

Марченко О. В.,

кандидат юридичних наук, доцент кафедри цивільного, трудового та господарського права  
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

## ХАРАКТЕРИСТИКА ОКРЕМИХ ПРОЦЕДУР ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Анотація.** У статті приділено увагу процедурі розміщення зовнішньої реклами (у тому числі поза межами населених пунктів). Визначено стадії та правові підстави її реалізації. Окреслено перелік обов'язкових реквізитів заяви про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами заявника в особі розповсюджувача реклами. Зроблено висновок про життєву необхідність адміністративних процедур організації виробництва, популяризації, просування та розповсюдження інформації рекламного характеру.

**Ключові слова:** адміністративні процедури, зовнішня реклама, стадії адміністративної процедури, правові підстави, заява про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

**Постановка проблеми.** Говорячи про взаємовідносини компетентних суб'єктів з фізичними особами, суб'єктами господарювання різних форм власності та видів діяльності, то вони, здебільшого, проявляються в наданні останнім адміністративних послуг, які знову ж нерозривно пов'язані з повноваженнями перших. Відтак, процедурний характер притаманний управлінській діяльності державних органів публічного адміністрування (у тому числі в зв'язку із наданням різного роду послуг).

**Стан дослідження.** Свого часу адміністративні процедури були та й зараз є предметом уваги багатьох учених-адміністративістів, зокрема В.Б. Авер'янова, Р.С. Алімова, Г.В. Атаманчука, О.М. Бандурки, Ю.П. Битяка, В.М. Гарашука, С.В. Ківалова, Ю.М. Козлова, В.К. Колпакова, А.Т. Комзюка, Н.Р. Нижник, В.І. Олефіра, Л.Л. Попова, Д.В. Приймаченка, А.О. Селіванова, В.П. Тимошука, Ю.О. Тихомирова, М.М. Тищенко, Ю.С. Шемшученка та інших. Однак, не дивлячись на ґрунтовні позиції та змістовні концепції в зазначеному напрямку, залишається мало дослідженими характеристика здійснення органами державної влади, місцевого самоврядування, їх посадовими особами повноважень щодо реалізації окремих процедур у сфері функціонування ринку рекламних послуг в Україні. Відтак, **мета статті** – характеристика окремих процедур організації надання рекламних послуг є недостатньо розробленою, що обумовлює актуальність запропонованого наукового дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Торкаючись питання розгляду поглядів учених на виокремлення окремих видів чи категорій адміністративних процедур у різних сферах публічного права, зазначимо деякі з них. Так, наприклад, Д.С. Денисюк у своєму монографічному дослідженні на тему: «Адміністративно-правові засади дозвільної діяльності ДАІ МВС України» виділив наступні види адміністративних процедур, які реалізуються в ході управлінської діяльності зазначеного підрозділу органів внутрішніх справ:

- 1) видача дозволів на керування транспортними засобами;
- 2) видача дозволів на рух транспортних засобів з надгабаритними, великогабаритними, небезпечними вантажами та в колоні;
- 3) видача дозволів на проведення ремонту та реконструкційних автомобільних робіт;

4) видача дозволів на користування спеціальними звуковими та світловими пристроями [1, с. 10].

Учений виокремив наведені вище види адміністративних процедур у сфері дозвільної діяльності ДАІ МВС України, керуючись виключно стадією прийняття та виконання рішення, що залишає поза увагою можливість відмови зазначеного компетентного суб'єкта публічного адміністрування у видачі дозволів різних видів.

О.Г. Юшкевич, досліджуючи провадження в справах про державну реєстрацію фізичних осіб-підприємців, наводить такі види адміністративних процедур у цій сфері:

- 1) процедура первинної державної реєстрації фізичної особи, яка має намір стати підприємцем;
- 2) процедура державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу-підприємця (зміни щодо імені фізичної особи або її місця проживання), які містяться в Єдиному державному реєстрі;
- 3) процедура державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця;
- 4) процедура внесення до Єдиного державного реєстру судового рішення щодо відміни державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця;
- 5) процедура заміни свідоцтва про державну реєстрацію в зв'язку з його втратою або пошкодженням [2, с. 121-176].

У сфері забезпечення прав і свобод громадян у митній справі, Л.М. Давиденко виокремив наступні види адміністративних процедур:

- процедури з вироблення й ухвалення відомчих нормативних актів;
- процедури опрацювання пропозицій і заяв громадян;
- процедури здійснення митного контролю та митного оформлення товарів і транспортних засобів;
- процедури стягнення митних платежів і зборів;
- реєстраційно-дозвільні процедури;
- процедури застосування попереджувальних і запобіжних примусових заходів [3, с. 67-68].

