

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з наукової роботи
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара
Олег МАРЕНКОВ



2024 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації Пономаренко Марії Вікторівни «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», представленої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.

Витяг

з протоколу № 1 від 18 жовтня 2024 року міжфакультетного семінару юридичного факультету Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Голова міжфакультетного семінару юридичного факультету д-р юрид. наук, проф.,
Корнякова Т.В.

Секретар міжфакультетного семінару юридичного факультету канд. юрид. наук, доц.
Грабильнікова О.А.

Присутні: д-р. юрид. наук, проф. **Т. В. Корнякова** (12.00.08 – кримінальне право і процес); д-р юрид. наук, проф. **О.Л. Соколенко** (12.00.07 – адміністративне право і процес); д-р. юрид. наук, проф. **Н. С. Юзікова** (12.00.08 – кримінальне право і процес); д-р юрид. наук, проф. **О.В. Сачко** (12.00.09 – кримінальне право і процес); канд. юрид. наук, доц. **О. П. Литвин** (12.00.07 – адміністративне право і процес); д-р. юрид. наук, доц. **Є. А. Кобрусєва** (12.00.07 – адміністративне право і процес); канд. юрид. наук, доц. **О. В. Лахова** (12.00.08 – кримінальне право і процес); д-р юрид. наук, проф. **К. В. Бережна** (12.00.07 – адміністративне право і процес); канд. юрид. наук, доц. **Л. М. Мудриєвська** (12.00.01 – теорія держави і права); д-р. істор. наук, проф. **В. М. Калашніков** (12.00.01 – теорія держави і права); канд. юрид. наук, доц. **Заворотченко Т.М.** (12.00.02 – конституційне право, муніципальне право); д-р політ. Наук, канд. юрид. наук, проф. **І. Г. Алексєєнко** (12.00.01 – теорія держави і права); д-р. юрид. наук, проф. **І. В. Патерило** (12.00.07 – адміністративне право і процес), д-р. юрид. наук, проф. **О.В. Марченко** (12.00.07 – адміністративне право і процес), канд. юрид. наук, доц. **Грабильнікова О.А.** (12.00.02 – конституційне право, муніципальне право); д-р. юрид. наук, доц. **Капітаненко Н.П.** (12.00.07 – адміністративне право і процес).

Запрошені: аспірантка 4 року навчання Пономаренко Марія Вікторівна.

Порядок денний: розгляд і обговорення дисертаційної роботи Пономаренко Марії Вікторівни «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», представленої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.

Тема дисертації затверджена вченою радою Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, науковим керівником призначено доктора юридичних

наук, проф. Марченко О.В. (протокол № 4 від 19 листопада 2020 року). Підготовка здобувача третього рівня вищої освіти здійснювалася за акредитованою освітньо-науковою програмою «Право» зі спеціальності 081 «Право» (Сертифікат про акредитацію освітньої програми 8127, дійсний до 01.07.2029 р.).

СЛУХАЛИ:

Обговорення дисертаційної роботи Пономаренко Марії Вікторівни «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», представленій на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.

За результатами перевірки дисертаційної роботи Пономаренко Марії Вікторівни «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», представленій на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право на плагіат програмою «StrikePlagiarism» виявлено, унікальність тексту складала 93,19 %, після детального аналізу звіту подібностей, встановлено, що з основну масу подібностей становлять збіги юридичної термінології та випадкові збіги словосполучень. Таким чином, на підставі перевірки зроблено висновок: робота Пономаренко М.В. має високий рівень оригінальності і може бути допущена до захисту.

Перевірку на плагіат здійснювала комісія у складі: канд. юрид. наук, доц. кафедри цивільного, трудового та господарського права Грабильнікова О.А.; канд. юрид. наук, доц. кафедри адміністративного і кримінального права Лахова О.В.; доцент кафедри адміністративного і кримінального права, доктор філософії у галузі права Дриголь О.О.

Робота розглядалась трьома фаховими експертами – д-р політ. наук, канд. юрид. наук, завідувач кафедри, професор кафедри цивільного, трудового та господарського права Алексєнком І.Г. та канд. юрид. наук, доц., доцент кафедри цивільного, трудового та господарського права Грабильніковою О.А., канд. юрид. наук, доц. кафедри адміністративного і кримінального права Лаховою О.В.

Робота виконана на 216 сторінках, робота структурована, є анотація, зміст, вступ, основна частина, висновки, практичні рекомендації, перелік джерел і додатки.

Доповідь М.В. Пономаренко:

Дозвольте представити дисертаційну роботу на тему «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» яка подається на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право. Науковий керівник: д-р. юрид. наук, професор, професор кафедри цивільного трудового та господарського права Марченко Олеся Володимирівна.

Актуальність теми.

Сучасний світ неможливо уявити без здійснення ефективної політики у сфері захисту прав споживачів реклами. Реклама стала невід'ємною частиною повсякденного життя українців. У зв'язку з підписанням Україною угоди про Асоціацію з Європейським Союзом та подальше поглиблення відносин після того, як вона офіційно стала державою-кандидатом, однією з головних цілей стало прийняття нової редакції Закону №6134 «Про захист прав споживачів», який був прийнятий 10 червня 2023 року та приведення національного законодавства у відповідність із законодавством ЄС.

Перед Україною постало складне стратегічне завдання гармонізувати чинне національне законодавство про захист прав споживачів до стандартів та пріоритетів законодавства ЄС, що є однією із умов успішності євроінтеграційних процесів. Зокрема, новий Закон України «Про захист прав споживачів» спрямований на імплементацію близько восьми законодавчих актів ЄС, одними з найважливіших з яких є: Директива Ради 93/13/ЄЕС від 05 квітня 1993 року про несправедливі умови споживчих договорів; Директива 98/6/ЄС від 02.1998 про захист споживачів при зазначенні цін на товари, що пропонуються споживачам; Директива 2005/29/ЄС, так звана «Директива про недобросовісні комерційні

практики»; Директива 2013/11/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 21 травня 2013 року, також відома як «Директива про альтернативне вирішення споживчих спорів» тощо.

На сучасному етапі інститут захисту прав споживачів залишається недосконалим, про це свідчить практика розгляду скарг споживачів, яка у більшості випадків потребує вдосконалення. Ефективна система захисту прав споживачів важлива для забезпечення справедливого та прозорого відношення між підприємствами та споживачами. Тому дана дисертаційна робота є першим комплексним дослідженням особливостей захисту прав споживачів у сфері реклами.

Проведення даного дослідження є необхідним у зв'язку з наявністю об'єктивних проблем у сфері застосування засобів захисту прав споживачів у рекламі. Ці проблеми виникають через недосконалість чинного законодавства, активний розвиток ринкових відносин та недостатню увагу до загальноприйнятих принципів захисту прав споживачів у рекламі.

