



СХІДНЕ МІЖОБЛАСНЕ ТЕРИТОРІАЛЬНЕ ВІДДІЛЕННЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОМІТЕТУ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ СХІДНОГО МІЖОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

02.09.2022 №70/31-р/к

Справа № 5/03-16-21

м.Київ

Про порушення законодавства
про захист економічної конкуренції

ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, прийнявши рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», вчинив порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до обмеження та спотворення конкуренції та внаслідок яких окремим групам суб'єктів господарювання створюються несприятливі умови діяльності порівняно з конкурентами.

За результатами розгляду справи № 5/03-16-21 адміністративна колегія Східного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (надалі - Відділення) визнала дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ [REDACTED]

[REDACTED] що полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким:

- надано повноваження Комісії з питань розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади як постійно діючого консультативно-дорадчого органу, що створюється, в тому числі, з метою залучення до процесу регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на громадських засадах представників галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами, бути учасником процедури видачі дозволів новим потенційним учасникам ринку, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до обмеження конкуренції;

- покладено додаткове фінансове навантаження на розповсюджувачів

реклами, чиї рекламні засоби є складовою частиною зупинок громадського транспорту, у вигляді обов'язку утримувати конструкцію даної зупинки та очищати її від забруднень, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, абзацом восьмим частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, як дії, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання створюються несприятливі умови діяльності порівняно з конкурентами;

- встановлено не передбачені чинним законодавством естетичні вимоги до розміщення рекламних засобів на етапі отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до спотворення конкуренції.

Адміністративна колегія Східного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши матеріали справи № 2/03-49-21 про порушення ВИКОНАВЧИМ КОМІТЕТОМ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ законодавства про захист економічної конкуренції та подання відділу досліджень і розслідувань в Сумській області від 19.08.2022 №70-03/121-П,

ВСТАНОВИЛА:

1. Процесуальні дії

- (1) Розпорядженням адміністративної колегії Відділення від 04.02.2021 № 70/16-рп/к розпочато розгляд справи № 5/03-16-21 за ознаками вчинення ВИКОНАВЧИМ КОМІТЕТОМ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ порушень законодавства про захист економічної конкуренції, передбачених:

- частиною першою статті 15, пунктом 3 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до обмеження конкуренції;

- абзацом восьмим частини другої статті 15, пунктом 3 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, як дії, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання створюються несприятливі умови діяльності порівняно з конкурентами;

- частиною першою статті 15, пунктом 3 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до спотворення конкуренції.

- (2) Листом від 09.02.2021 № 70-02/Юр-965 ГРОМАДСЬКІЙ СПІЛЦІ

«АСОЦІАЦІЯ ОПЕРАТОРІВ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ» повідомлено про початок розгляду справи № 5/03-16-21.

- (3) Листом 09.02.2021 № 70-02/955 копія розпорядження про початок розгляду справи направлена ВИКОНАВЧОМУ КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ.
- (4) Листом від 19.08.2022 № 70-02/с-1795 ВИКОНАВЧОМУ КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ направлено копію подання з попередніми висновками у справі від 19.08.2022 № 70-03/121-П.
- (5) Листом від 19.08.2022 № 70-02/с-1574 ГРОМАДСЬКІЙ СПІЛЦІ «АСОЦІАЦІЯ ОПЕРАТОРІВ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ» направлено копію подання з попередніми висновками у справі від 26.07.2022 № 70-03/94-П.
- (6) Листом від 31.08.2022 № 3134/03.02.02-07 ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ надав Відділенню відповідь на Подання з попередніми висновками.

2. Заявник

- (7) ГРОМАДСЬКА СПІЛКА «АСОЦІАЦІЯ ОПЕРАТОРІВ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ» [REDACTED] (надалі - Асоціація).
- (8) Згідно зі Статутом, затвердженим рішенням установчих зборів засновників Асоціації від 27.05.2015 (надалі - Статут), Асоціація є неприбутковим громадським об'єднанням. Основною метою Асоціації є формування спільноти учасників ринку зовнішньої реклами в Україні для популяризації і розвитку зовнішньої реклами в цілому, захист прав і представництва інтересів членів Асоціації, удосконалення правового регулювання галузі, а також обмін досвідом і практикою. Для виконання поставлених завдань Асоціація, в тому числі, здійснює представництво та захист законних професійних та інших спільних інтересів членів Асоціації в органах центральної та місцевої влади, інших державних і недержавних установах та організаціях, а також судах.
- (9) Статтею 29 Закону України «Про рекламу» об'єднанням підприємств у галузі реклами надано право представляти своїх членів в державних органах та органах місцевого самоврядування.

