

Щербина Є. М.,
кандидат юридичних наук, доцент,
старший викладач кафедри господарсько-правових дисциплін
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Кулікова Д. Ю.,
студентка юридичного факультету
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ НА ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНКАХ

FEATURES OF LEGAL REGULATION OUTDOOR ADVERTISING ON THE LAND PLOT

У статті розкривається порядок виділення й використання земельних ділянок під розміщення зовнішньої реклами за законодавством України. Вивчається розміщення зовнішньої реклами як одна з форм землекористування.

Ключові слова: реклама, зовнішня реклама, земельна ділянка, органи місцевого самоврядування, земельне законодавство, договір оренди.

В статье раскрывается порядок выделения и использования земельных участков под размещение наружной рекламы по законодательству Украины. Изучается размещение наружной рекламы как одна из форм землепользования.

Ключевые слова: реклама, наружная реклама, земельный участок, органы местного самоуправления, земельное законодательство, договор аренды.

The article deals with the procedure for the allocation and use of land for placement of outdoor advertising by the legislation of Ukraine. We consider the placement of outdoor advertising as one of the forms of land use.

Key words: advertising, outdoor advertising, land, local governments, land legislation, lease contract.

Останнім часом особливої актуальності набувають теоретичні та практичні розробки щодо особливостей правового регулювання розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках, оскільки в сучасних умовах важливе значення мають усі питання, пов'язані з правом землекористування. Крім того, сьогодні питання щодо використання земельних ділянок під розміщення зовнішньої реклами вбачається актуальним для дослідження, оскільки воно в юридичній літературі майже не висвітлювалося. Тому, безумовно, пріоритетним завданням є аналіз цієї проблеми з урахуванням норм чинного законодавства. У зв'язку з цим актуальними вбачаються особливості правового регулювання розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках.

У нормативних актах, які регулюють правила розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках територій міст та інших населених пунктів, практично відсутні норми, стандарти, за якими державні органи надають дозвіл на розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках. Порядок розміщення зовнішньої реклами введений з метою запобігання травматизму серед населення міста, внаслідок порушення вимог техніки безпеки щодо розташування та експлуатації рекламних засобів розповсюджувачами засобів (об'єктів) зовнішньої реклами; запобігання встановленню засобів (об'єктів) зовнішньої реклами не відповідно до отриманої дозвільної документації; запобігання встановленню засобів (об'єктів) зовнішньої реклами з порушеннями естетичних і ергономічних вимог до рекламних засобів, визна-

чених порядком розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках. Вищезазначене й свідчить про актуальність дослідження особливостей правового регулювання розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках.

Питанню використання земель в Україні в сучасній юридичній літературі приділяється значна увага. Зокрема, варто виділити праці Н.І. Титової, О.О. Погрібного, Ю.С. Шемшученка, П.Ф. Кулинича, В.Л. Мунтяна, В.І. Семчика, В.І. Андрейцева та ін. Однак, незважаючи на вагомий внесок у зазначену проблему, вивчення питань щодо використання земельних ділянок під розміщення зовнішньої реклами залишається відкритим для дискусій, що й зумовлює актуальність дослідження в цьому напрямі з метою вдосконалення належного регулювання розміщення зовнішньої реклами як однієї з форм землекористування.

Метою статті є з'ясування особливостей правового регулювання розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках.

Для досягнення мети передбачається таке: висвітлити основні підходи до правового регулювання розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках; вивчити й проаналізувати нормативну базу, яка регулює розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках.

Передусім варто розпочати з того, що питання реклами як такої більше розглядається в контексті інтелектуальної власності, інформаційного, цивільного та підприємницького права, але лише як об'єкт

інтелектуальної власності. Зокрема, О.А. Підпригора та О.Д. Святоцький досліджують рекламу як об'єкт захисту від недобросовісної конкуренції, непомірне використання чужих рекламних матеріалів [1, с. 183]. Отже, питання використання земель в Україні в сучасній юридичній літературі приділяється значна увага. Однак дослідження питань щодо використання земельних ділянок під розміщення зовнішньої реклами залишається вивченим доволі поверхово. У зв'язку з цим актуалізується аналіз цього питання з урахуванням норм чинного законодавства.

Правовою основою регулювання розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках є Конституція України від 28 червня 1996 р. [2], Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 р. [3], Закон України «Про рекламу» від 03 липня 1996 р. [4], Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності» від 17 лютого 2011 р. [5], Закон України «Про благоустрій населених пунктів» від 06 вересня 2005 р. [6], Закон України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 р. [7], Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [8], Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» від 29 грудня 2003 р. [9] тощо.