Мета роботи. *Мета* дисертаційної роботи полягає у тому, щоб на підставі комплексного аналізу наявних наукових та нормативних джерел розкрити сутність правового регулювання адміністративно-правових засад захисту прав споживачів в Україні.

Для досягнення вказаної мети в дисертаційній роботі поставлено й вирішено такі основні задачі:

- розкрити сутність правової категорії поняття «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами»;
- охарактеризувати історичні етапи розвитку інституту захисту прав споживачів та сучасний стан;
- описати суб'єктів, які здійснюють захист прав споживачів у сфері реклами;
- з'ясувати основні способи реалізації права на захист у сфері реклами;
- виокремити підстави для притягнення до юридичної відповідальності за правопорушення у сфері захисту прав споживачів реклами;
- дослідити механізми відшкодування шкоди у сфері реклами;
- узагальнити європейський досвід правового регулювання у сфері захисту прав споживачів і виділити його позитивні здобутки для запровадження в Україні;
- запропонувати шляхи вдосконалення законодавства у сфері захисту прав споживачів.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, що виникають у діяльності суб'єктів владних повноважень у сфері захисту прав споживачів реклами.

Предметом дослідження є правове регулювання діяльності суб'єктів владних повноважень у правовідносинах щодо захисту прав споживачів у сфері реклами.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження стали сучасні загальні та спеціальні методи наукового пізнання, системне застосування яких забезпечило розв'язання сформульованих задач і досягнення мети дисертаційної роботи. Основу дослідження склали загальнонаукові методи пізнання правових явищ: діалектичний, історичний, порівняльно-історичний, структурно-функціональний, формально-логічний, порівняльний, соціологічний.

Діалектичний метод надав змогу з'ясувати сутність правових категорій «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», «адміністративно-правові засоби захисту прав споживачів реклами» у правовідносинах захисту прав споживачів (підрозділ 1.1, розділ 1).

Під час формулювання підстав для притягнення до відповідальності у сфері захисту прав споживачів реклами та відшкодування шкоди за завдані правопорушення використано методи системного та структурно-функціонального аналізу (підрозділ 2.2, підрозділ 2.3, розділ 2). Результатом аналізу стали висновки та пропозиції, зокрема щодо ролі Держпродспоживслужби у правовідносинах захисту прав споживачів реклами (підрозділ 1.2,

розділ 1), особливостей законодавчого забезпечення досліджуваного явища (підрозділ 1.3, розділ 1) та шляхів удосконалення відповідного адміністративно-правового забезпечення (підрозділ 3.3, розділ 3).

Для аналізу особливостей діяльності суб'єктів владних повноважень у правовідносинах захисту прав споживачів у сфері реклами в зарубіжних країнах використано метод порівняльного правового дослідження. У заключному етапі дослідження статистичний метод був використаний для аналізу емпіричних даних та офіційної статистики.

Застосування порівняльного методу сприяло дослідженню різноманітних правових підходів до вирішення однакових проблемних питань у вітчизняному та зарубіжному законодавстві. Аналіз норм чинного законодавства проводився за допомогою формально-логічного методу (аналіз, синтез, аналогія, узагальнення, індукція, дедукція), що дозволило виявити неточності, суперечності та прогалини, які існують сьогодні у законодавстві України із захисту прав споживачів. Комплексне застосування різних методів наукового пізнання спрямоване на забезпечення обґрунтованості висновків та аргументованості висновків і пропозицій, зроблених у результаті виконаного дисертаційного дослідження. Сформульовані в дисертаційному дослідженні теоретичні висновки ґрунтуються на загальних досягненнях юридичної науки, у тому числі на результатах досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців, фахівців інших галузей права.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що дисертація є одним із перших комплексних наукових досліджень, присвячених визначенню сутності адміністративно-правових засад захисту прав споживачів саме у сфері реклами, що дозволило виявити співвідношення їхніх норм, понять і категорій у регулюванні споживчих відносин та відносин у сфері реклами, виявити їхню специфіку та визначити механізми здійснення захисту прав споживачів у сфері реклами.

У результаті дослідження сформульовано низку нових наукових положень, рекомендацій і висновків, зокрема:

уперше:

- запропоновано закріпити на законодавчому рівні авторське визначення терміну «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» – це сукупність керівних начал (характеристик), засобів, способів, закріплених у нормах адміністративного права, спрямованих на відновлення та захист порушених прав споживачів як суб'єктів правовідносин у сфері реклами, що потребують урегулювання та вирішення уповноваженими на те контролюючими органами та посадовими особами за допомогою адміністративно-правових засобів.
- визначено поняття «адміністративно-правові засоби захисту прав споживачів реклами» як сукупність взаємопов'язаних актів управлінської діяльності органів державної влади та відповідних контролюючих органів, на які покладено функції контролю, захисту та дотримання законодавства у сфері захисту прав споживачів реклами та притягнення порушників до відповідальності, встановленої законом.
- запропоновано розкрити зміст поняття «скарга споживача». Під скаргою споживача у сфері реклами автор пропонує розуміти - письмове або електронне звернення споживача до державних органів, наділених владними повноваженнями у сфері захисту прав споживачів реклами або інших публічних організацій, з вимогою про поновлення порушених прав споживачів реклами та захисту їхніх законних інтересів.

удосконалено:

- наукові розробки щодо визначення терміну «споживча політика» – це політика держави, спрямована на діяльність уповноважених на те владних органів із насичення споживчого ринку якісними товарами та послугами, контролю за

їхньою якістю, а також реалізацією споживачами своїх прав та їхнім захистом з боку держави.

- наукові положення щодо розширення компетенції Держпродспоживслужби з метою вдосконалення механізму попередження порушень та запобігання шахрайським діям у сфері електронної торгівлі зазначені п.5 ч.2 ст.32 нової редакції Закону України «Про захист прав споживачів» від 10.06.2023 року.

Дістали подальший розвиток:

- наукові положення щодо правового регулювання та порядку подання скарг споживачами за порушення законодавства у сфері реклами потребують подальшого вдосконалення та наближення до європейських стандартів та принципів;
- визначення терміну «правове регулювання інституту захисту прав споживачів реклами» – це сукупність встановлених державою юридичних норм і засобів, закріплених у нормативно-правових актах, за допомогою яких уповноважені на те суб'єкти права можуть здійснювати юридичний вплив на суспільні відносини у сфері захисту прав споживачів реклами для вирішення юридично значимих питань.

Основні висновки викладено у процесі доповіді.

Дякую за увагу!

Завершивши доповідь, здобувач відповів на запитання учасників міжкафедрального наукового семінару.

Н.С. Юзікова, д.ю.н., професор: Завжди для наукового обґрунтування мають значення статистичні дані. Чи використовували Ви в науковому дослідженні статистичний метод наукового пізнання?

