



**ПАВЛОГРАДСЬКА МІСЬКА РАДА  
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ**

вул. Соборна, 95, м. Павлоград, Дніпропетровської області 51400, тел.(0563) 20-60-33,  
факс 20-61-79, e-mail: info@pavlogradmrada.dp.gov.ua Код ЄДРПОУ 04052229

№ \_\_\_\_\_

На № \_\_\_\_\_

від \_\_\_\_\_

Державна регуляторна служби України  
вул. Арсенальна, 9/1  
м. Київ  
01011

**Про розгляд проекту рішення**

Виконавчий комітет Павлоградської міської ради звертається до Вас з проханням щодо розгляду проекту рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради „ Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград “.

Для розгляду та погодження додається:

- проект рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради „ Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград “;
- Правила розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград;
- аналіз регуляторного впливу;
- вплив проекту регуляторного акта «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград» на конкуренцію;
- повідомлення про оприлюднення проекту регуляторного акту виконавчого комітету Павлоградської міської ради;

Додаток на 27 арк.

З повагою  
перший заступник міського голови

В.С. Мовчан

Завгородній А.Ю.  
Зайченко Г.В.  
050 880 72 98

Павлоградська міська рада Виконавчий комітет  
Вих.№ 1962/0/2-20 від 25.08.2020



0.31

Державна регуляторна служба України  
№ 7289/0/19-20 від 27.08.2020





ПАВЛОГРАДСЬКА МІСЬКА РАДА  
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ  
**Р І Ш Е Н Н Я**

\_\_\_\_\_ 2020 р. м. Павлоград № \_\_\_\_\_

Про затвердження Правил  
розміщення зовнішньої  
реклами у м. Павлограді

Згідно зі ст. 40, ч. 1 ст. 52 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Закону України «Про рекламу», постанов Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» та від 16.12.2015 р. №1173 «Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо відповідності основним вимогам дозвільної системи у сфері господарської діяльності», виконавчий комітет Павлоградської міської ради

**В И Р І Ш И В :**

1. Затвердити «Правила розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді» (додаються).

2. Начальнику відділу з організаційної роботи та взаємодій з громадськістю Кашталюну М.В. здійснити оприлюднення даного рішення.

3. В місячний термін з моменту набуття чинності цього рішення начальнику управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради Завгородньому А.Ю. провести перевірку існуючих рекламних засобів в місті Павлоград та забезпечити оперативний

демонтаж тих засобів зовнішньої реклами, на які дозвільна документація відсутня, або рекламні засоби встановлені з порушеннями чинного законодавства.

4. Визнати таким, що втратило чинність рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради від 10.08.2016 року № 544 «Про затвердження «Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград».

5. Відповідальність за виконання даного рішення покласти на начальника управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради Завгороднього А.Ю.

6. Загальне керівництво за виконанням даного рішення покласти на першого заступника міського голови Мовчана В.С.

Міський голова

А.О. Вершина

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення виконавчого комітету

Павлоградської міської ради

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р. № \_\_\_\_

## **ПРАВИЛА** **розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді**

### **1. Загальні положення:**

1) Ці Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у м. Павлограді та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

2) У цих Правилах терміни вживаються у такому значенні:

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

**виконавчий орган ради** - виконавчий комітет Павлоградської міської ради;

**дозвіл** - документ установленної форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу 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);

**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 стени, щити, панно, транспаранти, тролі, таблички, коробки, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами.;

**вивіска чи 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;

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

3) Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчим комітетом Павлоградської міської ради відповідно до цих Правил та Концепцією розміщення та розвитку зовнішньої реклами у місті Павлоград.

Справляння плати за видачу зазначених дозволів виконавчими органами міських рад забороняється.

4) На територіях, будинках і спорудах зовнішня реклама розміщується за згодою їх власників або уповноважених ними органів (осіб) з урахуванням архітектурних, функціонально-планувальних, історико-культурних чинників, типології елементів місцевого середовища та з додержанням правил благоустрою територій населених пунктів.

5) Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами міська рада може утворювати відділ, управління, інший виконавчий орган або покладати відповідні функції на існуючий відділ, управління (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.