3. Відповідач

- (10) ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, [REDACTED]

ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ є юридичною особою. Дата державної реєстрації –

відповідно. За організаційно-правовою формою ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ є органом місцевого самоврядування. За даними ЄДР основним видом економічної діяльності ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

- (12) Відповідно до частини першої статті 11 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ є виконавчим органом Сумської міської ради.
- (13) Відповідно до абзацу одинадцятого статті 1 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» виконавчі органи рад - органи, які відповідно до Конституції України та цього Закону створюються сільськими, селищними, міськими, районними в містах (у разі їх створення) радами для здійснення виконавчих функцій і повноважень місцевого самоврядування у межах, визначених цим та іншими законами.
- (14) ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ відповідно до частини першої статті 16 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» є юридичною особою, наділеною цим та іншими законами власними повноваженнями, в межах яких діє самостійно і несе відповідальність за свою діяльність відповідно до закону.
- (15) Згідно зі статтею 2 Закону України «Про захист економічної конкуренції» цим Законом регулюються відносини, зокрема органів місцевого самоврядування із суб'єктами господарювання у зв'язку з економічною конкуренцією. Цей Закон застосовується до відносин, які впливають чи можуть вплинути на економічну конкуренцію на території України.
- (16) Таким чином, сфера застосування Закону України «Про захист економічної конкуренції» поширюється на відносини ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ із суб'єктами господарювання, які впливають чи можуть вплинути на економічну конкуренцію на території об'єднаної територіальної громади.
- (17) Частиною другою статті 4 Закону України «Про захист економічної конкуренції» передбачено, що органи місцевого самоврядування зобов'язані сприяти розвитку конкуренції та не вчиняти будь-яких неправомірних дій, які можуть мати негативний вплив на конкуренцію.
- (18) Частиною другою статті 19 Конституції України передбачено, що органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи зобов'язані діяти лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.
- (19) Згідно з частиною третьою статті 24 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» органи місцевого самоврядування та їх посадові особи діють лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, передбачені Конституцією і законами України, та керуються у своїй діяльності Конституцією і законами України, актами Президента України, Кабінету Міністрів України, прийнятими у межах їхньої компетенції.

- (20) Статтею 4 цього ж Закону визначено, що одним із основних принципів місцевого самоврядування є законність. Отже, реалізація ВИКОНАВЧИМ КОМІТЕТОМ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ наданих йому повноважень має здійснюватися з дотриманням вимог чинного законодавства, в тому числі Закону України «Про захист економічної конкуренції».

4. Опис ринку, на якому відбулися антиконкурентні дії Відповідача

- (21) Відповідно до підпункту 13 пункту «а» статті 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» до власних повноважень виконавчих органів місцевого самоврядування належить видача дозволів у порядку, встановленому законодавством, на розміщення реклами.
- (22) Відповідно до преамбули Закону України «Про рекламу» цей Закон визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.
- (23) Абзац шостий 6 статті 1 Закону України «Про рекламу» відносить до зовнішньої реклами - рекламу, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях - рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.
- (24) Відповідно до частини першої статті 16 Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.
- (25) Так постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 (із змінами та доповненнями) затверджені Типові правила розміщення зовнішньої реклами (надалі – Типові правила). Таким чином виконавчі органи сільських (селищних), міських рад при виданні дозволів не мають права відступати від норм Типових правил або порушувати їх, оскільки вони є нормами вищої юридичної сили по відношенню до рішень органів місцевого самоврядування і застосовуються безпосередньо з метою регулювання поведінки суб'єктів правовідносин у галузі розміщення зовнішньої реклами. В той час як порядок видачі дозволів, який затверджується виконавчим органом відповідної ради, це акт, що встановлює механізм реалізації прав та обов'язків цих суб'єктів та процедуру застосування норм права, визначених Типовими правилами і є похідним від них.
- (26) З часу затвердження Типових правил постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067, до них вносилися зміни та доповнення постановами Кабінету Міністрів України від 09.09.2009 №968, від 23.05.2012 №495, від 16.12.2015 №1173 та від 22.03.2017 №161. Разом з тим ухвалою Київського апеляційного адміністративного суду № 826/2002/16

від 25.08.2016 залишено без змін постанову Окружного адміністративного суду міста Києва № 826/2002/16 від 22.06.2016 якою визнано незаконною та скасовано пункт 8 постанови Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 №1173, який вносив зміни до Типових правил розміщення зовнішньої реклами. Таким чином на сьогодні чинною є редакція Типових правил із змінами внесеними постановами Кабінету Міністрів України від 09.09.2009 №968, від 23.05.2012 №495 та від 22.03.2017 №161 в частині, що не суперечить законам України, які мають вищу юридичну силу.