М.В. Пономаренко, здобувач: Дякую Вам за запитання. Так як, я працюю на посаді юрисконсульта в Головному управлінні Держпродспоживслужби в Дніпропетровській області. Тому мала змогу активно використовувати найактуальніші статистичні дані, зібрані спеціалістами у сфері захисту прав споживачів в ході планових та позапланових перевірок суб'єктів господарювання. Статистичний метод був використаний для аналізу ефективності роботи контролюючих суб'єктів владних повноважень у сфері захисту прав споживачів, дані та офіційна статистика правопорушень у сфері захисту прав споживачів реклами (підрозділ 2.2, підрозділ 2.3, розділ 2).

І.В. Патерило, д-р юрид. наук, професор: Окресліть, будь-ласка, в чому полягає зміст поняття «скарга споживача у сфері реклами»?

М.В. Пономаренко, здобувач: Дякую Вам за запитання. Скарга споживача у сфері реклами - це письмове або електронне звернення споживача до державних органів, наділених владними повноваженнями у сфері захисту прав споживачів реклами або інших публічних організацій, з вимогою про поновлення порушених прав споживачів реклами та захисту їхніх законних інтересів. Скарга споживача повинна подаватися у письмовому вигляді і містити такі відомості: ПІБ, місце проживання, серію та номер паспорта або іншого документа, що посвідчує особу, а також дані про товар, при продажі якого були порушені права споживача, контактні телефони.

О.Л. Соколенко, д-р юрид. наук, професор, декан юридичного факультету: Яким Ви бачите механізм удосконалення існуючого законодавства у сфері захисту прав споживачів реклами?

М.В. Пономаренко, здобувач: Дякую Вам за запитання. Так, дійсно нормативно-правова база у сфері захисту прав споживачів залишається недосконалою та потребує

подальшої гармонізації та приведення у відповідність до європейських норм. Наприклад, незрозумілою є позиція законодавця щодо встановлення норми у ч.10 ст.16 нової редакції Закону України «Про захист прав споживачів» від 10.06.2023 3153-IX. Вона потребує додаткового аналізу впровадження реєстру суб'єктів електронної торгівлі щодо доцільності його запровадження, за умови, що інформація про продавців вже буде розміщена на їхніх офіційних веб сайтах. Запропоновано у п.5 ч.2 ст.32 нової редакції Закону України «Про захист прав споживачів» від 10.06.2023 3153-IX замість блокування веб сайтів або обмеження доступу до них передбачити попереджувальний механізм, що надасть добросовісним продавцям додатковий час для виправлення своїх помилок.

І.Г. Алексєєнко, д-р політ. наук, професор: Охарактеризуйте в яких випадках порушення прав споживачів суб'єкти господарської діяльності сфери торгівлі, громадського харчування і послуг несуть відповідальність?

М.В. Пономаренко, здобувач: Дякую.

Суб'єкти господарської діяльності сфери торгівлі, громадського харчування і послуг несуть відповідальність, зокрема, у разі надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасно інформації про товар (роботу, послугу) та про виробника (виконавця, продавця), що спричинило придбання товару (роботи, послуги), який не має потрібних споживачеві властивостей, - споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування завданих йому збитків; неможливість використання придбаного товару (роботи, послуги) за призначенням - споживач має право вимагати надання у розумно короткий, але не більше місяця, термін належної інформації. Якщо інформацію в обумовлений термін не буде надано, споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування збитків; заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача – він має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги щодо майнової відповідальності за заподіяну шкоду, а також вимагати відшкодування збитків, завданих природним об'єктам, що перебувають у його володінні на праві власності або на інших підставах, передбачених законом чи договором.

О.В. Лахова, к.ю.н., доцент: Чи визначалися Вами особливості механізмів попередження на порушення у сфері електронної торгівлі, передбачені новою редакцією Закону України «Про захист прав споживачів»?

М.В. Пономаренко, здобувач: Дякую. Так, на нашу думку, особливістю стала новела Закону, яка передбачає захід реагування на порушення – «обмеження доступу до веб сайту (частини сайту, програмного забезпечення)» з метою запобігання шахрайським діям у сфері електронної торгівлі. У разі, якщо продавець надав недостовірну інформацію про себе на своєму сайті і це унеможливило проведення перевірки, то Держпродспоживслужба має право звернутися до провайдера Інтернет-послуг для блокування. Якщо продавець розмістить достовірну інформацію, він може звернутися до Держпродспоживслужби із заявою про відновлення доступу до сайту. Протягом 2 робочих днів державний орган має передати цю заяву провайдеру п.5 ч.2 ст.32. Деталі цього механізму мають визначатися Кабінетом Міністрів України.

Проте цю законодавчу норму варто розглянути як механізм попередження та вимоги змінити інформацію на сайті на достовірну (через пряме звернення Держпродспоживслужби до продавців). І лише у разі, якщо цього не відбулося, застосовувати блокування сайту. Така пропозиція, на нашу думку, більш доцільна, бо вимоги про блокування у інтернет-провайдерів викликають питання, адже вони не є прямими суб'єктами, які підходять для вжиття цього заходу, краще цю вимогу віднести до компетенції хостинг-провайдерів. Отже, виходячи з вищенаведеного, автор пропонує розширити компетенцію Держпродспоживслужби з метою вдосконалення механізму попередження порушень та запобігання шахрайським діям у сфері електронної торгівлі.

І.Г. Алексєєнко, к.ю.н., д-р політ. наук, професор: Чи впроваджувалися Вами результати дисертаційного дослідження в практичну діяльність?

М.В. Пономаренко, здобувач: Дякую. Так, результати мого дослідження були використані в навчальному та освітньому процесі Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, що було підтверджено відповідними актами впровадження, завіреними в установленому порядку, а також окремі результати дисертаційної роботи використовувалися під час методичного семінару для спеціалістів Головного управління Держпродспоживслужби в Дніпропетровській області, про що є також відповідний акт впровадження.

Є.А. Кобрусєва, д-р юрид. наук, доцент: Чи є у вас публікації в зарубіжному виданні за результатами дисертаційного дослідження?

М.В. Пономаренко, здобувач: Дякую. Так, результати дослідження були оприлюднені в зарубіжному науковому журналі *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*. 2023. № 1 (53), який індексується у наукометричній базі Index Copernicus, Worldcat, Research Bible, Central and Eastern European Online Library.

Після відповідей на запитання учасників фахового семінару було озвучено **висновок наукового керівника доктора юридичних наук, професора О.В. Марченко**, з оцінкою роботи здобувача у процесі підготовки дисертації та виконання індивідуального плану наукової роботи та індивідуального навчального плану.