б) До повноважень робочого органу належать:

- розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії;

- надання у разі потреби розповсюджувачам зовнішньої реклами архітектурно-планувальних завдань на опрацювання проектно-технічної документації для розташування складних (білбордів та інших складних дахових) рекламних засобів;

- прийняття рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу, продовження строку, на який встановлено зазначений пріоритет, або про відмову в установленні такого пріоритету;

- підготовка проекту рішення виконавчого органу ради щодо надання дозволу (у тому числі погодження з органами та особами, зазначеними у пункті 9 цих Правил) чи про відмову у його наданні;

- видача дозволу на підставі рішення виконавчого органу ради;

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

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

- підготовка і подання виконавчому органу ради пропозицій щодо розмірів плати за надання послуг робочим органом на підставі калькуляції витрат для прийняття відповідного рішення.

Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

7) Для одержання дозволу заявник подає до Центру надання адміністративних послуг Павлоградської міської ради (м. Павлоград, вул. Шевченка, 132) заяву за формою згідно з додатком 1, до якої додаються:

- фотокартка або комп'ютерний макет місця (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу, та ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням.

8) За наявності документів, передбачених пунктом 7 цих Правил, відомості про заяву у той же день вносяться адміністратором ЦНАП до внутрішнього реєстру заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (журналу), який ведеться у довільній формі та згідно з «Листом проходження» передається до робочого органу.

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 за формою згідно з додатком 2.

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 у його видачі становить 10 робочих днів.

9) 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 Автономної Республіки Крим, обласною, Київською та Севастопольською міськими держадміністраціями - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках місцевого значення, а також в межах зон охорони цих пам'яток;

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

Управлінням патрульної поліції в Дніпропетровській області або власниками автомобільних доріг - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.

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.

10) Під час надання дозволу втручання у форму рекламного засобу та зміст реклами забороняється.

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

12) Виконавчий орган ради згідно з регламентом роботи приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

Дозвіл або відмова у його видачі видається ЦНАП-ом не пізніше ніж протягом наступного робочого дня після отримання робочим органом відповідного рішення.

13) Робочий орган протягом десяти днів з дати реєстрації дозволу надає органам державної податкової служби інформацію про розповсюджувачів зовнішньої реклами, яким надано дозвіл.

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

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

16) Після розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами у п'ятиденний строк зобов'язаний подати робочому органу фотокартку місця розташування рекламного засобу (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів).

17) У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу, робочий орган у місячний строк письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами.

Відшкодування витрат, пов'язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу здійснюється відповідно до договору з власником місця розташування рекламного засобу.

Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу на період його відсутності (у зв'язку з демонтажем), не справляється. Після закінчення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами має пріоритетне право на розташування рекламного засобу на попередньому місці.

18) Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у "Положенні про порядок оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламними засобами у місті Павлограді, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою).

19) Розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу не може встановлюватися залежно від змісту реклами.

20) Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

розміщуватися з додержанням вимог техніки безпеки, зазначених у пунктах 24-27 цих Правил;

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

освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;

фундамент наземної зовнішньої реклами, не повинен виступати над поверхнею землі та може бути декоративно оформлений;

на опорах наземної зовнішньої реклами, що розміщується вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, за вимогою уповноваженого підрозділу



Національній поліції наноситься вертикальна дорожня розмітка із світлоповертаючих матеріалів заввишки до 2 метрів від поверхні землі;

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;

у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або огорожами лінію.

21) Забороняється розташовувати рекламні засоби:

на пішохідних доріжках та алеях;

у населених пунктах на висоті менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини.

22) Розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії та архітектури і в межах зон охорони таких пам'яток, в межах об'єктів природно-заповідного фонду дозволяється за погодженням з відповідним центральним або місцевим органом виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини та об'єктів природно-заповідного фонду.

23) 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.

Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений 20-23 цих Правил, є вичерпним.

24) Розроблення необхідної технічної документації, монтаж (демонтаж) рекламного засобу здійснюється спеціалізованими підприємствами, установами та організаціями.

25) Розташування дахових рекламних засобів забороняється без попередньої технічної експертизи спеціалізованих підприємств, установ та організацій.

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

27) Розташування рекламних засобів у межах охоронних зон інженерних комунікацій дозволяється за погодженням з утримувачем зазначених комунікацій.

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

28) Розташування рекламних засобів на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування дозволяється за погодженням з уповноваженим підрозділом Національної поліції.

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

30) Контроль за додержанням цих Правил здійснюють виконавчі органи міських рад та інші органи відповідно до законодавства.

