



У К Р А Ї Н А

ВІДДІЛ МІСТОБУДУВАННЯ, АРХІТЕКТУРИ ТА ЖИТЛОВО-
КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛИНОВЕЦЬКОЇ МІСЬКОЇ
РАДИ ВІННИЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

22500, м. Линовець, вул. Василя Липківського, 30. Тел. +38 (097) – 746-37-97. СДРПОУ-43929582

Email: z.pavych.a.outlook.com

Від 19.07.2021 року № 01-31/268

Голові Державної регуляторної
служби України

О.В. КУЧЕРУ

Відповідно до ст. 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та з метою врегулювання правових відносин з розповсюджувачами зовнішньої реклами на території Линовецької громади Відділ містобудування, архітектури та житлово-комунального господарства Линовецької міської ради направляє на розгляд проект рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Линовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області» разом із Аналізом його регуляторного впливу та експертним висновком постійної комісії стосовно регуляторного впливу проекту рішення для отримання пропозицій щодо удосконалення проекту регуляторного акту.

Начальник відділу

Костянтин КОЛОДІЙ

0.31

Державна регуляторна служба України
№ 7044/0/19-21 від 27.07.2021





**ЛИПОВЕЦЬКА МІСЬКА РАДА
ВІННИЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Вул. Василя Линківського, 30, м. Липовець, Вінницький район, Вінницька область, 22500; ^{т.ф.} 2-34-50, 2-19-66; факс 2-34-50
e-mail: lypovetsmr@gmail.com, код ЄДРПОУ 04325957

проект

РІШЕННЯ

_____ року м. Липовець _____ сесія скликання

**Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами
в Липовецькій територіальній громаді
Вінницького району Вінницької області**

Відповідно до Законів України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про адміністративні послуги», постанови КМУ від 29.12.2003р. №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», «Правил благоустрою території Липовецької територіальної громади Вінницького району Вінницької області», з метою вдосконалення правового регулювання порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Липовецької територіальної громади та керуючись ст.25, ч.1 ст.59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» міська рада вирішила:

1. Затвердити Порядок розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області, згідно додатку .

2. Вважати таким, що втратило чинність рішення виконавчого комітету Липовецької міської ради від 20.04.2017 року №45 «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в м. Липовець».

3. Контроль за виконанням рішення покласти на постійну комісію з питань земельних відносин, природокористування, планування території, будівництва, архітектури, охорони пам'яток, історичного середовища та благоустрою (голова комісії Шмигун Д.А.).

В.о. міського голови

Олеся НАЗАРЕНКО

Виконавець:

Начальник відділу містобудування,
архітектури та житлово-
комунального господарства

Костянтин КОЛОДІЙ

Додаток
до рішення ___ сесії
міської ради 8 скликання
від « » _____ 2021 р. №

Порядок розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області

1. Порядок розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Липовецької територіальної громади (далі – Порядок) регулює правові відносини між виконавчим комітетом Липовецької міської ради та фізичними і юридичними (незалежно від форм власності та підпорядкованості) особами, що виникають у процесі розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Липовецької територіальної громади, та визначає порядок надання дозволів на її розміщення, вимоги до проектування рекламних засобів, розміщення (встановлення, монтаж), експлуатації та демонтажу, а також порядок контролю за дотриманням вимог цього Порядку.

2. У цьому Порядку наведені нижче терміни вживаються у такому значенні:

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

виконавчий орган ради - виконавчий комітет Липовецької міської ради;

дозвіл - документ установленної форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу сільської, селищної, міської 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 наземні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, тролі, таблички, короби, 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.

зовнішня реклама - реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях - рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;

розповсюджувач реклами - особа, яка здійснює розповсюдження реклами;

соціальна реклама - інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.

3. Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в Законі України “Про рекламу”, Типових правилах розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 із змінами (далі - Типові правила).

4. Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому цим Порядком.

Дія цього Порядку поширюється на всю Липовецьку територіальну громаду, включаючи розташування рекламних засобів на будинках (будівлях) і спорудах, у тому числі на відкритих майданчиках, на міських вулицях (дорогах), площах тощо, у зелених зонах, на елементах вуличного обладнання, інших об'єктах, що перебувають у комунальній власності. Порядок є обов'язковим для виконання всіма учасниками рекламної діяльності - фізичними та юридичними особами.

Видача (відмова у видачі, переоформлення, видача дублікату, анулювання) дозволу на розміщення зовнішньої реклами здійснюється відповідно до Закону України “Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності”.

Справляння плати за видачу зазначених дозволів виконавчим органом міської ради забороняється.

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 території Липовецької територіальної громади.

5. Дозвільним органом для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Липовецької територіальної громади уповноважено відділ містобудування, архітектури та житлово-комунального господарства Липовецької міської ради (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.

6. 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 (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 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 населених пунктів;

подання територіальним органам спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів області 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. Одержання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

Для одержання дозволу замовник реклами через Центр надання адміністративних послуг «Прозорий офіс» подає до Робочого органу Липовецької міської ради заяву за формою, згідно з **Додатком 1** до цього Порядку, до якої додаються:

фотокартка або комп'ютерний макет місця (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу;

ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням.

Під час подання заяви або оформлених примірників дозволу спеціаліст Центру надання адміністративних послуг в присутності заявника перевіряє комплектність документів, додержання вимог до їх оформлення та видає заявнику довідку з описом поданих документів.

8. За наявності документів, передбачених пунктом 7 цих Правил, спеціалістом Центру надання адміністративних послуг протягом двох днів подається пакет документів разом із супровідним листом до Робочого органу.

Відомості про заяву у той же день вносяться робочим органом до внутрішнього реєстру заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (журналу), який ведеться у довільній формі.

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.

Відмова у встановлені пріоритету фізичній або юридичній особі (заявнику) може бути у разі:

подачі неповного комплекту документів;

оформлення поданих документів не відповідає встановленим вимогам;

на вказане місце виданий дозвіл на розміщення рекламного засобу;

на вказане місце встановлений пріоритет;

якщо обрані заявником формат, вид та/або тип рекламного засобу та/або спосіб його розташування чи зовнішній вигляд не відповідають вимогам Закону України «Про рекламу».

Строк видачі дозволу або надання письмового повідомлення про відмову у його видачі становить 10 робочих днів або після проведення чергового виконкому.

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;

обласною держадміністрацією - 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;

Укравтодором або власниками автомобільних доріг та Національною поліцією - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги 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.

Погодження дійсне протягом строку дії дозволу

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

11. Інформація про подані заяви та встановлені виконавчим комітетом пріоритети є відкритою і повинна надаватися будь-якій особі за її письмовою заявою.

12. 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.

13. Виконавчий орган ради протягом одного робочого дня з дати одержання зазначених пропозицій, але не пізніше призначеного дня засідання виконавчого комітету Липовецької міської ради, приймає рішення про надання дозволу, згідно **Додатку 2** цього Порядку, або про відмову у його наданні.

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

14. У разі прийняття виконавчим комітетом рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу, яке перебуває в комунальній власності, заявник протягом трьох днів укладає договір з робочим органом на тимчасове користування цим місцем, згідно **Додатку 3** цього Порядку.

Протягом п'яти днів заявник вносить відповідну плату за тимчасове користування місцем, що перебуває в комунальній власності.

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

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

17. 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).

18. Якщо протягом строку дії дозволу виникла потреба у зміні технологічної схеми рекламного засобу, розповсюджувач зовнішньої реклами не пізніше ніж за десять днів звертається до Робочого органу з письмовою заявою у довільній формі про внесення у дозвіл відповідних змін. До заяви додається:

технічна характеристика змін у технологічній схемі рекламного засобу;

фотокартка рекламного засобу;

ескіз із конструктивним рішенням.

Отримана заява та документи згідно переліку подаються на реєстрацію.

Робочий орган протягом не більш як п'ятнадцяти робочих днів з дати реєстрації заяви розглядає її, готує проект відповідного рішення на виконавчий комітет Липовецької міської ради. Після винесення відповідного рішення виконавчим комітетом Робочий орган наступного дня вносить відповідні зміни у дозвіл.

Відмова у зміні технологічної схеми рекламного засобу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

19. 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 семиденний строк письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами.

У десятиденний строк з початку зміни містобудівної ситуації, реконструкції, ремонту, будівництва Робочий орган надає розповсюджувачу зовнішньої реклами інформацію про інше рівноцінне місце.

У разі досягнення згоди щодо нового місця розташування рекламного засобу вносяться зміни у дозвіл.

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

Плата за надання робочим органом послуг, пов'язаних із зміною місця розташування рекламного засобу, не справляється.

Строк дії дозволу продовжується на час, необхідний для вирішення питання про надання рівноцінного місця.

Після закінчення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами має пріоритетне право на розташування рекламного засобу на попередньому місці.

20. Продовження строку дії дозволу

Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається до робочого органу розповсюджувачем зовнішньої реклами у довільній формі не пізніше ніж за один місяць до закінчення строку дії дозволу.

Робочий орган протягом п'яти днів з дати одержання заяви готує проект рішення виконавчого комітету про продовження строку дії дозволу. На наступний день після засідання виконавчого комітету, в разі прийняття відповідного рішення Робочим органом, продовжується строк дії дозволу.

