



**ГІРСЬКА СІЛЬСЬКА РАДА
БОРИСПІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

ПРОЄКТ РІШЕННЯ

**Про затвердження Порядку надання дозволів на розміщення
зовнішньої реклами у населених пунктах
Гірської сільської територіальної громади**

Керуючись статтями 30, 31, 33, Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Законами України: «Про регулювання містобудівної діяльності», «Про благоустрій населених пунктів», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про рекламу», відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», сільська рада **ВИРІШИЛА**:

1. Затвердити Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади (додається).

2. Вважати таким, що втратило чинність рішення «Про затвердження Правил зовнішньої реклами з визначенням розміру плати за користування місцем, які перебувають у комунальній власності та надаються розповсюджувачам зовнішньої реклами для розташування спеціальних конструкцій на території Гірської сільської ради» від 17.06.2021 № 426-15-VIII.

3. Рішення оприлюднити на офіційному сайті Гірської сільської ради.

4. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійні комісії Гірської сільської ради Бориспільського району Київської області

Сільський голова

Роман ДМИТРІВ

№ _____

Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади

1. Загальні положення

1. Цей Порядок регулює відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади, та визначає порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

1.2. Дія цього Порядку поширюється на всю територію Гірської сільської територіальної громади, включаючи розташування рекламних засобів на будинках (будівлях) і спорудах, відкритих майданчиках, вулицях (дорогах), площах тощо; зелених зонах, елементах вуличного обладнання, інших об'єктах, розташованих на відкритій місцевості, незалежно від форм власності та відомчого підпорядкування. Порядок є обов'язковим для виконання на території Гірської сільської територіальної громади всіма суб'єктами, що здійснюють розміщення зовнішньої реклами.

1.3. У цьому Порядку терміни вживаються у такому значенні:

виконавчий орган ради - виконавчий комітет Гірської сільської ради;

дозвіл - документ установленної форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого Гірської сільської ради, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці;

місце розташування рекламного засобу - площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості у межах населеного пункту, що надається розповсюджувачу зовнішньої реклами в тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом (особою);

алея - дорога в парку, саду, сквері, лісопарку, на бульварі, обсаджена, як правило, з обох боків деревами та чагарниками;

пішохідна доріжка - елемент дороги, призначений для руху пішоходів, облаштований у її межах чи поза нею і позначений дорожнім знаком;

спеціальні конструкції - тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та неназемні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, троли, таблички, коробки, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами;

афіша - рекламне або довідкове аркушеве видання з інформацією щодо певного культурного заходу (події), призначене для розклеювання;

афішна тумба – спеціальна конструкція циліндричної форми, призначена для розміщення рекламних текстів;

банер (англ. banner – прапор, транспарант) – графічне зображення рекламного характеру, тканинне полотно прямокутної форми інформаційного або рекламного змісту;

білборд (billboard, bigboard, бігборд, щит) – рекламний щит, великоформатна конструкція, що стоїть окремо з зовнішнім та/або внутрішнім підсвічуванням. Можуть бути такого типу:

подвійний

спарений подвійний

тригранний

брандмауер – рекламна конструкція, розташована на стіні будинку;

вивіска або табличка – елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщений на зовнішній поверхні будинку, будівлі або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де розташовується власне чи надане у користування особі приміщення (крім, випадків, коли суб'єкту господарювання належить на праві власності або користування вся будівля або споруда), біля входу у таке приміщення, який не є рекламою.

вивіска (як реклама) –

1) гармонічне сполучення таких елементів зовнішньої реклами як: фриз, світлові короби, об'ємні букви, накладні елементи у виді панелей-кронштейнів, електронні статичні і динамічні компоненти. Це – складові частини, вихідний матеріал для майбутньої вивіски. Вони компонуються і видозмінюються дизайнером у процесі розробки макета вивіски;

2) рекламоносій, що являє собою конструкцію невеликого формату з назвою і профілем діяльності фірми, несе в собі елементи фірмового стилю – корпоративні кольори, особливий дизайн, властиві компанії. Розміщується при вході (або над входом) у будинок або організацію;

вітрина – застаканий елемент фасаду, який використовується для експонування продукції;

графічна (лазерна) проекційна установка (об'ємно-просторова (голографічна) проекційна установка) – рекламний засіб призначений для відтворення зображення на фасадах будинків (будівель). Конструкції установок складаються з графічного пристрою, на якому формується рекламне зображення;

кронштейн - консольна опорна деталь або конструкція, що служить для кріплення на вертикальній площині (стіни чи колони) виступаючих або висунутих в горизонтальному напрямку частин машин або споруд;

лайтбокс (світловий короб) – закрита об'ємна конструкція, виконана на основі пересувної металорами зі встановленими всередині світильниками. Розміщується паралельно фасаду будинку;

об'ємно-просторова конструкція, що стоїть окремо - об'ємний рекламний засіб, що розміщується на відкритій земельній ділянці, складається з елементів, що відтворюють логотипи, знаки для товарів та послуг, корпоративну символіку та інші елементи брендової ідентичності, а також масштабні моделі продукції рекламодавця тощо, без можливості зміни сюжету;

прапор, який використовується як рекламоносій - рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, має зовнішні поверхні для розміщення реклами (товарні знаки, скорочені найменування тощо) та складається з фундаменту, флагштоку (опорної стійки) та рекламної поверхні (полотнища);

сіті-скролл - рекламна конструкція, як правило, розміром 1.2x1.8 м, яка складається з алюмінієвого короба з внутрішньою підсвіткою, оснащеного системою прокрутки рекламних зображень;

сітілайт – це двосторонній бокс на ніжці (опорі);

степа - рекламна конструкція виготовлена, найчастіше, з металу, на бетонній основі з полями для рекламної інформації;

телевізійний екран - рекламний засіб, що використовується для відображення і передачі візуальної інформації. Складається з просторового каркаса та рекламного поля;

художньо-просторова композиція - рекламний засіб, що знаходиться на землі у вигляді фітооздоблення;

Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в Законі України "Про рекламу".

2. Регулювання діяльності у сфері розміщення зовнішньої реклами.

2.1. Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів, згідно з цим Порядком та відповідно до Постанови Кабінету Міністрів від 29.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами».

Видача (відмова у видачі, видача дубліката, переоформлення, припинення дії) дозволу на розміщення зовнішньої реклами здійснюється відповідно до Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» та цього Порядку.

Справляння плати за видачу зазначених дозволів забороняється.

2.2. Відділ містобудування, архітектури і землекористування Виконавчого комітету Гірської сільської ради регулює діяльність з розміщення зовнішньої реклами (далі - робочий орган). Робочий орган не вправі подавати заяву та одержувати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

У процесі регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами робочим органом залучаються на громадських засадах представники галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами.

2.3. До повноважень робочого органу належать:

розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами про надання дозволу, про відмову у видачі, видачі дубліката, переоформлення, припинення дії.

підготовка проекту рішення виконавчого комітету сільської ради щодо надання дозволу чи про відмову у його наданні;

видача дозволу на підставі рішення виконавчого комітету сільської ради;

ведення інформаційного банку даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру населених пунктів;

подання територіальним органам спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами;

Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

3. Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами

3.1. Для одержання дозволу заявник через відділ ЦНАП Гірської сільської ради подає робочому органу заяву за формою згідно з додатком 1, до якої додаються (у двох примірниках):

1. Фотокартка або комп'ютерний макет місця (розміром не менш як 6 x 9 см), на якому планується розташування рекламного засобу;

2. Схема розміщення зовнішньої реклами з прив'язкою до місцевості або топогеодезичний знімок у масштабі 1:500 (зазначено у додатку 6) – для розповсюджувачів реклами у разі розміщення зовнішньої реклами в межах охоронних зон цих комунікацій;

3. Ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням;
4. Погодження балансоутримувача або власника майна, на якому планується розміщення зовнішньої реклами;
5. Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;

3.2. За наявності документів, передбачених пунктом 3.1 цього Порядку, ЦНАП в той же день передає відомості про заяву робочому органу, який їх вносить до внутрішнього реєстру заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (журналу), який ведеться за формою згідно додатку 5.

Робочий орган протягом двох робочих днів з дня реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу.

У разі прийняття рішення про відмову у видачі дозволу робочий орган надсилає заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням підстав, передбачених законом.

Строк видачі дозволу або надання письмового повідомлення про відмову становить 10 робочих днів.

3.3. Видача дозволу погоджується робочим органом з власником місця або уповноваженим ним органом (особою), а також з:

Мінкультури - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного значення, в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць;

органом виконавчої влади обласної держадміністрації - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках обласного значення, а також в межах зон охорони цих пам'яток;

утримувачем інженерних комунікацій - у разі розміщення зовнішньої реклами в межах охоронних зон цих комунікацій;

Агентством відновлення або власниками автомобільних доріг та Національною поліцією - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смути відведення автомобільних доріг.

Перелік органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу, є вичерпним.

Дії щодо отримання зазначених погоджень вчиняються робочим органом без залучення заявника протягом строку, встановленого для отримання дозволу.

Для здійснення погодження робочий орган не пізніше дня, що настає за днем одержання документів від заявника, надсилає їх копії у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді органам, зазначеним в абзацах першому - п'ятому цього пункту, та встановлює строк розгляду зазначених документів.

За результатами дозвільної (погоджувальної) процедури органи, зазначені в абзацах першому - п'ятому цього пункту, надають погодження, які у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді надсилаються робочому органу.

У разі ненадання органами, зазначеними в абзацах першому - п'ятому цього пункту, протягом встановленого строку погоджень вважається, що видачу дозволу погоджено.

3.4. Робочий орган протягом не більш як двох робочих днів з дати одержання від органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу, подає виконавчому комітету сільської ради пропозиції та проект відповідного рішення.

3.5. Виконавчий комітет Гірської сільської ради приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

3.6. Дозвіл або відмова у його видачі видається не пізніше ніж протягом наступного робочого дня після прийняття відповідного рішення.

3.7. Дозвіл надається строком на п'ять років, якщо менший строк не зазначено у заяві.

3.8. Виданий у встановленому порядку дозвіл є підставою для розміщення зовнішньої реклами та виконання робіт, пов'язаних з розташуванням рекламного засобу.

3.9. Після розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами у термін 5 робочих днів зобов'язаний подати робочому органу фотокартку місця розташування рекламного засобу (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів).

3.10. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному сільською радою, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається, як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу.

3.11. У разі розміщення соціальної реклами плата за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами не стягується. Розміщення соціальної реклами може бути не більше 30% сумарного періоду на рік на одному рекламному засобі. У разі розміщення соціальної реклами розповсюджувач реклами, подає заяву до відділу містобудування, архітектури і землекористування виконавчого комітету із зазначенням терміну розміщення соціальної реклами та її змісту. Відділ містобудування, архітектури і землекористування виконавчого комітету повідомляє про це фінансове управління фінансів Гірської сільської ради після чого плата за місце розташування зовнішньої реклами в зазначений період не стягується.