Так, ст. 1 Земельного кодексу України визначає, що земля є основним національним багатством, при цьому відтворюючи положення ст. 14 Конституції України про роль землі як основного національного багатства. Виходячи із цього формулювання, можемо зробити висновок про специфічність землі як об'єкта, що й зумовлює потребу в особливій її охороні та правовому регулюванні саме як національного багатства.

Можна вважати, що вже саме законодавче закріплення земельних прав і обов'язків землевласників і землекористувачів є реалізацією однієї з форм охорони земель. Адже, диференціюючи правові режими різних категорій земель, особливості земельної правосуб'єктності власників земельних ділянок і землекористувачів, а також права та обов'язки всіх учасників земельних правовідносин, держава тим самим реалізує політику охорони земель.

Земельний кодекс (далі – ЗК) України визначає, що суб'єктами права власності на землю є громадяни та юридичні особи – на землі приватної власності, територіальні громади – на землі комунальної власності, держава – на землі державної власності (ст. 80 ЗК України) [3].

Основною правовою формою використання земель в Україні є реалізація права власності на землю, яке виступає у формі державної, комунальної та приватної власності. Проте поряд із правом власності на землю чинне земельне та цивільне законодавство передбачає й право землекористування, яке може здійснюватися особами, що не є власниками земельних ділянок. Саме таку форму реалізації права на землю й використовують для розміщення зовнішньої реклами [10].

Загалом, відповідно до ст. 1 Закону України «Про рекламу», зовнішня реклама визначається як

реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг [4]. Тобто, це реклама на відкритій місцевості із застосуванням спеціальних засобів (штендерів, щитів, перетяжок тощо) [11].

Аналізуючи поняття зовнішньої реклами, варто звернути увагу на термін «рекламна поверхня». Так, рекламна поверхня (інакше – місце розташування рекламного засобу) – це площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості в межах населеного пункту, що надається розповсюдженню зовнішньої реклами в тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом (особою) [4].

Засоби зовнішньої реклами відрізняються великою різноманітністю, тому рекламне повідомлення, яке рекламодавець має намір донести до цільової аудиторії, може бути представлено різним чином. Існує чимало різновидів рекламних носіїв і їхніх форматів, причому разом із розвитком новітніх технологій їхня кількість постійно зростає.

Але здебільшого розміщення зовнішньої реклами здійснюється на землях, які належать до земель комунальної чи державної власності. Так, ст. 12 ЗК України визначає, що право розпорядження землями територіальних громад належить органам державної влади та місцевого самоврядування, які в межах своїх повноважень передають землі у власність або користування.

Розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах здійснюється на підставі дозволів, виданих виконавчими органами місцевого самоврядування в порядку, встановленому тими ж органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами (далі – Типові правила), затверджених Постановою Кабінетом Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067. Так, згідно з п. 3 Типових правил, зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів і в порядку, встановленому виконавчими органами сільських, селищних, міських рад. Пунктом 9 цих Правил передбачено вичерпний перелік документів, на підставі яких видається дозвіл про розміщення зовнішньої реклами. У цьому переліку відсутні вимоги про надання розповсюдженню зовнішньої реклами документів, які б підтверджували право власності або користування земельною ділянкою, на якій планується розмістити зовнішню рекламу, що може стати причиною самовільного захоплення земельних ділянок під розміщення конструкцій для зовнішньої реклами [9].

Крім того, для розміщення зовнішньої реклами необхідно отримати не лише дозвіл відповідного органу місцевого самоврядування, а в разі розміщення реклами на будинках і спорудах також дозвіл зазначених осіб, що здійснюється на підставі договору з власником чи уповноваженою ним особою, де визначаються розмір і порядок унесення плати за розповсюдження реклами [12, с. 622].

Як свідчить аналіз, ринок зовнішньої реклами, зважаючи на його специфіку, потребує особливої уваги щодо регулювання. Так, розміщення зовнішньої реклами в місті контролюється не лише загальнодержавними Законами України «Про рекламу» та «Про інформацію», а й окремими постановами регіональних і муніципальних органів влади, таких як управління з питань реклами тощо. Станом на сьогодні з ініціативи Асоціації зовнішньої реклами України й при підтримці незалежних контролюючих структур та органів місцевої влади провадяться реформи у сфері регулювання зовнішньої реклами: пропонуються зміни до чинного Закону України «Про рекламу» і зміни до Типових правил [13].