У разі відмови продовження строку дії дозволу заявнику направляється мотивована відповідь.

Продовження строку дії дозволу фіксується в журналі реєстрації з внесенням відповідних змін у дозвіл.

У такому ж порядку продовжується строк дії дозволів, наданих до набрання чинності цього Порядку.

Відмова у продовженні строку дії дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

21. У разі набуття права власності на рекламний засіб іншою особою або передачі його в оренду дозвіл підлягає переоформленню.

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 у довільній формі про переоформлення дозволу.

До заяви додається:

документ, який засвідчує право власності (користування) на рекламний засіб;

оригінал зареєстрованого дозволу;

письмове погодження власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженого ним органу (особи);

копія свідоцтва про державну реєстрацію заявника як юридичної особи або фізичної особи - підприємця;

банківські реквізити, ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної особи платників податків, зборів та інших обов'язкових платежів.

У разі відсутності зауважень до поданих заявником документів Робочий орган протягом п'яти днів з дати одержання заяви готує проект рішення виконавчого комітету про переоформлення дозволу. На наступний день після засідання виконавчого комітету, в разі прийняття відповідного рішення, Робочим органом переоформлюється дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

У разі відмови в переоформленні дозволу заявнику направляється мотивована відповідь.

Переоформлення дозволу фіксується в журналі реєстрації з внесенням відповідних змін у дозвіл.

Відмова у переоформленні дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

22. Дозвіл скасовується до закінчення строку дії на підставі розпорядження міського голови за письмовою заявою Робочого органу в разі невикористання місця розташування рекламного засобу розповсюджувачем зовнішньої реклами безперервно протягом шести місяців або непереоформлення дозволу в установленому порядку.

Перелік підстав для скасування дозволу є вичерпним.

Розпорядження про скасування дозволу фіксується в журналі реєстрації та надсилається розповсюдjuвачу зовнішньої реклами.

Розпорядження про скасування дозволу може бути оскаржене у порядку, встановленому законодавством.

23. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

розміщуватися з додержанням вимог техніки безпеки, зазначених у пунктах 26-29 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, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;

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;

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.

24. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

на пішохідних доріжках та алеях, якщо це перешкоджає вільному руху пішоходів;

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

25. 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.

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 пунктами 23-25 цього Порядку, є вичерпним.

26 Розроблення необхідної технічної документації, монтаж (демонтаж) рекламного засобу здійснюється розповсюджувачем зовнішньої реклами за власний рахунок.

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

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

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

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

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

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

32. Контроль за додержанням цього Порядку здійснює Робочий орган Липовецької міської ради.

33. У разі порушення Порядку розміщення реклами Робочий орган, який здійснює контроль за додержанням цього Порядку, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у визначений строк.

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

35. Розповсюджувач зовнішньої реклами, винний у порушенні цього Порядку, несе відповідальність згідно із законодавством.

36. До основних видів зовнішньої реклами відносяться:

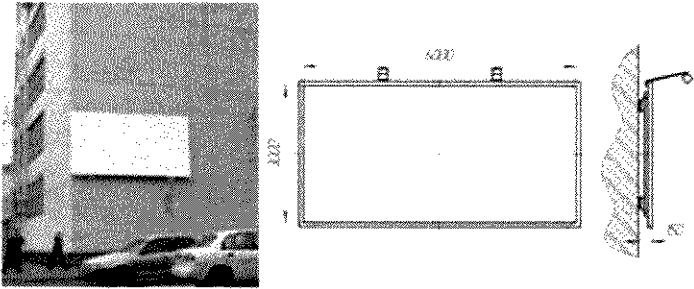
Стационарні рекламні засоби – рекламні засоби, які розташовуються у спосіб, що не передбачає можливості їх переміщення без відокремлення конструктивних елементів (опор, фундаментів, кронштейнів тощо), котрі забезпечують фіксацію рекламного засобу у місці його розташування.

Стационарні рекламні засоби поділяються на наземні, навісні та такі, що розташовуються на будинках і спорудах.

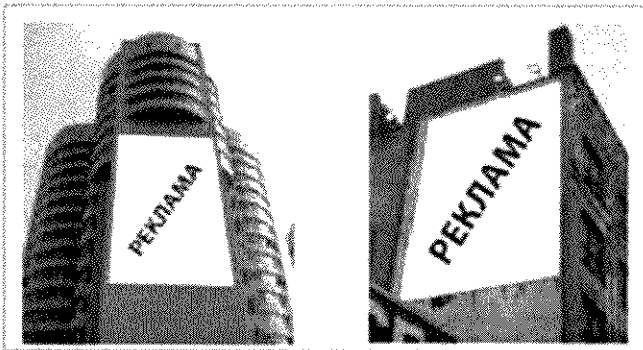
Тимчасові рекламні засоби – рекламні засоби, конструктивне рішення яких передбачає можливість їх вільного переміщення з визначеного місця розташування. До тимчасових рекламних засобів належать, зокрема, виносні щитові конструкції, рекламні засоби, що переміщуються фізичною особою в рекламних цілях чи використовуються при проведенні рекламних акцій.

37. Типи рекламних засобів:

Брандмауери – навісні рекламоносії, які виконуються у вигляді банерів, панно, будівельних декоративно-сітчатих огорожень, плакатів гіперформату в жорсткому каркасі, розташовуються на фасадах будинків, споруд або закріплюються на будівельних конструкціях лісів та прикривають будинки, споруди, які ремонтуються, реконструюються, будуються чи демонтуються. (Мал. 1, 2)

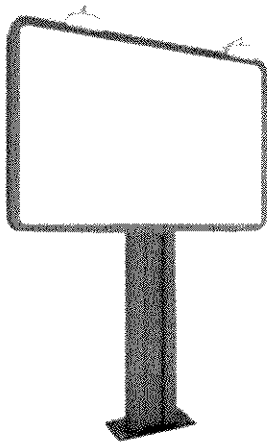


Мал. 1



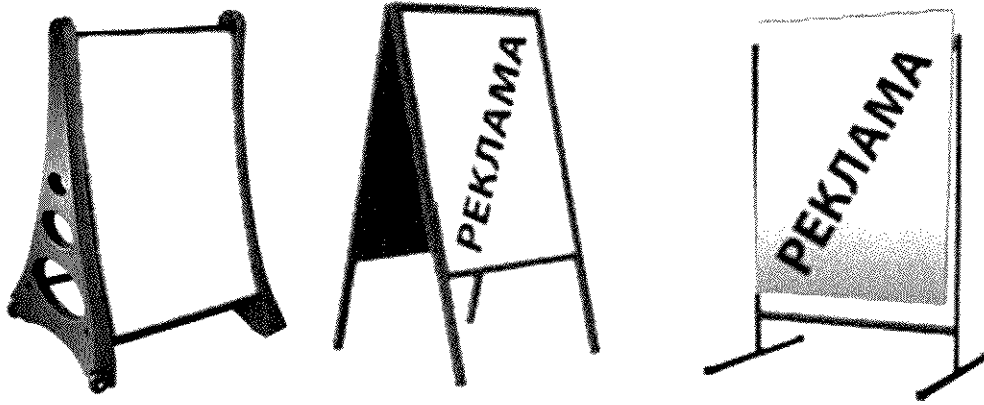
Мал. 2

Бек-лайт – стаціонарна наземна конструкція формату 3 x 4 м. Можуть бути як однобічні так і двобічні (Мал. 3).



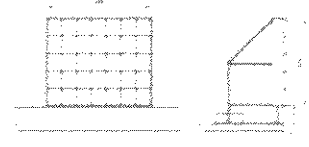
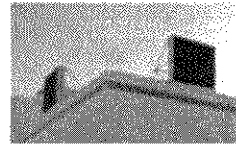
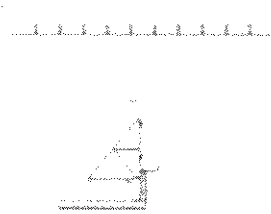
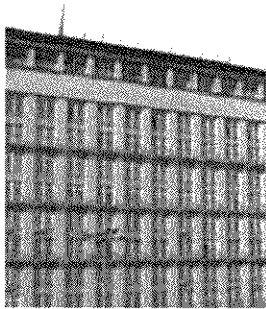
Мал. 3

Виносні щитові конструкції (мимоходи, штендери) – тимчасові рекламні засоби, які розташовуються фізичними або юридичними особами, що рекламують свої товари, продукцію, послуги, виключно під час їх роботи (Мал. 4).



Мал. 4

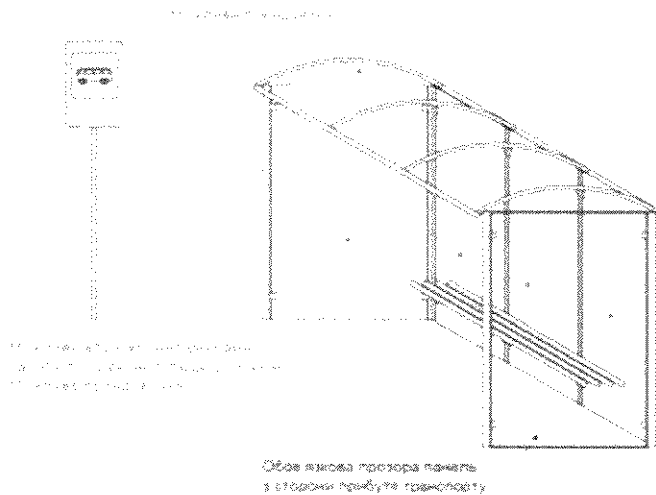
Дахові конструкції – різноманітні об'ємні або плоскі установки, розташовані повністю або частково вище рівня карнизу споруди (будинку) або на даху (Мал. 5, 6).