3.12. У разі розміщення на рекламному засобі власної реклами (закладу, послуги, власного бренду, тощо) плата за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами нараховується у розмірі 50% від суми повної оплати.

4. Переоформлення або внесення змін до Дозволу

4.1. Особа, яка набула право власності на рекламний засіб або орендувала його, протягом одного місяця з дня виникнення права власності (користування) рекламним засобом, звертається до робочого органу із заявою в довільній формі. До заяви додається:

1. Документ, який засвідчує право власності (користування) на рекламний засіб;
2. Оригінал зареєстрованого Дозволу;
3. Письмове погодження власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженого ним органу (особи);
4. Копія виписки (витягу) про державну реєстрацію заявника як юридичної або фізичної особи – підприємця;

4.2. Якщо протягом строку дії Дозволу виникла потреба у зміні технологічної схеми рекламного засобу, розповсюджувач зовнішньої реклами звертається через відділ ЦНАП Гірської сільської ради до Робочого органу з письмовою заявою згідно додатку 2 про внесення у Дозвіл відповідних змін

До заяви додається:

1. Копія документа, що посвідчує особу заявника (представника);
2. Копія документа, що посвідчує повноваження представника;
3. Технологічна характеристика змін у технологічній або конструктивній схемі рекламного засобу;

4. Фотокартка або комп'ютерний макет місця (розміром не менше як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу;

5. Ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням;

6. Примірник дозволу розповсюджувача реклами (оригінал). Документ (акт звірки з Фінансовим Управлінням Гірської сільської ради), який підтверджує відсутність заборгованості перед Гірською сільською радою у попереднього власника (користувача) рекламного засобу щодо якого іде переоформлення дозволу.

У разі відсутності зауважень до поданих заявником документів робочий орган протягом двох робочих днів з дати отримання заяви переоформлює/вносить зміни у дозвіл з урахуванням змін, зазначених у заяві про переоформлення або внесення змін до дозволу.

Строк дії переоформленого дозволу або у який внесені зміни не може перевищувати строк дії, зазначений у дозволі.

5. Продовження строку дії Дозволу

5.1. Строк дії Дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається розповсюджувачем засобів зовнішньої реклами відповідно додатку 3 через відділ ЦНАП Робочому органу, не пізніше ніж за один місяць до закінчення строку дії Дозволу.

До заяви додаються:

1. Оригінал зареєстрованого Дозволу;

2. Письмова згода власника місця або уповноваженого ним органу (особи) на розміщення зовнішньої реклами на визначений строк, якщо місце перебуває у державній або приватній власності.

5.2. Після одержання документів, визначених п. 5.1. Робочий орган розглядає відповідну заяву та подає виконавчому комітету Гірської сільської ради пропозиції та проект відповідного рішення.

Термін, на який продовжується дія Дозволу, визначається Робочим органом, в залежності від виконання розповсюджувачем зовнішньої реклами умов укладеного Договору, цих Правил, Правил благоустрою території Гірської сільської територіальної громади.

5.3. Строк дії Дозволу не продовжується, якщо у розповсюджувача:

- існує заборгованість з оплати за тимчасове користування місцем розміщення засобу зовнішньої реклами за чинним Договором;

- не виконано письмову вимогу щодо приведення рекламного засобу до вимог Правил (про невиконання вимоги інформується Робочий орган письмово);

5.4. Процедура продовження строку дії Дозволу (відмова у його продовженні) здійснюється протягом тридцяти календарних днів з дня подання розповсюджувачем заяви. Робочий орган направляє через ЦНАП заявнику примірник Дозволу або лист про вмотивовану відмову у його продовженні. Продовження строку дії Дозволу (відмова у його продовженні) фіксується в журналі реєстрації.

6. Припинення дії дозволу

6.1. Дію дозволу припиняє Робочий орган до закінчення терміну дії:

за письмовою заявою розповсюджувача зовнішньої реклами відповідно додатку 4, до якої долучено підтвердження відсутності рекламного засобу на заявленому місці (фотофіксація).

До заяви додається:

витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, документ (акт звірки з Фінансовим Управлінням Гірської сільської ради), який підтверджує відсутність заборгованості перед Гірською сільською радою.

6.2. Дію дозволу припиняє виконавчий комітет Гірської сільської ради за поданням Робочого органу до закінчення терміну дії:

- у разі несплати Розповсюджувачем зовнішньої реклами плати за місце розміщення зовнішньої реклами більше трьох місяців, відповідно до умов Договору.

Рішення про припинення дії дозволу надсилається робочим органом розповсюджувачу зовнішньої реклами протягом двох робочих днів.

6.3. У разі закінчення терміну дії дозволу Розповсюджувач зовнішньої реклами має здійснити демонтаж об'єкту зовнішньої реклами у триденний термін за власні кошти.

6.4. У разі невиконання п. 6.3 Робочий орган повідомляє відділу благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва Гірської сільської ради та відповідно до законодавства просить прийняти правомірні дії щодо демонтажу зовнішньої реклами.

7. Вимоги до засобів зовнішньої реклами

7.1. Розміщення рекламних засобів повинно здійснюватись з врахуванням архітектурних, естетичних та функціонально-планувальних вимог та з додержанням Правил благоустрою території Гірської сільської територіальної громади. Обов'язковою вимогою встановлення рекламоносіїв є збереження умов цілісного візуального сприйняття архітектурних ансамблів та домінант, культових споруд, міських перспектив, ландшафтів та інших містоутворюючих факторів.

7.2. Розміщення нових рекламних засобів з погіршенням видимості існуючих рекламних засобів заборонено. З метою недопущення перевантаження окремих ділянок та територій рекламними засобами при розгляді питання видачі нових дозволів враховуються всі розташовані поблизу об'єкти зовнішньої реклами.

7.3. Забороняється розташовувати рекламні засоби на пішохідних доріжках та алеях.

7.4. Розміщення реклами та/або рекламних засобів на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні (у тому числі опорах) зовнішнього освітлення забороняється.

7.5. Розміщення рекламних засобів на фасадах будівель і споруд повинно здійснюватись з дотриманням структурної побудови фасадів без пошкодження елементів архітектурного оздоблення. Не допускається перенасичення фасадів будівель рекламними засобами.

7.6. Встановлення рекламних засобів на фасадах будівель та споруд допускається лише на основі врахування розмірів і форм, кольорової гами вже існуючих рекламних засобів.

7.7. Стилїстика художнього вирішення рекламних засобів на фасадах будівель і споруд повинна узгоджуватись з архітектурно-пластичними особливостями, силуетом та масштабом, кольоровою гамою оздоблення фасаду будівлі; написи і знаки повинні бути співрозмірні до елементів фасаду.

7.8. Вивіски чи таблички повинні розміщуватися без втручання у несучі конструкції, легко демонтуватися, щоб не створювати перешкод під час робіт, пов'язаних з експлуатацією та ремонтом будівель і споруд, на яких вони розміщуються; не повинні відтворювати зображення дорожніх знаків; не повинні розміщуватися на будинках або спорудах - об'єктах незавершеного будівництва;

7.9. Якщо у будівлі знаходяться кілька власників (орендарів) приміщень, зовнішній вхід для яких є спільним, то їх вивіски на фасаді повинні розташовуватись на невеликих табличках однакового розміру (площею до 0,3 кв. м) та з однакового матеріалу виконання, розміщених праворуч чи ліворуч від входу (в'їзду) у будівлю (приміщення). Окрім того, їхні вивіски можуть бути розташовані безпосередньо біля дверей належних їм приміщень.

7.10. Розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;

7.11. Освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків чи сусідніх житлових будинків садибної забудови.

7.12. Фундамент наземної зовнішньої реклами, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;

7.13. На опорах наземної зовнішньої реклами, що розміщується вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, за вимогою уповноваженого підрозділу Національної поліції наноситься вертикальна дорожня розмітка із світлоповертаючих матеріалів заввишки до 2 метрів від поверхні землі;

7.14. Нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;

7.15. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, не повинна розміщуватися на рекламних засобах ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років.

7.16. Підключення рекламних засобів до існуючих мереж зовнішнього освітлення здійснюється відповідно до вимог, передбачених законодавством.

7.17. Відповідальність за технічний стан рекламних засобів, порушення вимог техніки безпеки під час розташування та експлуатації рекламних засобів несе розповсюджувач зовнішньої реклами згідно із законодавством.

7.18. Рекламні засоби забезпечуються маркуванням із зазначенням на каркасі рекламного засобу найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, номера його телефону, дати видачі дозволу та строку його дії.

7.19. Відповідальність за міцність (стійкість) цих конструкцій, експлуатацію, технічний стан несе розповсюджувач зовнішньої реклами.

7.20. Розміщення зовнішньої реклами має узгоджуватись з затвердженим класифікатором рекламних конструкцій та вимог до нього згідно додатку 8.

8. Порядок демонтажу об'єктів зовнішньої реклами

8.1. Об'єкт зовнішньої реклами підлягає демонтажу, а відповідна територія приведенню у належний стан з відновленням її благоустрою у таких випадках:

8.1.1. якщо власника рекламного засобу встановити неможливо;

8.1.2. припинення дії дозволу на розміщення рекламного засобу;

8.1.3. у разі самовільного розміщення рекламних засобів (у разі відсутності дозволу, закінчення терміну дії або скасування дозволу, невідповідності місця розташування та зовнішнього вигляду рекламного засобу виданому дозволу) та у інших випадках передбачених чинним законодавством;

8.1.4. якщо рекламні засоби, створюють загрозу життю або здоров'ю людей та/або заподіяння шкоди майну третіх осіб або технічний стан рекламного засобу не відповідає вимогам безпеки, а також якщо відповідні порушення чи недоліки не були усунуті у термін, зазначений у відповідному приписі;

8.1.5. якщо рекламний засіб перебуває у неналежному санітарному та/або технічному стані (забруднений, неналежним чином пофарбований, містить несправні конструктивні елементи тощо), а також у разі не усунення наведених недоліків у термін, зазначений у відповідному приписі.

8.2. Виявлення рекламного засобу, який підлягає демонтажу здійснюється відділом містобудування, архітектури і землекористування виконавчого комітету Гірської сільської ради.

8.3. За наявності підстав для демонтажу рекламного засобу, передбачених цим Порядком, Робочий орган готує відповідний запит на відділ благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва виконавчого комітету Гірської сільської ради, які складають припис власнику (користувачу) рекламного засобу з вимогою усунення порушень благоустрою шляхом проведення демонтажу рекламного засобу.

8.4. Вручення припису здійснюється шляхом наклеювання його примірника на фронтальній частині рекламного засобу та направленням його рекомендованим поштовим повідомленням власнику (користувачу), якщо власник, користувач відомі.

Особа, яка винесла припис, здійснює фотофіксацію наклеєного припису на рекламному засобі. При цьому, щонайменше на одній з фотографій має бути чітко та розбірливо видно інформацію про номер та дату складення припису.

Матеріали фотофіксації долучаються до припису, про що в приписі робиться відповідний запис, а власник (користувач) рекламного засобу вважається повідомленим про винесення припису належним чином.

