

УДК 342.951

**Павло Покатаєв,**

докт. наук з держ. упр., доцент,

Класичний приватний університет

## АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТА БЛАГОУСТРОЮ НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ

У статті досліджено адміністративно-правове регулювання розміщення зовнішньої реклами як одного з елементів благоустрою населених пунктів, який у поєднанні з іншими елементами відіграє вагомую роль у формуванні зовнішнього вигляду населеного пункту. Розглянуто наявні обмеження щодо її розміщення. Досліджено порядок отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами та погодження цього питання з органами виконавчої влади та місцевого самоврядування. Встановлено відсутність конкретної норми, яка б закріплювала компетенцію підрозділів Національної поліції з приводу погодження на розміщення зовнішньої реклами. Виявлено багатозначність формулювання поняття «рекламоносії». Для усунення цих непорозумінь запропоновано внесення змін до окремих нормативно-правових актів.

**Ключові слова:** адміністративно-правове регулювання, розміщення зовнішньої реклами, благоустрій населених пунктів, компетенція органів виконавчої влади, рекламоносії.

**Актуальність теми дослідження.** Сучасне існування людства неможливо уявити без реклами: вона є динамічною сферою людської діяльності, що розвивається швидкими темпами та трансформується з урахуванням суспільних потреб. Її роль вже не обмежується контурами комерційних комунікацій та навіть ринковою діяльністю. Спостерігається підвищення її значення в усіх галузях національної економіки та суспільного життя. Крім того, вона має велику психологічну, ідеологічну, освітню та естетичну роль. Її естетичний складник і має стати предметом нашого дослідження, яке присвячене питанню розміщення зовнішньої реклами як елемента благоустрою населеного пункту в контексті адміністративно-правової регламентації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання щодо здійснення рекламної діяльності, зокрема створення, розміщення та поширення реклами, було сферою інтересів багатьох науковців у галузі не тільки юриспруденції, але й інших наук, бо воно стосується кожного пересічного громадянина, який є споживачем цієї реклами і якому може бути завдана шкода у разі порушення законодавчих норм.

Так, Л. А. Микитенко досліджено форми адміністративного впливу на рекламну діяльність. Охарактеризовано діяльність органів виконавчої влади, що здійснюють контроль за дотриманням учасниками рекламної діяльності законодавства про ре-

кламу, визначено їх систему та контрольні повноваження. Розглянуто методи та форми здійснення державного контролю [1].

А. І. Черемнова присвятила своє дослідження аналізу нормативної бази, що регулює комерційну рекламу. Значну увагу вона приділила державному регулюванню та саморегулюванню реклами, недобросовісній рекламі та санкціям за порушення законодавства про рекламу [2].

Л. В. Мамчур розглянуто способи захисту суб'єктивних прав учасників правовідносин у сфері реклами від порушень. Класифіковано порушення, встановлено специфіку підстав і умов настання цивільної відповідальності та відшкодування збитків [3].

О. О. Лисенко у своїх наукових працях сформулював способи захисту суспільства від неналежної реклами, що негативно впливає на суспільну мораль, розкрив способи захисту від інформації, що породжує дискримінацію прав і законних інтересів особи, надав конкретні пропозиції з удосконалення законодавства щодо захисту від дії шкідливої інформації в умовах інформаційного суспільства [4].

А. В. Стрельниковим значну увагу приділено дослідженню правових засад адміністративної відповідальності за порушення законодавства про рекламу. Представлено новий підхід щодо визначення вини юридичної особи за порушення законодавства про рекламу. Надано пропозиції з удосконалення

законодавства про адміністративну відповідальність за проступки у сфері рекламної діяльності [5].

Але всі вищенаведені дослідження, як правило, були присвячені загальним питанням здійснення рекламної діяльності без урахування її належності до благоустрою населеного пункту. Хоча порушення законодавства із розміщення зовнішньої реклами не тільки може завдати значну шкоду здоров'ю та життю населення, але й впливатиме на зовнішній вигляд самого населеного пункту. Саме тому виникає потреба у дослідженні питання розміщення зовнішньої реклами.