Мал. 5

Мал. 6

Зупинковий комплекс, який містить у собі елементи зовнішньої реклами (павільйон) – може бути розташований у будь-якій частині громади, відповідно до схеми розташування зупинок транспорту загального користування (Мал.7).

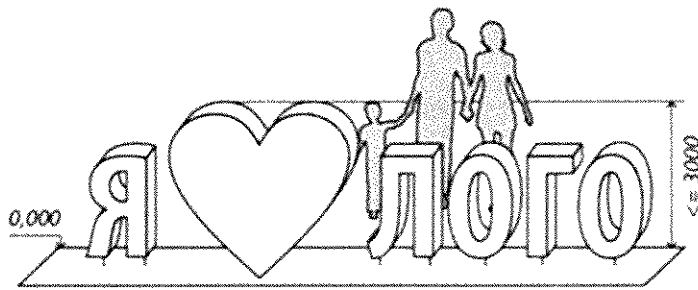


Мал. 7

Індивідуальний рекламний засіб – розроблені за індивідуальним проектним рішенням, не відносяться до жодного з перелічених рекламних засобів.

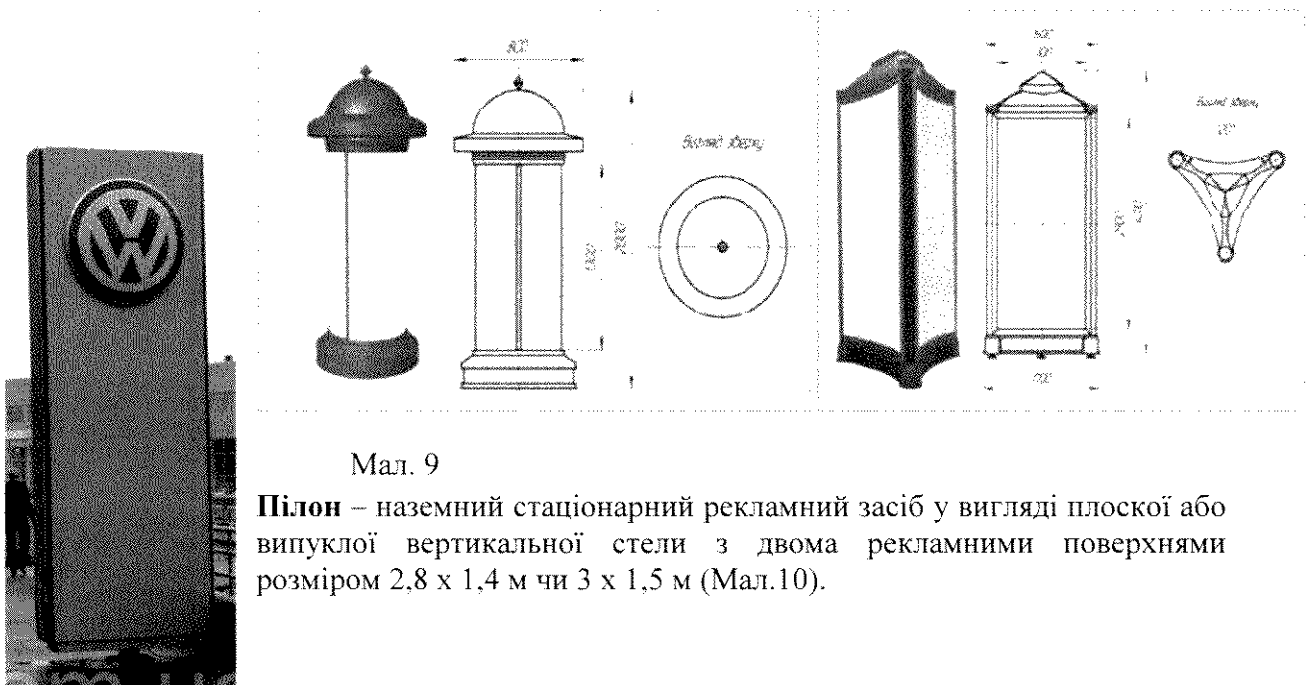
Нестандартні конструкції – встановлюються згідно з цим Порядком в залежності від кожного конкретного випадку.

Об'ємно-просторові рекламні конструкції – рекламоносії, виконані виключно за індивідуальним проектом, виходячи з містобудівних, функціонально-планувальних та естетичних особливостей оточуючого середовища (Мал.8).



Мал.8

Пілар – наземний стаціонарний рекламний засіб, що у горизонтальному розрізі є рівностороннім тригранником з вгнутими всередину чи випуклими сторонами, як правило, розміром 3 x 1,4 м. (Мал. 9).

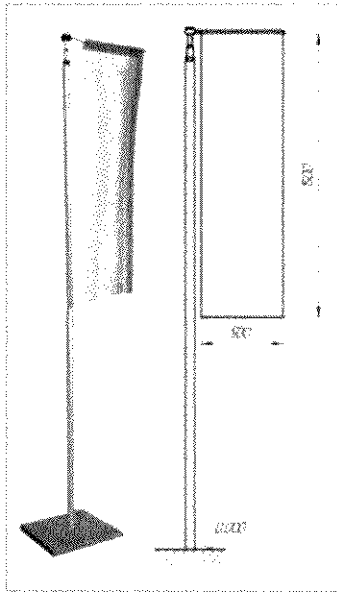


Мал. 9

Пілон – наземний стаціонарний рекламний засіб у вигляді плоскої або випуклої вертикальної стели з двома рекламними поверхнями розміром 2,8 x 1,4 м чи 3 x 1,5 м (Мал.10).

Мал. 10

Прапорні композиції, парасолі, навіси – рекламні засоби, що складаються з основи, одного або декількох флагштоків (стійок) і м'яких полотнищ (Мал.11).

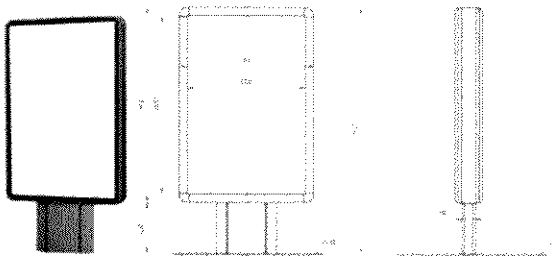


Мал. 11

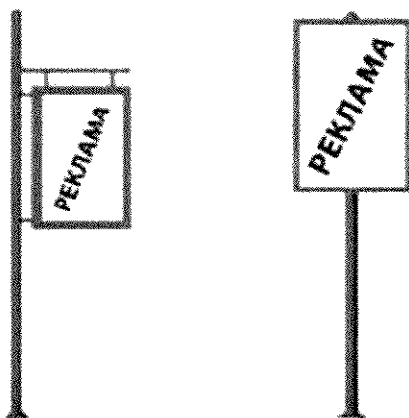
Реклама на елементах благоустрою – рекламні засоби, розміщені на конструкціях інженерних споруд, інших елементах благоустрою, які використовуються як рекламоносії, в тому числі на урнах, лавах, телефонних кабінах, малих архітектурних формах, нестационарних об'єктах торгівлі (наметах), вуличних меблях тощо.

Рекламний засіб, що переміщується фізичними особами – тимчасовий засіб зовнішньої реклами, у вигляді спеціального вбрання або одягнених на людину елементів зовнішньої реклами, що носяться фізичними особами з ціллю реклами товарів чи послуг.

Сіті-лайт – об'єкт зовнішньої реклами, який представляє собою стенд (короб) з розміром однієї рекламної площини 1,2 x 1,8м. Сіті - лайт розміщується як конструкція так і на опорі. Вказані рекламоносії можуть розміщуватися в будь-якій частині громади (Мал. 12, 13).

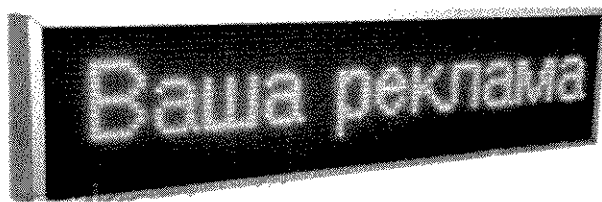


Мал. 12



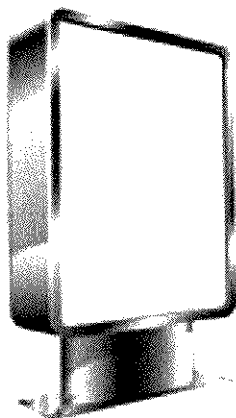
Мал. 13

Світлодіодний екран (електронне табло) – призначений для відтворення зображення на площині екрану за рахунок випромінювання світла світлодіодів, ламп інших джерел світла (Мал. 14).