Науковий керівник здобувача вказав на те, що здобувач в достатньому обсязі виконала освітню складову освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії. Освітня складова індивідуального плану роботи аспірантки була виконана з дотриманням встановлених строків та з досягненням високих результатів вивчення навчальних дисциплін. Як наслідок, М.В. Пономаренко набула необхідні теоретичні знання, вміння та навички, а також інші компетентності, що є достатніми для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та дослідницько-інноваційної діяльності. Здобувач достатньою мірою оволоділа методологією наукової та педагогічної діяльності; це підтверджується проведенням нею власного наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

У процесі підготовки дисертації «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» та виконання здобувачем розробленого та затвердженого індивідуального плану наукової роботи, здобувач, виконуючи загальні настанови наукового керівника, виявила належний рівень самостійності в науковому дослідженні на всіх його стадіях: при виборі теми дослідження, його плануванні, реалізації і остаточному доопрацюванні. Вироблені здобувачем теоретичні положення є достатньо обґрунтованими, а пропозиції мають практичне значення, зокрема в нормотворчій діяльності та правозастосуванні. Дисертація має послідовну та зрозумілу структуру, а сформульовані наукові положення являють собою результат критичного переосмислення наявних та створення нових цілісних знань. При дослідженні опрацьовано велику кількість доктринальних джерел, законодавства, в тому числі перспективного та зарубіжного.

Здобувачем також дотримано вимоги академічної доброчесності та не допущено її порушень під час дослідження.

Отже, виконане здобувачем дисертаційне дослідження є першою працею, у якій комплексно та системно досліджено визначення сутності адміністративно-правових засад захисту прав споживачів саме у сфері реклами, що дозволило виявити співвідношення їхніх норм, понять і категорій у регулюванні споживчих відносин та відносин у сфері реклами, виявити їхню специфіку та визначити механізми здійснення захисту прав споживачів у сфері реклами.

На основі здійсненого дослідження сформульовано концептуальні положення та тези, які виносяться на захист, а саме дисертантом вперше: запропоновано закріпити на законодавчому рівні авторське визначення терміну «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» – це сукупність керівних начал (характеристик), засобів,

способів, закріплених у нормах адміністративного права, спрямованих на відновлення та захист порушених прав споживачів як суб'єктів правовідносин у сфері реклами, що потребують урегулювання та вирішення уповноваженими на те контролюючими органами та посадовими особами за допомогою адміністративно-правових засобів; визначено поняття «адміністративно-правові засоби захисту прав споживачів реклами» як сукупність взаємопов'язаних актів управлінської діяльності органів державної влади та відповідних контролюючих органів, на які покладено функції контролю, захисту та дотримання законодавства у сфері захисту прав споживачів реклами та притягнення порушників до відповідальності, встановленої законом; розкрито зміст визначення «правове регулювання інституту захисту прав споживачів реклами» – це сукупність встановлених державою юридичних норм і засобів, закріплених у нормативно-правових актах, за допомогою яких уповноважені на те суб'єкти права можуть здійснювати юридичний вплив на суспільні відносини у сфері захисту прав споживачів реклами для вирішення юридично значимих питань. Правове регулювання у сфері захисту прав споживачів реклами необхідно розглядати як систему джерел нормативно-правових актів, які тією чи іншою мірою мають відношення до споживачів у сфері реклами та їхнього захисту; виокремлено підстави для притягнення до юридичної відповідальності за правопорушення у сфері захисту прав споживачів реклами. Автор зазначає, що юридична відповідальність за правопорушення у сфері захисту прав споживачів реклами настає у разі сукупності таких підстав: по-перше, вчинення правопорушення, по-друге, наявності складу злочину, по-третє, здійснюється виключно уповноваженим державою компетентним органом, а саме Держпродспоживслужбою; запропоновано розкрити зміст поняття «скарга споживача». Під скаргою споживача у сфері реклами автор пропонує розуміти - письмове або електронне звернення споживача до державних органів, наділених владними повноваженнями у сфері захисту прав споживачів реклами або інших публічних організацій, з вимогою про поновлення порушених прав споживачів реклами та захисту їхніх законних інтересів.

Зважаючи на вищевикладене, науковий керівник здобувача д.ю.н., професор **О.В. Марченко** вважає, що наукова кваліфікація М.В. Пономаренко відповідає вимогам здобувача ступеня доктора філософії, а її дисертація «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» відповідає кваліфікаційним вимогам щодо дисертацій доктора філософії, викладеним у «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» (Постанова Кабінету Міністрів України від 12.01.2022 р. № 44), і може бути рекомендована до прийняття до розгляду спеціалізованою вченою радою, а її автор Пономаренко Марія Вікторівна заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.

ВИСНОВКИ ФАХІВЦІВ-ЕКСПЕРТІВ:

Долучившись до **обговорення основних наукових результатів** дисертації, к.ю.н., доцент, доцент кафедри цивільного, трудового та господарського права Грабильнікова О.А. відзначила те, що здобувач приділила належну увагу адміністративно-правовому регулюванню захисту прав споживачів у сфері реклами. Поєднання різноманітних методів наукового пізнання дозволило здобувачу з'ясувати особливості адміністративно-правових засад діяльності суб'єктів владних повноважень у правовідносинах захисту прав споживачів. Здобувач у дисертації доходить висновку про можливість створення нової системи захисту прав споживачів у сфері реклами, за умови удосконалення належного законодавчого підґрунтя, що відповідатиме не лише пропозиціям наукового світу, але й кращим практикам законодавства зарубіжних країн.

Загальний висновок про роботу. Дисертація Марії Вікторівни Пономаренко «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» безумовно має

високий рівень виконання і повною мірою готова до захисту на спеціалізованій вченій раді для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право. Звернулася до шановних колег з проханням підтримати цю пропозицію.

Позитивної характеристики наукового дослідження здобувача, та схвальний відгук к.ю.н., доцента адміністративного і кримінального права **О.В. Лахової**, дістала виконана здобувачем робота з пошуку основних підходів щодо понять «скарга споживача», «зміст адміністративно-правових засад», «адміністративно-правові засоби захисту прав споживачів реклами». Наведено та вдало обґрунтовано підстави для притягнення до юридичної відповідальності за правопорушення у сфері захисту прав споживачів реклами.

Висловлюючи свою позицію щодо наукового рівня дисертації, д.політ.н., завідувача кафедри цивільного, трудового та господарського права **І.Г.Алексєєнко** зазначив, що здобувачем було проведено ґрунтовне дослідження правового регулювання діяльності суб'єктів владних повноважень у правовідносинах захисту прав споживачів реклами у зарубіжних країнах. Проведено аналіз законодавства Європейського Союзу щодо безпеки продукції та поінформованості громадян щодо реклами та достовірної інформації про якість продукції. Ми можемо зробити висновок про те, що розвиток законодавства ЄС у цій сфері обумовлено багатьма факторами, серед яких вважаємо за необхідне особливо виділити науково-технічний прогрес і зміну в загальному підході Європейського Союзу до здійснення правового регулювання. Зміна загального підходу мінімальної гармонізації на максимальну гармонізацію впливає на форму вираження норм права. Було з'ясовано, що сфера захисту прав споживачів вимагає посилення єдиного регулювання з метою підвищення довіри споживачів до загального (єдиного) ринку ЄС, ступенів їхнього захисту у зв'язку з інтеграційними процесами. Тому в майбутньому необхідно проводити наближення законодавства в частинах: ідентичність термінології для всіх держав-членів; рівного захисту споживання. З іншого боку, країни ЄС повинні зберігати свої традиції нормативно-правового регулювання з метою стимулювання конкурентного середовища. Отже, процес наближення законодавчих актів потребує чітких науково обґрунтованих підходів.