8.5. Якщо на протязі п'яти робочих днів з дати винесення припису (власник рекламного засобу не відомий) або п'яти робочих днів з дати отримання припису (власник рекламного засобу відомий), власником чи користувачем рекламного засобу не проведено демонтаж спеціалісти відділу благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва виконавчого комітету Гірської сільської ради складають акт про розміщення з порушенням законодавства.

В даному акті має бути зазначено:

- дата, час, місце складання акту;
- прізвище, ім'я, по батькові, посада та підпис особи що склала даний акт;
- місце де розміщений рекламний засіб;
- опис рекламного засобу, що розміщений без правових підстав: геометричні розміри, матеріал, наявність підключення до мереж;
- відомості про власника рекламного засобу (за наявності);
- підпис власника рекламного засобу про ознайомлення з даним актом, (якщо власник відомий).

8.6. На підставі акта про розміщення рекламного засобу з порушенням законодавства, спеціаліст відділу благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва виконавчого комітету Гірської сільської ради в 10-ти денний термін готує і подає на розгляд виконавчого комітету Гірської сільської ради проєкт рішення виконавчого комітету про демонтаж рекламного засобу, який встановлений з порушенням вимог чинного законодавства України.

Дане рішення в обов'язковому порядку погоджується з відділом містобудування, архітектури і землекористування виконавчого комітету Гірської сільської ради.

Рішення виконавчого комітету Гірської сільської ради про демонтаж рекламного засобу протягом п'яти робочих днів з моменту його прийняття надсилається власнику (користувачу) рекомендованим листом з повідомленням про вручення або надається під розписку (якщо власник, користувач відомі) та розміщується на офіційному сайті Гірської сільської ради в мережі Інтернет.

8.7. Підставою для проведення демонтажу рекламного засобу є рішення виконавчого комітету Гірської сільської ради про демонтаж рекламного засобу.

8.8. На підставі прийнятого рішення виконавчого комітету Гірської сільської ради про демонтаж рекламного засобу відділ благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва виконавчого комітету Гірської сільської ради готує попередження з посиланням на відповідне рішення виконавчого комітету і наклеюється на рекламний засіб з проведенням фотофіксації. Власнику надається 10-ти денний строк для добровільного виконання рішення.

8.9. У разі невиконання власником (користувачем) рекламного засобу рішення щодо демонтажу та не приведення місця розміщення рекламного засобу у належний стан з відновленням благоустрою протягом строку, зазначеного у рішенні здійснюється демонтаж рекламного засобу.

8.10. Демонтаж здійснюється комунальним підприємством чи іншим суб'єктом господарювання, який володіє необхідним для цього обладнанням і технікою та з яким укладено договір на виконання даних робіт. Під час проведення демонтажу можуть залучатись представники державних та правоохоронних органів, депутати Гірської сільської ради. Витрати, понесені на демонтаж та зберігання компенсуються власником відповідного об'єкту.

8.11. Демонтаж відповідного об'єкту здійснюється в такому порядку:

Представники підприємства, які виконують демонтажування спільно з представником відділу благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва Гірської сільської ради складають акт про демонтажу відповідного об'єкту (згідно з додатку 7 до цього Порядку), який містить:

- дата, час проведення знесення та місце розташування рекламного засобу, підстави для його демонтажу;
- прізвище, ім'я, по батькові, посади та підписи представників підприємств, які виконують демонтажування рекламного засобу;
- найменування підприємств, що виконують демонтаж та відключення від інженерних мереж відповідного об'єкту;
- опис рекламного засобу, що демонтується: геометричні розміри, матеріал, наявність підключення до мереж електропостачання і перелік візуально виявлених недоліків, пошкоджень;
- відомості про власника (якщо такі відомі);
- матеріали фото фіксації;

У разі відсутності власника рекламного засобу під час процедури демонтажу (знесення) або у разі не виявлення власника про це робиться відмітка у акті проведення демонтажу.

Акт проведення демонтажу складається у трьох примірниках, один з яких надається власнику відповідного об'єкту, якщо такий відомий, другий примірник залишається у підприємства, яке проводило демонтажні роботи, третій примірник залишається у представників відділу благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва Гірської сільської ради.

Якщо власник не відомий, то даний примірник зберігається у відділі благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва Гірської сільської ради. Повідомлення про демонтаж рекламного засобу має бути опубліковане на офіційному сайті Гірської сільської ради.

8.12. Після складання акту демонтажу (знесення), рекламного засобу відключається від мереж, демонтується і перевозиться на майданчик тимчасового зберігання.

Пошкодження заподіяні під час демонтажу не підлягають відшкодуванню.

Гірська сільська рада або інший суб'єкт господарювання не несуть відповідальності за погіршення стану рекламного засобу через об'єктивну відсутність спеціальних приміщень або належних умов зберігання (погодні умови, тощо).

8.13. Протягом 5-ти робочих днів з моменту демонтажу рекламного засобу відділ благоустрою Управління житлово-комунального господарства та капітального будівництва Гірської сільської ради надсилає власнику рекламного засобу у разі його відсутності при проведенні демонтажу, рекомендованим листом з повідомленням про вручення або надає під розписку (якщо власник, користувач відомі) повідомлення про демонтаж, місце тимчасового зберігання, суму коштів, яка підлягає відшкодуванню власником рекламного засобу за його демонтаж, та розміщує таку ж саму інформацію на офіційному сайті Гірської сільської ради.

8.14. Демонтовані рекламні засоби повертаються власникові після надання відповідних документів, які засвідчують право власності (майнові права) на такі рекламні засоби, після оплати ним робіт з відключення від інженерних мереж, робіт з демонтажу, перевезення, розвантаження та зберігання рекламних засобів, відновлення благоустрою на місці демонтажу згідно з розрахунками, наданими суб'єктами господарювання, що були задіяні в демонтажі.

8.15. Для власників рекламних засобів розмір плати встановлюється та складається таким чином:

- за демонтування, завантаження та доставку до місця зберігання рекламного засобу - згідно з калькуляцією наданою суб'єктом господарювання, який безпосередньо здійснював демонтаж;

- за зберігання - у відповідності до калькуляції, наданої суб'єктом господарювання, з яким Гірська сільська рада уклала договір на зберігання;

- за відключення від інженерних мереж - згідно з калькуляціями, наданими суб'єктами господарювання, які безпосередньо здійснили (виконали) відключення;

- за відновлення благоустрою на місці демонтажу - згідно з калькуляцією, яка обраховується відповідно до Порядку визначення відновної вартості об'єктів благоустрою, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 826, та Методики визначення відновної вартості об'єкта благоустрою, затвердженої наказом Міністерства з питань житлово-комунального господарства України від 03.11.2008 № 326.

8.16. Демонтований рекламний засіб, власник (користувач) якого не встановлений, вважається знахідкою та береться на облік як знахідка. Посадова особа виконавчого органу Гірської сільської ради, яка виявила такий рекламний засіб, повідомляє про знахідку відповідне районне управління поліції за місцем її виявлення протягом трьох днів з моменту виявлення такого об'єкту та готує проект рішення виконавчого комітету Гірської сільської ради про взяття його на облік.

Якщо протягом 6 місяців з моменту повідомлення управління поліції про рекламний засіб, власник (користувач) якого не встановлений, не буде встановлено власника (користувача) або власник (користувач) не заявить про свої права до поліції або до виконавчого комітету Гірської сільської ради, Гірська сільська територіальна громада набуває право власності на такий рекламний засіб.

Якщо протягом 6 місяців з моменту повідомлення поліції про рекламний засіб, власник (користувач) якої вважається не встановленим, буде встановлено власника (користувача) або власник (користувач), який заявить про свої права до поліції або до виконавчого комітету Гірської сільської ради, він повертається власнику (користувачу).

Власник (користувач) знайденого рекламного засобу відшкодовує витрати, пов'язані із знахідкою (демонтаж, зберігання, транспортування, розшук власника тощо), та сплачує винагороду за знахідку в розмірі двадцяти відсотків вартості рекламного засобу до місцевого бюджету.

8.17. Рішення щодо подальшого використання рекламного засобу приймає виконавчий комітет Гірської сільської ради відповідно до вимог чинного законодавства.

9. Контроль за дотриманням Правил

9.1. Контроль за дотриманням цього Порядку здійснює Відділ містобудування, архітектури і землекористування Виконавчого комітету Гірської сільської ради.

9.2. У разі порушення Порядку розповсюдження та розміщення реклами робочий орган, який здійснює контроль за дотриманням цих Правил, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у термін 10 робочих днів.

У разі невиконання цієї вимоги робочий орган, який здійснює контроль, подає інформацію спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

9.3. Розповсюджувач зовнішньої реклами, винний у порушенні цих Правил, несе відповідальність згідно із законодавством.

10. Прикінцеві положення

10.1. Питання, що не врегульовані цим Порядком, вирішуються згідно з чинним законодавством України.

10.2. Спори, що виникають при вирішенні питань, пов'язаних із розміщенням зовнішньої реклами, вирішуються у порядку, встановленому законодавством.

Додаток 1
до Порядку надання дозволів на
розміщення зовнішньої реклами
у населених пунктах
Гірської сільської територіальної
територіальної громади
Голові Гірської сільської ради

_____ (П.І.Б. заявника та уповноваженої особи, підстав діяти від імені заявника)

_____ (фактичне місце проживання, поштовий індекс)

_____ (контактні номери телефонів, електронна пошта)

ЗАЯВА

про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами

_____ (об'єкт, на який видається документ)

Заявник

_____ (для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої реклами,

_____ для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові)

Адреса заявника

_____ (для юридичної особи - місцезнаходження,

_____ для фізичної особи - місце проживання, паспортні дані)

Ідентифікаційний код юридичної особи

або ідентифікаційний номер фізичної особи _____

Телефон (телефакс) _____

Прошу надати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами за адресою:

_____ (повна адреса місця розташування рекламного засобу)

строком на _____

_____ (літерами)

Перелік документів, що додаються:

- 1) документ, що посвідчує особу заявника (представника);
 - 2) довідка про реєстрацію місця проживання (у разі коли в паспорті відсутні дані про реєстрацію місця проживання);
 - 3) документ, що посвідчує повноваження представника;
 - 4) фотографічний знімок або комп'ютерний макет місця (розміром не менше 6x9 сантиметрів), на якому планується розмістити ОЗР
 - 5) ескіз ОЗР з конструктивним рішенням
 - 6) погодження балансоутримувача або власника майна, на якому планується розміщення ОЗР
 - 7) схема розміщення ОЗР з прив'язкою до місцевості на топографічній зйомці М 1:500
- Копії документів, що подаються, засвідчуються замовником (його представником).

При подачі документів пред'являються їх оригінали.

При цьому даю згоду відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» на обробку моїх особистих персональних даних у картотеках та/або за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем з метою підготовки відповідно до вимог законодавства статистичної, адміністративної та іншої інформації з питань діяльності уповноваженого органу містобудування та архітектури.