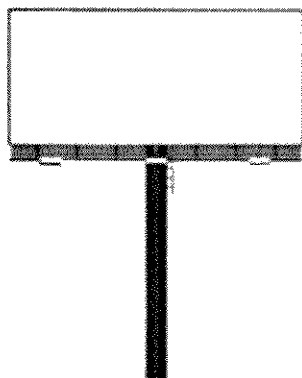
Мал. 14

Скроллер – динамічний окремо стоячий рекламний засіб із зміною зображень. Дозволяє послідовно демонструвати від 3-х до 12-ти зображень на одній поверхні (Мал. 15).

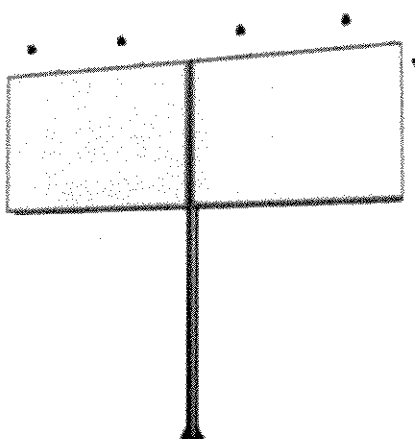


Мал. 15

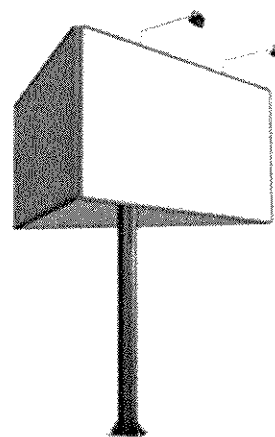
Стационарний щит, біг борд – наземна рекламна конструкція формату 3 x 6 м та більше. Технічно можуть бути з різними кількостями сторін (Мал. 16, 17, 18).



Мал. 16



Мал. 17



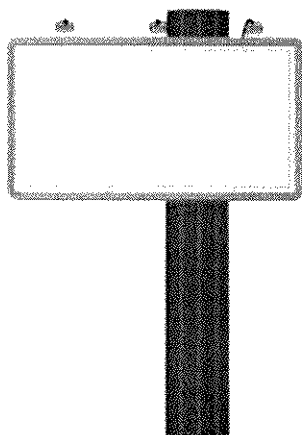
Мал. 18

Транспаранти, перетяжки, тролі - розміщуються над проїжджою частиною дороги за умови, що нижній край рекламоносіїв повинен знаходитися на висоті не менше 5 м від поверхні проїжджої частини дороги (Мал. 19).

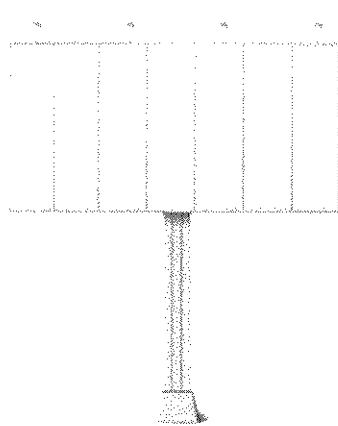


Мал. 19

Тривіжин (призматрон) – вдосконалений варіант біг борду, з трьохгранними призмами, що повертаються та дозволяють розмістити три рекламних зображення (Мал. 20, 21).



Мал. 20



Мал. 21

38. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється відповідно до Порядку, визначеному Липовецькою територіальною громадою, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою).

39. Розрахунок розміру сплати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності здійснюється за формулою:

$$P_{\text{пм}} = B_{\text{мс}} \times P_{\text{мс}}, \text{ де}$$

$P_{\text{пм}}$ – місячний розмір плати за місце розміщення зовнішньої реклами;

$B_{\text{мс}}$ – базова місячна ставка розміру плати становить від 1 до 2% від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня року у якому надано Дозвіл на розміщення зовнішньої реклами, за 1м² площі, залежно від виду рекламного засобу, згідно Додатку 4 цього Порядку;

$P_{\text{мс}}$ – площа рекламного засобу.

При площі рекламного засобу до одного квадратного метра плата справляється як за повний квадратний метр;

40. Кошти, які сплачуються розповсюджувачами реклами за користування місцями, що знаходяться в комунальній власності, надходять на рахунок загального фонду міського бюджету.

41. Порядок та термін оплати визначаються умовами договору користування місцем, що знаходиться в комунальній власності, для розташування рекламних засобів.

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

43. За несвоєчасне внесення плати за користування місцем за весь період заборгованості нараховується пеня в розмірі подвійної облікової ставки НБУ від суми несплаченої заборгованості за кожний день прострочення. Пеня зараховується до загального фонду міського бюджету.

44. У разі використання місця під установку рекламного засобу у визначений період року, у договорі на тимчасове користування місцями для розташування спеціальних конструкцій вказується конкретний термін розміщення рекламоносія та плата справляється за вищезазначений період розташування рекламної конструкції.

45. Після закінчення терміну дії договору розповсюдjuвач зовнішньої реклами повинен демонтувати рекламоносій.

46. Розміщення соціальної реклами

Рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка фізична чи юридична особа.

Замовник соціальної реклами та реклами, яка необхідна для реалізації стратегії розвитку міста, надсилає інформаційний запит Робочому органу або рекламорозповсюдjuвачу стосовно можливості розміщення вищевказаної реклами на його рекламоносіях із зазначенням терміну розміщення. При наявності вільних рекламних площин замовник та Робочий орган, або розповсюдjuвач, узгоджують розміщення цієї реклами на договірних засадах.

47. Соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця (крім випадків, коли рекламодавцем є громадське об'єднання чи благодійна організація), на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами, крім реклами національних фільмів.

Реклама національних фільмів прирівнюється до соціальної реклами та може розміщуватися і розповсюдjuватися, за умови дотримання вимог частини 46-47 цього Порядку.

48. У рекламі забороняється поширювати інформацію щодо товарів, виробництво, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом.

49. 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.

50. Демонтаж вивісок чи табличок, розміщених з порушенням вимог цих Правил, здійснюється 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.

Додаток 1
до Порядку

Керівнику робочого органу

(відділ містобудування, архітектури та
житлово-комунального господарства)

р. N _____

ЗАЯВА
про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами

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

Заявник
або
ним особа

уповноважена

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

М. П.

ДОЗВІЛ
на розміщення зовнішньої реклами №

Виданий _____ р.

(дата видачі)

на підставі рішення

(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)

Керівник робочого органу

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М. П.

ДОГОВІР
тимчасового користування місцем, що знаходиться в комунальній власності, для
розташування рекламного засобу

Від « » _____ 20__ р.

назва населеного пункту

Відділ містобудування, архітектури та житлово-комунального господарства у подальшому іменованій «Уповноважений орган», в особі начальника відділу містобудування, архітектури та житлово-комунального господарства Колодія К.В., який діє на підставі Положення про відділ, Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді (далі Порядок) з одного боку та _____, іменованій(не) надалі «Користувач», який діє на підставі _____ з другого боку, уклали цей договір про нижче наведене:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. «Уповноважений орган» надає, а «Користувач» приймає в строкове платне користування місце, що знаходиться в комунальній власності, надалі «об'єкт», для розташування рекламного засобу, на підставі рішення виконкому № _____ від _____ 20__ року, за адресою _____ загальною площею _____ кв.м.

1.2. Термін користування місцем для розміщення реклами, встановлюється на строк з _____ 20__ р. до _____ 20__ р.

2. ПЛАТА ЗА КОРИСТУВАННЯ МІСЦЕМ. ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

2.1. Ціною цього договору є розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу. Розмір плати обчислюється відповідно до Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді. У разі внесення міською радою змін та доповнень до Порядку, що стосуються визначення розміру плати, «Уповноважений орган» в односторонньому порядку здійснює перерахунок з моменту внесення таких змін та доповнень (якщо іншу дату не зазначено у рішенні міської ради) та в п'ятиденний термін надсилає «Користувачу» повідомлення про зміну розміру плати за користування місцем для встановлення реклами.

2.2. Нарахування плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу здійснюється з дати прийняття виконкомом міської ради рішення про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

2.3. Сума плати за надане у користування місце, що знаходиться в комунальній власності, складає _____ гривень (_____) на місяць.

2.4. Розмір плати за кожний наступний місяць визначається шляхом коригування плати за попередній місяць на індекс інфляції попереднього місяця (крім бюджетних установ чи закладів).

2.5. Після отримання «Користувачем» дозволу на розміщення зовнішньої реклами плата за користування місцем, що перебуває у комунальній власності проводиться незалежно від того використовує його «Користувач», чи тимчасово не використовує.

2.6. Внесення плати за користування місцем здійснюється "Користувачем" за розрахунком, шляхом перерахування відповідних коштів на розрахунковий рахунок загального фонду міського бюджету, щомісячно до 25-го числа поточного місяця, або одноразово за весь період наданого місця для встановлення реклами. У разі несвочасного внесення плати вказаний пріоритет на місце розташування рекламного засобу втрачається, заява вважається неподаною. Договір підлягає розірванню в односторонньому порядку без письмового повідомлення.

