

Українська реклама 90-х років характеризується динамічним зростанням темпів розвитку, водночас сформувавши окрему галузь та вид господарської діяльності, яка у 1996 році отримала правового забезпечення у Законі України «Про рекламу». Отже, у ст. 1 зазначеного закону передбачено визначення поняття «реклама» як інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

«Рекламна діяльність» є невід'ємною складовою функціонування будь-якого товарного ринку, самостійним видом є комерційної господарської діяльності (підприємницької), яка здійснюється на конкурентних засадах та полягає у проектуванні, виготовленні та розміщенні замовленого або наданого контрагентом рекламного продукту й розповсюдження з метою впливу на реципієнтів (споживачів) задля активізації збуту відповідних товарів та послуг, а також інформування їх щодо суспільно значущих фактів та подій.

Зазвичай, рекламна діяльність складається з таких етапів: визначення рівня потреби в рекламі товарів, послуг чи ідей; проведення маркетингових досліджень; розробка стратегії й тактики реклами; планування рекламних заходів; створення рекламних звернень; розповсюдження рекламних звернень; оцінка ефективності рекламних заходів.

Суб'єктами рекламної діяльності як виду господарської діяльності є: рекламні агентства (в особі рекламистів); розповсюджувачі реклами; рекламодавці. Рекламні агентства проектує рекламні концепції та безпосередньо створюють рекламний продукт. Над цим працюють так звані крейтори, тобто творці, які відповідають за розробку, введення та контроль рекламних проектів, маркетинго-спеціалісти з вивчення ринку, потреб та переваг споживачів. Розповсюджувачем реклами є особи, які розповсюджують рекламний продукт на мас-медіа або власних носіях, а також за допомогою діяльності промоутерів, які безпосередньо працюють з цільовою аудиторією продукту в період проведення рекламних акцій, дегустацій або роздачі пробників продукту. Рекламодавцем є особа, яка замовляє проектування та створення рекламного продукту, розміщує його для просування на ринку продукції, підвищення попиту на неї та взагалі інформування споживачів про відповідні товар та послуги.

Натомість, згідно ст. 1 Закону України «Про рекламу» суб'єктами рекламної діяльності є: рекламодавець – це особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження; виробник реклами – особа, яка повністю або частково здійснює виробництво реклами; розповсюджувач реклами – особа, яка здійснює розповсюдження реклами.

Як відомо, ринок рекламних послуг – важлива частина економіки будь-якої країни з ринковою системою господарювання. У зв'язку з потребою в рекламі розвивається і рекламний ринок України, народжуються нові яскраві ідеї, і саме тут рекламодавці можуть відчувати вагомий позитивний вплив реклами на бізнес підприємств, зростання обсягів продажу і прибутків, підвищення рівня інформованості споживачів про кампанію та її бренди.

З огляду на формування ринку як системного, ієрархічно-організованого явища, то очевидною стає необхідність формулювання визначення «ринку рекламних послуг» як підсистемної складової ринкових товарно-грошових відносин, що функціонально призначена забезпечувати просування товарів та послуг від товаровиробника до споживачів шляхом створення та розповсюдження рекламного продукту в процесі діяльності спеціалізованих суб'єктів господарювання – суб'єктів рекламної діяльності.

Основна особливість інституційних засад функціонування ринку рекламних послуг проявляється в органічному та взаємодоповнюючому поєднанні жорстких правових державних засад регулювання та принципів саморегулювання рекламного ринку в світовому масштабі.

Слід зазначити, що для ефективного функціонування механізму правового регулювання рекламної діяльності, в Україні необхідно виходити з того, що економічна політика держави значною мірою реалізується засобами господарсько-правової політики в якій проблеми вдосконалення законодавства отримали своє місце. Визначення останньої слушно виділяє Д. В. Задихайло, як функцію та інструмент діяльності держави, що полягає у визначенні змісту, методів та алгоритму її правового впливу на сферу відносин господарювання і яка реалізується шляхом встановлення такої конфігурації правового господарського порядку, що є суспільно необхідним на конкретному етапі розвитку національної економіки.

Підбиваючи підсумки слід зазначити, що стрімкий розвиток відносин, що пов'язані з рекламною діяльністю потребує подальшої модернізації вітчизняного законодавства у відповідній сфері. А для цього необхідно продовжувати дослідження у на концептуальному рівні. Крім того, вкрай важливим є утворення механізму господарсько-правових засобів забезпечення функціонування сфери рекламної діяльності.

Одержано 17.04.2018



УДК 346:12

Олександр Андрійович ТУРЕНКО,

студент групи Ф-6-ПЗдмс-16-1 ХНУВС

Науковий керівник: доцент кафедри правового забезпечення господарської діяльності факультету № 6 ХНУВС кандидат юридичних наук Жорнокуй В. Г.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Ураховуючи скрутне становище державної економіки наразі, виклики нашої державі, які перед нею ставить гібридна війна та інші фактори визначають необхідність модернізації промислового комплексу України. Для цього необхідним є проведення твердої та ефективної державної промислової політики.

Для цього перш за все пропонується погодитись з думкою Д. В. Задихайло та наголосити, що форми реалізації державної економічної політики мають набути більш конкретизованого вигляду. Зокрема, як закритий перелік видів нормативно-правових актів спеціального призначення, у яких здійснюється фіксація положень державної економічної політики в тій чи іншій сфері господарювання.