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

_____ (підпис)

“ ____ ” _____ 20__ року

Додаток 2

до Порядку надання дозволів на розміщення
зовнішньої реклами у населених пунктах
Гірської сільської територіальної територіальної
громади
Голові Гірської сільської ради

(П.І.Б. заявника та уповноваженої особи, підстав діяти від імені заявника)

(фактичне місце проживання, поштовий індекс)

(контактні номери телефонів, електронна пошта)

ЗАЯВА

про внесення змін до дозволу на розміщення зовнішньої реклами

Прошу внести зміни до дозволу на розміщення об'єкту зовнішньої реклами
№ _____ від _____ року щодо розміщення рекламної
конструкції _____ типу

(назва виду зовнішньої реклами)

по вул. (пров.) _____
(повна адреса місця розташування рекламного засобу)

Перелік документів, що додаються:

1. копія документа, що посвідчує особу заявника (представника);
2. копія документа, що посвідчує повноваження представника;
3. технологічна характеристика змін у технологічній або конструктивній схемі рекламного засобу;
4. фотокартка або комп'ютерний макет місця (розміром не менше як 6 х 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу;
5. ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням;
6. примірник дозволу розповсюджувача реклами (оригінал).

При цьому даю згоду відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» на обробку моїх особистих персональних даних у картотеках та/або за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем з метою підготовки відповідно до вимог законодавства статистичної, адміністративної та іншої інформації з питань діяльності уповноваженого органу містобудування та архітектури.

(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис)

“ ____ “ _____ 20__ року

Додаток 3

до Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної територіальної громади

Голові Гірської сільської ради

_____ (П.І.Б. заявника та уповноваженої особи, підстав діяти від імені заявника)

_____ (фактичне місце проживання, поштовий індекс)

_____ (контактні номери телефонів, електронна пошта)

ЗАЯВА

про продовження терміну дії дозволу на розміщення зовнішньої реклами

Прошу продовжити термін дії дозволу на розміщення об'єкту зовнішньої реклами № _____ від _____ року щодо розміщення рекламної конструкції типу _____

_____ (назва виду зовнішньої реклами)

по вул. (пров.) _____

_____ (повна адреса місця розташування рекламного засобу)

Перелік документів, що додаються:

1. копія документа, що посвідчує особу заявника (представника);
2. копія документа, що посвідчує повноваження представника;
3. документ, який підтверджує відсутність заборгованості у розповсюджувача реклами на розміщення рекламного засобу на який раніше було надано дозвіл та укладено договір про надання у користування місць для розміщення рекламного засобу;
4. примірник дозволу заявника на розміщення рекламного засобу (оригінал);

При цьому даю згоду відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» на обробку моїх особистих персональних даних у картотеках та/або за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем з метою підготовки відповідно до вимог законодавства статистичної, адміністративної та іншої інформації з питань діяльності уповноваженого органу містобудування та архітектури.

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

_____ (підпис)

“ ____ ” _____ 20__ року

Додаток 4

до Порядку надання дозволів на розміщення
зовнішньої реклами у населених пунктах
Гірської сільської територіальної територіальної
громади
Голові Гірської сільської ради

(найменування уповноваженого органу містобудування та архітектури)

(П.І.Б. заявника)

Паспорт: серія _____ № _____

Адреса реєстрації: _____

ЗАЯВА

Прошу припинити дію дозволу на розміщення зовнішньої реклами за адресою: _____

(повна адреса місця розташування рекламного засобу)

у зв'язку з _____

Перелік документів, що додаються:

1. копія правостановлюючих документів юридичної особи, або документи, що посвідчують особу (для фізичних осіб);
2. документ, що підтверджує повноваження представника (у разі подання законним представником або представником за довіреністю);
3. фотофіксація проведеного ним демонтажу спеціальної конструкції;
4. примірник дозволу заявника на розміщення рекламного засобу (оригінал).

При цьому даю згоду відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» на обробку моїх особистих персональних даних у картотеках та/або за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем з метою підготовки відповідно до вимог законодавства статистичної, адміністративної та іншої інформації з питань діяльності уповноваженого органу містобудування та архітектури.

(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис)

“ ____ “ _____ 20__ року

Додаток 5

до Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної територіальної громади

ЖУРНАЛ

реєстрації заяв та дозволів на розміщення засобів зовнішньої реклами

Реєстраційний номер заяви	Дата подання	Для юридичної особи-повне найменування, місцезнаходження та ідентифікаційний код, для фізичної особи — ПІБ, паспортні дані, ідентифікаційний номер та місце проживання	Кількість сторінок у поданих документах	Підпис особи, на яку покладено реєстрація документів	Підпис заявника	Дата і номер видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами, строку дії, дата і номер рішення про відмову у наданні дозволу	Результати розгляду заяв на продовження строку дії, або переоформлення дозволу	Дата і номер рішення про скасування дозволу
---------------------------	--------------	--	---	--	-----------------	--	--	---

Додаток 6

до Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної територіальної громади

ДОЗВІЛ на розміщення зовнішньої реклами

Виданий _____ р. на підставі рішення _____
(дата видачі)

_____ (виконавчий орган сільської, селищної, міської ради, дата і номер рішення)

_____ (для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, для фізичної

_____ особи - прізвище, ім'я та по батькові)

_____ (місцезнаходження (місце проживання), номер телефону (телефаксу), банківські реквізити,

_____ ідентифікаційний код (номер)

Адреса місця розташування рекламного засобу _____

Характеристика (в тому числі технічна) рекламного засобу _____

_____ (вид, розміри, площа місця розташування рекламного засобу)

Фотокартка або комп'ютерний макет місця з фрагментом місцевості (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу

Ескіз з конструктивним рішенням рекламного засобу

Топогеодезичний знімок місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу

Відповідальний за топогеодезичне знімання _____ М. П.
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник робочого органу _____ (підпис) _____ (ініціали та прізвище)

М. П.

Фотокартка місця (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів) після розташування на ньому рекламного засобу

Керівник робочого органу _____ (підпис) _____ (ініціали та прізвище)

М. П.

Додаток 7

до Порядку надання дозволів на
розміщення зовнішньої реклами
у населених пунктах
Гірської сільської територіальної
територіальної громади

АКТ

про демонтаж самовільно розміщеного рекламного засобу

с. _____
« _____ » _____ 202 ____ р.
_____ год. _____ хв.

Нами:

_____,
_____.

за участі _____

_____,
на підставі рішення виконавчого комітету Гірської сільської ради від
_____ 202 ____ № _____ «Про демонтаж самовільно розміщеного рекламного
засобу» здійснили демонтаж рекламного засобу, розміщеного за адресою: с.,__
_____.

Опис рекламного засобу: _____

_____.

Демонтований рекламний засіб буде розміщений на зберігання за адресою:

Додаток: фотоматеріали.

Підписи:

Додаток 8

до Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної територіальної громади

Класифікатор рекламних конструкцій

Назва рекламної конструкції	Вид конструкції зовнішньої реклами
<p>Щит, що стоїть окремо: «білборд» (6x3)</p> <p>Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового каркаса та однієї або більше рекламних поверхонь, може мати різні технології зміни зображення (скролінг, суцільний, призматрон, беклайт, комбіновані варіанти тощо).</p> <p>Основні характеристики (вимоги):</p> <p>Габаритні розміри мають становити 6м по ширині 3 м по довжині. Щити білборди не можуть бути розташовані в межах центральних вулиць населеного пункту.</p> <p>Нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття,</p> <ul style="list-style-type: none">- в разі розміщення над місцем руху пішоходів, нижній край рекламного засобу (просторового каркасу) повинен розташовуватися на висоті не менше ніж:<ul style="list-style-type: none">- 2,5 м – для щита, що стоїть окремо, технологією зміни зображення - скролінг, площею рекламної поверхні до 8,0 кв. м включно. <p>У разі освітлення рекламного засобу не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків. Рекламна поверхня рекламного засобу на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям, або інформацією соціального змісту.</p> <ul style="list-style-type: none">- рекламні засоби мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 7 Порядку- конструкція рекламного засобу має бути оформлене в графітово-сірій кольоровій гаммі <p>Забороняється розміщення:</p> <ul style="list-style-type: none">на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях, ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, пішохідних переходів та виїздів	

Щит «бек» вертикальний, що стоїть окремо (8x4)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового каркаса та однієї або більше рекламних поверхонь, може мати різні технології зміни зображення (скролінг, суцільний, призматрон, беклайт, комбіновані варіанти тощо)

Основні характеристики (вимоги):

Габаритні розміри мають становити не більше ніж 4 м по ширині та 8 м по довжині.

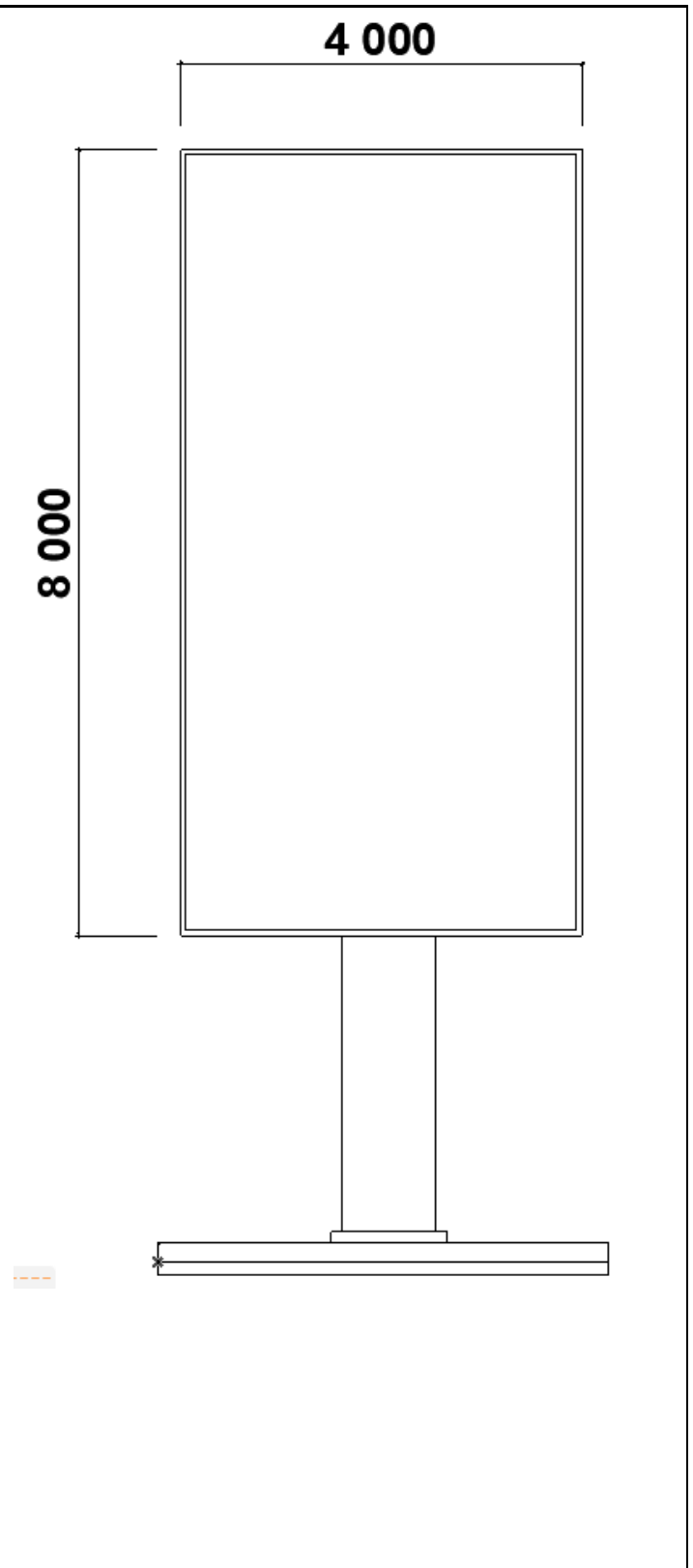
Нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття

У разі освітлення рекламного засобу не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків. Рекламна поверхня рекламного засобу на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям, або інформацією соціального змісту.