Приймаючи до уваги наведені вище концепції та позиції деяких учених-адміністративістів, особливості процедурних відносин органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх уповноважених осіб зі суб'єктами рекламування (рекламодавцями, виробниками та розповсюджувачами інформації рекламного характеру), ми виділили окремі види процедур організації надання рекламних послуг в Україні:

- 1) розміщення зовнішньої реклами (у тому числі поза межами населених пунктів);
- 2) відрядження на виробництво соціальної реклами;
- 3) розміщення рекламних матеріалів щодо послуг із недержавного пенсійного забезпечення (у тому числі ліцензування такого виду господарської діяльності).

Розглянемо найбільш витребувану суспільством процедуру організації надання рекламних послуг в Україні – розміщення зовнішньої реклами (у тому числі поза межами населених пунктів).

Отже, процедура розміщення зовнішньої реклами, зокрема поза межами населених пунктів, ґрунтується на таких правових підставах як:

– Закон України «про рекламу» від 3 липня 1996 року № 270/96-ВР [4];

– Закон України «Про дозвільну систему в сфері господарської діяльності» від 6 вересня 2005 року № 2806-IV [5];

– Закон України «Про автомобільні дороги» від 8 вересня 2005 року № 2862-IV [6];

– Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР [7];

– Закон України «Про прискорений перегляд регуляторних актів, прийнятих органами та посадовими особами місцевого самоврядування» від 14 грудня 2010 року № 2784-VI [8];

– Єдині правила ремонту й утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони від 30 березня 1994 року № 198 [9];

– Типові правила розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 5 грудня 2012 року № 1135 [10];

– Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 [11];

– Порядок розміщення реклами в місті Київ, затверджений рішенням Київської міської ради від 22 вересня 2011 року № 37/6253 [12];

– Порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцями для розташування рекламних засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Київ, зокрема повноваження з управління якими здійснюють районні в місті Київ державні адміністрації, за розміщення реклами на транспорті комунальної власності міста Київ, а також за розміщення реклами в ліфтах жилих будинків комунальної власності міста Київ, затверджений розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 21 травня 2012 року № 838 [13] та інші.

Зазначена адміністративна процедура зі сторони компетентних суб'єктів публічного адміністрування в сфері організації надання послуг з популяризації та просування інформації рекламного характеру, передбачає наявність таких стадій:

1) звернення суб'єкта рекламування (фізичної або юридичної особи) до органів державної влади, місцевого самоврядування із заявою про отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах, що знаходяться під юрисдикцією останніх;

2) розгляд виконавчим комітетом органу місцевого самоврядування заяви, що включає в себе аналіз отриманих відомостей, внесення корективів до архітектурно-планувального аспекту розміщення зовнішньої реклами та надання пріоритету заявнику на місце розташування відповідного засобу для доведення рекламної інформації до її споживачів (крім цього, у залежності від обставин та умов, що склалися в ході розгляду заяви про отримання дозволу на розміщення такого різновиду реклами, уповноважена особа суб'єкта публічного права може прийняти рішення про подовження терміну так званої «пріоритетності» щодо місця встановлення рекламного засобу або ж взагалі відмовити в наданні такої);

3) підготовка рішення та втілення його в практичне життя (мова йде про проект відповідного рішення суб'єкта публічної адміністрації в цій сфері, що передбачає його розгляд і затвердження у вигляді письмового офіційного документу, який свідчить про надання чи відмову в наданні дозволу на розміщення зовнішньої реклами);

4) внесення корективів у прийняте рішення (за заявою суб'єкта рекламування чи власника місця, де розташований рекламний засіб);

5) оскарження заявником прийнятого рішення.

Зауважимо, що офіційний документ заявника в особі розповсюджувача реклами, а саме заява про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, зразок якої закріплений Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067, повинна містити в собі наступні обов'язкові реквізити:

1) найменування виконавчого підрозділу органу місцевого самоврядування, на території обслуговування якого знаходиться відповідне місце розташування рекламного засобу, яке, зокрема, може перебувати як у комунальній власності територіальної громади населеного пункту, так і приватній власності фізичної особи, суб'єкта господарської діяльності незалежно від форми власності;

2) дату та реєстраційний номер документа такого зразка;

3) тип (найменування) документа;

4) відомості про особу заявника (паспортні дані фізичної особи, її код платника податків, юридична адреса суб'єкта господарювання, його ідентифікаційний код згідно з Єдиним державним реєстром підприємств та організацій України, контактні дані тощо);

5) точну адресу місця, де планується розмістити рекламний засіб, а також термін просування та популяризації інформації рекламного характеру через зовнішні рекламоносії;

6) найменування та кількість додатків до заяви (копія свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта господарської діяльності, проект спеціальної тимчасової чи стаціонарної конструкції, на якій буде розміщена інформація рекламного характеру тощо);

7) особистий підпис особи, яка уповноважена представляти законні інтереси юридичної особи чи фізичної особи-підприємця;

8) відтиск печатки суб'єкта господарювання.