- (27) В преамбулі Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» зазначено: «Цей Закон визначає правові та організаційні засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності і встановлює порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та адміністраторів» (мовою оригіналу). Термін «адміністратор» у цьому Законі вживається у значенні, визначеному в Законі України «Про адміністративні послуги».
- (28) В абзаці другому частини першої статті 4-1 Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» встановлено, що порядок проведення дозвільної (погоджувальної) процедури, переоформлення та анулювання документів дозвільного характеру, що законами України віднесено до повноважень органів місцевого самоврядування, встановлюється їх рішенням, а у випадках, передбачених законом, - на підставі типових порядків, затверджених Кабінетом Міністрів України.
- (29) У випадку проведення дозвільної процедури для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами таким типовим порядком є Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами).
- (30) Правила розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади (надалі - Правила) та Примірний договір тимчасового користування місцем (місцями), що знаходиться в комунальній власності Сумської міської об'єднаної територіальної громади, для розташування рекламного засобу, затверджені рішенням ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ від 07.07.2020 №343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади» та викладені на офіційному сайті Сумської міської ради у вільному доступі за посиланням <https://smr.gov.ua/uk/dokumenti/rishennya-vikonavchogo-komitetu/2020/18476-cherven-2021.html>.
- (31) І. Пунктом 1.3.14 Правил передбачено, що робочим органом з регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади (надалі – робочий орган) є Управління архітектури та містобудування Сумської міської ради.

- (32) В той же час пунктом 1.3.19 Правил передбачається діяльність додаткового узгоджувального органу - Комісії з питань розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади (далі - Комісія) як постійно діючого консультативно-дорадчого органу, що створюється, в тому числі, з метою залучення до процесу регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на громадських засадах представників галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами.
- (33) Правила надають право цій Комісії бути учасником процедури видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами, а саме:
- пункт 4.3.1. Правил: Робочий орган протягом не більше як десяти робочих днів із дня одержання від Адміністратора належним чином оформлених двох примірників дозволу та супровідного листа від заявника розглядає їх, готує та подає пропозиції на розгляд Комісії для надання рекомендацій.
 - пункт 4.3.2. Правил передбачає, що з урахуванням рекомендацій Комісії робочий орган готує проект рішення виконавчого органу ради про розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади. Зазначений проект рішення подається на розгляд виконавчого органу ради.
- (34) Вищезазначене прямо суперечить положенням пункту 19 Типових правил, де зазначено, що Робочий орган протягом не більш як п'ятнадцяти робочих днів з дати одержання належним чином оформлених двох примірників дозволу розглядає заяву, готує і подає виконавчому органу ради пропозиції та проект відповідного рішення.
- (35) Відповідно до інформації, наданої ВИКОНАВЧИМ КОМІТЕТОМ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ листом від 30.08.2021 № 4436/03.02.02-07 на вимогу голови Відділення від 13.08.2021 № 70-02/с-6892, Комісія - постійно діючий консультативно-дорадчий колегіальний орган, створений з метою забезпечення узгодженості дій уповноважених органів по розгляду питань, що стосуються розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади, а також залучення до процесу регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на громадських засадах представників галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами. Висновки Комісії носять рекомендаційний характер.
- (36) Як зазначає ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ в листі від 30.08.2021 № 4436/03.02.02-07, пропозиції Комісії враховуються робочим органом при підготовці відповідних проектів рішень виконавчого комітету з питань діяльності щодо розміщення зовнішньої реклами.
- (37) Діючий склад Комісії затверджено розпорядженням міського голови від 15.09.2021 № 306-Р «Про внесення змін до розпорядження міського голови від 06.08.2020 № 225-Р «Про комісію з питань розміщення зовнішньої

реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади». До складу Комісії, з поміж інших осіб, входить представник громадської спілки «Асоціація операторів зовнішньої реклами України».

