

Анализ норм, содержащихся в Законе о рекламе позволяет констатировать, что в Республике Беларусь Закон о рекламе формирует категориально-понятийный аппарат рекламной деятельности, а также позволяет определить ее организационную и правовую конструкцию (объект правоотношений, субъектный состав, объективную и субъективную сторону, механизм и методологию осуществления рекламной деятельности, имеющий юридическое значение результат ее осуществления, а также институциональную среду).

Таким образом, рекламная деятельность представляет собой хозяйственную деятельность, которая может быть творческой деятельностью, основным нормативным правовым актом, регулирующим которую, является Закон о рекламе.

Сасс А. В.

ИСТОКИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВЕРТИКАЛЬНЫХ МОНОПОЛИСТИЧЕСКИХ СОГЛАШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Сасс Антон Вячеславович, аспирант кафедры хозяйственного права
Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь,
anthony.sass@yandex.by*

Научный руководитель: доктор юрид. наук, профессор Функ Я. И.

Вертикальные монополистические соглашения – достаточно новое явление для отечественной правовой системы. По сути, их полноценное правовое регулирование возникло с принятием Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее – Закон № 94-З).

При этом в доктрине встречается мнение, согласно которому именно в рамках Закона № 94-З впервые для отечественной правовой системы все антиконкурентные соглашения между хозяйствующими субъектами было предложено разделить на подвиды, одним из которых стали вертикальные соглашения. Это не совсем верно.

Термин «вертикальные соглашения» и даже его дефиниция впервые в праве независимой Беларуси встречаются во Временных методических рекомендациях по выявлению и пресечению антиконкурентных ценовых соглашений, утвержденных приказом Государственного комитета Республики Беларусь по антимонопольной политике от 31 января 1994 г. № 5 (далее – Временные методические рекомендации).

Строго говоря, данный документ не является нормативным правовым актом Республики Беларусь, т. е. актом, содержащим общеобязательные правила поведения, рассчитанные на неопределенный круг лиц, и в совокупности отвечающим иным необходимым признакам. Но к таким актам относится документ, заменивший Временные методические рекомендации, а именно Инструкция по выявлению и пресечению антиконкурентных

соглашений (согласованных действий) о ценах, утвержденная постановлением Министерства предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь от 28 апреля 2000 г. № 9 (далее – Инструкция).

Несмотря на изменения в названии и статусе документов, содержание самих норм не претерпело существенных изменений. Для нас одним из ключевых положений является п. 1 Инструкции – он же и п. 1 Временных методических рекомендаций – устанавливающий, что «Законом Республики Беларусь “О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции” определены два типа ценовых соглашений, имеющих или могущих иметь своим результатом ограничение конкуренции и являющихся объектами его применения: горизонтальные и вертикальные соглашения». Детализация этой нормы содержится в подп. 1.2 п. 1 Инструкции, закрепляя дефиницию вертикальных соглашений.

И хотя в обоих случаях данные соглашения именуются «ценовыми» (что по состоянию на сегодняшний день не характерно для правовых норм, составляющих сферу антимонопольного регулирования), значимость этих положений очевидна: законодатель посредством утверждения Инструкции провел параллель между положениями подп. 1.2 п. 1 Инструкции и положениями п. 2 ст. 6 Закона Республики Беларусь от 10 декабря 1992 г. № 2034-XII «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», подтвердив тем самым, что под соглашениями, описанными п. 2 указанной статьи Закона, понимаются именно вертикальные соглашения, поскольку их дефиниция, закрепленная в подп. 1.2 п. 1 Инструкции, полностью построена на содержании п. 2 ст. 6 Закона.

При этом сам термин «вертикальное соглашение» в Законе № 2034-XII действительно не упоминается, несмотря на многочисленные изменения, внесенные в его текст в 2000, 2002, 2008, 2010 и 2011 гг.

Подобное обстоятельство наводит на мысль, что указанные правовые акты (Временные методические рекомендации и Инструкция) в обоих случаях носили локальный характер по признаку цели принятия; иначе говоря, не ставили перед собой задачи нормативного закрепления и развития правового регулирования вертикальных монополистических соглашений в Беларуси, а скорее были направлены на определенную систематизацию правоприменительной практики в рамках деятельности профильного органа государственного управления (регулятора).

Данный тезис подтверждается тем, что большинство положений рассматриваемых правовых актов носит разъяснительный характер, а также указанием, содержащимся в Преамбуле Инструкции, на то, что данная Инструкция «предназначена для использования специалистами Министерства предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь в работе по выявлению и пресечению антиконкурентных ценовых соглашений (согласованных действий)».

Отсюда следует, что пусть первым отечественным нормативным правовым актом, действительно использовавшим термин «вертикальные

соглашения» в праве Беларуси, является Инструкция, данный документ не следует считать нормативным правовым актом широкого применения.

Первым нормативным правовым актом широкого применения, закрепившим термин «вертикальное соглашение» в праве Беларуси, стало Соглашение о единых принципах и правилах конкуренции, заключенное в 2010 г. между Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией, после него – Модельный закон «О конкуренции», утвержденный решением Высшего Евразийского экономического совета от 24 октября 2013 г. № 50, а уже после этого – Закон Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции».

Сопот Г. К.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ

Сопот Георгий Кириллович, студент 4 курса Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины, г. Гомель, Беларусь, sopotgeorgiy@gmail.com

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Брилёва В. А.

История становления института социального предпринимательства как одного из эффективных методов решения социальных задач, поставленных перед обществом и государством, имеет различные истоки своего развития в разных государствах мира. Занимаемое положение данного института в правовой системе, сознании граждан и необходимость его становления и развития позволяет нам проследить историю создания и выявить определенные черты, присущие разным государствам в зависимости от географических и культурных условий. На основании этого выделяются определенные предпосылки для разных регионов мира.

Рассмотрим факторы, которые повлияли на развитие данного института в Западной Европе.

Традиционно считается, что зарождение данного вида деятельности произошло в Северной Америке, а точнее в США, и в Европе. Более того, до 2005 г. концепции в становлении этого института в этих регионах происходили симметрично, т. е., не имея ничего общего друг с другом.

Рассматривая этот институт до начала Второй мировой войны, можно заметить, что в Западной Европе еще в то время начали стремительно развиваться новые формы упорядочения юридических лиц, такие как некоммерческая организация (nonprofit organization). Это было связано с принятием серий законов, связанных с улучшением социальной политики государств по поддержанию приемлемого уровня жизни населения. В послевоенные годы перед правительствами государств резко стала задача борьбы с бедностью, а также улучшения жилищных условий. Для решения данного вопроса некоммерческие организации подходили достаточно хорошо со своей социальной ориентацией деятельности.