



УКРАЇНА  
ХЕРСОНСЬКА ОБЛАСТЬ  
**ГЕНІЧЕСЬКА МІСЬКА РАДА**

ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

75500, Херсонська обл., м. Генічеськ, вул. Міська, 8. тел. (05534) 3-23-38  
genmeria@ukr.net

14.12.2021 № 01/01-01-1486

Державна регуляторна  
служба України  
вул. Арсенальна, б. 9/11,  
м. Київ, 01011

Про надання пропозицій

Відповідно до Закону України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності" та постанови Кабінету Міністрів України від 23.09.2014 № 634 "Про порядок підготовки пропозицій щодо удосконалення проектів регуляторних актів, які розробляються органами місцевого самоврядування" та на підставі експертного висновку депутатської комісії Генічеської міської ради з питань фінансів, бюджету, планування соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного співробітництва, просимо надати Ваші пропозиції щодо удосконалення проекту регуляторного акту - проекту рішення Генічеської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади» відносно до принципів державної регуляторної політики.

До цього листа додаються:

- експертний висновок депутатської комісії Генічеської міської ради з питань фінансів, бюджету, планування соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного співробітництва - на 3-х аркушах;
- проект рішення сесії з додатком та АРВ до нього - на 29 аркушах.

Міський голова

Олександр ТУЛУПОВ

Наталя Бінько 3 23 38

0.31

Державна регуляторна служба України

№ 139/0/19-22 від 06.01.2022



## Експертний висновок

постійної комісії з питань фінансів, бюджету, планування соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного співробітництва Генічеської міської ради (надалі комісія) до проекту рішення Генічеської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади» та аналізу його регуляторного впливу

13 грудня 2021 року

м. Генічеськ

Комісія, керуючись статтями 4, 8, 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», розглянула проект рішення Генічеської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади».

Розробником регуляторного акту є Виконавчий комітет Генічеської міської ради. Проект рішення підготовлено на підставі Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про рекламу», «Про адміністративні послуги» та Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів від 29 грудня 2003 року № 2067, що приводить до необхідності приведення Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади у відповідність до чинного законодавства України.

**1. Відповідність проекту регуляторного акту принципам державної регуляторної політики, встановленим статтею 4 Закону України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності".**

Проаналізувавши проект регуляторного акту, комісія визначила, що ситуація яка вплинула на необхідність його розробки, свідчить про необхідність регулювання господарських відносин з метою обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування зовнішніх рекламних носіїв, які можуть справлятися на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади.

Проект регуляторного акту – проект рішення Генічеської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади», відповідає усім принципам державної регуляторної політики, встановленим статтею 4 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», а саме: доцільність, адекватність, ефективність, збалансованість, передбачуваність, прозорість та врахування громадської думки.

**2. Відповідність проекту регуляторного акту вимогам статті 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності».**

В проекті дотримуються вимоги регуляторного впливу з:

- визначення та оцінки альтернативних способів досягнення встановлених цілей;

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

- обґрунтування, чому визначена проблема не може бути розв'язана за допомогою діючих регуляторних актів, та розгляду можливості внесення змін до них;

- визначення очікуваних результатів прийняття запропонованого регуляторного акту, у тому числі здійснення розрахунку очікуваних витрат та вигод суб'єктів господарювання, громадян та держави внаслідок дії регуляторного акта;

- визначення цілі державного регулювання;

- аргументування переваг обраного способу досягнення встановлених цілей;

- опису механізмів і заходів, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми шляхом прийняття запропонованого регуляторного акта;

- обґрунтування можливості досягнення встановлених цілей у разі прийняття запропонованого регуляторного акта;

- обґрунтованого доведення, що досягнення запропонованим регуляторним актом встановлених цілей є можливим з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та держави;

- оцінки можливості впровадження та виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні впроваджувати або виконувати ці вимоги;

- оцінки ризику впливу зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта,

- обґрунтування запропонованого строку чинності регуляторного акта;

- визначення показників результативності регуляторного акта;

- визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватись відстеження результативності регуляторного акта в разі його прийняття.