- (38) Слід зазначити, що відповідно до Статуту основною метою Асоціації є, зокрема захист прав і представництва інтересів членів Асоціації. Для виконання поставлених завдань Асоціація, в тому числі, здійснює представництво та захист законних професійних та інших спільних інтересів членів Асоціації в органах центральної та місцевої влади, інших державних і недержавних установах та організаціях, а також судах.
- (39) Таким чином до складу Комісії входять представники вже діючих на ринку зовнішньої реклами суб'єктів господарювання. Відтак набуття права Комісії бути учасником процедури видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами може прямо впливати на результат прийняття рішення виконавчим комітетом про надання дозволу новому потенційному учаснику ринку
- (40) Діяльність такої Комісії з вищезазначеними повноваженнями, до якої будуть входити представники галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади, суперечить чинному законодавству і може призвести до обмеження конкуренції на ринку зовнішньої реклами в межах Сумської міської об'єднаної територіальної громади.
- (41) Таким чином дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, які полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким надано повноваження Комісії з питань розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади як постійно діючого консультативно-дорадчого органу, що створюється, в тому числі, з метою залучення до процесу регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на громадських засадах представників галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами, бути учасником процедури видачі дозволів новим потенційним учасникам ринку, кваліфікуються як порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбачене пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до обмеження конкуренції.
- (42) П. Пункт 3.1.23 Правил зобов'язує розповсюджувача реклами, у разі коли його рекламний засіб є складовою частиною зупинки громадського транспорту, не лише утримувати свій рекламний засіб в належному стані, а й утримувати та очищувати конструкції всієї зупинки громадського транспорту від забруднень. В той час як управління об'єктами транспорту, що перебувають у комунальній власності відповідних територіальних

громад, забезпечення їх належного утримання відноситься до власних повноважень виконавчих органів міських рад (підпункт 1 пункту а) частини першої статті 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»).

- (43) За інформацією ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, наданою листом від 30.08.2021 № 4436/03.02.02-07, рішенням ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ від 18.05.2021 № 309 «Про розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської територіальної громади» фізичній особі-підприємцю Барановій О.П. (м. Суми), товариству з обмеженою відповідальністю «Сумське інформаційне обслуговування» (м. Суми), фізичній особі-підприємцю Луговому С.В. (м. Суми) надано дозвіл на розміщення зовнішньої реклами (рекламних засобів у складі зупинок громадського транспорту), балансоутримувачем/власником яких є Департамент інфраструктури міста Сумської міської ради та комунальне підприємство «Паркінг» Сумської міської ради та які і мають забезпечити утримання в належному стані вказаних об'єктів.
- (44) Необхідно зауважити, що у відповідності до пункту 13 Типових правил та пункту 4.1.14 Правил розповсюджувач реклами у будь-якому разі повинен укласти з робочим органом договір на право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розміщення рекламного засобу. Примірний договір тимчасового користування місцем (місцями), що знаходиться в комунальній власності Сумської міської об'єднаної територіальної громади, для розташування рекламного засобу, затверджено тим же рішенням ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ від 07.07.2020 №343. Порядок визначення плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади затверджується відповідним рішенням виконавчого органу ради.
- (45) Тобто в даному випадку для розповсюджувача реклами, рекламний засіб якого є складовою частиною зупинки громадського транспорту, окрім внесення щомісячної плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, має місце встановлення додаткового фінансового та організаційного навантаження у вигляді обов'язку утримувати всю конструкцію зупинки громадського транспорту та очищувати її від забруднень.
- (46) Суб'єкти ринку зовнішньої реклами, чиї рекламні засоби мають розміщуватися на громадських зупинках (будуть складовою частиною конструкції зупинки), будуть поставлені у несприятливі умови порівняно із конкурентами, оскільки будуть нести додаткове фінансове навантаження. Зазначене буде впливати негативним чином на їхню можливість конкурувати з іншими учасниками ринку зовнішньої реклами на рівних умовах, тим самим конкуренцію на ринку може бути спотворено.

(47) Таким чином дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, які полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким покладено додаткове фінансове навантаження на розповсюджувачів реклами, чий рекламні засоби є складовою частиною зупинок громадського транспорту, у вигляді обов'язку утримувати конструкцію даної зупинки та очищати її від забруднень, кваліфікуються як порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбачене пунктом 3 статті 50, абзацом восьмим частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, як дії, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання (суб'єктам господарювання, чий рекламні засоби мають розміщуватися на громадських зупинках) створюються несприятливі умови діяльності порівняно з конкурентами.

(48) III. Пунктом 4.3.4 затверджених Правил встановлена не передбачена чинним законодавством така підстава для відмови у отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами як невідповідність естетичним вимогам. Ці вимоги зазначені пункті 3.2 Правил під назвою «Естетичні вимоги розміщення рекламних засобів», а саме:

- 3.2.1. Рекламні засоби не повинні руйнувати візуальну цілісність інфраструктури та сформовані образні характеристики навколишнього середовища. Збереження зовнішнього вигляду архітектурно-історичних пам'яток, ансамблів, вулиць, площ, будівель, ландшафтно-паркових зон має бути домінуючим чинником у заходах із створення та розміщення зовнішньої реклами.