31) У разі порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами уповноважена особа органу, який здійснює контроль за додержанням цих Правил, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у визначений строк.

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

33) 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;

площа поверхні не повинна перевищувати 3 кв. метрів.

Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання будь-які документи для розміщення вивісок чи табличок, не передбачені законодавством.

34) Демонтаж вивісок чи табличок, розміщених з порушенням вимог цих Правил, здійснюється відповідно до "Положення про порядок демонтажу та зберігання рекламних засобів в місті Павлоград" у разі:

припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичної особи - підприємця;

невідповідності розміщення вивіски чи таблички вимогам щодо її розміщення, наданим у визначенні, та архітектурним вимогам, державним нормам, стандартам і правилам, санітарним нормам;

порушення благоустрою території.

Розміщені вивіски чи таблички підлягають демонтажу за рахунок коштів юридичних осіб або фізичних осіб - підприємців, якими вони були встановлені.

Начальника управління  
комунального господарства  
та будівництва

А.Ю.Завгородній

Додаток 1  
до Правил розміщення  
зовнішньої реклами в  
місті Павлоград

Начальнику управління комунального  
господарства та будівництва  
Павлоградської міської ради

---

### ЗАЯВА

Прошу надати мені адміністративну послугу

Дозвіл на розміщення зовнішньої  
реклами \_\_\_\_\_

(для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача

---

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

---

(повна адреса місця розташування рекламного засобу)

Ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної  
особи \_\_\_\_\_ Телефон \_\_\_\_\_

Термін дії дозволу \_\_\_\_\_

Заявник

або уповноважена \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали та прізвище)

ним особа

М.П.

Додаток 2  
до Правил розміщення  
зовнішньої реклами в  
м. Павлограді

**ДОЗВІЛ**  
**на розміщення зовнішньої реклами**

Виданий \_\_\_\_\_ р. на підставі рішення \_\_\_\_\_

(дата видачі)

\_\_\_\_\_

(виконавчий орган 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 (М1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Відповідальний

за

топогеодезичне  
знімання

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали та прізвище)

М.П.

Погоджувальна частина

1. Власник місця розташування рекламного засобу або уповноважений ним орган (особа)

\_\_\_\_\_ (для юридичної особи - повне найменування, підпис керівника,

\_\_\_\_\_ для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові, паспортні дані)

М.П.

2. Відділ містобудування та архітектури

\_\_\_\_\_ (підпис уповноваженої особи)

\_\_\_\_\_ (ініціали та прізвище)

М.П.

3. На вимогу робочого органу:

Утримувачем інженерних комунікацій

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Управління патрульної поліції в Дніпропетровській області у разі розміщення зовнішньої реклами на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, біля дорожніх переходів та зупинок транспорту загального користування

---

(підпис уповноваженої особи)

(ініціали та прізвище)

Строк дії дозволу з \_\_\_\_\_ до \_\_\_\_\_

Керівник

робочого органу

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М.П.

Фотокартка місця (розміром не менш як 6х9сантиметрів) після розташування на ньому рекламного засобу

---

Керівник

робочого органу

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М.П.

## АНАЛІЗ

### регуляторного впливу проекту рішення «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді»

Аналіз регуляторного впливу проекту рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді» підготовлено відповідно до Законів України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004р. №308.

#### **Назва регуляторного акту:**

Проект рішення виконкому Павлоградської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді».

**Регуляторний орган:** управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

**Розробник документу:** управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

Контактний телефон: 050 880 78 92

#### **1. Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання.**

Виконавчим комітетом Павлоградської міської ради у 2016 році було затверджено Правила розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград, але у зв'язку зі змінами в законодавстві виникла необхідність у внесенні доповнень та перегляді регуляторного акту діючому законодавству.

Проблема є важливою, оскільки залишаються нерегульовані належним чином та в однаковому правовому полі відносини з розповсюджувачами зовнішньої реклами на території міста Павлоград. Відсутність врегулювання даного питання на місцевому рівні призводить до самовільного встановлення рекламних конструкцій та порушень вимог чинного законодавства зі сторони суб'єктів господарювання, що розміщують зовнішню рекламу на території міста Павлоград.

Виконавчим комітетом Павлоградської міської ради було прийнято:

- 2018 році 18 рішень про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград;
- 2019 році 74 рішень про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград.

Станом на 01.08.2020 року на території міста Павлоград надано 36 рішень про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград.