І.Г.Алексєєнко вважає, що дисертаційна робота Марії Вікторівни Пономаренко «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» відповідає всім необхідним вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» та може бути рекомендована до захисту у спеціалізованій вченій раді для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.

В ОБГОВОРЕННІ ДИСЕРТАЦІЇ М.В. ПОНОМАРЕНКО ВЗЯЛИ УЧАСТЬ:

Д-р юрид. наук, професор, голова методичної ради юридичного факультету І.В. Патерило, зауважила, що ознайоmlена з текстом дисертації. Дисертація, дійсно, сильна, гарно оформлена, є великий фактаж матеріалу. Здобутки Марії відомі факультету. Сьогодні пролунала виключно наукова доповідь. І.В. Патерило підтримала рішення фахових експертів, що дисертаційна робота Марії Вікторівни Пономаренко відповідає «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» та може бути рекомендована до захисту у спеціалізованій вченій раді для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.

Д-р юрид. наук, професор, професор кафедри адміністративного і кримінального права Н.С. Юзікова зазначила, що дисертаційна робота виконувалась впродовж декількох

років. У дисертантки багато наукових робіт, які підтверджують вірогідність і достовірність наукових ідей. Деякі позиції потребують відшліфування, але тут більшою мірою йде мова про недоліки за текстом, про окремі висловлювання, а наукова частина має все необхідне, щоб рекомендувати роботу до подальшого захисту.

Д-р юрид. наук, проф., Т.В. Корнякова, зав. кафедри адміністративного та кримінального права, відзначила дисертаційну роботу як гідну для присудження ступеня доктора філософії. Дуже багато фактичного та статистичного матеріалу. Матеріал опрацьований на достатньо високому рівні. Дуже гарна доповідь, зроблена на високому рівні. Дисертантка володіє матеріалом в повному обсязі і дала повні відповіді на усі запитання. Тому можна рекомендувати роботу до подальшого захисту у спеціалізованій вченій раді для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.

ВИСНОВОК ПРО НАУКОВУ НОВИЗНУ, ТЕОРЕТИЧНЕ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ

Пономаренко Марії Вікторівни за темою: «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», що подана на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 – «Право»

Дисертація Пономаренко Марії Вікторівни за темою: «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», що подана на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 – «Право» виконана на кафедрі цивільного, трудового та господарського права Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Тема дисертації затверджена на засіданні вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (протокол № 4 від 19 листопада 2020 року).

1. Ступінь актуальності теми дисертації

Здобувач переконливо обґрунтувала нагальність та важливість наукового опрацювання питань, що є предметом його дослідження, висвітлюючи зв'язок теми дисертації із сучасними дослідженнями у відповідній галузі знань шляхом критичного аналізу з визначенням сутності наукової проблеми або завдання. Зокрема, здобувач звертає увагу на таке.

Сучасний світ неможливо уявити без здійснення ефективної політики у сфері захисту прав споживачів реклами. Реклама стала невід'ємною частиною повсякденного життя українців. У зв'язку з підписанням Україною угоди про Асоціацію з Європейським Союзом та подальше поглиблення відносин після того, як вона офіційно стала державою-кандидатом, однією з головних цілей стало прийняття нової редакції Закону №6134 «Про захист прав споживачів», який був прийнятий 10 червня 2023 року та приведення національного законодавства у відповідність із законодавством ЄС.

Перед Україною постало складне стратегічне завдання гармонізувати чинне національне законодавство про захист прав споживачів до стандартів та пріоритетів законодавства ЄС, що є однією із умов успішності євроінтеграційних процесів. Зокрема, новий Закон України «Про захист прав споживачів» спрямований на імплементацію близько восьми законодавчих актів ЄС, одними з найважливіших з яких є: Директива Ради 93/13/ЄЕС від 05 квітня 1993 року про несправедливі умови споживчих договорів; Директива 98/6/ЄС від 02.1998 про захист споживачів при зазначенні цін на товари, що пропонуються споживачам; Директива 2005/29/ЄС, так звана «Директива про недобросовісні комерційні практики»; Директива 2013/11/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 21 травня 2013 року, також відома як «Директива про альтернативне вирішення споживчих спорів» тощо.

На сучасному етапі інститут захисту прав споживачів залишається недосконалим, про це свідчить практика розгляду скарг споживачів, яка у більшості випадків потребує вдосконалення. Ефективна система захисту прав споживачів важлива для забезпечення справедливого та прозорого відношення між підприємствами та споживачами. Проведення даного дослідження є необхідним у зв'язку з наявністю об'єктивних проблем у сфері застосування засобів захисту прав споживачів у рекламі. Ці проблеми виникають через недосконалість чинного законодавства, активний розвиток ринкових відносин та недостатню увагу до загальноприйнятих принципів захисту прав споживачів у рекламі.

Науково-теоретичну базу дисертаційного дослідження склали праці відомих фахівців у галузі адміністративного, цивільного, рекламного права, історії та теорії держави та права, зарубіжних науковців та вітчизняних вчених-юристів, а саме: О.В. Марченко, І.О. Дудли, О.В. Зверевої, Л.М. Іваненко, Т.О. Кагал, О.М. Язвінської, Г.М. Грабовської, У.П. Гришко, Г.В. Колісникової, С.С.Алексеева, М.О.Барінова, Д.В.Бобрової, Т.В.Боднар, М.І.Брагінського, С.М.Братуся, В.В.Вітрянського, Г.А. Осетинської, Ю. П. Битяка, М. Б. Бездітька, К. М. Белікова, О. В. Виноградова, В.П.Грібанова, О.В.Дзери, А.С.Довгерта, Г.В.Срьоменко, О.І.Загорулько, О.Ю.Кабалкіна, В.М.Коссака, О.О.Красавчикова, Н.С.Кузнецової, О.Е.Лейста, В.В.Луця, Ю.Я.Львовича, М.С.Малєїна, Г.К.Матвєєва, В.П.Паліюка, О.А.Пушкіна, О.А.Підпригори, Р.О.Стефанчука, Є.О.Суханова, Я.М.Шевченко, Г.Ф.Шершеневича, Р.Б.Шишки, В.С.Щербини та багатьох інших авторів, які тією чи іншою мірою звертались до досліджуваних у дисертації проблем. Питання гармонізації положень законодавства України до законодавства ЄС з питань захисту прав споживачів висвітлено у публікаціях таких вчених, як І.Г. Алексеєнко, Ю.А. Волкова, Г.О. Блінова, О.А. Грабильнікова, Є.О. Легеза, О.В. Марченко, І.В. Патерило, М.М. Потіп та ін. Однак питання захисту прав споживачів у сфері реклами можна віднести до малодосліджених, що негативно відображається на розвитку правових засобів, за допомогою яких особи можуть захищати свої споживчі права.