Цей регуляторний акт певним чином впливає на інтереси суб'єктів господарювання, громадян, та органів місцевого самоврядування.

Очікувані результати прийняття запропонованого проекту можуть бути визначені через такі вигоди та витрати:

#### Аналіз вигод та витрат

Вигоди	Витрати
<b>Сфера інтересів органів місцевого самоврядування</b>	
Дотримання вимог чинного законодавства щодо впорядкування розміщення та функціонування (експлуатації) зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території населених пунктів Генічеської міської територіальної громади	Додаткові витрати з бюджету Генічеської міської територіальної громади відсутні

<b>Сфера інтересів суб'єктів господарювання</b>	
<p>Забезпечення права суб'єктів господарювання на розташування тимчасових споруд (на розміщення засобів зовнішньої реклами) для здійснення підприємницької діяльності. Спрощення процедури оформлення документів дозвільного характеру у сфері зовнішньої реклами та скорочення строків їх отримання</p>	<p>Обов'язкові платежі до бюджету Генічеської міської територіальної громади за користування місцями розміщення зовнішньої реклами</p>
<b>Сфера інтересів громадян</b>	
<p>За рахунок спрощення процедури оформлення дозвільних документів збільшаться надходження до бюджету Генічеської міської територіальної громади, що дозволить збільшити фінансування соціальної сфери</p>	<p>Додаткові витрати з бюджету Генічеської міської територіальної громади відсутні</p>

### **3. Узагальнений висновок.**

Запропонований проєкт регуляторного акту – проєкт рішення Генічеської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади», по своїй структурі та змісту в повній мірі відповідає вимогам ст. 4 та ст. 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 із змінами.

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

 А.О.Харламов

## ПРОЄКТ

Генічеська міська рада  
Херсонської області

### Р І Ш Е Н Н Я

№

м. Генічеськ

\_\_\_\_\_ сесія VIII скликання

Про затвердження Правил  
розміщення зовнішньої реклами  
на території (в межах населених  
пунктів) Генічеської міської  
територіальної громади

З метою приведення нормативно-правових актів у відповідність до чинного законодавства України, удосконалення правового регулювання порядку розміщення зовнішньої реклами на території Генічеської міської територіальної громади, відповідно до Законів України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про рекламу», «Про адміністративні послуги», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», на підставі Типових Правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067, керуючись статтею 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Генічеська міська рада  
**ВИРІШИЛА:**

1. Затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади, згідно з додатком до цього рішення.

2. Продовжити дію дозволів на розміщення зовнішньої реклами, наданих до набрання чинності Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади, затверджених цим рішенням, до закінчення раніше визначеного строку.

3. Уповноважити відділ містобудування та архітектури Управління містобудування, архітектури, земельних відносин та екології Виконавчого комітету Генічеської міської ради на виконання функцій робочого органу для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами.

4. Рішення набирає чинності з дня його офіційного оприлюднення на офіційному сайті Генічеської міської ради в мережі Інтернет.

5. Вважати таким, що з моменту вступу в дію цього рішення втрачають чинність:

- рішення XXXIII сесії V скликання Генічеської міської ради від 07 листопада 2008 року № 747 «Про затвердження змін до Правил розміщення зовнішньої реклами в місті Генічеськ»;

- рішення XLVII сесії VI скликання Генічеської міської ради від 28 серпня 2019 року № 1197 «Про внесення змін до Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Генічеськ»;

- рішення 51 сесії 7 скликання Щасливцевської сільської ради від 24 листопада 2017 року № 821 «Про погодження проекту рішення сільської ради з питань розміщення зовнішньої реклами»;

- рішення 57 сесії 7 скликання Щасливцевської сільської ради від 26 січня 2018 року № 917 «Про деякі питання розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Щасливцевської сільської ради»;