Рекламні засоби мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 7 Порядку конструкція рекламного засобу має бути оформлене в графітово-сірій кольоровій гаммі.

Забороняється розміщення:

на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях, ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, пішохідних переходів та виїздів



Щит, що стоїть окремо:

«білборд» (36x12)

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового каркаса та однієї або більше рекламних поверхонь, може мати різні технології зміни зображення (скролінг, суцільний, призматрон, беклайт, комбіновані варіанти тощо).

Основні характеристики (вимоги):

Габаритні розміри мають становити 36 м по ширині 12 м по довжині. Великогабаритні щити можуть бути встановлені виключно вздовж автомагістралі М-03.

Нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття,

- в разі розміщення над місцем руху пішоходів, нижній край рекламного засобу (просторового каркасу) повинен розташовуватися на висоті не менше ніж:

- 2,5 м – для щита, що стоїть окремо,

технологією зміни зображення - скролінг,

площею рекламної поверхні до 8,0 кв. м

включно.

- 3 м - для щита, що стоїть окремо,

технологією зміни зображення - скролінг,

площею рекламної поверхні понад 8,0 кв. м,

призматрон, суцільний, беклайт,

комбіновані варіанти тощо;

У разі освітлення рекламного засобу не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків. Рекламна поверхня рекламного засобу на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям,

або інформацією соціального змісту.

- рекламні засоби мають

розміщуватись у відповідності до

вимог, передбачених п. 7 Порядку

конструкція рекламного засобу має

бути оформлене в графітово-сірій

кольоровій гаммі

Забороняється розміщення:

на пішохідних та велосипедних

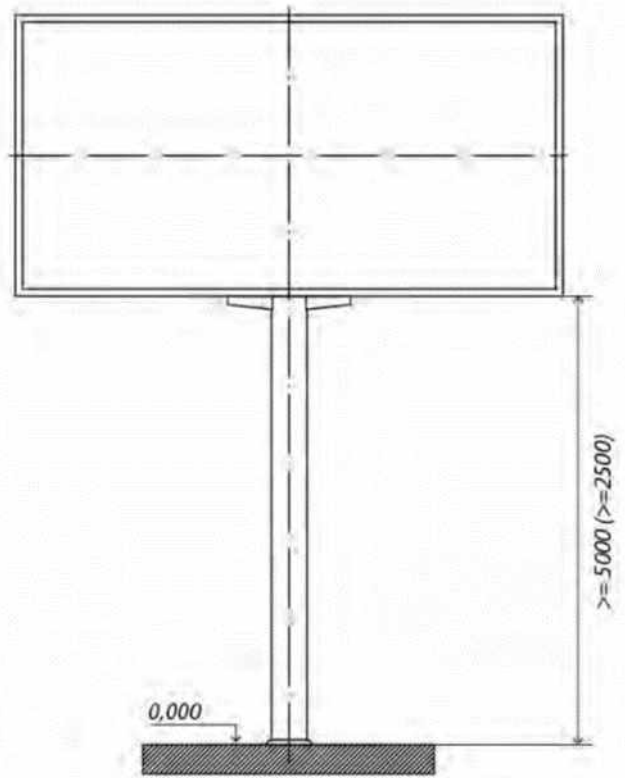
доріжках, алеях, ближче ніж 10

метрів до перехрещень вулиць,

пішохідних переходів та виїздів, в

межах центральних вулиць та в

житлових кварталах.



Сіті-лайт, що стоїть окремо

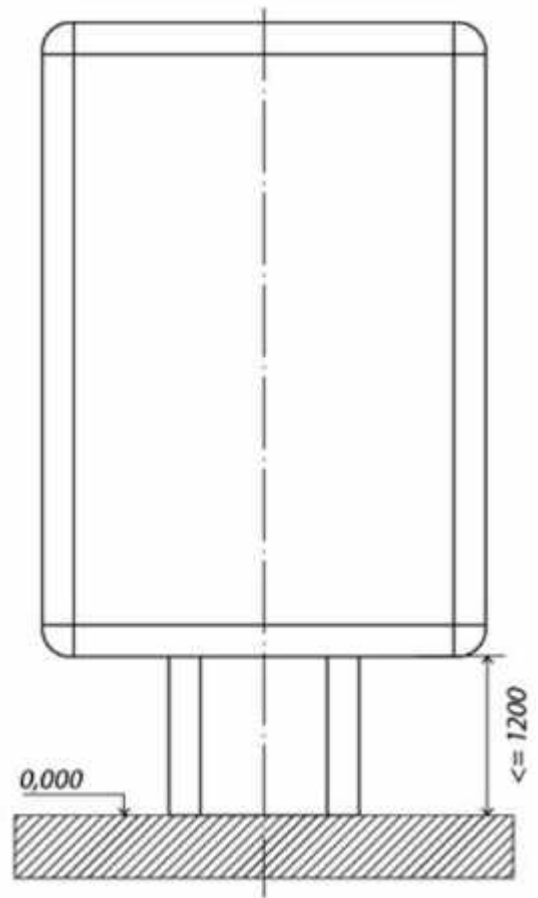
Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового металевго каркаса та однієї або двох рекламних поверхонь.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї рекламної площини не більше: 1,2 м x 1,8 м;
 - габарити просторового металевго каркаса: не більше 1,4 м x 2 м;
 - висота опорної стійки від дорожнього покриття до нижнього краю металевго просторового каркасу повинна бути не більше 120 см;
 - може мати підсвічування;
 - можливі різноманітні технології зміни зображення;
 - конструкція рекламного засобу має бути оформлене в графітово-сірій кольоровій гаммі;
 - освітлення рекламного засобу не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
 - рекламна поверхня рекламного засобу на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.
- рекламні засоби мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 7 Порядку.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
 - ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, наземних пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
 - не ближче ніж 50 м від регульованих залізничних переїздів.
- Фундаментний блок наземного рекламного засобу має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений рекламний засіб



Лайтпостер, що стоїть окремо на опорі

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, опорної стійки, просторового металевго каркаса та однієї або двох рекламних поверхонь.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї рекламної площини не більше: 1,2 м x 1,8 м;
- габарити просторового металевго каркаса: не більше 1,4 м x 2 м;
- конструкція рекламного засобу має бути оформлене в графітово-сірій кольоровій гаммі
- нижній край зовнішньої реклами (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття та не менше ніж 2,5 м, в разі розміщення над місцем руху пішоходів;
- може мати підсвічування;
- можливі різноманітні технології зміни зображення;
- освітлення рекламного засобу не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також мешканців житлових будинків;
- рекламна поверхня рекламного засобу на якій тимчасово не розміщується рекламний сюжет, повинна бути заповнена фоновим покриттям або інформацією соціального змісту.

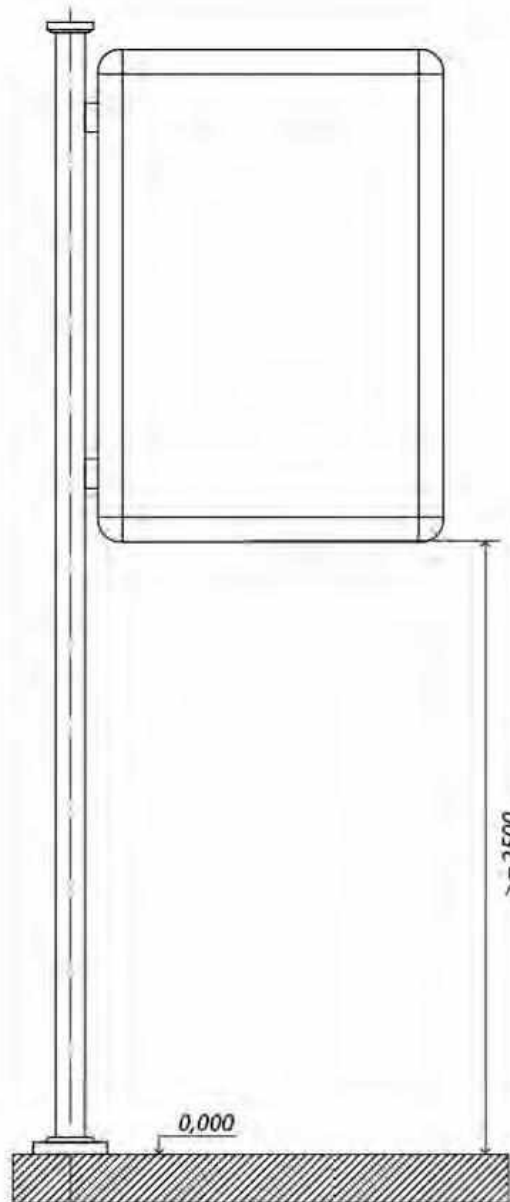
Вимоги до розміщення:

- рекламні засоби мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 7 Порядку;

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування).

Фундаментний блок наземного рекламного засобу має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений рекламний засіб.



**Тумба, об'ємно-просторова
конструкція, що стоїть окремо**

Об'ємний рекламний засіб, що розміщується на відкритій земельній ділянці, має дві і більше площин розміщення реклами та складається з фундаменту, просторового каркаса та рекламного поля.

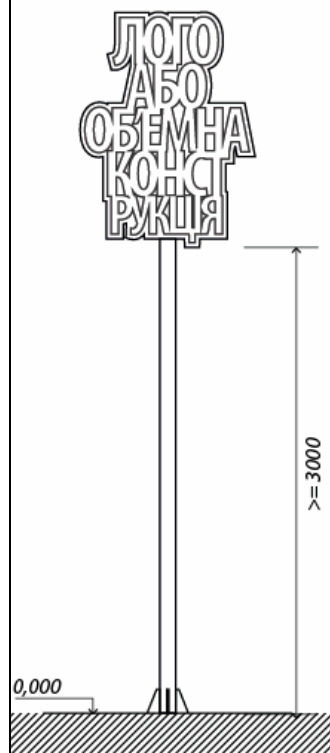
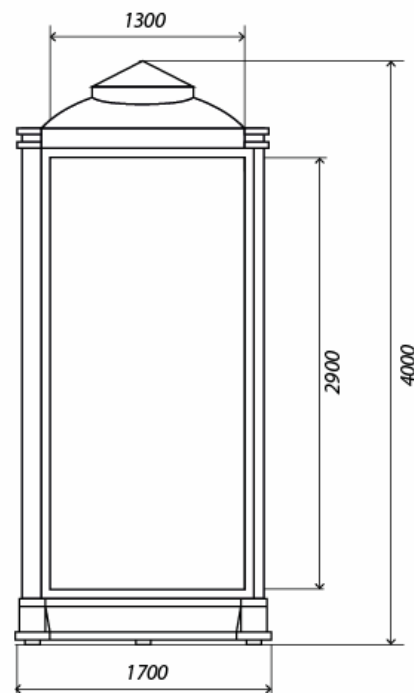
Основні характеристики (вимоги):

- рекламний засіб може мати внутрішнє підсвічування;
- конструкція рекламного засобу має бути оформлене в графітово-сірій кольоровій гаммі.
- рекламні засоби мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 7 Порядку;

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць, пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування).

