
ные правила и другие документы, связанные с деятельностью биржи. Однако усмотрение ограничивается правом. Департамент по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь вправе своим решением отменить или рекомендовать бирже изменить любые ее внутренние документы, если они противоречат законодательным актам, а также нарушают принцип равенства участников рынка ценных бумаг или создают угрозу деятельности инвесторов [3, п. 1 ст. 27].

Государственное хозяйственное управление является государственно-властным, то есть в процессе его осуществления предусмотрена возможность издания правовых актов и применения мер принуждения (власти) [1, с. 51]. ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» в соответствии с п. 1 ст. 27 Закона «О ценных бумагах и фондовых биржах» издает правовые акты и органы (уполномоченные лица) имеют возможность применять меры принуждения в соответствии с локальными правовыми актами.

Исполнительно-распорядительный характер этого управления также имеет свою специфику. Исполнительный характер государственного хозяйственного управления, отмечают ученые, не сводится исключительно к проведению в жизнь законов и иных правовых актов, оно включает задачу более общую, которая состоит в обеспечении минимума условий, необходимых для поддержания соответствующей деятельности. Распорядительство проявляется в том, что в процессе исполнения закона или иного нормативного правового акта издаются правовые акты, которые регулируют внутренние отношения [1, с. 74]. В частности, в сфере биржевого рынка ценных бумаг указанным ОАО устанавливаются правила торговли на бирже, стандарты и требования как к ценным бумагам эмитентов, так и участникам торгов – членам биржи.

Таким образом, ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» является субъектом государственного хозяйственного управления в сфере биржевого рынка ценных бумаг. Объектами выступают эмитенты ценных бумаг [3, п. 4 ст. 27] и участники торгов – члены биржи [3, ст. 26].

Литература

1. Крамник, А.Н. Административное право [Республики Беларусь] / А.Н. Крамник. – Минск : Тесей, 2008. – Ч. 1 – Управленческое право. – 670 с.
2. О некоторых вопросах регулирования рынка ценных бумаг: Указ Президента Респ. Беларусь, 28 апр. 2006 г., № 277 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 11.11.2010 г.
3. О ценных бумагах и фондовых биржах: Закон Респ. Беларусь, 12 марта 1992 г., № 1512–ХП : в ред. Закона Респ. Беларусь от 16.07.2010 г.
4. Устав открытого акционерного общества «Белорусская валютно-фондовая биржа» (новая редакция): утв. решением Общего собрания акционеров от 14 сент. 2006 г.: с изм. от 24.03.2010 г.

К ВОПРОСУ О ПОРЯДКЕ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛАМ ОБ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЯХ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.Б. Петрова

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Беларусь
realgenius@mail.ru*

Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях четко определяет лиц, уполномоченных составлять протоколы об административных правонарушениях (ст. 3.30). Одним из основных органов, ведущих производство по делам об административных правонарушениях в сфере рекламной деятельности, является Комитет государственного контроля (далее КГК) и его структурные подразделения.

В соответствии с п. 16 вышеназванной статьи составлять протоколы по ст.ст. 12.15 «Нарушение законодательства о рекламе» и 12.26 «Нарушение законодательства о рекламе и порядка реализации алкогольных напитков и табачных изделий» уполномочены органы Комитета государственного контроля Республики Беларусь [1].

В соответствии с п. 5 Положения о Комитете государственного контроля Республики Беларусь (далее Положение), утвержденного Указом Президента Республики Беларусь от 27 ноября 2008 г. № 647 в структуру КГК входят Департамент финансовых расследований, Департамент финансового мониторинга с правами юридических лиц [2]. В соответствии с п.8 подпунктом 8.7 указанного выше Положения одной из задач КГК является «предупреждение, выявление и пресечение правонарушений в сфере экономики».

КГК вправе в пределах своей компетенции в соответствии с п.п. 10.1 «запрашивать и получать от государственных органов, иных организаций, а также физических лиц, в том числе индивидуальных

предпринимателей, необходимую информацию». Предполагается, что рекламодатели и рекламораспространители должны предоставить соответствующие документы и объяснения как в устной, так и в письменной форме, уполномоченным должностным лицам – представителям КГК.

Исходя из п.п. 10.4 упомянутого выше Положения, его уполномоченные должностные лица вправе «проводить проверки (ревизии), запрашивать и получать от руководителей и других работников государственных органов, иных организаций, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, объяснения причин нарушений, выявленных проверками (ревизиями)». В необходимых случаях, представители КГК могут «привлекать в установленном порядке к участию в проверках (ревизиях) представителей правоохранительных, контролирующих органов, других государственных органов, иных организаций» (п.п. 10.5 Положения).

В случаях, выявленных проверками нарушений КГК вправе «выносить обязательные для исполнения в установленный Комитетом срок государственными органами, иными организациями (их работниками), а также физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями, решения (предписания)» (п.п. 10.6 Положения) [2].

Поскольку прямое указание на приостановление распространения рекламы или рекламных материалов, включая конструкции наружных рекламных носителей, противоречащих требованиям законодательства, в Положении отсутствует, то возникает вопрос о необходимости устранения данного противоречия путем дополнения соответствующими правовыми нормами.

Анализ ст. 3.30 ПИКоАП показывает, что только органы КГК уполномочены составлять протоколы об административных правонарушениях за нарушения законодательства о рекламе по ст.ст. 12.15 и 12.26 КоАП. Налоговые органы в данном отношении не могут выходить за рамки поднадзорных им общественных отношений, а именно, исчислений и уплаты налогов. Тогда как органы КГК обладают более широкими полномочиями.