- рішення LII сесії VI скликання Новоолексіївської селищної ради від 21 жовтня 2014 року № 1119 «Про затвердження Положення про порядок розміщення зовнішньої реклами на території територіальної громади селища Новоолексіївка»;

- рішення XXX сесії VII скликання Червонської сільської ради від 21 грудня 2018 року № 232 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Червонської сільської ради»;

- рішення XVII сесії VII скликання Новогригорівської сільської ради від 24 грудня 2018 року № 245 «Про затвердження Положення про порядок розміщення зовнішньої реклами на території Новогригорівської сільської ради»;

- рішення XVII сесії VII скликання Новогригорівської сільської ради від 24 грудня 2018 року № 246 «Про затвердження Порядку визначення розміру плати за тимчасове використання місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами), які перебувають у комунальній власності територіальної громади села Новогригорівка»;

- рішення семидесятої сесії сьомого скликання Сокологірненської сільської ради від 05 серпня 2020 року № 355 «Про податок з реклами на 2020 рік на території населених пунктів Сокологірненської сільської ради»

6. Контроль за виконанням рішення покласти на постійну депутатську комісію з питань фінансів, бюджету, планування соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного співробітництва.

Міський голова

Олександр ТУЛУПОВ

Додаток  
до рішення \_\_\_ сесії VIII скликання  
Генічеської міської ради  
від \_\_\_\_\_ 2021 року № \_\_\_\_\_

**ПРАВИЛА**  
**розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів)**  
**Генічеської міської територіальної громади**

**Загальні положення**

1. Ці Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади, та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

2. У цих Правилах терміни вживаються у такому значенні:

**виконавчий орган** - виконавчий комітет Генічеської міської ради, керівник виконавчого комітету на період між засіданнями виконавчого комітету у встановленому цими Правилами випадку;

**робочий орган** - спеціально створений орган з питань реклами виконавчого комітету Генічеської міської ради, який уповноважений виконувати покладені цими Правилами функції;

**дозвіл** - документ установленої форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці;

**договір користування місцем розміщення рекламного засобу** - двосторонній тимчасовий договір, який регулює правовідносини між виконавчим органом та розповсюджувачем зовнішньої реклами на час дії дозволу або пріоритету заявника на місце розміщення рекламного засобу;

**архітектурно-планувальне завдання на розміщення рекламного засобу (АПЗ)** - документ, який містить комплекс містобудівних і архітектурних вимог та особливих умов на опрацювання проектне-технічної документації для розташування складних рекламних засобів;

**розповсюджувач зовнішньої реклами** - особа, яка здійснює розповсюдження зовнішньої реклами;

**реklamні засоби (РЗ)** - засоби, які використовуються для доведення реклами до споживача;

**складний рекламний засіб** - засіб, який використовується для розміщення реклами і відповідає таким ознакам: розмір загальної площі рекламної поверхні наземної конструкції більше 36 м<sup>2</sup>, форма якого виготовлена по індивідуальному проекту (нетипова, нестандартна конструкція); дахові установки;

**самовільно встановлений рекламний засіб** - рекламний засіб, що розміщується без наявності виданого у встановленому порядку дозволу або такий, що продовжує розміщуватись після прийняття виконавчим органом рішення про відмову у продовженні дозволу або його скасування;

**соціальна реклама** - інформація будь-якого виду, розповсюджена з будь-якої форми, яка спрямована на досягнення суспільно-корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей, розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку;

**місце розташування рекламного в засобу** - площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елементи 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):

**спеціальні конструкції** - тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та не наземні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, тропи, 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. Дія цих Правил поширюється на територію (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади, включаючи розташування рекламних засобів на будинках (будівлях) і спорудах, у тому числі на відкритих майданчиках, на міських, селищних і сільських вулицях, дорогах, площах, у зелених зонах, на елементах вуличного обладнання, інших об'єктах, розташованих на відкритій місцевості, незалежно від форм власності. Правила є обов'язковими для виконання всіма учасниками рекламної діяльності - фізичними та юридичними особами.