- 3.2.2. Прив'язка рекламних засобів до конкретної зони міського середовища потребує аналізу її функціонального насичення, архітектурно-просторових характеристик, умов зорового сприйняття. Кожен елемент рекламного засобу має нести естетичне навантаження відповідно до сучасних вимог.

- 3.2.3. Рекламні засоби з одним рекламно-інформаційним полем можуть мати декоративно оформлену зворотню сторону.

Фундаменти рекламних засобів необхідно заглиблювати, а у випадку неможливості заглиблення з причини розміщення рекламного засобу у межах охоронної зони інженерних комунікацій, фундаменти рекламних засобів можуть виступати над поверхнею землі та мають бути декоративно оформленими (квітник, лава тощо).

Рекламні засоби повинні мати декоративно закриті технологічні елементи (місця з'єднань різних частин конструкції, силові елементи опор, торцеві поверхні, елементи кріплення освітлювальної арматури, місця з'єднання з фундаментом).

- 3.2.4. Рекомендовано використовувати нестандартну зовнішню рекламу для закриття поверхонь будинків та споруд, що знаходяться у стані реконструкції.
- 3.2.5. Конструктивні елементи рекламних засобів мають бути виконані на високому технологічному рівні. Кожен елемент (опора, кронштейн, елемент фіксації) має бути складовою цілісного естетичного виду рекламного засобу.
- 3.2.6. Не допускається розміщення рекламних засобів, в т.ч. на фасадах будівель та споруд, виготовлених з матеріалів ПВХ та ПВС, тканини з ознаками зносу.
- 3.2.7. Вимоги підпунктів 3.2.1, 3.2.2, 3.2.5 пункту 3.2 розділу 3 Правил застосовуються в тому числі до рекламних засобів, розміщених на фасадах будівель та споруд.

- (49) Такі дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ прямо суперечать пункту 18 Типових правил, де зазначено, що під час надання дозволу втручання у форму рекламного засобу забороняється.
- (50) Окрім того правові норми пунктів 4.3.4 та 3.2 Правил прямо суперечать абзацу шостому частини першої статті 4 Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», де зазначено, що виключно законами, які регулюють відносини, пов'язані з одержанням документів дозвільного характеру, встановлюються вичерпний перелік підстав для відмови у видачі, переоформлення, анулювання документа дозвільного характеру.
- (51) Відповідно до частини п'ятої статті 16 Закону України «Про рекламу» перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений цим Законом, є вичерпним, при цьому даний закон не містить такої підстави для відмови у надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами як невідповідність естетичним вимогам розміщення рекламних засобів.
- (52) В той же час положення пункту 3.2 Правил містять саме естетичні вимоги до рекламних засобів, як наприклад: рекламні засоби не повинні руйнувати візуальну цілісність інфраструктури та сформовані образні характеристики навколишнього середовища; кожен елемент рекламного засобу має нести естетичне навантаження відповідно до сучасних вимог; розміщення рекламних засобів на будинках (у тому числі на дахах) не повинно вступати у візуальний конфлікт з їх архітектурою; кожен елемент (опора, кронштейн, елемент фіксації) має бути складовою цілісного естетичного виду рекламного засобу.
- (53) За інформацією ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, наданою листом від 30.08.2021 № 4436/03.02.02-07, на підставі невідповідності рекламних засобів вимогам пункту 3.2. Правил у період з

липня 2020 по липень 2021 відмовлено у видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами з наступних підстав:

- фізичній особі – підприємцю Очкуренко С.В. (м. Суми) – невідповідність вимогам, зазначеним у підпункті 3.2.6 пункту 3.2 розділу 3 Правил (рекламні засоби виготовлені з матеріалів ПВХ та ПВС);
- дочірньому підприємству «Перехід Аутдор» (м. Київ) – на місці відповідно до заяви встановлений рекламний засіб, естетичні якості якого не відповідають вимогам пунктів 3.2.3, 3.2.5 Правил;
- фізичній особі – підприємцю Дубницькому О.В. (Сумська область, Роменський район, с. Синівка) – невідповідність загальним вимогам, зазначеним у підпункті 3.2.1 пункту 3.2 розділу 3 Правил;
- фізичній особі – підприємцю Кошеленко В.Б. (м. Суми) – невідповідність підпункту 3.2.1 пункту 3.2 розділу 3 Правил – збереження зовнішнього вигляду архітектурно-історичних пам'яток, ансамблів, вулиць, площ, будівель, ландшафтно-паркових зон має бути домінуючим чинником у заходах їх створення та розміщення зовнішньої реклами;
- фізичній особі – підприємцю Товстуха Д.В. (м. Суми) – невідповідність загальним вимогам, зазначеним у підпункті 3.1.18 пункту 3.1 та пункті 3.2 розділу 3 Правил;
- дочірньому підприємству «БігБорд» (м. Київ) – невідповідність загальним вимогам, зазначеним у підпункті 3.1.18 пункту 3.1 та пункті 3.2 розділу 3 Правил;
- фізичній особі – підприємцю Курбанову Б.Б. (м. Суми) - невідповідність загальним вимогам, зазначеним у підпункті 3.1.18 пункту 3.1 та пункті 3.2 розділу 3 Правил;
- фізичній особі – підприємцю Білоус С.С. (Сумська область, Роменський район, смт. Недригайлів) - невідповідність загальним вимогам, зазначеним у підпункті 3.1.18 пункту 3.1 та пункті 3.2 розділу 3 Правил.

- (54) У своїх рішеннях Конституційний Суд України посиляється на принцип правової визначеності, наголошуючи на тому, що він є необхідним компонентом принципу верховенства права. Як зазначив Конституційний Суд України у рішенні № 17-рп/2010 від 29.06.2010, із конституційних принципів рівності і справедливості випливає вимога визначеності, ясності і недвозначності правової норми, оскільки інше не може забезпечити її однакове застосування, не виключає необмеженості трактування у правозастосовній практиці і неминує призводити до сваволі.
- (55) В умовах правової невизначеності вказані вище положення Правил не є чітко визначеними та відсилають до суб'єктивного розуміння та оцінювання відповідності рекламного засобу естетичним вимогам, які як наведено було вище мають загальний характер.

- (56) Такі підстави можуть призвести до відмови у видачі дозволу або продовженні строку його дії з суб'єктивних причин та наданні іншому суб'єкту господарювання дозволу на розміщення зовнішньої реклами на тому місці, де право на розміщення реклами втратив перший. Таким чином одні суб'єкти господарювання можуть отримати переваги над іншими не завдяки власним досягненням, а внаслідок впливу органу місцевого самоврядування, тим самим конкуренція на даному ринку може бути спотворена.
- (57) Таким чином виходячи з вищенаведеного дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, які полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким встановлено не передбачені чинним законодавством естетичні вимоги до розміщення рекламних засобів на етапі отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, кваліфікуються як порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбачене пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до спотворення конкуренції.

5.2. Негативний вплив на конкуренцію

- (58) Відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції» економічна конкуренція (конкуренція) - це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.
- (59) У розумінні частини першої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» антиконкурентними діями органів місцевого самоврядування є прийняття будь - яких актів (рішень, наказів, розпоряджень, постанов, тощо) або будь - які інші дії та бездіяльність, які призвели чи можуть призвести до спотворення конкуренції.
- (60) Згідно з абзацом восьмим частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» антиконкурентними діями органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю, зокрема, визнається дія, внаслідок якої окремим суб'єктам господарювання або групам суб'єктів господарювання створюються несприятливі чи дискримінаційні умови діяльності порівняно з конкурентами.
- (61) Таким чином, дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, що полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким:
- надано повноваження Комісії з питань розміщення зовнішньої реклами на

території Сумської міської об'єднаної територіальної громади як постійно діючого консультативно-дорадчого органу, що створюється, в тому числі, з метою залучення до процесу регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на громадських засадах представників галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами, бути учасником процедури видачі дозволів новим потенційним учасникам ринку, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до обмеження конкуренції;

- покладено додаткове фінансове навантаження на розповсюджувачів реклами, чиї рекламні засоби є складовою частиною зупинок громадського транспорту, у вигляді обов'язку утримувати конструкцію даної зупинки та очищати її від забруднень, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, абзацом восьмим частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, як дії, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання створюються несприятливі умови діяльності порівняно з конкурентами;

- встановлено не передбачені чинним законодавством естетичні вимоги до розміщення рекламних засобів на етапі отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до спотворення конкуренції.

- (62) Згідно з частиною третьою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» вчинення антиконкурентних дій органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно - господарського управління та контролю забороняється і тягне за собою відповідальність згідно з законом.