Здобувач правильно визначає **зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами**, вказує на те, що дисертаційна робота виконана відповідно до змісту наукової теми «Виявлення особливостей та вдосконалення нормативних парадигм у сфері регулювання цивільно-правових відносин та господарської діяльності в Україні в умовах євроінтеграції» (№ 0122U001411), яка здійснювалась на кафедрі цивільного, трудового та господарського права Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Робота спрямована на виконання основних положень: бюджетної програми у сфері безпечності харчових продуктів та захисту споживачів на 2023-2025 роки (затверджено директором господарсько-фінансового департаменту КМУ), Закону України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки», Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 14 квіт. 2021 р. № 366-р, Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року, затвердженої Указом Президента України від 30 вересня 2020 р. № 722/2019.

2. Наукова новизна, теоретичне та практичне значення результатів дисертації

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що дисертація є одним із перших комплексних наукових досліджень, присвячених визначенню сутності адміністративно-правових засад захисту прав споживачів саме у сфері реклами, що дозволило виявити співвідношення їхніх норм, понять і категорій у регулюванні споживчих відносин та відносин у сфері реклами, виявити їхню специфіку та визначити механізми здійснення захисту прав споживачів у сфері реклами.

У результаті дослідження сформульовано низку нових наукових положень, рекомендацій і висновків, зокрема:

уперше:

— запропоновано закріпити на законодавчому рівні авторське визначення терміну «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» – це

сукупність керівних начал (характеристик), засобів, способів, закріплених у нормах адміністративного права, спрямованих на відновлення та захист порушених прав споживачів як суб'єктів правовідносин у сфері реклами, що потребують урегулювання та вирішення уповноваженими на те контролюючими органами та посадовими особами за допомогою адміністративно-правових засобів.

- визначено поняття «адміністративно-правові засоби захисту прав споживачів реклами» як сукупність взаємопов'язаних актів управлінської діяльності органів державної влади та відповідних контролюючих органів, на які покладено функції контролю, захисту та дотримання законодавства у сфері захисту прав споживачів реклами та притягнення порушників до відповідальності, встановленої законом.
- запропоновано розкрити зміст поняття «скарга споживача». Під скаргою споживача у сфері реклами автор пропонує розуміти - письмове або електронне звернення споживача до державних органів, наділених владними повноваженнями у сфері захисту прав споживачів реклами або інших публічних організацій, з вимогою про поновлення порушених прав споживачів реклами та захисту їхніх законних інтересів.

удосконалено:

- наукові розробки щодо визначення терміну «споживча політика» – це політика держави, спрямована на діяльність уповноважених на те владних органів із насичення споживчого ринку якісними товарами та послугами, контролю за їхньою якістю, а також реалізацією споживачами своїх прав та їхнім захистом з боку держави.
- наукові положення щодо розширення компетенції Держпродспоживслужби з метою вдосконалення механізму попередження порушень та запобігання шахрайським діям у сфері електронної торгівлі зазначені п.5 ч.2 ст.32 нової редакції Закону України «Про захист прав споживачів» від 10.06.2023 року.

Дістали подальший розвиток:

- наукові положення щодо правового регулювання та порядку подання скарг споживачами за порушення законодавства у сфері реклами потребують подальшого вдосконалення та наближення до європейських стандартів та принципів;
- визначення терміну «правове регулювання інституту захисту прав споживачів реклами» – це сукупність встановлених державою юридичних норм і засобів, закріплених у нормативно-правових актах, за допомогою яких уповноважені на те суб'єкти права можуть здійснювати юридичний вплив на суспільні відносини у сфері захисту прав споживачів реклами для вирішення юридично значимих питань.

Крім того, слід погодитись із тим, що достовірність отриманих наукових результатів забезпечується широким використанням загальних і спеціальних методів наукового пізнання, використання яких у взаємозв'язку дало змогу досягти поставленої мети, обґрунтованість, достовірність отриманих результатів. Методологічною основою дослідження стали сучасні загальні та спеціальні методи наукового пізнання, системне застосування яких забезпечило розв'язання сформульованих задач і досягнення мети дисертаційної роботи.

Діалектичний метод надав змогу з'ясувати сутність правових категорій «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами», «адміністративно-правові засоби захисту прав споживачів реклами» у правовідносинах захисту прав споживачів (підрозділ 1.1, розділ 1).

Під час формулювання підстав для притягнення до відповідальності у сфері захисту прав споживачів реклами та відшкодування шкоди за завдані правопорушення використано методи системного, структурно-функціонального та статистичного аналізу (підрозділ 2.2.

підрозділ 2.3, розділ 2). Результатом аналізу стали висновки та пропозиції, зокрема щодо ролі Держпродспоживслужби у правовідносинах захисту прав споживачів реклами (підрозділ 1.2, розділ 1), особливостей законодавчого забезпечення досліджуваного явища (підрозділ 1.3, розділ 1) та шляхів удосконалення відповідного адміністративно-правового забезпечення (підрозділ 3.3, розділ 3).

Для аналізу особливостей діяльності суб'єктів владних повноважень у правовідносинах захисту прав споживачів у сфері реклами в зарубіжних країнах використано метод порівняльного правового дослідження. У заключному етапі дослідження статистичний метод був використаний для аналізу ефективності роботи контролюючих суб'єктів у сфері захисту прав споживачів емпіричних даних та офіційної статистики (підрозділ 2.2, підрозділ 2.3, розділ 2).

Застосування порівняльного методу сприяло дослідженню різноманітних правових підходів до вирішення однакових проблемних питань у вітчизняному та зарубіжному законодавстві. Аналіз норм чинного законодавства проводився за допомогою формально-логічного методу (аналіз, синтез, аналогія, узагальнення, індукція, дедукція), що дозволило виявити неточності, суперечності та прогалини, які існують сьогодні у законодавстві України із захисту прав споживачів. Комплексне застосування різних методів наукового пізнання спрямоване на забезпечення обґрунтованості висновків та аргументованості висновків і пропозицій, зроблених у результаті виконаного дисертаційного дослідження.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що вони становлять як науково-теоретичний, так і практичний інтерес та можуть бути використані у:

– *науково-дослідній сфері* для подальшого вивчення актуальних проблем правового удосконалення правовідносин адміністративного судочинства у відповідних суб'єктах владних повноважень (акт впровадження Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара від 31.01.2024 №629);

– *практичній, нормотворчій та правозастосовчій діяльності* щодо вдосконалення діяльності (практичної складової) органів виконавчої влади у правовідносинах захисту прав споживачів реклами (акт впровадження Головного управління Держпродспоживслужби в Дніпропетровській області від 31.01.2024 №1);

– *навчальному процесі* під час викладання навчальних дисциплін «Адміністративне право», «Актуальні проблеми захисту прав споживачів», «Цивільне право», а також під час підготовки підручників і навчальних посібників із зазначених та інших навчальних дисциплін (акт впровадження Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара від 31.01.2024 №630).