Орган місцевого самоврядування в межах своїх повноважень має право покласти обов'язки щодо розгляду заяв про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, підготовки проектів відповідних рішень, витребування додаткової інформації щодо рекламних засобів і місця розташування таких тощо, на штатні структурні підрозділи чи окремо створювати виконавчий орган.

Фактично, робочий орган надає послуги з видачі дозволу на розміщення інформації рекламного характеру на спеціальних конструкціях (рекламоносіях), монтаж яких здійснюється на відкритій місцевості, будівлях, мостових опорах, елементах освітлення пішохідних зон, електроопорах вздовж автомобільних доріг тощо, отримання плати за які заборонено ст. 5 Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 5 грудня 2012 року № 1135. У зв'язку з цим, повноваження робочого органу з розроблення пропозицій щодо розмірів плати за надання ним послуг виглядають дещо двозначними, так як відсутній фіксований тариф і залишається незрозумілим, що саме мав на увазі законодавець.

Після отримання заяви та вичерпного переліку документів, їх перевірки в частині відповідності встановленим стандартам законодавства в цій сфері, робочий орган реєструє такого роду звернення суб'єкта господарювання в журналі реєстрації заяв і дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Зокрема, особливої уваги потребує така стадія зазначеної процедури, як встановлен-

ня пріоритету фізичної чи юридичної особи на місце розташування зовнішньої реклами, так як вона є невід'ємним аспектом процедурних відносин такого рівня. Для її реалізації, компетентний виконавчий підрозділ органу місцевого самоврядування в особі уповноваженого представника здійснює перевірку місця на розміщення зовнішньої реклами, точна адреса якого відображена в заяві про надання дозволу на розміщення такого роду інформації, яка полягає у визначенні пріоритету іншого суб'єкта господарювання або ж наявності раніше укладених договірних зобов'язань власника такого місця з іншою юридичною або фізичною особою на предмет його оренди. В останньому випадку мова йде про вже наданий дозвіл на розміщення рекламного засобу на відкритій місцевості, зовнішніх поверхнях будівель, вздовж доріг тощо. Відповідні відомості містяться в інформаційному банку даних місць розташування рекламних засобів і плану їх розміщення (схеми, фотокартки, проекти та ін.).

Такого роду перевірка здійснюється терміном до п'яти робочих днів, яка включає в себе заключну частину із вмотивованими доводами видачі або ж навпаки – відмови у видачі дозволу на розміщення зовнішньої інформації рекламного характеру суб'єктам рекламування (саме розповсюджувачам реклами). Особливість надання такого роду дозволу полягає у видачі робочим органом заявнику на отримання двох зразків дозволу за законодавчо закріпленою формою, відповідно до додатка 3 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 та додатка до Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 5 грудня 2012 року № 1135.

Далі, враховуючи специфіку спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкцій, місця їх монтажу чи розташування відповідно, посадова особа робочого органу суб'єкта публічного адміністрування встановлює коло зацікавлених суб'єктів (державні підприємства, заклади, установи, організації, окремо взяті їх посадові чи службові особи), з якими необхідно погодити зазначені вище два примірники дозволу на розміщення зовнішньої реклами. Це можуть бути:

1) Державна автомобільна інспекція України (у разі розміщення рекламних засобів над чи вздовж автомобільних доріг для дотримання загальнообов'язкових стандартів їх монтажу з метою уникнення ситуацій заміщення дорожніх знаків, недостатнього освітлення проїзної частини тощо, що може призвести до скоєння дорожньо-транспортних пригод);

2) Державне агентство автомобільних доріг України та служби автомобільних доріг в областях (у разі розміщення зовнішньої реклами в межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування);

3) Міністерство культури України чи місцеві органи виконавчої влади в сфері охорони культурної спадщини й об'єктів природно-заповідного фонду (у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії й архітектури та в межах зон охорони пам'яток національного або місцевого значення, об'єктів природно-заповідного фонду);

4) власник місця розташування рекламного засобу чи особа (суб'єкт), яка уповноважена здійснювати правочини від імені першого, представляти його законні інтереси [10].