На протязі 2018-2019 років виконавчим комітетом Павлоградської міської ради не приймалися рішення про відмову у розміщенні зовнішньої реклами.

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



Групи (підгрупи)	так	Ні
Громадянин	+	-
Орган місцевого самоврядування	+	-
Суб'єкти господарювання	+	-

Розв'язання даної проблеми за допомогою ринкових механізмів неможливе, оскільки стаття 16 Закону України «Про рекламу» чітко регламентує, що до повноважень саме виконавчих органів міських рад належить встановлення порядку видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами, та стаття 4<sup>1</sup> Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» передбачає, що порядок проведення дозвільної процедури переоформлення та анулювання документів дозвільного характеру, що законами України віднесено до повноважень органів місцевого самоврядування, встановлюється їх рішенням, а у випадку передбачених законом, - на підставі типових порядків, затверджених Кабінетом Міністрів України.

## 2. Цілі державного регулювання

Основними цілями прийняття регуляторного акту є:

- створення єдиної впорядкованої та прозорої системи у сфері розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград, яка б відповідала вимогам діючого законодавства;
- вдосконалення відносин між управлінням комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради та суб'єктами господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград.
- забезпечення порядку та умов надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

## 3. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення зазначених цілей.

### 1. Визначення альтернативних способів.

Вид альтернативи	Опис альтернативи
<b>Альтернатива 1</b> Прийняття регуляторного акта – рішення «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград»	Запропонована альтернатива дозволить у повній мірі розв'язати проблемні питання зазначені у першому розділі АРВ. Перевагами даного регулювання є: -створення єдиної цілісної, впорядкованої, структурованої та прозорої системи у сфері розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград; -забезпечення вимог Законів України «Про рекламу», «Про дозвільну

	систему у сфері господарської діяльності», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» на території міста Павлоград.
<b>Альтернатива 2</b> Залишення без змін	Залишити чинне регулювання і зберегти дану ситуацію без змін

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей.

#### Оцінка впливу на сферу інтересів органу місцевого самоврядування

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
<b>Альтернатива 1</b>	Виконання вимог чинного законодавства, а саме: -впровадження чіткого порядку видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград; -збільшення кількості суб'єктів господарювання, яким надано дозвіл на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград.	Витрати відсутні
<b>Альтернатива 2</b>	Залишити дану ситуацію без змін.	Витрати відсутні. Дана альтернатива є неприйнятною, оскільки цілей правового регулювання не буде досягнуто.

#### Оцінка впливу на сферу інтересів громадян м. Павлоград

Вид альтернатив	Вигода	Витрати
<b>Альтернатива 1</b>	Прийняття запропонованого регуляторного акта призведе до поліпшення ситуації із засобами зовнішньої реклами на території міста Павлограда,	Витрати відсутні.

	покращиться візуальний вигляд вулиць міста Павлоград, дасть змогу посилити контроль за технічним станом засобів зовнішньої реклами.	
<b>Альтернатива 2</b>	Правила розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград не відповідають у повній мірі положенням, які визначені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами), що в свою чергу, є прямим порушенням чинного законодавства та порушує права та інтереси суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами. Вигода відсутня.	Витрати відсутні.

### Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі, Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	-	-	32	X
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	-	-	100	X

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
<b>Альтернатива 1</b>	Прийняття запропонованого проекту рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради забезпечить виконання законодавства України та дотримання інтересів суб'єктів господарювання – за рахунок прозорості та доступної процедури оформлення документів дозвільного характеру у сфері зовнішньої реклами.	Відсутні
<b>Альтернатива 2</b>	Правила розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград не відповідають у повній мірі положенням, які визначені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами), що в свою чергу, є прямим порушенням чинного законодавства та порушує права та інтереси суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами. Вигода відсутня.	Відсутні

Проект регуляторного акта не має впливу на сфері інтересів суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва.