Дисертація виконана грамотною українською мовою, стиль викладення матеріалу відповідає прийнятому в науковій літературі (точність, логічність, лаконічність, зрозумілість, зв'язаність, цілісність, завершеність).

3. Наукові публікації, у яких висвітлені основні наукові результати дисертації, та повнота опублікування результатів дисертації

1. Пономаренко М.В. Правове регулювання політики Європейського союзу на продовольчому ринку. *Нове українське право*. 2021. №3. С. 325-331. DOI: <https://doi.org/10.51989/NUL.2021.3.47> (фахове видання категорії Б).

2. Пономаренко М.В. Механізми захисту прав споживачів у сфері реклами в Україні. *Юридичний бюлетень*, 2022. №24. С. 143-151. DOI: <https://doi.org/10.32850/LB2414-4207.2022.24.19> (фахове видання категорії Б).

3. Пономаренко М.В. Правове регулювання порядку подання скарг споживачів у сфері реклами в Україні. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*. 2023. № 1 (53). С.295-301. Index Copernicus, Worldcat, Research Bible, Central and Eastern European Online Library. DOI: <https://doi.org/10.51647/kelm.2023.1.44>

4. Пономаренко М.В. Поняття та адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2022. № 6. С. 136-141. DOI: <https://doi.org/10.32844/2618-1258.2022.6.24> (фахове видання категорії Б).

5. Пономаренко М.В. Становлення та розвиток органів у сфері захисту прав споживачів в Україні. *Сучасний стан і перспективи розвитку держави і права: XII міжнародна наукова конференція студентів, аспірантів та молодих вчених*. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара., жовтень 2020. С. 62-63

6. Пономаренко М.В. Механізми захисту прав споживачів у Європейському Союзі. *Юридична наука XXI: перспективні та пріоритетні напрямки досліджень: Міжнародна науково-практична конференція*. (м. Запоріжжя, 7-8 травня 2021 рік). С.64-68

7. Пономаренко М.В. Деякі аспекти відповідальності за порушення законодавства про захист прав споживачів у сфері реклами. *Роль національного права України в умовах глобалізаційних викликів: Всеукраїнська науково-практична онлайн-конференція*. Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ. (м. Дніпро, 18 листопада 2021 р.) С.422-425

8. Пономаренко М.В. Обмеження на рекламу товарів подвійного або військового призначення. *Теоретичні та практичні проблеми реалізації прав людини та держави*. II Науково-практична конференція, видавництво «Молодий вчений». (5-6 квітня 2024 рік, м.Одеса) С. 62-65

Повнота опублікування результатів дисертації засвідчується таблицею 1.

Таблиця 1 – Повнота опублікування результатів дисертації

№	Наукова публікація здобувача		Розділи дисертації, що висвітлюються
	Назва	Видання	
Наукові видання держав-членів ОЕСР та/або ЄС			
1.	Legal regulation of the procedure for submitting consumer complaints in the field of advertising in Ukraine	<i>KELM (Knowledge, Education, Law, Management)</i> . 2023. № 1 (53). С.295-301. (Index Copernicus, Worldcat, Research Bible, Central and Eastern European Online Library).	Другий
Наукові фахові видання України			
2.	Правове регулювання політики Європейського союзу на продовольчому ринку.	<i>Нове українське право</i> . 2021. №3. С. 325-331. (фахове видання категорії Б).	Третій
3.	Механізми захисту прав споживачів у сфері реклами в Україні.	<i>Юридичний бюлетень</i> , 2022. №24. С. 143-151. (фахове видання категорії Б).	Другий
4.	Поняття та адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами.	<i>Науковий вісник публічного та приватного права</i> . 2022. № 6. С. 136-141. (фахове видання категорії Б).	Перший

На підставі заслуховування та обговорення доповіді М.В. Пономаренко про основні положення дисертаційної роботи, питань та відповідей на них, виступів фахівців

УХВАЛИЛИ:

1. Вважати, що за актуальністю, ступенем новизни, обґрунтованості, наукової та практичної цінності здобутих результатів дисертація Пономаренко Марії Вікторівни за темою: «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» відповідає вимогам, викладеним у «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» (Постанова Кабінету Міністрів України від 12.01.2022 р. № 44 зі змінами).
2. Рекомендувати дисертацію Пономаренко Марії Вікторівни «Адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» до захисту в спеціалізованій вченій раді для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право.
3. Клопотати перед вченою радою університету розглянути питання про створення спеціалізованої вченої ради для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 Право Пономаренко Марії Вікторівни у такому складі:

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Місце основної роботи, підпорядкування, посада	Науковий ступінь, шифр, назва спеціальності, за якою захищена дисертація, рік присудження	Вчене звання (за спеціальністю, кафедрою), рік присвоєння	Наукові публікації, опубліковані за останні п'ять років, за науковим напрямом, за яким підготовлено дисертацію здобувача
1	Патерило Ірина Володимирівна	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, МОН України, юридичний факультет, професор кафедри цивільного, трудового та господарського права	Доктор юридичних наук, 12.00.07-адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право, 2015 р.	Професор кафедри цивільного, трудового та господарського права, 2020 р.	<p>1. Патерило І.В. Способи реалізації методу переконання щодо поводження з небезпечними відходами у сфері надання рекламних послуг. <i>Європейські перспективи</i>. 2024. № 1. С.51-56. DOI: https://doi.org/10.32782/ep.2024.1.8 URL: https://ep.unesco-socio.in.ua/wp-content/uploads/archive/EP-2024-1/EP_2024_1_051.pdf (фахове видання категорії Б).</p> <p>2. Патерило І.В., Алексеєнко І.Г. Публічне адміністрування поводження з твердими побутовими відходами як напрямок захисту прав споживачів. <i>Аналітично-порівняльне правознавство</i>. 2024. № 1. С. 428-432 DOI https://doi.org/10.24144/2788-6018.2024.01.75 URL. https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2024/03/77.pdf (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Патерило І.В., Грабильнікова О.А. Особливості адміністративної відповідальності за порушення рекламного законодавства у сфері небезпечних відходів. <i>Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права</i>. 2023. № 6. С. 173-</p>