**Виклад основних положень.** Під благоустроєм населених пунктів слід розуміти комплекс робіт з інженерного захисту, розчищення, осушення та озеленення території, а також соціально-економічних, організаційно-правових та екологічних заходів з покращання мікроклімату, санітарного очищення, зниження рівня шуму на території населеного пункту (ст. 1 Закону [6]). Проте законодавець надає визначення поняття «комплексний благоустрій» як комплексу робіт з улаштування покриття доріг і тротуарів, обладнання пристроями для безпеки руху, озеленення, забезпечення зовнішнього освітлення та зовнішньої реклами, встановлення малих архітектурних форм, поліпшення інженерно-технічного і санітарного стану території, покращання її естетичного вигляду (п. 1 ст. 22 Закону [6]).

Відповідно до абз. 4 п. 1 ст. 21 ЗУ «Про благоустрій населених пунктів», зовнішня реклама є елементом об'єктів благоустрою, який у поєднанні з іншими елементами відіграє значну роль у формуванні зовнішнього вигляду населеного пункту.

У забезпеченні благоустрою «бере участь» лише зовнішня реклама, яка розміщується на спеціальних тимчасових та/або стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг [7].

Проте законодавством встановлено цілу низку обмежень щодо розміщення зовнішньої реклами, зокрема:

- її розміщення має здійснюватися лише на підставі дозволів, які повинні видавати виконавчі органи міських, сільських, селищних, рад;

- для її розміщення у межах смуги відведення автомобільних доріг обов'язковим є отримання дозволу від центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та управління автомобільними дорогами;

- розміщення на територіях будинків та споруд може здійснюватися лише за згодою їх власників або уповноважених осіб.

Законодавчо встановлено ще цілу низку обмежень щодо розміщення зовнішньої реклами:

- у створенні освітлення зовнішньої реклами потрібно враховувати, щоб воно не засліплювало учасників дорожнього руху та не освітлювало квартири житлових будинків;

- зовнішня реклама не повинна заважати видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування, тощо;

- заборонено розташовувати засоби зовнішньої реклами: на пішохідних доріжках та алеях; у населених пунктах на висоті менш ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;

- нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, а опора наземної реклами, що розташована вздовж проїжджої частини, повинна мати вертикальну дорожню розмітку розміром до 2 метрів від поверхні землі, нанесену світлоповертаючими матеріалами;

- фундаменти наземної зовнішньої реклами, що виступають над поверхнею землі, можуть бути декоративно оформлені (ст. 16 Закону [7]).

До того ж зовсім недавно прийнято ЗУ «Про внесення зміни до Закону України «Про рекламу» щодо використання окремих елементів благоустрою та контактної мережі при здійсненні рекламної діяльності», яким категорично заборонено розміщення реклами та/або рекламних засобів на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні зовнішнього освітлення забороняється [8].

ЗУ «Про автомобільні дороги» уточнює порядок розміщення зовнішньої реклами на автомобільних дорогах. Адже у разі розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг також потрібно враховувати, щоб вони не обмежували видимість у напрямку руху, бокову видимість та видимість технічних засобів організації дорожнього руху. Рекламоносії не повинні засліплювати учасників дорожнього руху, зокрема від дії ефекту світлоповернення, вони не мають створювати звукові ефекти та заважати руху пішоходів. До того ж вони не повинні зменшувати габарити шляхопроводів та інших інженерних споруд (ст. 38 Закону [9]).

«Єдині правила ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони»,

затверджені Постановою КМУ, дублюють Правила розміщення зовнішньої реклами, які прописані у ст. 16 ЗУ «Про рекламу». Але вони встановлюють ряд адміністративних заходів із розміщення реклами, зокрема перелік суб'єктів з якими особа – власник рекламоносія – повинен погоджувати порядок його розташування. Так, якщо здійснюється розміщення засобів реклами у межах охоронних зон інженерних комунікацій, обов'язковим є отримання погодження з утримувачем зазначених комунікацій.