Фундаментний блок наземного рекламного засобу має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений рекламний засіб.



Прапор, прапорець, який використовується як рекламоносій, що стоїть окремо

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, має зовнішні поверхні для розміщення реклами (товарні знаки, скорочені найменування тощо) та складається з фундаменту, флагштоку (опорної стійки) та рекламної поверхні (полотнища).

Основні характеристики (вимоги):

- висота флагштоку (опорної стійки) до нижнього краю рекламної поверхні не менше 3м;
- конструкція рекламного засобу має бути оформлене в графітово-сірій кольоровій гаммі.
- розміщується не більше ніж 10 м від об'єкту, що рекламується;
- рекламні засоби мають розміщуватись у відповідності до вимог, передбачених п. 7 Порядку;

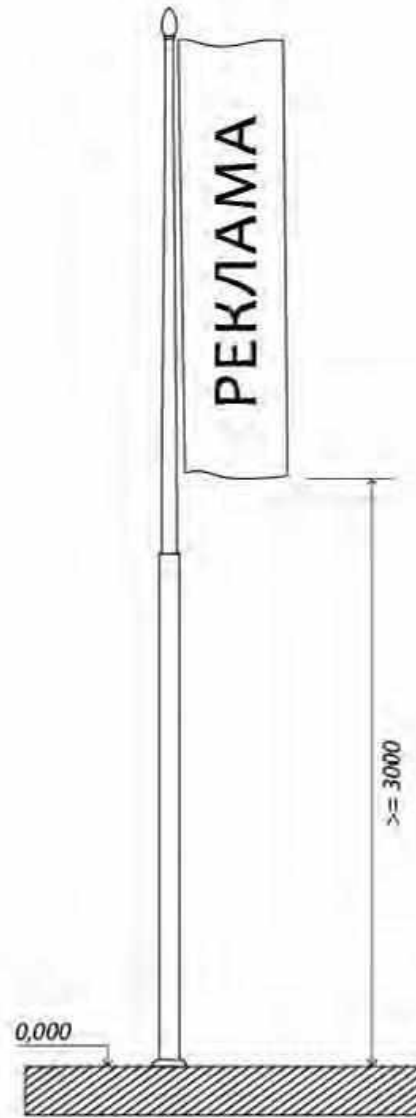
Забороняється розміщення:

- над проїзною частиною;
- на пішохідних та велосипедних доріжках;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць,

пішохідних переходів та виїздів з прилеглих (прибудинкових) територій.

- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування);

Фундаментний блок наземного рекламного засобу має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриття (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений рекламний засіб.



Конструкція на даху будівлі (будинку)

Рекламний засіб у вигляді об'ємно-просторових літер, цифр та зображувальних елементів без фону, що повністю або частково встановлюється вище за рівень карниза будинку (будівлі) або безпосередньо розміщується на даху будинку (будівлі).

Встановлення конструкцій у вигляді суцільних площин на даху будівлі (будинку) – рекламних засобів, що встановлюються повністю або частково вище за рівень карниза будинку (будівлі) або безпосередньо розміщується на даху будинку (будівлі) – забороняється.

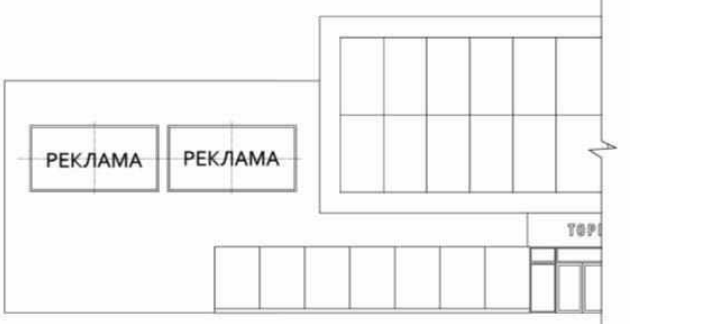
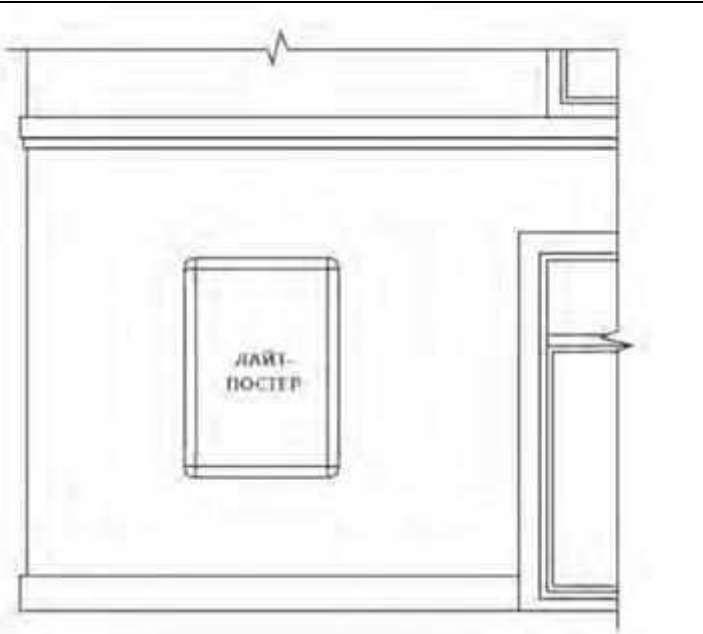
Основні характеристики (вимоги):

- розміри рекламного засобу визначаються габаритами даху, на якому вмонтовується установка, і несучою здатністю будівлі;
- може мати підсвічування;
- освітлення рекламного засобу не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також помешкання житлових будинків;
- розташування рекламного засобу забороняється без попередньої технічної експертизи місця розміщення рекламного засобу (даху) і технічного проекту розробленого і затвердженого спеціалізованими (ліцензованими або сертифікованими) підприємствами, установами та організаціями з урахуванням вітрових, снігових та інших навантажень.

Забороняється розміщення:

- на одному боці даху можливе розміщення тільки одного такого рекламного засобу.
- Забороняється освітлення рекламного засобу у нічний час, із двадцять другої до сьомої години.
- Розповсюджувач реклами має право вільно обирати проектні організації, що мають відповідну ліцензію або сертифікат.



<p>Щит на фасаді будинку (будівлі) Рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку (будівлі), має зовнішню площину для розміщення реклами, складається з просторового металевго каркаса тарекламного поля.</p> <p>Основні характеристики (вимоги):</p> <ul style="list-style-type: none"> - може мати підсвічування; - може мати різні технології зміни зображення (скролінг, беклайт); - на фасаді будинку (будівлі) може розміщуватись тільки якщо його розміщення передбачене затвердженням в установленому порядку паспортом фасаду будинку. <p>Забороняється розміщення:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на будівлях, які є пам'ятками культурної спадщини національного та місцевого значення 	
<p>Лайтпостер на фасаді будинку (будівлі) Рекламний засіб, що встановлюється на фасаді будинку (будівлі), має зовнішні поверхні для розміщення реклами, складається з просторового металевго каркаса та рекламного поля.</p> <p>Основні характеристики (вимоги):</p> <ul style="list-style-type: none"> - розмір однієї рекламної площини не більше: 1,2 м x 1,8 м; - габарити просторового металевго каркаса: не більше 1,4 м x 2 м; - може мати підсвічування; - може мати різні технології зміни зображення. <p>Розміщення рекламного засобу можливе, за умови якщо його розміщення передбачене затвердженням в установленому порядку паспортом фасаду</p>	

Спеціальна рекламна конструкція на фасаді будинку (будівлі)
 Плоский або об'ємний (об'ємні літери тощо) рекламний засіб, що встановлюється паралельно фасаду будинку (будівлі) та має зовнішні поверхні для розміщення реклами, та не є вивіскою чи табличкою в розумінні Закону України «Про рекламу».

Основні характеристики (вимоги):

- рекламного засобу не повинен закривати елементи декору фасаду (декоративні рельєфи, карнизи, огороження балконів, еркери, колони, пілястри);
- зовнішня поверхня для розміщення реклами не може бути з тентової, банерної, вінілової тканини;
- можливе розміщення рекламного засобу на фронтальній або, при наявності, на бокових площинах навісу вхідної групи;

Світлове оформлення спеціальних рекламних конструкцій на фасаді будинку (будівлі) не має засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати вікна житлових будинків.



Рекламно-інформаційний покажчик, що стоїть окремо на опорі

Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, просторового каркасу, опорної стійки, інформаційного та рекламного блоків.

Вуличний блок – блок, який містить інформацію про вуличну систему: назва вулиць, проспектів, площ, провулків і напрямок руху до них.

Рекламний блок – блок для розміщення рекламного сюжету, а також інформація про місцезнаходження установ і організацій міського на державного значення, культурно-історичних пам'яток та інших об'єктів міської інфраструктури.

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї площини вуличного блоку: не більше 0,37 x 1,28 м;
- розмір однієї площини рекламного блоку: не більше 0,85 x 1,28 м;
- загальні габаритні розміри вуличного та рекламного блоків: не більше 1,52 x 1,402 м;
- виступ РЗ від опори до зовнішнього краю РЗ: не більше 1,55 м;

нижній край рекламного засобу (просторового каркасу), що розміщується над проїзною частиною, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього



Пілон (стега), що стоїть окремо

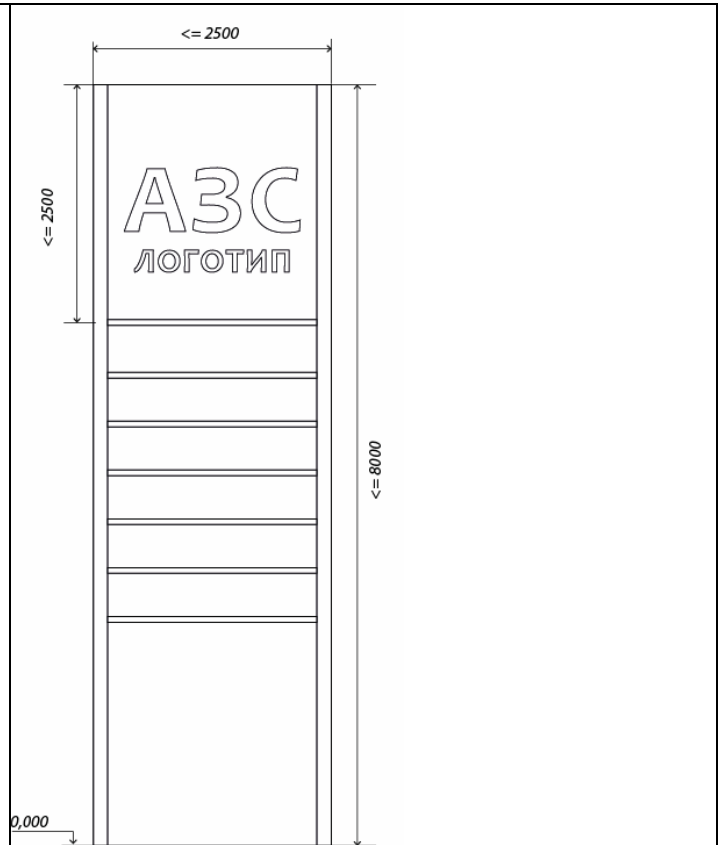
Рекламний засіб, що розміщується на відкритій місцевості, складається з фундаменту, просторового металевого каркасу, може бути брендованим відповідно до сфери господарювання розповсюджувача реклами

Основні характеристики (вимоги):

- розмір однієї рекламної поверхні не може перевищувати 2,5 х 2,5 м;
- може мати підсвічування;
- може бути як статичним так і динамічним;
- може мати різні технології зміни зображення.