6. Заперечення Відповідача та Заявника та їх спростування

- (63) ГРОМАДСЬКА СПІЛКА «АСОЦІАЦІЯ ОПЕРАТОРІВ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ» не надала на подання з попередніми висновками у справі своїх пояснень та/або зауважень.
- (64) На подання з попередніми висновками у справі, яке було надіслано сторонам у справі, ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ листом від 31.08.2022 № 3134/03.02.02-07 надав свої зауваження та заперечення. Як свідчить подана відповідь, ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ з висновками Відділення про порушення законодавства про захист економічної конкуренції не згоден.
- (65) Так ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ наголошує що

Комісія – це постійно діючий консультативно-дорадчий колегіальний орган, висновки якої носять рекомендаційний характер. Відповідно до пункту 4.3.2. додатку 1 до Правил ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ відповідно до затвердженого Регламенту роботи на своїх засіданнях розглядає проект рішення про розміщення зовнішньої реклами та приймає рішення щодо надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами або про відмову у його наданні. Тобто виключно за рішенням ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ надається дозвіл на розміщення зовнішньої реклами або про відмову у його наданні.

- (66) Слід зазначити, що відповідно до інформації ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, наданої листом від 30.08.2021 № 4436/03.02.02-07, пропозиції Комісії враховуються робочим органом при підготовці відповідних проектів рішень виконавчого комітету з питань діяльності щодо розміщення зовнішньої реклами.
- (67) Разом з тим в преамбулі рішення ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ від 18.05.2021 № 309 «Про розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської громади» зазначено: «Враховуючи рекомендації Комісії з питань розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади, відповідно до статті ... виконавчий комітет Сумської міської ради вирішив». Тобто за наявності робочого органу, яким є Управління архітектури та містобудування Сумської міської ради, при прийнятті рішення враховуються саме рекомендації Комісії.
- (68) Оскільки до складу Комісії будуть входити представники галузевих рад підприємств, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади, надання повноваження бути учасником процедури видачі дозволів новим потенційним учасникам ринку може призвести до обмеження конкуренції на ринку зовнішньої реклами в межах Сумської міської об'єднаної територіальної громади.
- (69) Крім того, ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ стверджує, що згідно з пунктом 3.4. додатку до рішення від 17.03.2020 № 157 «Про впровадження Порядку плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів» для рекламних конструкцій типу «сіті-лайт», що є частиною зупинки громадського транспорту застосовується корегуючий коефіцієнт 0.2. Тобто, при розміщенні рекламної конструкції типу «сіті-лайт», що є частиною зупинки громадського транспорту, за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, плата зменшена в п'ять разів.
- (70) Відповідно до підпункту 1 пункту а) частини першої статті 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» управління об'єктами житлово-комунального господарства, побутового, торговельного обслуговування, транспорту і зв'язку, що перебувають у комунальній

власності відповідних територіальних громад, забезпечення їх належного утримання та ефективної експлуатації, необхідного рівня та якості послуг населенню відноситься до власних повноважень виконавчих органів міських рад.

- (71) Балансоутримувачем/власником рекламних засобів у складі зупинок громадського транспорту є Департамент інфраструктури міста Сумської міської ради та КОМУНАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО «ПАРКІНГ» Сумської міської ради, які мають забезпечити утримання в належному стані вказані об'єкти.
- (72) Слід зазначити, що за результатами проведення відкритих торгів Департаментом інфраструктури міста Сумської міської ради з КОМУНАЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ «ПАРКІНГ» Сумської міської ради було укладено договір на надання послуг з утримання в належному стані об'єктів благоустрою Сумської міської об'єднаної територіальної громади (утримання посадкових майданчиків на зупинках громадського транспорту) від 13.03.2020 № 79-б, фінансування якого здійснюється згідно з рішенням Сумської міської ради від 24.12.2019 № 6248-МР «Про бюджет Сумської міської об'єднаної територіальної громади на 2020 рік».
- (73) За результатами проведення відкритих торгів Департаментом інфраструктури міста Сумської міської ради з КОМУНАЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ «ШЛЯХРЕМБУД» було укладено договір на надання послуг з утримання в належному стані об'єктів благоустрою Сумської міської об'єднаної територіальної громади (утримання посадкових майданчиків на зупинках громадського транспорту) від 22.02.2021 № 59-б, при цьому фінансування здійснюється згідно з рішенням Сумської міської ради від 24.12.2020 № 62-МР «Про бюджет Сумської міської об'єднаної територіальної громади на 2020 рік».
- (74) Таким чином, покладання на суб'єктів господарювання - суб'єктів ринку зовнішньої реклами, чиї рекламні засоби мають розміщуватися на громадських зупинках (будуть складовою частиною конструкції зупинки), тягару утримання та очищення конструкції всієї зупинки громадського транспорту від забруднень, при тому що такі послуги загалом фінансуються за кошти місцевого бюджету, призводить до встановлення додаткового фінансового та організаційного навантаження для таких суб'єктів господарювання на відміну від інших суб'єктів ринку зовнішньої реклами, чиї рекламні засоби не розміщуються на громадських зупинках, внаслідок чого створюються несприятливі умови порівняно із конкурентами.
- (75) Також ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ зазначив, що зовнішнє рекламне оформлення міста має відповідати сучасним вимогам дизайну, ергономіки, урбаністики та естетики міського простору з урахуванням містобудівних умов, громадсько-політичних і соціально-психологічних чинників, історико-культурних традицій, що створює такі умови життєдіяльності людини в місті, де зовнішня реклама, система