У разі розміщення зовнішньої реклами на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів, залізничних переїздів та зупинок транспорту загального користування обов'язковим є погодження з підрозділом Національної поліції. Крім того, п. 16 Типових правил розміщення зовнішньої реклами вказує на обов'язковість погодження з Укравтодором або власниками автомобільних доріг. «Положення про Державне агентство автомобільних доріг України» конкретизує, що до Компетенції Укравтодору належить право прийняття та погодження з відповідним підрозділом Національної поліції рішення щодо демонтажу технічних засобів та рекламоносіїв, які встановлені в межах смуги відведення автомобільної дороги з порушенням вимог законодавства [10].

Крім того, відповідно до ст. 52-1 ЗУ «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення регулювання відносин у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху» погодження поданих пропозицій стосовно розміщення у смугах відведення автомобільних доріг або червоних ліній міських вулиць і доріг рекламоносіїв належить до повноважень Державтоінспекції Міністерства внутрішніх справ України у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху [11].

Але незрозумілим залишається компетенція підрозділів Національної поліції щодо вирішення питання з погодження на розміщення зовнішньої реклами з огляду на аналіз згаданих нормативно-правових актів.

Відповідно до ст. 36-2 Постанови «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони» розміщення зовнішньої реклами у межах смуг відведення автомобільних доріг і залізничних переїздів провадиться за погодженням з органами державного управління автомобільними дорогами та уповноваженим підрозділом Національної поліції [12]. Постановою КМУ «Про Правила дорожнього руху» уточнюється обов'язок узгодження з уповноваженими підрозділами Національної поліції розміщення в смугах відведення авто-

мобільних доріг або червоних ліній міських вулиць і доріг та їх штучних спорудах кіосків, павільйонів, рекламоносіїв (ст. 32.1 Постанови [13]). П. 3 ст. 13 ЗУ «Про Національну поліцію» надає вичерпний перелік підрозділів національної поліції, а саме: кримінальна поліція; патрульна поліція; органи досудового розслідування; поліція охорони; спеціальна поліція; поліція особливого призначення [14]. Проте залишається незрозумілим, до якого підрозділу повинна звернутися особа для отримання узгодження на розміщення зовнішньої реклами.

Єдина норма, яка начебто встановлює обов'язок поліції з надання подібного дозволу, міститься в абз. 13, п. 1 ст. 23 ЗУ «Про Національну поліцію», де вказано що до повноважень поліції належить видача дозвільних документів у сфері безпеки дорожнього руху. Ст. 52.3 ЗУ «Про дорожній рух» до повноважень національної поліції у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху відносить погодження проектів на будівництво, реконструкцію і ремонт автомобільних доріг, залізничних переїздів, комплексів дорожнього сервісу та інших споруд у межах відведення автомобільних доріг або червоних ліній міських вулиць і доріг. Але, як ми далі будемо доводити, єдине визначення поняття «рекламоносії» відсутнє – у нормативних актах вживаються різні поняття, як-то: у ЗУ «Про рекламу», ЗУ «Про автомобільні дороги» – «спеціальна тимчасова або стаціонарна конструкція». Дослідження поняття «споруди», здійснене на підставі вивчення положень Державного класифікатора будівель та споруд ДК 018-2000 [15], дає підстави стверджувати, що до їх числа належать будівельні системи, пов'язані із землею, які створені з будівельних матеріалів, напівфабрикатів, устаткування та обладнання в результаті виконання різних будівельно-монтажних робіт. Але сам зміст поняття «зовнішня реклама» свідчить про те, що вона може бути розташована не тільки на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях, але й на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання. Тобто з аналізу положень, що містяться у вищевказаних нормативно-правових актах, можна зробити висновки: якщо зовнішня реклама не є стаціонарною конструкцією у вигляді будівельної системи, пов'язаної із землею, то і погоджувати її розміщення у межах відведення автомобільних доріг з підрозділом національної поліції не потрібно. Хоча це не так. Тому виникає необхідність внесення змін до ст. 52.3 ЗУ «Про дорожній рух» щодо конкретизації повноважень національної поліції у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху щодо погодження

проектів документації на розміщення зовнішньої реклами.

Саме тому пропонуємо внести зміни та доповнити абз. 4 ст. 52.3 ЗУ «Про дорожній рух» фразою «у тому числі рекламоносіїв», а саме викласти її в такій редакції:

Стаття 52-3. Повноваження Національної поліції у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху.