При цьому необхідно погодитись з думкою В. О. Усатого, що промислова політика безперечно є синтезованим механізмом реалізації державної організаційно-господарської функції, що об'єднує комплекс окремих напрямків державної економічної політики. Враховуючи комплексний синтезований характер слід наголосити, що хоча справді мають існувати основні програмні документи по визначенню промислової політики держави, однак основний акцент має бути здійснено на подальшій розробці спеціальних нормативно-правових актів, що регулювали б відносини пов'язані з забезпеченням промислової політики держави у окремих сферах. При цьому пропонується взяти за основу два критерії – галузевий (за галузями економіки) та територіальний (всеукраїнський, регіональний та місцевий рівні).

Також необхідно виходити з напрямів державної промислової політики, що закріплені у Концепції державної промислової політики України № 102/2003 від 12.02.2003, закріпленої Указом Президента України. Відповідно до неї, основними напрямками є: реформування системи управління промисловістю; структурна політика; інституційна політика та розвиток ринкових відносин; науково-технічна та інноваційна політика; політика у сфері інвестицій; політика у сфері внутрішнього і зовнішнього ринків; управління державною власністю; фінансово-кредитна політика; кадрова політика; соціальна політика; політика у сфері екологічної безпеки; регіональна промислова політика; інтеграція України в європейську і світову економічну спільноту. Як бачимо, законодавець при визначенні напрямів об'єднав одразу багато критеріїв, виокремивши напрями за галузевими та територіальними ознаками та навіть за окремими сферами (так, політика у сфері екологічної безпеки є об'єктом вивчення суміжної сфери забезпечення національної безпеки).

Враховуючи проголошений нашою державою курс на децентралізацію слід наголосити на важливість подальшого розвитку механізму забезпечення не тільки промислової політики держави, а й регіональної промислової політики, що має враховувати як загальні засади державної політики у цій сфері, так і специфіку окремих регіонів.

Слід зазначити, що промислова політика держави без сумніву є комплексним феноменом. Для створення ефективного діючого механізму забезпечення промислової політики України необхідним є також створення механізмів забезпечення окремих галузей промисловості. Так, В. О. Усатий зазначає, що «необхідно відокремлювати та визнати складовою промислової політики держави законодавчу інноваційну та інвестиційну політику держави, завданням якої може бути реалізація державної інноваційної та інвестиційної політики держави шляхом формування плану законодавчих ініціатив, обов'язкових до виконання визначеними нормотворчими органами, за рахунок встановлення кола існуючих джерел інноваційного та інвестиційного законодавства». Пропонується виокремлювати не тільки інноваційну та інвестиційну складову, а й складові по галузям економіки (енергетична, оборонна тощо).

Одержано 17.04.2018



УДК 346:12

Олександр Олександрович ПУЧКОВ,

студент групи Ф-6-ПЗдмс-16-1 ХНУВС

Науковий керівник: завідувач кафедри правового забезпечення господарської діяльності факультету № 6 ХНУВС доктор юридичних наук, професор Гетманець О. П.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Сьогодні слід відмітити важливість забезпечення національної економічної безпеки нашої держави. Враховуючи значну небезпеку економічної експансії інших країн та транснаціональних корпорацій, та стрімкий розвиток світової економіки в цілому, першочерговим завданням нашої країни є забезпечення підтримки конкурентоздатності вітчизняного товаровиробника та економічної безпеки в цілому.

Перш за все необхідно визначитись з поняттям «технологічна безпека». На разі слід констатувати відсутність чіткого визначення поняття «економічна безпека», забезпечення якої є, відповідно до ст. 17 Конституції України, однією з найважливіших функцій держави. Справді, таке поняття містилось у Концепції (основи державної політики) національної безпеки України. Однак ця Концепція втратила чинність після прийняття Закону України «Про основи національної безпеки України». У цьому ж Законі відсутнє визначення економічної безпеки як поняття. Визначення економічної безпеки міститься у Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджених наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 1277 від 29.10.2013. Однак ці рекомендації мають рекомендаційний та роз'яснювальний характер, а отже та не є обов'язковими та не мають сили закону.

Тому пропонується перш ніж визначати окремі особливості забезпечення економічної безпеки визначитись з самим поняттям. Наразі єдиного визначення прийнятого науковою спільнотою в Україні не має. Можливим для застосування є поняття, запропоноване А. І. Денисовим, який зазначає, що економічна безпека – «це такий стан держави, за якого відбувається підтримка стабільного правового господарського порядку, забезпечується сталий розвиток національної економіки, забезпечується відновлення економічного розвитку і відсутні внутрішні і зовнішні загрози національній економіці».

Подібне визначення пропонується закріпити у окремому нормативно-правовому акті, наприклад, Законі України «Про засади економічної безпеки», що чітко встановлював би правові засади захисту економічної безпеки.

Закон України «Про основи національної безпеки» є надто загальним і регулює всі сфери національної безпеки. Тому доречним вбачається прийняти спеціальний Закон, де дати не тільки чітке визначення економічної безпеки, окреслити функції держави в цілому і функції окремих її органів, але й забезпечити регулювання відносин щодо встановлення імпорто-експортного балансу та закріпити правові основи ефективного механізму забезпечення національної економічної безпеки. Важливим вбачається закріпити всі норми такого механізму у єдиному спеціальному законі, щоб виключити розпорошення норм по багатьох нормативно-правових актах з метою протидії виникненню колізій та складностей у розумінні чи знаходженні таких норм як спеціалістами так і неправниками.

Крім того, враховуючи закордонний досвід, доцільно розробити не тільки Стратегію національної безпеки в цілому, а й стратегію забезпечення національної економічної безпеки та безпеки по окремих сферах (енергетичної, екологічної