Відзначимо, що дозвіл на розміщення зовнішньої реклами (за межами населеного пункту) представляє собою офіційний письмовий документ уповноваженого підрозділу органу місцевого самоврядування, який надається фізичній або юридичній особі – розповсюдженню реклами, їх законним представникам на основі процесуального рішення робочого органу.

**Висновки.** Підсумовуючи викладене, зауважимо, що демократизація суспільства, перш за все, полягає в розробленні дієвих механізмів захисту законних прав, інтересів і свобод усіх її членів у різних сферах публічного права, зокрема на ринку надання рекламних послуг в Україні. Реалізація повноважень компетентних суб'єктів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх уповноважених осіб проявляється в наданні різного роду адміністративних послуг щодо організації виробництва, популяризації, просування та розповсюдження інформації рекламного характеру, й, зокрема, зосереджена в такому невід'ємному аспекті життєдіяльності будь-якого суспільства, як адміністративні процедури. Їх специфіка та особливості застосування в практичному житті лише підтверджує доцільність у розкритті змісту та характеристики окремих перемінних такої системи заходів забезпечення інтересів держави в розглянутому спрямуванні.

### Література:

1. Денисюк Д.С. Адміністративно-правові засади дозвільної діяльності ДАІ МВС України: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право» / Д.С. Денисюк. – Харків, 2010. – 20 с.
2. Юшкевич О.Г. Проведення в справах про державну реєстрацію фізичних осіб-підприємців: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 / О.Г. Юшкевич. – Х., 2007. – 230 с.
3. Давиденко Л.М. Забезпечення прав і свобод громадян при здійсненні митних процедур (організаційно-правові аспекти): дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 / Л. М. Давиденко. – Д., 2007. – 195 с.
4. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996 – № 39 – Ст. 181.
5. Про дозвільну систему в сфері господарської діяльності // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 48. – Ст. 483.
6. Про автомобільні дороги // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 51. – Ст. 556.
7. Про місцеве самоврядування // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – Ст. 170.
8. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для здійснення державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів: Постанова, Порядок Кабінету Міністрів України від 07.03.2012 № 238 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/238-2012-п>.
9. Про затвердження Єдиних правил ремонту й утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони: Постанова, Правила Кабінету Міністрів України від 30.03.1994 № 198 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/198-94-п>.
10. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів: Постанова, Правила, Форма типового документа Кабінету Міністрів України від 05.12.2012 № 1135 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1135-2012-п>.
11. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами: Постанова, Правила, Форма типового документа Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-п/paran17#n17>.
12. Про затвердження Порядку розміщення реклами в м. Київ: Рішення, Порядок Київської міської ради від 22.09.2011 № 37/6253 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://kmr.ligazakon.ua/SITE2/1\\_docki2.nsf/alldocWWW/D8858F63CA8EDA40C225792C006865D8?OpenDocument](http://kmr.ligazakon.ua/SITE2/1_docki2.nsf/alldocWWW/D8858F63CA8EDA40C225792C006865D8?OpenDocument).
13. Про Порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцями для розташування рекламних засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Київ, зокрема повноваження з управління якими здійснюють районні в місті Київ державні адміністрації, за розміщення реклами на транспорті комунальної власності міста Київ, а також за розміщення реклами в ліфтах жилих будинків комунальної власності міста Київ: Розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 21.05.2012 № 838 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://kievcity.gov.ua/upload/orders/kmda\\_838\\_20120521.pdf](https://kievcity.gov.ua/upload/orders/kmda_838_20120521.pdf).

**Марченко А. В. Характеристика отдельных процедур организации предоставления рекламных услуг в Украине**

**Аннотация.** В статье уделено внимание процедуре размещения внешней рекламы (в том числе за пределами населенных пунктов). Определены стадии и правовые основания ее реализации. Очерчен перечень обязательных реквизитов заявления о предоставлении разрешения на размещение внешней рекламы заявителя в лице распространителя рекламы. Сделан вывод о жизненной необходимости административных процедур организации производства, популяризации, продвижения и распространения информации рекламного характера.

**Ключевые слова:** административные процедуры, наружная реклама, стадии административной процедуры, правовые основания, заявление о предоставлении разрешения на размещение внешней рекламы.

**Marchenko O. Characteristics of certain procedures provide advertising services in Ukraine**

**Summary.** The paper focus on the procedure outdoor advertising (including outside settlements). Stages and legal basis for its implementation. Outlined a list of mandatory requisites application for authorization for outdoor advertising in the person of the applicant distributor of advertising. The conclusion about the vital importance of administrative procedures of the production, promotion, advancement and dissemination advertising.

**Key words:** administrative procedures, outdoor advertising, stage administrative procedure, legal basis, application for a permit for outdoor advertising.