#### **4. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей**

Оцінка ступеня досягнення визначених цілей здійснюється за чотирибальною системою, де:

4 – цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде);

3 – цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми існувати не будуть);

2 – цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невирішеними);

1 – цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного балу

проблеми)		
Альтернатива 1	4	Цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде), прийняття регуляторного акту надасть можливість врегулювати відносини суб'єктів, на які поширюється даний акт.
Альтернатива 2	1	Цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті, проблема існуватиме к зв'язку з тим, що через зміни, які сталися у чинному законодавстві, існуючий нормативно-регуляторний акт (рішення Павлоградської міської ради) вимагає внесення змін

Рейтинг	Аргумент щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернатив	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Введення в дію запропонованого регуляторного акта сприяє досягненню цілей регулювання	Зміни до чинного законодавства України у сфері зовнішньої реклами, економічні або соціальні кризи, тощо
Альтернатива 2	Залишення ситуації, що складалась, без змін, не забезпечить досягнення поставленої цілі. Отже, така альтернатива є неприйнятною	Зміни до чинного законодавства України у сфері зовнішньої реклами, економічні або соціальні кризи, тощо

Вирішення проблеми можливе шляхом ухвалення проекту рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді».

Перевага обраної альтернативи обумовлена процесами, пов'язаними із забезпеченням збалансування інтересів рекламорозповсюджувачів та органів місцевого самоврядування.

#### **5. Механізм та заходи, що забезпечать розв'язання визначеної проблеми**

Проект рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді» визначає:

- порядок дій для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград;
- права та обов'язки виконавчих органів і комунальних підприємств міської ради та суб'єктів господарювання пов'язаних з отриманням дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград.

#### **6. Оцінка виконання вимог регуляторного акту залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги**

Розрахунок витрат на виконання вимог регуляторного акта для органів виконавчої ради чи органів місцевого самоврядування згідно з додатком 3 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (згідно вимог Постанови КМУ від 16.12.2015 року №1151 «Про внесення змін до Постанови КМУ від 11.03.2004 року № 308) не передбачено.

Проект рішення розповсюджується тільки на сферу інтересів суб'єктів господарювання які надають рекламні послуги або матимуть намір на розміщення реклами власної господарської діяльності на території міста Павлоград.

#### **7. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта.**

Строк дії даного регуляторного акта встановлюється 5 років.

За підсумками аналізу відстеження результативності регуляторного акта, а також у разі потреби та з урахуванням відповідних нормативних актів до нього теж будуть вноситися відповідні зміни.

#### **8. Показники результативності регуляторного акта.**

Для відстеження результативності дії регуляторного акта визначені такі показники:

1. Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/ або фізичних осіб.
2. Кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград.

3. Кількість відмов у видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград.
4. Розмір знаходження до бюджету Павлоградської міської ради за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів.
- Прогнозні показники результативності дії регуляторного акта:

Назва показника	Показники .....
Кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград	2016 - 30 2017 - 18 2018 - 25 2019- 74 2020 станом на 01.08.2020 - 36
Кількість відмов у видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград.	0
Розмір знаходження до бюджету Павлоградської міської ради за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів.	2016р. - 1 269 618,43 грн. 2017р. – 1 632 439,19 грн. 2018р. – 1 779 711,67 грн. 2019 р.– 2 211 484,98 грн.
Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб основних положень акта. Оприлюднення повідомлення, проект рішення, АВР на офіційному сайті Павлоградської міської ради.	100 %

#### **9. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта**

Заходи щодо відстеження результативності регуляторного акта здійснюється управлінням комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

Для відстеження будуть використовуватись статистичні дані управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради та фінансового управління Павлоградської міської ради за відповідний період, що передуює даті початку виконання заходів з відстеження.

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

Базове відстеження результативності дії регуляторного акта буде проведене одразу після набрання чинності регуляторним актом.

Повторне відстеження планується провести через рік після набуття чинності регуляторного акту.

Періодичне відстеження планується проводити один раз на три роки, починаючи від дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності.

За результатами проведення відстежень буде можливо порівняти показники результативності дії регуляторного акта. У разі виявлення неврегульованих та проблемних питань, вони будуть усунені шляхом внесення відповідних змін до регуляторного акта.