2.7. Несплачені своєчасно «Користувачем» суми плати стягуються за весь період заборгованості з нарахуванням пені в розмірі подвійної облікової ставки НБУ від суми несплаченої заборгованості за кожний день прострочення. Пеня зараховується до загального фонду міського бюджету.

2.8. При зміні тарифу за користування місцем з «Користувачем» укладається додаткова угода.

3. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

3.1. «Уповноважений орган» зобов'язаний:

- Надати в тимчасове користування місце для розташування рекламного засобу після оформлення в установленому порядку дозволу на розміщення зовнішньої реклами.
- Здійснювати контроль за дотриманням «Користувачем» чинного законодавства з питань зовнішньої реклами, Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді, Правил благоустрою території, положень цього договору.

3.2. «Уповноважений орган» має право :

- Вимагати від «Користувача» дотримуватися Порядку, Правил благоустрою території Липовецької територіальної громади, містобудівних норм.
- За погодженням з «Користувачем» використовувати рекламну поверхню рекламного засобу «Користувача» для розміщення соціальної реклами на безкоштовній основі або на інших умовах, встановлених сторонами.
- У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, вимагати від «Користувача» перенесення рекламного засобу в інше вказане місце у 10-ти денний термін з моменту попередження. У разі необхідності термінового проведення демонтажу рекламного засобу вимагати від «Користувача» – звільнити місце у 3 - денний термін. У разі невиконання вимог щодо звільнення місця розташування рекламного засобу КП «Комунсервіс» м. Липовець здійснює демонтаж рекламних засобів за окремим рішенням виконкому міської ради, нараховує витрати за демонтаж і зберігання рекламних засобів.
- Відмовити «Користувачу» в продовженні строку дії дозволу у випадках, передбачених законодавством України та Порядком.
- Здійснювати обстеження встановлених рекламних конструкцій «Користувачем».

3.3. «Користувач» зобов'язаний:

- Протягом п'яти днів з дати видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами внести плату, визначену цим договором.
- Своєчасно та в повному обсязі вносити плату за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу згідно з розділом 2 цього Договору.

- Не проводити будь-які роботи, пов'язані з розташуванням рекламного засобу до отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.
- Забезпечити рекламні засоби маркуванням із зазначенням на каркасі рекламного засобу найменування Розповсюджувача зовнішньої реклами, номера його телефону, дати видачі дозволу та строку його дії.
- Утримувати місце розташування рекламного засобу, відповідно укладеного договору, на комплексне опорядження, утримання і зовнішній благоустрій на території, прилеглій до об'єкта або землекористування замовника, згідно з вимогами правил і норм пожежної безпеки, Правил благоустрою території Липовецької територіальної громади, містобудівних, санітарних норм. За власний рахунок усувати можливі пошкодження місця та рослинності, що на ньому розташована. У випадку псування або приведення в непридатність рекламної конструкції чи рекламного зображення, своєчасно проводити їх ремонт або заміну.
- Здійснити за власні кошти благоустрій місця розташування рекламного засобу, відповідно розробленої проектно-технічної документації, відповідно до отриманого дозволу (технічних умов на тимчасове порушення благоустрою в термін до 10 календарних днів).
- У разі необхідності термінового проведення демонтажу рекламного засобу – звільнити місце у 3- денний термін.
- На прохання «Уповноваженого органу» надавати рекламні площини та забезпечувати розміщення на них соціальної реклами.
- Не розміщувати рекламні сюжети, які суперечать Закону України «Про рекламу».
- Відшкодувати у повному обсязі матеріальну шкоду, що заподіяна місцю розташування рекламного засобу з вини «Користувача».
- Звільнити місце і передати його в належному стані «Уповноваженому органу» в порядку, визначеному розділом 5 цього договору.

3.4. «Користувач» має право:

- Вимагати передачі йому у встановлений термін місця для розміщення реклами або місця для розміщення спеціальних конструкцій відповідно до виданого дозволу.
- Використовувати надане йому місце для розміщення на ньому рекламних засобів з дотриманням положень цього договору та Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Липовецької територіальної громади.
- Письмово, за 30 календарних днів до закінчення дозволу на розміщення реклами та даного Договору, звернутись до «Уповноваженого органу», при бажанні продовжити строк користування місцем для розміщення реклами .

4. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

4.1. За невиконання обов'язків за договором сторони несуть відповідальність, встановлену законодавчими актами України та цим договором.

4.2. У разі порушення зобов'язання, взятого на себе цим договором або неналежного його виконання з боку «Користувача», «Уповноважений орган» залишає за собою право відмовитись від договору в односторонньому порядку, повідомивши про це «Користувача» в письмовій формі в 15 - денний термін. Договір вважається розірваним з моменту одержання «Користувачем» повідомлення «Уповноваженого органу» про відмову від договору.

4.3. «Уповноважений орган» залишає за собою право не продовжувати договір на наступний термін з «Користувачем», який неналежним чином виконував умови даного договору, якщо такі факти «Уповноваженим органом» встановлені.

4.4 В питаннях, не обумовлених дійсним договором сторони керуються чинним законодавством, рішеннями сесії міської ради, рішенням виконкому, розпорядженнями міського голови щодо договірних відносин та Порядком.

4.5. Договір складається в 2-х примірниках, що мають однакову юридичну силу, по одному для кожної із сторін договору.

5. УМОВИ ЗМІНИ АБО ПРИПИНЕННЯ ДОГОВОРУ

5.1. Договір користування набирає чинності з моменту підписання його сторонами і діє до _____ . Закінчення строку договору не звільняє сторони від відповідальності за його порушення, яке мало місце під час дії договору.

5.2. Зміна або дострокове розірвання договору з ініціативи «Користувача» можуть мати місце за погодженням з «Уповноваженим органом». Зміни до договору, внесення яких обумовлено положенням чи вимогами законодавства або рішеннями Липовецької міської ради та її виконавчого комітету є обов'язковим для сторін договору. Зміни та доповнення, що вносяться до договору, розглядаються «Користувачем» протягом 20 днів з моменту їх подання. Одностороння відмова «Користувача» від виконання договору не допускається.

5.3. Дострокове розірвання цього договору за ініціативою «Уповноваженого органу» у встановленому законодавством порядку може мати місце в таких випадках:

а) «Користувач» погіршує місце, що надане йому, або утримує його в неналежному стані (засмічення території, незадовільний технічний стан рекламних конструкцій, пошкодження місця тощо), про що повинен бути складений відповідний акт.

б) «Користувач» несвоєчасно або у неповному обсязі сплачує платежі за користування місцем, визначені розділом 2 цього договору, протягом 3-х місяців після закінчення встановленого терміну сплати;

в) на вимогу «Уповноваженого органу» згідно з вимогами ст.782 Цивільного кодексу України;

г) банкрутства «Користувача»;

д) передача місця, наданого «Користувачу», іншим особам (фізичним, юридичним) на будь-якій підставі (суборенда, спільна діяльність);

е) в інших випадках порушення цього договору.

5.4. Договір може бути достроково розірваний на вимогу «Уповноваженого органу» у разі неналежного виконання «Користувачем» зобов'язань, взятих за договором та з інших підстав, передбачених нормативними актами України.

5.5. У разі відмови «Уповноваженого органу» у продовженні користування після закінчення строку дії договору «об'єкт» має бути звільнено і передано «Уповноваженому органу» за актом у задовільному стані. За час фактичного користування «об'єктом» після закінчення строку даного договору до передачі його за актом «Користувач» зобов'язаний внести плату за користування «об'єктом» в розмірі місячної плати.

5.6. Якщо «Користувач» не повернув «об'єкт» в термін, визначений договором, «Уповноважений орган» має право вимагати від «Користувача» сплати неустойки у розмірі подвійної плати за весь термін користування «об'єктом» до його повернення.

5.7. Якщо «Користувач» допустив погіршення стану «об'єкта» або його руйнування, він повинен відшкодувати «Уповноваженому органу» збитки, якщо не доведе, що погіршення або руйнування сталися не з його вини.

5.8. Звернення про припинення або продовження користування в зв'язку з закінченням терміну дії договору надається «Користувачем» не пізніше 1 місяця до його закінчення.

5.9. Продовження договору на новий термін по закінченню його дії без рішення виконкому не допускається.

6. РЕКВІЗИТИ ДЛЯ РОЗРАХУНКІВ.

6.1. Розрахунки по договору здійснюються «Користувачем» шляхом перерахування коштів на розрахунковий рахунок міського бюджету.

Реквізити для сплати плати:

6.2. Реквізити «Користувача»:

р/р _____ банк _____ МФО _____ ІНП _____
тел. бухгалтерії _____

7. ДО ДОГОВОРУ ДОДАЄТЬСЯ:

7.1. Розрахунок плати.