До повноважень Національної поліції у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху належать: погодження відповідно до вимог цього Закону, інших законодавчих актів проектів на будівництво, реконструкцію ... комплексів дорожнього сервісу та інших споруд (у тому числі рекламоносіїв) у межах відведення автомобільних доріг або червоних ліній міських вулиць і доріг.

Що стосується виконання ст. 36-1 Постанови КМУ «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони» щодо обов'язковості отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, то питання не виникає, бо у ЗУ «Про місцеве самоврядування в Україні» міститься норма (абз. 13 ч. «а» ст. 30), яка серед переліку власних повноважень виконавчих органів сільських, селищних, міських рад у галузі житлово-комунального господарства, побутового, торговельного обслуговування, громадського харчування, транспорту і зв'язку виділяє надання дозволу на розміщення реклами [16]. Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами затверджено право сільської, селищної, міської ради регулювати діяльність із розміщення зовнішньої реклами, створювати відділ, управління, інший виконавчий орган або покласти відповідні функції на існуючий відділ [17].

У разі розміщення рекламоносіїв на пам'ятках історії та архітектури, в межах об'єктів природно-заповідного фонду необхідно погоджувати з Міністерством культури або місцевим органом виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини (ст. 36-3 Постанови [12] та п. 16 Постанови [17]).

Проте натеper є питання щодо багатозначності формулювання визначення окремих понять, зокрема поняття «рекламоносіїв», що заважає суб'єкту господарювання, який здійснює розміщення зовнішньої реклами, виконувати свій законодавчо встановлений обов'язок із погодження з усіма органами державної виконавчої влади та місцевого самоврядування.

Так, у ЗУ «Про автомобільні дороги» міститься таке визначення: це спеціальна тимчасова або розташована на відкритій місцевості

стаціонарна конструкція, на якій розміщується зовнішня реклама [9].

У Наказі Укравтодору міститься більш розширене поняття: це спеціальні конструкції: тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та не наземні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, тролі, таблички, короби, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції та ін.), які використовуються для розміщення реклами [18].

Визначення представлено і в деяких нормативно-правових актах місцевих органів влади, зокрема у Розпорядженні Київської міської державної адміністрації «Про розміщення реклами на транспорті комунальної власності м. Києва» зазначено, що рекламоносії – будь-які місця, які використовуються для розміщення на них реклами [19].

ЗУ «Про рекламу» надає дуже стисле визначення цього поняття: спеціальні тимчасові і стаціонарні конструкції, розташовані на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг [7]. Але цей Закон дає визначення як конкретизацію іншого терміна – «зовнішня реклама», окремо не виділяючи «рекламоносії».

Водночас у деяких нормативно-правових актах взагалі не використовується таке поняття, а більш вживаним є термін «спеціальні конструкції». Зокрема, це стосується Типових правил розміщення зовнішньої реклами, де саме й представлено таке розуміння тимчасових та стаціонарних рекламних засобів (світлових та несвітлових, наземних та неназемних, плоских та об'ємних стендів, щитів, панно, транспарантів, тролів, табличок, коробок, механічних, динамічних, електронних табло, екранів, панелей, тумб, складних просторових конструкцій тощо), які використовуються для розміщення реклами [17]. Саме це поняття вживається замість терміна «рекламоносії». Тоді як у Розпорядженні Київської міської державної адміністрації «Про розміщення реклами на транспорті комунальної власності м. Києва» міститься й подібне визначення поняття «спеціальні конструкції» і водночас поняття «рекламоносії», що ускладнює розуміння відмінності значення одного поняття від іншого.

Проте дуже принциповим моментом є надання чіткого визначення цього поняття в єдиному нормативно-правовому акті – Законі України «Про рекламу», на підставі якого приймалися багато інших нормативних актів, що здійснюють регулювання порядку розміщення зовнішньої реклами, зокрема: Типові



правила розміщення зовнішньої реклами [17], Наказ МВС «Про порядок узгодження розміщення реклами на транспортних засобах та встановлення рекламних носіїв відповідно до вимог законодавчих та нормативно-правових актів щодо забезпечення безпеки дорожнього руху» [20], а також ряд нормативно-правових актів, які регулюють порядок погодження з відповідними органами державної влади дій, порядок розміщення зовнішньої реклами: Постанова КМУ «Про Правила дорожнього руху» [13], Постанова КМУ «Про Положення про Державну інспекцію України з безпеки на наземному транспорті» [21], Постанова КМУ «Про Положення про Державну автомобільну інспекцію Міністерства внутрішніх справ» [22], Постанова КМУ «Про затвердження Положення про Державне агентство автомобільних доріг України» [23], Постанова КМУ «Про внесення змін і доповнень до Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони» [24].