Отже, для користування земельною ділянкою під зовнішню рекламу необхідні не лише рішення органів державної влади чи місцевого самоврядування про виділення земельної ділянки для розміщення зовнішньої реклами, а й укладення договору оренди цієї земельної ділянки з її власником із обов'язковим визначенням розміру орендної плати як однієї з істотних умов договору. Адже ст. 1 Закону України «Про оренду землі» і ст. 93 ЗК України визначають оренду землі як «засноване на договорі строкове платне володіння і користування земельною ділянкою, необхідною орендареві для провадження підприємницької та іншої діяльності». Основним документом, який регулює відносини між орендодавцем земельної ділянки й орендарем, є договір оренди земельної ділянки. З огляду на специфіку користування земельними ділянками під розміщення

зовнішньої реклами та особливості об'єкта цих відносин договори оренди можуть відіграти провідну роль у врегулюванні порушень прав власників земельних ділянок і, як слушно зазначає Н.В. Ільків, урахувати певні специфічні особливості цих відносин [14, с. 138]. Це, у свою чергу, дає право органам виконавчої влади звертатись до суду із заявою про притягнення до адміністративної відповідальності осіб, які самовільно без певного дозволу встановлюють зовнішню рекламу. А власники земельних ділянок, із якими не було укладено договору оренди й земельну ділянку яких використовують для розміщення зовнішньої реклами, мають право звернутись до суду із заявою про притягнення винних не тільки до адміністративної, а й до цивільно-правової відповідальності.

Отже, в сучасних умовах інформаційного простору зовнішня реклама є невід'ємною частиною комунікативної системи суспільства й соціально-культурного середовища. Зовнішня реклама є катализатором економічного зростання, відображає соціально-економічну та комерційну активність сучасних міст. Однак сьогодні виникають проблемні питання, що пов'язані передусім із недостатнім і недосконалим правовим регулюванням особливостей розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках. Нами було проаналізовано певні закони, постанови, типові правила, підручники та окремі наукові публікації, в яких розкривається поняття, правова природа й сутність розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Право інтелектуальної власності : [підручник для студентів вищих навчальних закладів] / за ред. О.А. Підпригори, О.Д. Святоцького. – К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2002. – 624 с.
2. Конституція України від 28 червня 1996 року (зі змінами і допов.) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
3. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 року (зі змінами і допов.) // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 3. – Ст. 27. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>.
4. Про рекламу : Закон України від 03 липня 1996 року // Відомості Верховної Ради. – 1996. – № 39. – Ст. 181.
5. Про регулювання містобудівної діяльності : Закон України від 17 лютого 2011 року // Відомості Верховної Ради. – 2011. – № 34. – Ст. 343.
6. Про благоустрій населених пунктів : Закон України від 06 вересня 2005 року // Відомості Верховної Ради. – 2005. – № 49. – Ст. 517.
7. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 року // Відомості Верховної Ради. – 1991. – № 30. – Ст. 379.
8. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21 травня 1997 року (зі змінами і допов.) // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – Ст. 170.
9. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року // Офіційний вісник України. – 2003. – № 52. – С. 2817.
10. Паславська О. Особливості правового регулювання розміщення зовнішньої реклами на земельних ділянках / О. Паславська // Радник. Український юридичний портал. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://radnuk.info/home/24478-2013-07-13-08-31-07.html>.
11. Карпенко Ю.М. Основні тенденції розвитку регіональних ринків зовнішньої реклами / Ю.М. Карпенко. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Aktualni-problemy-ekonomiky/Akt-prob-ekonomiky-2009-7/Akt-prob-ekonomiky-2009-7_184-191.pdf.
12. Саніахметова Н. Підприємницьке право. Суб'єкти підприємництва. Кредитування. Оренда. Лізинг. Зовнішньоекономічна діяльність. Інвестиції. Антимонопольне законодавство. Захист від недобросовісної конкуренції. Реклама / Н. Саніахметова. – К. : «А.С.К.», 2001. – 700 с.
13. Поліщук О. 2014 рік для зовнішньої реклами: головні моменти / О. Поліщук. – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.outdoor.org.ua/news/2014>.
14. Землі сільськогосподарського призначення: права громадян України : [науково-навчальний посібник] / [Н.І. Титова, С.П. Позняк, В.К. Гуревський, Н.В. Ільків, М.Я. Ващишин] ; відп. ред. Н.І. Титова. – Львів : ПАІС, 2005. – 368 с.