8. ПІДПИСИ СТОРІН:

«Уповноважений орган»

Відділ містобудування, архітектури
та житлово – комунального господарства

_____ К.В. Колодій
М.П.

«Користувач»

адреса _____

_____ (П.І.П)
М.П.

Базова місячна ставка розміру плати

№ з/п	Вид рекламного засобу	Одиниця виміру (за місяць)	Базова місячна ставка розміру плати, у % від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня року у якому надано Дозвіл на розміщення зовнішньої реклами
1.	Білборд (щит), що стоїть окремо	За 1 м ²	1,0%
2.	Сіті-лайт, що стоїть окремо	За 1 м ²	1,0%
3.	Щит, банер (брандмауер), панно на фасаді будинку	За 1 м ²	1,0%
4.	Тумба, стела, об'ємно-просторова конструкція, що стоїть окремо	За 1 м ²	1,0%
5.	Щит, плакат на об'єктах чи елементах благоустрою	За 1 м ²	1,0%
6.	Транспаранти-перетяги, підвіси над проїзною частиною вулиць, шляхів (в т.ч. на жорсткій основі)	За 1 м ²	1,0%
7.	Реклама чи інформація на тимчасових будівельних спорудах, в т.ч. парканах, будівельних лісах	За 1 м ²	1,0%
8.	Установки, які розташовані на дахах будівель, споруд (в т.ч. кіосків і т.п.)	За 1 м ²	1,0%
9.	Динамічна реклама (табло, лазерні установки)(по площині екрану)	За 1 м ²	1,0%
10.	Світловий кронштейн на стінах будинків, спорудах та ін.	За 1 м ²	1,0%
11.	Штендер (тимчасова виносна спеціальна конструкція)	За одиницю	2,0%
12.	Прапор, який використовується як рекламний засіб	За одиницю	2,0%
13.	Рекламний засіб, який переміщується фізичною особою	За одиницю	2,0%
14.	Промо-стійка, інформаційний стенд (тимчасово)	За одиницю	2,0%

Аналіз
регуляторного впливу проекту рішення Липовецької міської ради
«Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами
в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району
Вінницької області»

Цей аналіз регуляторного впливу розроблений на виконання та з дотриманням вимог Закону України «Про рекламу», враховуючи Постанову Кабінету міністрів України від 29.12.2003 р. № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», 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» від 11.09.2003 р. №1160-IV та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 р. №308. Проект рішення Липовецької міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді» відповідає пріоритетам Програми економічного і соціального розвитку Липовецької територіальної громади на 2021 рік, Стратегії розвитку Липовецької територіальної громади на період до 2030 року та ефективного розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Липовецької територіальної громади.

Регуляторний орган: Липовецька міська рада.

Розробник: відділ містобудування, архітектури та житлово-комунального господарства Липовецької міської ради.

Контактний телефон: (04358) 2-31-03.

I. Проблема, яку передбачається вирішити
Визначення проблеми, яку пропонується розв'язати шляхом
державного регулювання.

Проект розробленого регуляторного акта «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді» націлений на вирішення проблеми:

- відсутності комплексного і системного врегулювання порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Липовецької територіальної громади;

- самовільного встановлення рекламних конструкцій та порушення вимог діючого законодавства з боку суб'єктів підприємництва, що займаються рекламною діяльністю, та створення небезпеки для населення громади об'єктами зовнішньої реклами, встановленими з порушенням вимог до техніки безпеки;

- відсутності ефективного контролю за розміщенням рекламних конструкцій, а також відсутності платної дисципліни у суб'єктів підприємницької діяльності;

- виконання основних вимог дозвільної системи у сфері господарської діяльності.

Зазначена проблема потребує державного регулювання господарських відносин – прийняття Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді, який буде базовим документом, що сприятиме створенню сучасного правового поля для подальшого розвитку рекламної сфери на території міської ради.

Причини виникнення проблеми:

Відсутність затверджених правил на території Липовецької ТГ не дозволяє регулювати відносини з розповсюджувачами реклами належним чином та в однаковому обґрунтованому правовому полі, що призводить до самовільного встановлення рекламних конструкцій громадянами та багаточисельних порушень вимог чинного законодавства зі сторони суб'єктів підприємництва, що надають послуги розміщення реклами.

Неврегульованість даного питання призводить до стихійного розміщення об'єктів зовнішньої реклами з порушенням технічних вимог до безпечності таких об'єктів, виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу встановлення зовнішньої реклами, обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій на території Липовецької ТГ, врегулювання правових відносин між органом місцевого самоврядування та юридичними і фізичними особами.

Внаслідок набрання чинності постанови Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1173 «Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо відповідності основним вимогам до дозвільної системи у сфері господарської діяльності», якою внесені зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», виникла потреба розробити Порядок розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді у відповідності до нормативно-правових актів.

Водночас у сфері реклами діють такі нормативно правові акти:

- Закон України «Про рекламу»;
- Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні»;
- Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»;
- Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.03. № 2067.

Проблема є важливою, оскільки відсутність затвердженого Порядку не дозволяє регулювати відносини з розповсюджувачами реклами належним чином та в однаковому обґрунтованому правовому полі. Недоотримання коштів бюджетом матиме негативний вплив на життєдіяльність територіальної громади, оскільки не буде забезпечено в повному обсязі фінансування бюджетної сфери, зокрема виплати заробітної плати

працівникам, яка фінансується з бюджету ТГ, соціально важливих місцевих програм: соціальних, екологічних, у сфері адміністративних послуг тощо.

Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання:

- забезпечення дотримання Закону України «Про рекламу», Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», ПКМУ від 29.12.2003 р. № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами».

- забезпечення дотримання вимог техніки безпеки;

- наповнення місцевого бюджету та спрямування отриманих коштів на вирішення соціальних проблем територіальної громади та покращення інфраструктури населених пунктів.

Важливість проблеми:

На даний час на території Липовецької ТГ, без отримання дозволів з урахуванням вимог Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді, 12 суб'єктів господарської діяльності розміщують об'єкти зовнішньої реклами. В той же час бюджет громади не отримує жодної плати за розміщення такої реклами, втрати до бюджету складають орієнтовно 47,5 тис. грн. на рік, що є суттєвим для бюджету Липовецької міської ради.

Проектом передбачається створення умов для надходження до бюджету ТГ коштів від плати за розміщення зовнішньої реклами. Дане рішення позитивно вплине на ринкове середовище та умови конкуренції.

Отже, з метою правового регулювання господарських і адміністративних відносин між органом місцевого самоврядування та суб'єктами господарювання, недопущення суперечливих ситуацій, безумовного виконання вимог Закону України «Про рекламу», Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», вказана проблема потребує розв'язання шляхом прийняття рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді».

Таблиця 1

Основні групи, на які проблема справляє вплив:

Групи (підгрупи)	Так	Ні
1	2	3
Громадяни	Так	-
Держава (органи місцевого самоврядування)	Так	-
Суб'єкти господарювання,	Так	-
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	Так	-

Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою ринкових механізмів:

Застосування ринкових механізмів для вирішення вказаної проблеми не можливе, оскільки згідно чинного законодавства саме органи місцевого самоврядування затверджують Порядок розміщення зовнішньої реклами.

Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою діючих регуляторних актів:

Відсутність затвердженого Порядку не дозволяє регулювати відносини з розповсюджувачами реклами належним чином та в однаковому обґрунтованому правовому полі. Відсутність врегулювання даного питання на місцевому рівні призводить до самовільного встановлення рекламних конструкцій громадянами та суб'єктами підприємництва з багаточисельними порушеннями вимог чинного законодавства.

II. Цілі державного регулювання

Основними цілями державного регулювання акта є:

- створення умов для виконання положень постанови КМУ від 29.12.2003 №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» та Законів України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»;
- впорядкування нормативно-правової бази Липовецької міської ради;
- забезпечення, у процесі розміщення засобів зовнішньої реклами, розумного балансу комерційних інтересів та пріоритету щодо збереження цілісності оточуючої забудови;
- встановлення порядку та умов надання, внесення змін, продовження строку дії, погодження, переоформлення та припинення дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
- стимулювання інвестиційної діяльності рекламних операторів на прозорих та зрозумілих засадах гарантування захисту інвестицій;
- встановлення доцільних та обґрунтованих розмірів тарифу на розміщення зовнішньої реклами, які б враховували інтереси громадян і суб'єктів господарювання та дозволили б збільшити наповнення дохідної частини міського бюджету для виконання Програми економічного і соціального розвитку Липовецької територіальної громади на 2021 рік, Стратегії розвитку Липовецької територіальної громади на період до 2030 року ;
- запобігання самочинного та безоплатного розміщення конструкцій зовнішньої реклами на території населених пунктів Липовецької ТГ;
- можливість спрямувати отримані кошти на забезпечення благоустрою населених пунктів Липовецької ТГ.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Не прийняття регуляторного акта (залишення існуючої на даний момент ситуації без змін)	Не будуть досягнені цілі щодо регулювання самовільного встановлення зовнішньої реклами та отримання коштів до місцевого бюджету
Альтернатива 2 Прийняття регуляторного акта	Забезпечує досягнення цілей щодо належного законного регулювання відносин між розповсюджувачами зовнішньої реклами та Липовецькою ТГ. Забезпечить надходження платежів до місцевого бюджету, створення умов для розвитку діяльності в галузі реклами у правовому полі

Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутність в Липовецькій міській раді затвердженого Порядку розміщення зовнішньої реклами є прямим порушенням чинного законодавства та порушення прав та інтересів суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами.	Орієнтовні втрати бюджету Липовецької міської ТГ на рік плати за розміщення об'єктів зовнішньої реклами в сумі 47520 грн. Невідповідність чинному законодавству. Безконтрольне самовільне встановлення рекламних об'єктів.
Альтернатива 2	Впорядкування місць та встановлення постійного контролю щодо розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів.	Витрати міської ради на адміністрування запровадженого регулювання становитимуть близько 3435,9 грн.

