о нарушении административного законодательства в области рекламы вносят представления. В случае непринятия мер по устранению причин и условий, способствующих совершению административных правонарушений в области рекламы, если дело рассматривается органом, уполномоченным в области рынка ценных бумаг, применяется ст. 19.6 КоАП Российской Федерации, если судьей - ст. 17.4 КоАП Российской Федерации, если федеральным антимонопольным органом - ч. 2 ст. 19.5 КоАП Российской Федерации.

Административной ответственности подлежат рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители в случае непредставления в федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы ходатайств, заявлений, сведений (информации), предусмотренных антимонопольным законодательством, либо представления заведомо недостоверных сведений. Наличие данной нормы является мощным средством предупреждения административных правонарушений в области рекламы и способствует разрешению проблемы информационного обеспечения деятельности федерального антимонопольного органа, его территориальных органов.

Статьей 31 Закона Республики Беларусь «О рекламе» также предусматривается ответственность за нарушение законодательства о рекламе [2]. Ее анализ позволяет сделать вывод о том, что белорусский законодатель оказался более прагматичным и изначально не включил в конструкцию данной нормы конкретные юридические санкции, а указал в ч. 1 вышеназванной статьи, что организации и граждане (реklamодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители) несут ответственность за нарушения законодательства о рекламе в соответствии с законодательством Республики Беларусь. Также как и в Федеральном законе «О рекламе» предусматривается дифференцированная ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя с учетом выполнения объективной стороны и степени вины. Другими словами, положения белорусского и российского законодательства по данному вопросу идентичны.

В настоящее время административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе установлена статьей 12.15 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее – КоАП) «Нарушение законодательства о рекламе» [3]. Данная статья включена в главу 12 КоАП «Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности». Таким образом, в качестве родового объекта административной правоохраны выступает предпринимательская деятельность. Белорусский законодатель поступил так же, как его российские коллеги, которые статью 14.3 КоАП Российской Федерации

«Нарушение законодательства о рекламе» поместили в аналогичной главе КоАП Российской Федерации [4]. В качестве непосредственного объекта административного правонарушения по статье 14.3 КоАП Российской Федерации является установленный порядок рекламной деятельности, которая регламентируется Федеральным законом «О рекламе».

Объективная сторона данного правонарушения состоит в нарушении рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем, а также должностным лицом государственного органа законодательства о рекламной деятельности. Предполагается, что данное правонарушение может быть совершено как в форме действия, так и в форме бездействия. В то же время вполне обосновано в конструкцию нормы не включены факультативные элементы, что повышает потенциал данной административно-правовой нормы.

Только специальные субъекты могут быть привлечены к административной ответственности за правонарушение по ст. 12.15 КоАП Республики Беларусь. В то же время не предусмотрено привлечение к административной ответственности юридических лиц, что не в полной мере вкладывается в существующую теорию ответственности за нарушение законодательства о рекламе. В качестве субъектов правонарушения могут быть рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, должностные лица государственных органов.

Субъективная сторона правонарушения характеризуется виной в форме как умысла (ст. 3.2 КоАП Республики Беларусь), так и неосторожности (ст. 3.3 КоАП Республики Беларусь). Следует обратить внимание на то обстоятельство, что предусмотрена дифференциация умышленной вины на прямой умысел и косвенный умысел, а неосторожная вина может быть выражена в форме легкомыслия и небрежности. Такой подход позволит индивидуализировать применяемые меры административной ответственности за совершение правонарушений в области рекламной деятельности.

Таким образом, развитие рекламной деятельности, которая осуществляется в условиях становления законодательства, отсутствия наработанной практики деятельности контролирующих органов, приводит к серьезным нарушениям, что чаще всего выражено в ненадлежащей рекламе - недобросовестной, недостоверной, неэтичной, заведомо ложной, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения. Институт административной ответственности и направлен на защиту интересов общества и государства в этой сфере.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О рекламе: Федеральный закон от 13 марта 2006 N 38-ФЗ: в ред. федер. закона от 08.03.2015 с изм. и доп. 01.10.2015г. // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – 1997-2016. - Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ – Дата доступа : 13.11.2016.
2. О рекламе: Закон Респ. Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З: с изм. и доп. от 10 июля 2015 г. // Национальный центр правовой информации [Электронный ресурс]. – 2003-2016. – Режим доступа : <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp?RN=h10700225> – Дата доступа : 12.11.2016.
3. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях от 21 апреля 2003 г. № 194-З с изм. и доп. от 19 июля 2016 г. // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2006-2016. –

Режим доступа : http://etalonline.by/?type=text®num=Hk0300194#load_text_none_1_. – Дата доступа : 12.11.2016).

4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ: в ред. от 06.07.2016 с изм. и доп. 03.10.2016г. // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – 1997-2016. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ – Дата доступа : 12.11.2016.

И. С. КАРПИК

Брест, Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРАВОНАРУШЕНИЯ В ОБЛАСТИ ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА

На современном этапе развития общества в связи с быстрым увеличением объема международного товарооборота, усложнением его структуры, с развитием международных связей Республики Беларусь увеличивается поток перевозки товаров, транспортных средств через государственную границу. Что, в свою очередь, не исключает возможности увеличения нарушений законодательства со стороны недобросовестных участников внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД). При этом актуальными остаются вопросы привлечения субъектов ВЭД к административной ответственности за правонарушения в области таможенного дела.

В соответствии со статьей 7 Таможенного кодекса Таможенного союза таможенные органы Республики Беларусь являются органами дознания по делам о контрабанде, об уклонении от уплаты таможенных платежей и иных преступлениях, производство по которым в соответствии с законодательством Республики Беларусь отнесено к ведению таможенных органов.

Должностные лица таможенных органов Республики Беларусь составляют протоколы об административных правонарушениях по статьям 9.21, 11.26, 11.44, части 4 статьи 12.17, статье 12.23, частям 1 – 3 статьи 12.27, статье 12.29, частям 1 – 4 статьи 12.30, части 9 статьи 13.6, статьям 13.10, 13.11, 14.1 – 14.16, частям 1 и 4 статьи 18.20, статье 23.16, частям 1 и 2 статьи 23.23, статьям 23.1 – 23.5, 24.3 – 24.6 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее – КоАП).

Проанализировав санкции вышеперечисленных статей можно сделать вывод о том, что одним из субъектов ответственности за правонарушения по указанным выше составам является юридическое лицо.

Наиболее актуальным остается вопрос привлечения к административной ответственности юридических лиц.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП административным правонарушением признается лишь виновное деяние. Наличие вины у субъекта правонарушения является обязательным и одним из общих его признаков. Отсутствие вины свидетельствует об отсутствии административного правонарушения как основания административной ответственности. Стало быть, субъектом административной ответственности может быть лишь лицо виновно совершившее административное правонарушение. Подтверждением тому является и статья 4.1 КоАП, в которой утверждается, что административное взыскание может быть применено к юридическому лицу,