Забороняється розміщення:

- на пішохідних та велосипедних доріжках, алеях, тротуарах;
- ближче ніж 10 метрів до перехрещень вулиць;
- ближче ніж 30 метрів до пунктів зупинки маршрутних транспортних засобів (транспортних засобів загального користування). Фундаментний блок наземного рекламного засобу має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з благоустрою території, де розміщений рекламний засіб.



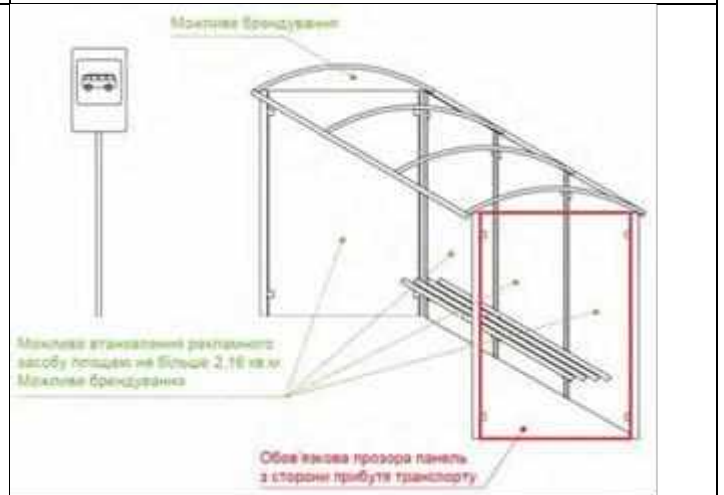
Зупинковий комплекс та/або павільйон

Зупинковий комплекс - об'єкт дорожнього сервісу для очікування наземного громадського транспорту, конструкція якого включає: павільйон зупинок громадського транспорту; рекламно-інформаційні площі; тимчасову споруду для здійснення підприємницької діяльності.

Павільйон зупинок громадського транспорту - об'єкт дорожнього сервісу для очікування наземного громадського транспорту, конструкція якого включає: лави, навіс, та може включати рекламно-інформаційні площі.

Основні характеристики (вимоги):

- може мати підсвічування;
- можливі різноманітні технології зміни зображення;
- можливе брендування.



АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

**до проєкту регуляторного акту – проект рішення Гірської сільської ради
«Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами
у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади».**

Регуляторний орган – Гірська сільська рада.

Назва регуляторного акту – рішення Гірської сільської ради «Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади».

Розробник – Відділ містобудування, архітектури і землекористування виконавчого комітету Гірської сільської ради

Поштова адреса: 08324, вул. Центральна, 5, с.Гора, Київська обл.

Аналіз регуляторного впливу проєкту рішення Гірської сільської ради «Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади» підготовлено відповідно Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про рекламу», відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308.

Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання.

Зовнішня реклама завжди суттєво впливає на зовнішній вигляд населених пунктів їх художньо-естетичне оформлення, а також виконує містобудівні та архітектурні функції.

Належне розміщення засобів зовнішньої реклами в структурі забудови може суттєво підвищити естетичні якості навколишнього середовища населених пунктів та їх привабливість. І навпаки – безсистемне розміщення реклами без належного урахування оточення, характеру забудови, природного ландшафту, перенасиченість засобами різних форматів низької якості, самовільне розміщення рекламних засобів, естетична та технічна застарілість розміщення рекламних засобів знижують якість сприйняття середовища населених пунктів громади в цілому.

На сьогодні на території Гірської сільської ради діють Правила розміщення зовнішньої реклами з визначенням плати за користування місцями, які перебувають у комунальній власності та надаються розповсюджувачам реклами для розташування спеціальних конструкцій на території Гірської сільської ради, регуляторний акт потребує приведення у відповідність до вимог регуляторної політики, актуальності до містобудівної документації та актуальних запитів розповсюджувачів реклами.

З утворенням Гірської сільської територіальної громади увійшло 4 населених пункти, а відповідно Комплексного плану просторового розвитку межі населених

пунктів розширили, що зумовило врегулювання об'єктів зовнішньої реклами які до цього були розташовані за їх межами.

Зокрема із затвердженням Комплексного плану просторового розвитку території громади виникає об'єктивна необхідність впорядкування елементів зовнішньої реклами, зокрема демонтажу рекламних засобів, розміщених на центральних вулицях. Відповідно до положень Комплексного плану, визначено єдині підходи до формування архітектурно-просторової композиції, візуальної цілісності та естетичного вигляду центральних частин громади та головну транспортну артерію — автошлях, яким рухаються місцеві громадяни так і громадяни які пересуваються транзитом до суміжних громад, що регулює уявне візуальне сприйняття громади в цілому. Наявні білборди, встановлені без урахування цих вимог або до їх затвердження, не відповідають сучасним принципам організації публічного простору, порушують композиційну єдність вулиці та негативно впливають на її візуальне сприйняття. Форма та колір рекламних конструкцій є неоднорідними (неуніфікованими), різногабаритний, різкокольоровий. Окрім, того нерегульоване питання демонтажу самочинно встановлених та безхазяйних рекламних засобів.

Зазначені проблеми не можуть бути розв'язані за допомогою діючих регуляторних актів, а також, що типовими правилами та вимогами до рекламних засобів не окреслені більш детальні вимоги зважаючи на містобудівні чинники, особливості забудови, загального дизайну територіальної громади як візитівки та образу в цілому. Даним положенням пропонується встановити вимоги до архітектурно-художнього оформлення, габаритів та зовнішнього вигляду рекламних конструкцій залежно від типу території та містобудівних умов задля забезпечення ідентичності та естетичного сприйняття.

Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив:

Групи(підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	так	
Орган місцевого самоврядування	так	
Суб'єкти господарювання	так	

I. Цілі державного регулювання.

Основними цілями прийняття регуляторного акта є:

- Забезпечення дотримання вимог законодавства в галузі зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування
- Впорядкування розміщення об'єктів зовнішньої реклами;
- Вдосконалення процедури демонтажу, обліку, зберігання демонтованих засобів зовнішньої реклами
- Створення єдиного естетичного середовища
- Збільшення надходжень до бюджету Гірської сільської ради

-Покращення благоустрою громади

Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення зазначених цілей.

Визначення альтернативних способів.

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Неприйняття регуляторного акту	Альтернатива є неприйнятною оскільки: - призведе до хаотичного розташування рекламних засобів, погіршення, нерівних умов розповсюджувачами реклами
Альтернатива 2 Прийняття регуляторного акту	Застосування даної альтернативи є найбільш прийнятною оскільки: -забезпечить прозорість місцевої політики в сфері розміщення рекламних засобів, прогнозованість результатів від подальшої господарської діяльності суб'єктів господарювання та стимулювання розвитку малого бізнесу; -удосконалив якість та зовнішній вигляд рекламних засобів. Управління їх розміщення.

Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів органу місцевого самоврядування

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	При розміщенні рекламного засобу стан залишиться без змін. Зниження привабливості середовища територіальної громади, втрата іміджу.
Альтернатива 2	Впровадження регуляторного акту дозволить розв'язати визначені проблеми в цілому, досягати цілей регулювання	Часові витрати на розробку та впровадження регуляторного акту

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	-	-	Юридичні та Фізичні -56	Юридичні та Фізичні -56
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	-	-	100	100

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутня	При розміщенні рекламного засобу стан залишиться без змін. Ризик емоційного роздратування від інтенсивності почуттів та емоцій викликаних перенасиченістю та відсутністю візуальної привабливості від зовнішньої реклами. Зниження привабливості середовища територіальної громади, втрата іміджу.
Альтернатива 2	Можливість розміщення зовнішньої реклами на території Гірської сільської територіальної громади. Отримання чіткого та прозорого механізму та удосконалення порядку отримання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Створення єдиного Порядку видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Збереження умови безоплатності надання адміністративної послуги щодо отримання дозволів	Сплата коштів суб'єктами господарювання за право тимчасового користування місцем для розташування зовнішньої реклами, що вплине на збільшення надходжень до бюджету громади. Витрати, які будуть пов'язані із оплатою коштів суб'єктами. Для рекламних засобів: Білборд (6х3 м односторонній) – 1454,88 грн./місяць; За рік – 17458,56 грн.

Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей.

	Бал результативності (за чотирибальною)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1 Залишення існуючої на даний момент ситуації без змін	0	Заявлена проблема не вирішена Відсутність проходження регуляторної процедури діючим регуляторним актом.
Альтернатива 2 Прийняття запропонованого проекту регуляторного акту	4	Цілі прийняття регуляторного акту можуть бути досягнуті повною мірою, прийняття регуляторного акту надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. Крім того, положення проекту регуляторного акту, є досить простими та врегульовують

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого
Альтернатива 1	Відсутність чіткої процедури надання дозволу на розміщення рекламних засобів	Змінна чинного законодавства
Альтернатива 2	Забезпечення створення та визначення чіткої процедури надання дозволу на розміщення рекламних засобів	Змінна чинного законодавства

II. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначених проблем.

Для розв'язання проблеми розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах Гірської сільської територіальної громади пропонується механізм, який спирається на законодавчо врегульовані норми і не суперечить їм. Прийняття місцевого нормативно-правового документу, який в рамках чинного законодавства дасть можливість спростити, удосконалити та розробити прозорий порядок і механізм розміщення рекламних засобів.

При здійсненні регуляторної діяльності розглядаються обґрунтовані пропозиції та зауваження до проекту рішення надані фізичними особами, суб'єктами господарювання, представниками територіальної громади у встановленому законом порядку.

Для вирішення викладених у цьому аналізі проблем пропонується реалізувати наступні заходи:

1. Розробка проекту регуляторного акту «Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади» та АРВ до нього.