	Збільшення надходжень до бюджету Липовецької ТГ в сумі 47520 грн., спрямування отриманих коштів на благоустрій населених пунктів Липовецької ТГ. Поліпшення безпеки жителів громади.	
--	--	--

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Порушення чинного законодавства. Порушення вимог техніки безпеки. Відсутність інформації про товари і послуги.	-
Альтернатива 2	Поліпшення безпеки жителів громади. Покращення благоустрою вулиць ТГ та місць розташування реклами.	-

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць*	-	-	-	12	12
Питома вага групи у загальній кількості, %	-	-	-	100	100

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Дозволяє не сплачувати кошти за місця розташування рекламних засобів, які	Немає можливості законно встановлювати об'єкти зовнішньої

	перебувають у комунальній власності Липовецької міської ТГ	реклами. Не враховано громадські та приватні інтереси.
Альтернатива 2	Спрощення та прозорість процедури оформлення документів дозвільного характеру у сфері зовнішньої реклами та скорочення строків їх отримання. Прозоре та законне ведення бізнесу та розповсюдження зовнішньої реклами. Чіткий контроль за розрахунком плати за розташування зовнішньої реклами.	Витрати згідно проведеного М-тесту та плати за розміщення зовнішньої реклами 82529,64 грн.

Вплив на сферу інтересів суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва відсутній.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1	1	Не вирішує проблеми. Цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).
Альтернатива 2	4	Цей регуляторний акт відповідає потребам у розв'язанні визначеної проблеми та принципам державної регуляторної політики. Цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде).

Рейтинг результативності досягнення цілей

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місяця альтернатив у рейтингу
Альтернатива 2	<p>Орган місцевого самоврядування: Відповідальне ставлення юридичних та фізичних осіб до Порядку розміщення зовнішньої реклами. Збільшення надходжень до бюджету Липовецької ТГ в сумі 47500 грн. Спрямування отриманих коштів на благоустрій населених пунктів Липовецької міської ТГ.</p> <p>Громадяни: поліпшення безпеки жителів громади; покращення благоустрою вулиць ТГ та місць розташування реклами; наявність інформації про товари і послуги.</p> <p>Суб'єкти господарювання: упорядкування відносин між суб'єктами господарювання та ОМС у сфері благоустрою; надання інформації про товари і послуги</p>	<p>Орган місцевого самоврядування): витрати пов'язані з організацією контролю за дотриманням затвердженого порядку (44,05 грн/год. середня заробітна плата відповідальної особи) Громадяни: Відсутні Суб'єкти господарювання: витрати на виконання обов'язків відповідно до затверджених правил (47520 грн.)</p>	<p>При виборі цієї альтернативи буде досягнуто цілі державного регулювання</p>

<p>Альтернатива 1</p>	<p>Орган місцевого самоврядування: Відсутність в Липовецькій міській раді затвердженого Порядку розміщення зовнішньої реклами є прямим порушенням чинного законодавства та порушення прав та інтересів суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами.</p> <p>Громадяни: Порушення чинного законодавства; порушення вимог техніки безпеки; відсутність інформації про товари і послуги.</p> <p>Суб'єкти господарювання: невнормовані відносини між органами влади та суб'єктами господарювання.</p>	<p>Орган місцевого самоврядування: Не відповідає чинному законодавству; безконтрольне самовільне встановлення рекламних засобів; недоотримання до бюджету Липовецької ТГ коштів за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів в сумі 47500 грн.</p> <p>Громадяни: Відсутні.</p> <p>Суб'єкти господарювання: Не можливість законно встановлювати об'єкти зовнішньої реклами</p> <p>Відсутні чіткі правила розміщення зовнішньої реклами.</p>	<p>Відсутність затвердженого Порядку не дозволяє регулювати відносини з розповсюдженню вачами реклами належним чином та в однаковому обгрунтованому правовому полі.</p> <p>Зміна діючого законодавства, політична та економічна ситуація в країні.</p> <p>Необхідність певного часу для ознайомлення суб'єктів господарювання з регуляторним актом.</p>
-----------------------	---	--	---

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 2	<p>Альтернатива дозволить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - укладати з розповсюдженню вачами зовнішньої реклами Договори, справляти з них плату, а також надавати їм дозволи на встановлення зовнішньої реклами, наповнення 	<p>Зміна чинного законодавства</p>

	<p>бюджету зросте на 47500 грн.;</p> <p>- забезпечить виконання цілей щодо затвердження чіткої зрозумілої процедури оформлення документів на розміщення зовнішньої реклами, усунення адміністративних бар'єрів під час здійснення підприємницької діяльності;</p> <p>-впорядкує розміщення рекламних засобів на території громади, стимулює розвиток підприємництва.</p>	
Альтернатива І	<p>Альтернатива залишає все без змін, що унеможливує видачу дозволів розповсюджувачам зовнішньої реклами та встановлення плати за неї, згідно вимог чинного на сьогодні законодавства Закону. Є непринятною з огляду на необхідність врегулювання зазначеної процедури.</p>	<p>Відсутність надходжень до бюджету, не узгоджене встановлення зовнішньої реклами, зміна чинного законодавства</p>

V. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми

Зазначену проблему планується розв'язати шляхом затвердження нової редакції Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді.

Основні напрями реалізації удосконалення регулювання рекламних відносин на території населених пунктів Липовецької ТГ спрямовані на досягнення мети, цілей і завдань запропонованого регулювання та представляють комплекс заходів, спрямованих на створення єдиного механізму отримання дозволу.

Проект рішення встановлює такі механізми розв'язання проблеми:

- ознайомлення фізичних та юридичних осіб з регуляторним актом;
- забезпечення дотримання громадських, державних та інтересів суб'єктів підприємницької діяльності;
- прийняття рішення на засіданні сесії міської ради;
- оприлюднення рішення у встановленому законодавством порядку;
- впровадження та виконання рішення міської ради;
- проведення заходів з відстеження результативності прийнятого рішення у порядку та строки, визначені законодавством (повторне, періодичне відстеження результативності).

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги

Розрахунок витрат на виконання вимог регуляторного акта для органів виконавчої влади чи органів місцевого самоврядування згідно з додатком 3 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004р. №308 не передбачено.

Кількість суб'єктів малого підприємництва на яких поширюється регулювання становить 12 суб'єктів господарювання (100% питомої ваги від загальної кількості), здійснено розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва), Додаток 1.

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Строк дії регуляторного акта необмежений, проте можливий вплив прийняття нових законодавчих чи нормативних актів з даного питання, які будуть змінювати або скасовувати норму закону.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Для відстеження результативності дії регуляторного акта основними є такі показники:

	Назва показника	Од. виміру	у 2021 році	у 2022 році	у 2023 році
1.	розмір надходжень плати до бюджету за розміщення зовнішньої реклами	грн.	47520,00	59400,00	71280,00
2.	розмір коштів, що витрачатиметься суб'єктами господарювання та / або фізичними особами, пов'язані з виконанням вимог акту	грн.	82529,64	107038,56	131547,48
3.	час, що витрачатиметься суб'єктами господарювання та / або фізичними особами пов'язаними з виконанням вимог акта	год.	2,4	2,4	2,4

4.	кількість поданих заяв на розміщення зовнішньої реклами	шт.	12	3	3
5.	кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами	шт.	12	15	18
6.	кількість суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання	осіб	12	15	18
7.	рівень поінформованості суб'єктів про дію вказаного регуляторного акта	%	100	100	100

ІХ. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися шляхом проведення базового, повторного та періодичного відстеження. Заходи з відстеження результативності зазначеного регуляторного акта здійснюватиме відділ економічного аналізу та залучення інвестицій виконавчого комітету Липовецької міської ради.

Базове відстеження результативності регуляторного акта буде здійснено до набрання чинності даного регуляторного акта.

Враховуючи, що для визначення значень показників результативності регуляторного акта виконуються статистичні дані, повторне відстеження результативності регуляторного акта буде здійснено через рік з дня набрання чинності, але не пізніше, як через два роки, та періодичне – раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Відстеження результативності дії регуляторного акта здійснюватиметься статистичним методом. При проведенні відстеження результативності цього регуляторного акта будуть використовуватися офіційні статистичні дані, зокрема:

- кількість укладених договорів про користування місцем для розташування рекламного засобу;
- даних щодо розміру надходжень плати до місцевого бюджету за розміщення зовнішньої реклами, наданих фінансовим управлінням Липовецької міської ради.

В.о. міського голови



Олеся НАЗАРЕНКО

Додаток 1

до аналізу регуляторного впливу проекту рішення Липовецької міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області»

ТЕСТ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА (М-ТЕСТ)

1. Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проводилися у період з 25.05.2021 року по 08.06.2021 року.