Таблиця 1


<b>КОНТРОЛЬНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ</b>		
<b>для оцінки впливу нормативно-правового акта (проекту акта) на конкуренцію</b>		
Чи призводить чи може призвести нормативно-правовий акт (проект акта) до наступних наслідків:	Відповідь	
	Так	Ні
<b>А. Обмежує кількість або звужує коло постачальників Такий наслідок може мати місце, якщо нормативно-правовий акт (проект акта):</b>		
1. Надає суб'єкту господарювання виключні права на поставку товарів чи послуг;		+
2. Запроваджує режим ліцензування, надання дозволу або вимогу погодження підприємницької діяльності із органами влади;		+
3. Обмежує здатність окремих категорій підприємців постачати товари чи надавати послуги		+



(звужує коло учасників ринку);		
4. Значно підвищує вартість входження в ринок або виходу з нього;		+
5. Створює географічний бар'єр для поставки товарів, виконання робіт, надання послуг або інвестицій.		+
<b>Б. Обмежує здатність постачальників конкурувати</b> Такий наслідок може мати місце, якщо нормативно-правовий акт (проект акта):		
1. Обмежує здатність підприємців визначати ціни на товари та послуги;		+
3. Обмежує можливості постачальників рекламувати або здійснювати маркетинг їх товарів чи послуг;		+
4. Встановлює стандарти якості, що надають необґрунтовану перевагу окремим постачальникам порівняно з іншими, або стандарти вищого рівня якості, ніж той, який обрали б окремі достатньо проінформовані споживачі;		+
5. Суттєво збільшує витрати окремих суб'єктів господарювання порівняно з іншими (зокрема, внаслідок дискримінаційного ставлення до діючих та нових учасників ринку).		+
<b>В. Зменшує мотивацію постачальників до активної</b>		

<b>конкуренції Такий наслідок може мати місце, якщо нормативно-правовий акт (проект акта):</b>		
1. Запроваджує режим саморегулювання або спільного регулювання;		+
2. Вимагає або заохочує публікувати інформацію про обсяги виробництва чи реалізації, ціни та витрати підприємств;		+
<b>Г. Обмежує вибір та доступ споживачів до необхідної інформації Такий наслідок може мати місце, якщо нормативно-правовий акт (проект акта):</b>		
1. Обмежує здатність споживачів вирішувати, у кого купувати товар;		+
6. Знижує мобільність споживачів внаслідок підвищення прямих або непрямих витрат на заміну постачальника.		+
7. Суттєво обмежує чи змінює інформацію, необхідну для прийняття раціонального рішення щодо придбання чи продажу товарів		+

Начальник управління комунального господарства та будівництва

 А.Ю. Завгородній

Погоджено:  
перший заступник міського голови

 В.С.Мовчан

## ВПЛИВ

проекту регуляторного акта «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград» на конкуренцію

Проект регуляторного акта «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград» розроблений з метою визначення єдиної процедури видачі дозволів на розміщені зовнішньої реклами у місті Павлоград. Проект визначає права та обов'язки суб'єктів господарювання та фізичних осіб при порушенні розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград.

Проект не впливає негативно на конкуренцію, оскільки дає право вибору самостійно суб'єктам господарювання та фізичним особам отримати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами у місті Павлоград та укласти договори про тимчасове використання місця розташування рекламного заходу з управлінням комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

Таким чином, Проект немає негативного впливу на конкуренцію.

Начальник управління комунального господарства та будівництва



А.Ю. Завгородній

## ПОВІДОМЛЕННЯ

про оприлюднення проекту рішення виконавчого комітету  
Павлоградської міської ради «Про затвердження Правил розміщення  
зовнішньої реклами у м. Павлограді»

На виконання Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003р. №1160-IV та методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою КМУ від 11.03.2004 №308 (зі змінами та доповненнями), з метою одержання від громадськості та суб'єктів господарювання зауважень та пропозицій на офіційному сайті Павлоградської міської ради **pavlogradmrada.dp.gov.ua** 17.08.2020р. розміщено проект рішення виконавчого комітету Павлоградської міської ради „ Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Павлограді“.

Проект розроблений управлінням комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

**Мета проекту рішення:** визначення єдиних Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Павлоград.


Зауваження та пропозиції до проекту регуляторного акта та аналізу його регуляторного впливу просимо надавати в письмовій формі:

1. Поштою за адресою 51400, м. Павлоград, вул. Соборна, 115, управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради;
2. Ел. поштою: **komotdel\_pavl@meta.ua**

Строк подання пропозицій та зауважень становить 1 місяць з дня оприлюднення.

Ознайомитись з повним пакетом документів (проект рішення з додатками, АРВ) можна на офіційному сайті Павлоградської міської ради **pavlogradmrada.dp.gov.ua** та в управлінні комунального господарства та будівництва (м. Павлоград, вул. Соборна, 115)

Начальник управління комунального  
господарства та будівництва

 А.Ю. Завгородній