Саме тому пропонується внесення змін до ЗУ «Про рекламу» та ЗУ «Про автомобільні дороги», які полягають у викладенні визначення поняття «рекламоносії» саме у такому вигляді, як воно представлене у Наказі Укравтодору «Про затвердження Порядку видачі дозволів на розміщення, будівництво, реконструкцію та функціонування об'єктів сервісу на землях дорожнього господарства та згод і погоджень на об'єкти зовнішньої реклами вздовж автомобільних доріг загального користування».

## Висновки

У статті досліджено адміністративно-правове регулювання розміщення зовнішньої реклами як одного з елементів об'єктів благоустрою населених пунктів, який у поєднанні з іншими елементами відіграє значну роль у формуванні зовнішнього вигляду населеного пункту. Розглянуто наявні обмеження щодо її розміщення.

Досліджено порядок отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами та погодження цього питання з органами виконавчої влади та місцевого самоврядування. Встановлено відсутність конкретної норми, яка б закріплювала компетенцію підрозділів Національної поліції з приводу погодження на розміщення зовнішньої реклами. Для вирішення цього питання запропоновано внесення змін до ст. 52.3 ЗУ «Про дорожній рух» щодо конкретизації повноважень національної поліції у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху щодо погодження проектів документації на розміщення зовнішньої реклами.

У процесі дослідження встановлено багатозначність формулювання визначення окремих понять, зокрема поняття «рекламоносії», що заважає суб'єкту господарювання, який здійснює розміщення зовнішньої реклами, виконувати свій законодавчо встановлений обов'язок із погодження з усіма органами державної виконавчої влади та місцевого самоврядування. Для усунення цього непорозуміння запропоновано внесення змін до ЗУ «Про рекламу» та ЗУ «Про автомобільні дороги» в частині викладення визначення поняття «рекламоносії» з детальною класифікацією у розрізі їх видів.

## Список використаних джерел:

1. Микитенко Л.А. Адміністративно-правове регулювання рекламної діяльності в Україні: автореф. дис... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право»; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. К., 2008. 22 с.
2. Черемнова А.І. Правове регулювання комерційної реклами в Україні: автореф. дис... канд. юрид. наук: спец. 12.00.04 «Господарське право господарсько-процесуальне право»; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. К., 2000. 17 с.
3. Мамчур Л.В. Правове регулювання реклами (цивільстичний аспект): автореф. дис... канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 «Цивільне право та цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право»; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. Л., 2006. 20 с.
4. Лисенко О. О. Правовий захист суспільства від шкідливої інформації: автореф. дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право»; Харк. нац. ун-т внутр. справ. Х., 2011. 20 с.
5. Стрельников А.В. Адміністративна відповідальність за порушення законодавства про рекламу: автореф. дис... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право»; Одес. нац. юрид. акад. О., 2004. 18 с.
6. Про благоустрій населених пунктів: Закон від 6 вересня 2005 р. № 2807-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2807-15/page2>
7. Про рекламу: Закон від 3 липня 1996 р. NN№ 270/96-ВР / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80/print1509692658205495>
8. Про внесення зміни до Закону України "Про рекламу" щодо використання окремих елементів благоустрою та контактної мережі при здійсненні рекламної діяльності: Закон України від 03 липня 2018 р. № 2484-VIII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2484-19>
9. Про автомобільні дороги: Закон України від 8 вересня 2005 р. № 2862-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2862-15/print>
10. Про затвердження Положення про Державне агентство автомобільних доріг України:

Постанова КМУ від 10 вересня 2014 р. № 439 / Законодавство України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/439-2014-%D0%BF>

11. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення регулювання відносин у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху: Закон України від 24 вересня 2008 р. № 586-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/586-17>

12. Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони: Постанова КМУ від 30 березня 1994 р. № 198 / Законодавство України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/198-94-%D0%BF>

13. Про Правила дорожнього руху: Постанова КМУ від 10 жовтня 2001 р. № 1306 / Законодавство України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1306-2001-%D0%BF/print1509535533649132>

14. Про Національну поліцію: Закон України від 2 липня 2015 р. № 580-VIII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/580-19/print1509793533482428>

15. Державний класифікатор будівель та споруд ДК 018-2000: наказ Держстандарту України від 17 серпня 2000 р. № 507. URL: <http://dp.sfs.gov.ua/data/files/55351.doc>

16. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80/print1509793530692870>

17. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами: Постанова КМУ від 29 грудня 2003 р. № 2067 / Законодавство України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF>

18. Про затвердження Порядку видачі дозволів на розміщення, будівництво, реконструкцію та

функціонування об'єктів сервісу на землях дорожнього господарства та згод і погоджень на об'єкти зовнішньої реклами вздовж автомобільних доріг загального користування: Наказ Укравтодору від 29.09.2005 р. № 414. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1266-05/print1510060898246600>

19. Про розміщення реклами на транспорті комунальної власності м. Києва: Розпорядження Київської міської державної адміністрації від 28 грудня 2005 р. № 2430. URL: [http://www.uazakon.com/documents/date\\_99/pg\\_izwfxl.htm](http://www.uazakon.com/documents/date_99/pg_izwfxl.htm)

20. Про порядок узгодження розміщення реклами на транспортних засобах та встановлення рекламних носіїв відповідно до вимог законодавчих та нормативно-правових актів щодо забезпечення безпеки дорожнього руху: наказ Міністерства внутрішніх справ України від 23.07.2001 № 583. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0652-01/print1510148186580469>

21. Про Положення про Державну інспекцію України з безпеки на наземному транспорті: Постанова КМУ від 17 липня 2014 р. № 299 / Законодавство України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/299-2014-%D0%BF>

22. Про Положення про Державну автомобільну інспекцію Міністерства внутрішніх справ: Постанова КМУ від 14 квітня 1997 р. № 341 / Законодавство України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/341-97-%D0%BF>

23. Про затвердження Положення про Державне агентство автомобільних доріг України: Постанова КМУ від 10 вересня 2014 р. № 439 / Законодавство України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/439-2014-%D0%BF>

24. Про внесення змін і доповнень до Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони: Постанова КМУ від 15 лютого 1999 р. № 193 / Законодавство України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/193-99-%D0%BF>

*В статье исследованы административно-правовое регулирование размещения наружной рекламы, как одного из элементов объекта благоустройства, который в сочетании с другими элементами принимает активное участие в формировании внешнего вида населенного пункта. Рассмотрены существующие ограничения по ее размещению. Исследована порядок получения разрешений на размещение внешней рекламы и согласования этого вопроса с органами исполнительной власти и местного самоуправления. Установлено отсутствие конкретной нормы, которая закрепляла компетенцию подразделений Национальной полиции по поводу согласования на размещение наружной рекламы. Выявлено многозначность формулировка понятия "рекламоносители". Для устранения этих недоразумений предложено внесение изменений в отдельные нормативно-правовых актов.*

**Ключевые слова:** административно-правовое регулирование, размещение наружной рекламы, благоустройство населенных пунктов, компетенция органов исполнительной власти, рекламоносители.

*The article deals with the administrative and legal regulation of the placement of outdoor advertising as one of the elements of the improvement of settlements, which, in combination with other elements, takes an active part in shaping the appearance of the settlement. The existing restrictions on its placement are considered. The procedure of obtaining permits for the placement of outdoor advertising and approval of this issue with executive authorities and local self-government bodies is explored. There was a lack of a specific norm that would fix the competence of the units of the National Police regarding the approval of the placement of outdoor advertising. The ambiguity of the formulation of the concept of "advertising" was revealed. In order to eliminate these misunderstandings, amendments to certain legal acts are proposed.*

**Key words:** administrative-legal regulation, placement of outdoor advertising, improvement of settlements, competence of executive authorities, advertising.