Порядковий номер	Вид консультації (публічні консультації прями – круглі столи, наради, робочі зустрічі; інтернет консультації прями – інтернет форуми, соціальні мережі; запити до підприємців, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій
1	Робочі зустрічі	3	Обговорено проблемні питання розміщення зовнішньої реклами та можливості їх вирішення шляхом прийняття запропонованого регулювання. За результатами консультацій виявлено, що запропоноване регулювання загалом сприймається суб'єктами господарювання.
2	Вид консультацій: телефонні консультації, відкриті джерела в інтернет-мережі	16	Обговорено проблемні питання розміщення зовнішньої реклами та можливості їх вирішення шляхом прийняття запропонованого регулювання. За результатами консультацій виявлено, що запропоноване регулювання загалом сприймається суб'єктами господарювання.

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єкта малого підприємництва

Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання – 12 (одиниць), складає 100%.

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

№ з/п	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання				
1	Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів)	-	-	-
2	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	-	-	-
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали)	-	-	-
4	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	-	-	-
5	Інші процедури (уточнити):		-	-
	розробка ескізу з конструктивним рішенням рекламного засобу	2800	0	2800
	за 1 м ² (60 грн. x 12 місяців = 720 грн. в рік з 1 суб'єкта господарювання відповідно до розміру рекламного засобу)	3960	-	19800
6	Разом, грн.	6760	0	22600
7	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць		12	
8	Сумарно, грн.	81120	0	271200
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування				
9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання (1 год) <i>Примітка: для розрахунку взято показник витрат в 1 год. і показник середньомісячної заробітної плати штатних працівників за видами економічної діяльності за 2021 рік</i>	44,05	-	44,05
10	Процедури організації виконання вимог регулювання:			
	подання повідомлення через ЦНАП (відділ звернень) (40 хв.)	29,37	-	29,37
	отримання рішення щодо можливості розташування/підтвердження	44,05	-	44,05

	відповідності розміщення зовнішньої реклами встановленим вимогам через ЦНАП або відділ містобудування, архітектури та житлово-комунального господарства міської ради (1 год.)			
11	Процедури офіційного звітування	-	-	-
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	-	-	-
13	Інші процедури	-	-	-
14	Разом, грн. <i>Формула:</i> <i>(сума рядків 9 + 10 + 11 + 12 + 13)</i>	117,47 (на одного суб'єкта)	-	117,47
15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що потенційно повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	- фактично на рік – орієнтовно 12 одиниць на рік		
16	Сумарно, грн. <i>Формула:</i> <i>рядок 14 X рядок 15</i>	1409,64	-	1409,64

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого і мікро підприємництва

Процедура регулювання суб'єктів малого і мікро підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання)	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідальної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання* (за рік), грн.
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	4	44,05 грн/год	1	12	2114,4
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі камеральні та виїзні	2	44,05 грн/год	1	12	1057,2
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	0	0	0	0	0
4. Реалізація одного окремого рішення	0	0	0	0	0

суб'єктами господарювання					
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	0	0	0	0	0
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	0,5	44,05 грн/год	1	12	264,3
Разом за рік	6,5	44,05 грн/год	-	12	3435,9
Сумарно за п'ять років	-	-	-	-	17179,5

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

№	Показник	Перший рік регулювання (стартовий), грн.	За п'ять років, грн.
1	Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	81120	271200
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	1409,64	1409,64
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	82529,64	272609,64
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	3435,9	17179,5
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	85965,54	289789, 4

5. Розроблення коригуючих заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання

Коригуючі засоби не використовуються.

Начальник відділу
містобудування, архітектури
та житлово-комунального господарства



Костянтин КОЛОДІЙ

Експертний висновок
постійної комісії міської ради з питань фінансів, бюджету, планування
соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного
співробітництва щодо регуляторного впливу проєкту рішення
Липовецької міської ради «Про затвердження Порядку розміщення
зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького
району Вінницької області» та аналізу його регуляторного впливу

Постійна комісія міської ради з питань фінансів, бюджету, планування соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного співробітництва на виконання вимог статті 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» розглянула проєкт рішення Липовецької міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області» та аналіз його регуляторного впливу і встановила наступне:

Розробником проєкту регуляторного акта є відділ містобудування, архітектури та житлово-комунального господарства Липовецької міської ради.

1. Відповідність проєкту регуляторного акта принципам державної регуляторної політики, встановленим статтею 4 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності»

Проєкт рішення Липовецької міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області» відповідає принципам і цілям державної регуляторної політики та розроблений відповідно до Законів України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанови КМУ від 29.12.2003р. №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами». Його включено до плану діяльності з підготовки проєктів регуляторних актів. Під час підготовки проєкту регуляторного акта дотримано послідовності здійснення регуляторної діяльності. Зокрема, на офіційному сайті міської ради ur.gov.ua розміщено повідомлення про оприлюднення проєкту регуляторного акта, проєкт рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області» та аналіз його регуляторного впливу. В місцевій газеті «Липовецькі вісті» було опубліковано оголошення про проведення громадських слухань щодо обговорення проєкту регуляторного акта, які відбулися 8 липня 2021 р.

Таким чином, проєкт регуляторного акта – проєкт рішення міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області» відповідає усім принципам державної регуляторної політики, встановленими статтею 4

Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», зокрема: доцільності, адекватності, ефективності, збалансованості, передбачуваності, прозорості та врахування громадської думки.

2. Відповідність проєкту регуляторного акта вимогам статті 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» щодо підготовки аналізу регуляторного впливу.

Відповідно до Законів України «Про рекламу», «Про місцеве самоврядування в Україні» повноваження щодо надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами покладено на органи місцевого самоврядування.

Проєкт розробленого регуляторного акта «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді» націлений на вирішення проблеми:

- відсутності комплексного і системного врегулювання порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Липовецької територіальної громади;

- самовільного встановлення рекламних конструкцій та порушення вимог діючого законодавства з боку суб'єктів підприємництва, що займаються рекламною діяльністю, та створення небезпеки для населення громади об'єктами зовнішньої реклами, встановленими з порушенням вимог до техніки безпеки;

- відсутності ефективного контролю за розміщенням рекламних конструкцій, а також відсутності платної дисципліни у суб'єктів підприємницької діяльності;

- виконання основних вимог дозвільної системи у сфері господарської діяльності.

Зазначена проблема потребує державного регулювання господарських відносин прийняття Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді, який буде базовим документом, що сприятиме створенню сучасного правового поля для подальшого розвитку рекламної сфери на території громади.

При розробці аналізу регуляторного впливу:

- визначено та проаналізовано проблему, яку пропонується розв'язати шляхом регулювання господарських відносин, а також оцінено важливість цієї проблеми;

- обґрунтовано, чому визначена проблема не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів і потребує регулювання;

- обґрунтовано, чому визначена проблема не може бути розв'язана за допомогою діючих регуляторних актів;

- визначено очікувані результати прийняття запропонованого регуляторного акта, у тому числі здійснено розрахунок очікуваних витрат та вигод суб'єктів господарювання, громадян та органів місцевого самоврядування внаслідок дії регуляторного акта;

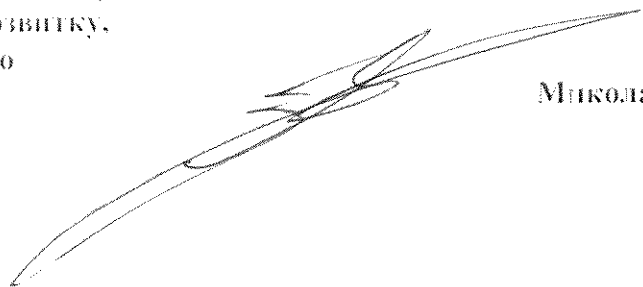
- визначено та оцінено усі прийнятні альтернативні способи досягнення встановлених цілей, у тому числі ті з них, які не передбачають безпосереднього регулювання господарських відносин;
- аргументовано переваги обраного способу досягнення встановлених цілей;
- описано механізм і заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми шляхом прийняття запропонованого регуляторного акта;
- обґрунтовано можливість досягнення встановлених цілей у разі прийняття запропонованого регуляторного акта;
- обґрунтовано доведено, що досягнення запропонованим регуляторним актом встановлених цілей є можливим з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та органу місцевого самоврядування;
- обґрунтовано доведено, що вигоди, які виникатимуть внаслідок дії запропонованого регуляторного акта, виправдовують відповідні витрати у випадку, якщо витрати та/або вигоди не можуть бути кількісно визначені;
- оцінено можливість впровадження та виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються орган місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні впроваджувати або виконувати ці вимоги;
- визначено показники результативності дії регуляторного акта;
- визначено заходи, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження результативності регуляторного акта в разі його прийняття.

Запропонований регуляторний акт відповідає вимогам чинного законодавства та принципам державної регуляторної політики, встановленим статтею 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності».

Узагальнений висновок

Постійна комісія міської ради з питань фінансів, бюджету, планування соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного співробітництва, враховуючи проведену експертизу вважає, що регуляторний акт - проєкт рішення міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами в Липовецькій територіальній громаді Вінницького району Вінницької області» та аналіз його регуляторного впливу відповідає усім принципам державної регуляторної політики, встановленим вимогам статей 4 та 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності».

Голова постійної комісії міської ради
з питань фінансів, бюджету, планування
соціально-економічного розвитку,
інвестицій та міжнародного
співробітництва



Микола БОНДАРЕНКО