В соответствии с п.п. 10.14 Положения его представители вправе «осуществлять производство по делам об административных правонарушениях, готовить в установленном порядке документы о возможности (невозможности) освобождения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей от административных взысканий».

Положение также определяет, что «Комитет при осуществлении своих полномочий взаимодействует с государственными органами, иными организациями» (п.11 Положения). Таким образом, при необходимости КГК может направить материалы, свидетельствующие об административном правонарушении в сфере рекламной деятельности другим органам государственного управления, например, Министерству торговли.

При составлении протокола об административном правонарушении уполномоченные должностные лица КГК вправе передать его в суд. Статья 11.2 ПИКоАП предусматривает рассмотрение дела об административном правонарушении в пятнадцатидневный срок со дня получения судьей протокола об административном правонарушении и других материалов дела. Суд в ходе рассмотрения дела об административном правонарушении по существу рассматривает доказательства по делу, производит их оценку и выносит постановление в порядке, предусмотренном ст. 11.9 ПИКоАП. В качестве доказательств в соответствии со ст. 6.3 ПИКоАП могут выступать любые фактические данные, полученные в предусмотренном законом порядке, источниками которых могут быть: объяснения лица, в отношении которого ведется административный процесс, потерпевшего, свидетеля, заключение эксперта, вещественное доказательство, протокол об административном правонарушении, протокол процессуального действия [1].

Рассмотрев дело об административном правонарушении в области рекламной деятельности суд вправе вынести только один вид постановления – о наложении административного взыскания. Постановление, вынесенное судом по делу об административном правонарушении, вступает в законную силу в десятидневный срок. Действия и решение судьи могут быть обжалованы в порядке, установленном ст.7.2 ПИКоАП.

В целях совершенствования норм регламентирующих полномочия КГК в области рекламной деятельности считаем, что п.п. 10.6 Положения необходимо дополнить следующими полномочиями:

– о приостановлении распространения рекламы, в том числе требования демонтажа конструкции наружного носителя рекламы в случае нарушения законодательства о рекламе, до устранения выявленных нарушений;

– о приостановлении действия лицензии индивидуальных предпринимателей, организаций (их структурных подразделений), два и более раза в течение года нарушивших законодательство о рекламе.

Литература

1. Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях, 20 декабря 2006г. с последующими измен. и дополн. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – №194-3. – 2/1397; 2010. – №300. – 2/1750
2. О некоторых вопросах деятельности органов Комитета государственного контроля Республики Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь, 27 ноября 2008 №647 с посл. изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – №28. – 1/10260; 2010. – №275. – 1/12085

УЧЕТ ПРИНЦИПА СОЦИАЛЬНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

О.В. Сидоренко

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь

kafep@miu.by

Построение правового социального государства связано с трансформациями всех сфер жизни человека и общества. Потребности в поиске новых мировоззренческих ориентиров обусловили необходимость рефлексии традиционных фундаментальных ценностей, среди которых достойное место занимает социальная справедливость.

Само понятие справедливости, будучи сложным, многоаспектным, динамичным, предопределяет множественность точек на данную проблему и требует системной характеристики.

Справедливость выступает универсальным мерилем действительности, человеческой практики, социальных институтов, что придает ей большую ценность. Справедливость на протяжении веков, несмотря на значительные исторические изменения, оставалась и остается одной из основополагающих ценностей. Это вызвано огромной ролью, которую она играет в жизни каждого человека и общества в целом. Ее роль возрастает в ситуациях конфликта, столкновения интересов. Причем позиция справедливости не ограничивается рамками только межличностного общения, а охватывает деловые отношения и социальные институты, в частности право и государства, а также межгосударственные отношения и отношения к будущим поколениям.

Как явление человеческого сознания, справедливость выступает на уровне индивидуального и общественного сознания. По отношению к индивидуальному пониманию справедливости последнее выступает как объективное, независимое от сознания отдельного человека. Каждый человек, социальная группа, общество вырабатывают свои критерии справедливости.

Социальная справедливость – это всегда такое качественное соответствие общественных отношений уровню развития производительных сил, который дает простор для их дальнейшего развития, и наоборот. Однако с точки зрения отдельного человека, определенной социальной группы, находящейся в невыгодном положении, ситуация, выгодная для всего общества, будет несправедливой. Принципы, принятые на уровне всего общества, часто бывают неприемлемыми на личностном.

Различные уровни понимания справедливости не изолированы между собой, они воздействуют друг на друга. Человек рождается в обществе, которое выработало определенные нормы относительно справедливости. Он уже располагает готовыми формами, но эти стереотипы преломляются в его сознании, в результате формируется свойственное только ему понимание справедливости. Оно складывается под воздействием множества обстоятельств: воспитания, образования, жизненного опыта.

В современных исследованиях справедливости четко проводится различие между просто справедливостью и социальной справедливостью. Часто первая связывается с личным, индивидуальным, а последняя – с общественным уровнем.

Для индивида и социальных институтов принципы справедливости будут разными, поскольку различны преследуемые цели, задачи, интересы, возможности. В несовпадении личного и общественного интересов и необходимого их примирения заключается еще одна сложная проблема современного общества.

Справедливость – общая, широкая характеристика действительности. Социальная справедливость является одной из сторон этой действительности. С другой стороны, понятие справедливости по сути своей социально, в том смысле, что и мораль, и право сами по себе социальны и вне социальной действительности не существуют.

Важнейшим критерием социальной справедливости является полноценное, оптимальное раскрытие способностей личности. С этой позиции оцениваются общественные отношения, социальные ин-