					177. https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2023.6.28 URL. https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/532/480 (фахове видання категорії Б).
2	Алексєєнко Ігор Григорович	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, МОН України, юридичний факультет, завідувач кафедри, цивільного, трудового та господарського права	Кандидат юридичних наук 12.00.01 - теорія та історія держави та права. історія правових та політичних наук, 2001 Доктор політичних наук, 21.00.02 політичні інститути та процеси, 2011	Професор кафедри цивільного, трудового та господарського права 2020 р.	1. Патерило І.В., Алексєєнко І.Г. Публічне адміністрування поводження з твердими побутовими відходами як напрямок захисту прав споживачів. <i>Аналітично-порівняльне правознавство</i> . 2024. № 1. С. 428-432 DOI https://doi.org/10.24144/2788-6018.2024.01.75 URL. https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2024/03/77.pdf (фахове видання категорії Б). 2. Алексєєнко І.Г., Грабильнікова О.А. Правові засади співвідношення категорій, «реклама», «соціальна реклама» та «небезпечні відходи». <i>Європейські перспективи</i> . 2024. № 1. С.20-25. https://doi.org/10.32782/ep.2024.1.3 URL. https://ep.unesco-socio.in.ua/wp-content/uploads/archive/EP-2024-1/EP_2024_1_020.pdf (фахове видання категорії Б). 3. Алексєєнко І.Г., Грабильнікова О.А. Особливості правового регулювання захисту прав споживачів щодо поводження з небезпечними відходами. <i>Law. State. Technology</i> . 2023, №4. С.3-8. https://doi.org/10.32782/LST/2023-4-1 URL. https://journals.politehnica.dp.ua/index.php/lst/article/view/487/426 (фахове видання категорії Б).
3	Грабильнікова Олена Анатоліївна	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, МОН України, юридичний факультет, доцент кафедри цивільного, трудового та господарського права	кандидат юридичних наук, 12.00.02 - конституційне право; муніципальне право, 2016 р.	доцент кафедри цивільного, трудового та господарського права, 2022 р.	1. Грабильнікова О.А. Оскарження рішень, дій чи бездіяльності суб'єктів публічної адміністрації в адміністративному судочинстві щодо надання послуг у сфері соціального захисту населення. <i>Європейські перспективи</i> . 2023. №3. С. 111-118, DOI: 10.32782/EP.2023.3.14 URL.: https://ep.unesco-socio.in.ua/wp-content/uploads/archive/EP-2023-3/EP_2023_3_111.pdf (фахове видання категорії Б). 2. Грабильнікова О.А. Особливості оскарження рішень, дій чи бездіяльності суб'єктів публічної адміністрації у сфері охорони праці. <i>Наше право</i> . 2, 2023. С.

					<p>121-126. DOI: 10.32782/NP.2023.2.17 URL: http://pravo.unesco-socio.in.ua/wp-content/uploads/archive/Pravo-ua-2023-1/Pravo_ua_2023_1_066.pdf (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Патерило І.В., Грабильнікова О.А. Особливості адміністративної відповідальності за порушення рекламного законодавства у сфері небезпечних відходів. <i>Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права</i>. 2023. № 6. С. 173-177. https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2023.6.28 URL. https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/532/480 (фахове видання категорії Б).</p>
4	<p>Легеза Євген Олександрович</p>	<p>Університет митної справи та фінансів, МОН України, ННІ права та міжнародно-правових відносин, професор кафедри публічного та приватного права</p>	<p>Доктор юридичних наук, 12.00.07 – адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право; 2017</p>	<p>професор кафедри адміністративного та митного права, 2018 р.</p>	<p>1. Легеза Є.О., Щербина Є.М. Оскарження рішень, дій чи бездіяльності суб'єктів влади щодо надання електронних послуг у сфері міграції та громадянства в адміністративному судочинстві. <i>Аналітично-порівняльне правознавство. Електронне наукове видання</i>. № 4. 2022. С. 199-203. DOI https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.04.36 URL.: http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/267554/263376 (фахове видання категорії Б).</p> <p>2. Легеза Є.О., Легеза Ю.О. Міжнародно-правові стандарти захисту прав споживачів у сфері реклами <i>Law. State. Technology</i>, 4, 9–15, doi: https://doi.org/10.32782/LST/2023-4-2 URL. https://journals.politehnica.dp.ua/index.php/lst/article/view/488/427 (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Белов Д. М., Легеза Є. О. Форми та методи правового регулювання захисту прав споживачів щодо поводження з відходами на державному рівні. <i>Аналітично-порівняльне правознавство</i>. 2024. № 1. С. 105-109. DOI https://doi.org/10.24144/2788-6018.2024.01.17 URL. https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2024/03/19.pdf (фахове видання категорії Б).</p>

5	Волкова Юлія Анатоліївна	ВНЗ «Київський університет ринкових відносин», МОН України, професор кафедри права	Доктор юридичних наук, 12.00.08 - кримінальне право, кримінологія, кримінально-виконавче право, 2017 р.	Професор кафедри спеціально-правових дисциплін, 2020 р.	<p>1. Volodymyr Horbalinskiy, Olena Markova, Yuliia Volkova, Vlada Litoshko, Kateryna Hlukhoveria Modalities of protection of the rights of individuals according to the administrative-procedural order and in legal-administrative procedures <i>Cuestiones Políticas</i>, 2023, 41(78), p. 94-103. https://doi.org/10.46398/cuestpol.4178.06 (Журнал Web of Science).</p> <p>2. Волкова Ю.А. Регулювання рекламної діяльності у цифрову епоху: практика ЄСПЛ та зарубіжний досвід. <i>Держава та регіони. Серія: Право</i>. 2024. №1 (83). Т.2. С.9-16. DOI https://doi.org/10.32782/1813-338X-2024.1.2.2. URL. http://www.law.stateandregions.zp.ua/archive/1-2_2024/4.pdf. (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Волкова Ю.А. Судовий захист рекламної діяльності як різновиду дозвільної діяльності. <i>Юридичний науковий електронний журнал</i>. 2024. №5. С. 653-655. DOI https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-5/163 URL. http://www.lsej.org.ua/5_2024/165.pdf (фахове видання категорії Б).</p>
---	---------------------------------	--	---	---	---

Усі кандидатури членів ради відповідають вимогам пп. 14, 15 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44 (із змінами).

Результати відкритого голосування:

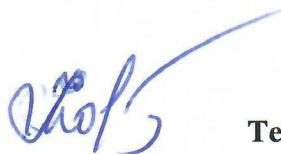
«За» – 16 осіб.

«Проти» – немає.

«Утрималися» – немає.

Рішення прийнято одноголосно.

**Голова
міжкафедрального семінару**



Тетяна КОРНЯКОВА

Секретар



Олена ГРАБИЛЬНІКОВА