візуальної інформації та навколишнє середовище об'єднані в єдиний гармонійний ансамбль.

- (76) Відповідно до частини першої статті 4 Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» виключно законами, які регулюють відносини, пов'язані з одержанням документів дозвільного характеру, встановлюються, зокрема, вичерпний перелік підстав для відмови у видачі, переоформлення, анулювання документа дозвільного характеру.
- (77) Відповідно до частини п'ятої статті 16 Закону України «Про рекламу» перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений цим Законом, є вичерпним, при цьому даний закон не містить такої підстави для відмови у надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами як невідповідність естетичним вимогам розміщення рекламних засобів.

7. Остаточні висновки адміністративної колегії Відділення

- (78) Таким чином, доказами, зібраними у справі, доводиться те, що дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ, що полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким:

- надано повноваження Комісії з питань розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади як постійно діючого консультативно-дорадчого органу, що створюється, в тому числі, з метою залучення до процесу регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на громадських засадах представників галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами, бути учасником процедури видачі дозволів новим потенційним учасникам ринку, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до обмеження конкуренції;
- покладено додаткове фінансове навантаження на розповсюджувачів реклами, чиї рекламні засоби є складовою частиною зупинок громадського транспорту, у вигляді обов'язку утримувати конструкцію даної зупинки та очищати її від забруднень, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, абзацом восьмим частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, як дії, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання створюються несприятливі умови діяльності порівняно з конкурентами;
- встановлено не передбачені чинним законодавством естетичні вимоги до

розміщення рекламних засобів на етапі отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до спотворення конкуренції.

(79) Такі дії Відповідача заборонені відповідно до частини 3 статті 15 зазначеного Закону.

Ураховуючи викладене, керуючись статтею 7, 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтею 48 Закону України «Про захист економічної конкуренції», пунктами 3 і 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23.02.2001 № 32-р, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 30.03.2001 за № 291/5482 та пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19.04.1994 № 5, зареєстрованих в Міністерстві юстиції України 06.05.1994 за №90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29.06.1998 №169-р) (із змінами), адміністративна колегія Східного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України

ПОСТАНОВИЛА:

1. Визнати дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ [REDACTED], які полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким надано повноваження Комісії з питань розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади як постійно діючого консультативно-дорадчого органу, що створюється, в тому числі, з метою залучення до процесу регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на громадських засадах представників галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами, бути учасником процедури видачі дозволів новим потенційним учасникам ринку, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до обмеження конкуренції.

2. Визнати дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ [REDACTED] які полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким покладено додаткове фінансове навантаження на розповсюджувачів реклами, чії рекламні засоби є складовою частиною зупинок

громадського транспорту, у вигляді обов'язку утримувати конструкцію даної зупинки та очищати її від забруднень, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, абзацом восьмим частини другої статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, як дії, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання створюються несприятливі умови діяльності порівняно з конкурентами.

3. Визнати дії ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ [REDACTED] які полягають у прийнятті рішення від 07.07.2020 № 343 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Сумської міської об'єднаної територіальної громади», яким встановлено не передбачені чинним законодавством естетичні вимоги до розміщення рекламних засобів на етапі отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 3 статті 50, частиною першою статті 15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у вигляді антиконкурентних дій органу місцевого самоврядування, які можуть призвести до спотворення конкуренції.

4. Zobov'yazati ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ [REDACTED] припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції, зазначене в пункті 1 резолютивної частини цього рішення, про що повідомити Східне міжобласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України.

5. Zobov'yazati ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ [REDACTED] припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції, зазначене в пункті 2 резолютивної частини цього рішення, про що повідомити Східне міжобласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України.

6. Zobov'yazati ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ СУМСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ [REDACTED] припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції, зазначене в пункті 3 резолютивної частини цього рішення, про що повідомити Східне міжобласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України.

Голова колегії

Юрій ГЛАДИК