2. Оприлюднення проекту рішення Гірської сільської ради «Про затвердження Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади» та аналізу регуляторного впливу акту з метою отримання зауважень та пропозицій. Розміщення проекту регуляторного акту на офіційному сайті Гірської сільської ради - режим доступу <https://gora-rada.gov.ua/> «Регуляторна діяльність».

3. Підготовка експертного висновку постійної відповідальної комісії щодо відповідності проекту рішення вимогам статей 4, 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності».

4. Отримання пропозицій по удосконаленню від Державної регуляторної служби України.

5. Затвердження проекту регуляторного акту «Про затвердження Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади» та оприлюднення його у визначеному законом порядку на офіційному сайті Гірської сільської ради - режим доступу <https://gora-rada.gov.ua/> «Регуляторна діяльність».

6. Проведення заходів з відстеження результативності прийнятого регуляторного акта.

Запропонований механізм дії цього проекту регуляторного акту відповідає принципам державної регуляторної політики, а саме: доцільності, адекватності, ефективності, прозорості, передбачуваності.

Реалізація запропонованого регуляторного акту буде здійснюватись шляхом розроблення місцевого нормативно-правового документу, який в рамках чинного законодавства надасть можливість розробити порядок та встановить єдині правила розміщення рекламних засобів.

V. Можливість досягнення визначених цілей у разі прийняття регуляторного акту.

Можливість досягнення визначених цілей регуляторного акту забезпечується у разі виконання суб'єктами господарювання підприємствами, установами, організаціями різних форм власності, їх керівниками, працівниками, громадянами

вимог порядку запропонованого проєкту регуляторного акту.

На дію даного регуляторного акту можуть вплинути зміни у чинному законодавстві у галузях землевпорядкування, будівництва та містобудування щодо визначення порядку демонтажу тимчасових споруд, встановлення вимог до суб'єктів підприємницької діяльності в частині утримання їх зовнішнього вигляду.

До негативних обставин, які можуть впливати на виконання вимог рішення Гірської сільської ради, можна віднести недотримання власниками рекламних засобів встановленого порядку.

VI. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта.

Дія даного акта є необмежена до моменту настання факторів, які можуть вплинути на суттєвий зміст цього акта або на його цілі. Доповнення та зміни до регуляторного акта будуть вноситись після внесення відповідних змін до чинного законодавства України та у разі потреби за підсумками аналізу відстеження його результативності.

VII. Показники результативності регуляторного акта.

Прийняття регуляторного акту сприятиме удосконаленню системи відносин між органами місцевого самоврядування і суб'єктами господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами та сприятиме упорядкуванню та оформленню зовнішньої реклами у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади.

Результативність буде відстежуватися шляхом проведення аналізу за наступними кількісними та якісними показниками:

Показники результативності	2023 рік	2024 рік	2025 рік
1.Чисельність суб'єктів підприємницької діяльності, які отримали дозволи на розміщення зовнішньої реклами	7	-	4
2.Кількість зовнішньої реклами розміщеної на комунальній власності	-	-	3

VIII. Заходи за допомогою яких буде здійснюватись відстеження результативності регуляторного акта.

Заходи щодо відстеження результативності регуляторного акта будуть здійснюватись відділом містобудування, архітектури і землекористування виконавчого комітету Гірської сільської ради.

Відносно регуляторного акту здійснюватиметься базове, повторне та періодичне відстеження його результативності.

Враховуючи, що для визначення значень показників результативності регуляторного акту використовуються виключно статистичні дані базове відстеження результативності регуляторного акту буде здійснено через 3 місяці після набуття ним чинності.

Повторне відстеження результативності регуляторного акту буде проведено через рік з дня набрання ним чинності, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом.

Періодичне відстеження результативності регуляторного акту буде проведено один раз на три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності даного регуляторного акту. Відповідальним за здійснення відстеження результативності є виконавчий комітет Гірської сільської ради.

ІХ. Зауваження та пропозиції

Зауваження та пропозиції до проекту регуляторного акту та цього аналізу регуляторного впливу приймаються у письмовій формі протягом строку, визначеного законодавством.

**Додаток до аналізу регуляторного впливу
проекту регуляторного акту – рішення Гірської сільської ради «Порядок
надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами
у населених пунктах Гірської сільської територіальної громади».**

Тест

Малого підприємництва (М-тест)

1. Консультації з представниками мікро- та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання.

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у робочих зустрічах з представниками малого підприємництва, які мають встановлені рекламні засоби на території громади з 15.05.2026 по ____ .05.2026

Порядковий номер	Вид консультації (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Робочі зустрічі з суб'єктами господарювання. Бутенко Наталія Іванівна, Шевченко Микола Вікторович	2	Проект в цілому підтримується. Обговорено запропоновані регуляторним актом механізми, які нададуть можливість врегулювати проблему.

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єкти малого підприємництва:

Кількість суб'єктів підприємництва, на яких поширюється регулювання: 56 (одиниць), у тому числі малого підприємництва;

питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100 (відсотків) (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання» додатка 1 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта).

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання.

За даними Єдиного державного реєстру юридичних осіб України в Гірська територіальна громада зареєстровано 540 юросіб.

Розрахунок вартості 1 людино-години: для розрахунку використовується мінімальна заробітна плата у 2025 році становить 8000 грн. та у погодинному розмірі 48 грн. згідно Закону України «Про Державний бюджет України на 2025 рік».

з/п	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
-----	---------------------	---	-------------------------------	------------------------

Таб. 1 Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання

	Придбання необхідного обладнання <i>Формула: кількість необхідних одиниць обладнання X вартість одиниці</i>	120 000,00 грн (Орієнтовна вартість рекламного засобу щит, що стоїть окремо розміром 6x3 м)	-	120 000,00 грн (Розрахунково регулювання було введено у перший рік)
	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування <i>Формула: прямі витрати на процедури перевірки (проведення первинного обстеження) в органі державної влади + витрати часу на процедуру обліку (на одиницю обладнання) X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість процедур обліку за рік) X кількість необхідних одиниць обладнання одному суб'єкту малого підприємництва</i>	-	-	-
	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали) <i>Формула: оцінка витрат на експлуатацію обладнання (витратні матеріали</i>	1500,00 грн (друк полотна розміром 3x6 м)	-	1500,00 грн (Розрахунково регулювання було введено у перший рік)

	та ресурси на одиницю обладнання на рік) X кількість необхідних одиниць обладнання одному суб'єкту малого підприємства	1000,00 грн (поклейка рекламної площини розміром 3х6 м)		1000,00 грн (Розрахунково регулювання було введено у перший рік)
	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування) Формула: оцінка вартості процедури обслуговування обладнання (на одиницю обладнання) X кількість процедур технічного обслуговування на рік на одиницю обладнання X кількість необхідних одиниць обладнання одному суб'єкту малого підприємства	-	-	-
	Інші процедури (залучення кваліфікованих спеціалістів на виконання робіт)	-	-	-
	Разом, гривень Формула: (сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5)	122 500,00 грн	-	122 500,00 грн
	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	56		
	Сумарно, гривень Формула: відповідний стовпчик "разом" X кількість суб'єктів малого підприємства, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 6 X рядок 7)	6 860 000,00 грн	-	6 860 000,00 грн

Таб. 2 Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємства щодо виконання регулювання та звітування

	<p>Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання:</p> <p><i>Формула:</i> <i>витрати часу на отримання інформації про регулювання, отримання необхідних форм та заявок X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість форм</i></p>	<p>48,00 грн (1 год. який витрачається суб'єктами на пошук акту мережі Інтернет, за результат ами консультацій) X 48,00 грн (вартість години роботи виходячи мінімальної заробітної плати станом на 2025р) X 1 акт (кількість нормативно-правових актів, з якими необхідно ознайомитись)</p>	<p>0,00 грн (витрати відсутні) (припущено, що суб'єкт отримує первинну інформацію про вимоги регулювання у перший рік (за результатами консультацій))</p> <p>-</p>	<p>48,00 грн x 5 років = 240,00 грн</p>
	<p>Процедури організації виконання вимог регулювання</p> <p><i>Формула:</i> <i>витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість внутрішніх процедур</i></p>	<p>2 год x 48,00 грн x 2 = 192,00 грн 2 год (час, який витрачається суб'єктами на розроблення та впровадження внутрішніх процедур (за результатами консультацій) X 48,00 грн. (вартість години роботи виходячи мінімальної заробітної</p>	<p>-</p>	<p>192,00 грн x 5 років = 960,00 грн</p>

		плати станом на 2025 X 2 процедури)		
	Інші процедури (уточнити)	-	-	-
	Разом, гривень Формула: (сума рядків 9 + 10 + 11)	240,00 грн	-	1 200,00 грн
	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	56		
	Сумарно, гривень Формула: відповідний стовпчик "разом" X кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 12 X рядок 13)	13 440,00 грн	-	67 200,00 грн

Таб. 3 Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва.

Розрахунок бюджетних витрат на адміністрування регулювання здійснюється окремо для кожного відповідного органу місцевого самоврядування, що залучений до процесу регулювання.

Орган місцевого самоврядування, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання: **Гірська сільська рада**

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємства (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємства – за потреби	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедур регулювання	Витрати на адміністрування регулювання* (за рік), гривень
---	-----------------------------------	--	--	--	---

	окремо для суб'єктів малого та мікро-підприємств)					
1	Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання. Перевірка місця розташування рекламного засобу; - підготовка проекту рішення виконавчого комітету міської ради; - підготовка дозволу на розміщення рекламного засобу.	5 годин	48,00 грн/год (середня зарплата головного спеціаліста відділу містобудування, архітектури і землекористування)	1	56	13 440,00 грн
2	Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:	1 година	48,00 грн	1	56	3 248,00 грн.
3	Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акту	2 години	48,00 грн	1	56	5 376,00 грн.

	про порушення вимог регулювання.					
4	Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання.	2 години	48,00 грн	1	56	5 376,00 грн
5	Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання.	-	-	-	-	-
6	Інші адміністративні процедури (уточнити):	-	-	-	-	-
7	Разом за рік	-	-	-	-	27 440,00 грн
8	Сумарно за п'ять років	-	-	-	-	137 200,00 грн

4. Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

Порядковий номер	Показник	Перший рік регулювання (стартовий)	За п'ять років
1	Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання (п. 8 таб.1)	6 860 000,00 грн	6 860 000,00 грн
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування. (п. 6 таб. 2)	13 440,00 грн	67 200,00 грн
3	Сумарні витрати малого	6 873 440,00 грн	6 927 200,00 грн

	підприємництва на виконання запланованого регулювання (п.1+ п 2).		
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва (п.7 і п. 8 таб. 3)	27 440,00 грн	137 200,00 грн
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання (п. 3+п. 4)	6 900 880,00 грн.	7 064 400,00 грн.

5. Розроблення коригуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання.

Коригуючі (пом'якшувальні) заходи для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання не розроблялися.

**Начальник відділу
містобудування, архітектури і
землекористування**

Тетяна ХАРИТОНЮК

Вик.СУХЕЦЬКА
(0800) 300-157