## **1. Виконавчий орган**

1. До компетенції виконавчого органу відноситься:

а) прийняття за поданням робочого органу рішень про надання дозволів на розміщення рекламних засобів, внесення змін у дозвіл, продовження дії дозволу, скасування дозволу;

б) контроль та координація діяльності робочого органу;

в) розгляд подання робочого органу щодо демонтажу самовільно встановленого рекламного засобу, організація демонтажу самовільно встановленого рекламного засобу, прийняття рішень з цих питань;

г) розгляд наданих робочим органом проєктів рішень про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу (про продовження його дії) або про відмову в установленні такого пріоритету, прийняття рішення з цих питань.

2. Виконавчий орган може виступати замовником на розміщення соціальної реклами.

3. На період між засіданнями виконавчого органу функції виконавчого органу з питань, визначених пунктом «г» розділу 1 цих Правил, виконує керівник виконавчого органу міської ради. Рішення, прийняті ним у період між засіданнями виконавчого органу, підлягають наступному затвердженню виконавчим органом. Чинність рішення, прийнятого керівником виконавчого органу, настає з моменту прийняття такою рішення. У разі не затвердження рішення виконавчим органом керівник виконавчого комітету визнає своє рішення таким, що втратило чинність, з дати прийняття виконавчим органом іншого рішення.

## **2. Порядок утворення, організація роботи та повноваження робочого органу**

1. Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами міською радою утворюється відповідний робочий орган (комісія). Робочий орган не може виступати заявником на розміщення зовнішньої реклами та одержувати дозвіл.

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



2. До повноважень робочого органу належать:

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

вивчення питання щодо встановлення пріоритету (відмову в його встановленні) або продовження дії пріоритету на місце розташування рекламного засобу;

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

підготовка проекту рішення виконавчого органу щодо надання дозволу; про відмову у його наданні, про внесення змін у дозвіл або скасування дозволу; про встановлення пріоритету (відмову в його встановленні) або продовження його дії;

видача дозволу на підставі рішення виконавчого органу;

ведення інформаційного банку даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру населеного пункту; здійснення інвентаризації рекламних засобів; здійснення контролю за порядком експлуатації та утриманням рекламних засобів; вимога щодо усунення виявлених порушень; подання виконавчому органу пропозицій щодо демонтажу самовільно встановленого рекламного засобу;

підготовка матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами.

3. Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

### **3. Встановлення пріоритету на місце розміщення рекламного засобу розміщення зовнішньої реклами**

1. Для одержання дозволу заявник подає робочому органу 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;

копія Витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань про державну реєстрацію заявника, як юридичної особи або фізичної особи-підприємця;

топографо-геодезична зйомка місця розміщення рекламного засобу, масштаб 1:500.

2. За наявності документів, передбачених пунктом 1 розділу 3 цих Правил, заява протягом п'ятих днів з дати її надходження реєструється робочим органом в журналі реєстрації заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (далі - журнал реєстрації), який ведеться за формою згідно з додатком 2. Журнал повинен бути прошитий, а його сторінки пронумеровані. На останній сторінці журналу робиться запис про кількість сторінок, який засвідчується підписом керівника виконавчого органу, скріпленим печаткою.

3. Робочий орган протягом двох робочих днів з дати реєстрації заяви перевіряє заявлене місце для розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу за формою згідно з додатком 3.

4. Після перевірки місця та в межах строку, відведеного робочому органу на його перевірку, робочий орган приймає рішення щодо встановлення пріоритету на заявлене місце або вмотивованої відмови у встановленні пріоритету, яке виноситься на розгляд виконавчого органу.

У разі прийняття рішення про відмову у встановленні пріоритету робочий орган протягом трьох днів надсилає заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням підстав, передбачених законом.

5. Дата і номер рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розміщення рекламного засобу, продовження строку, на який встановлено зазначений пріоритет, або про відмову в установленні пріоритету, скасування пріоритету на підставі заяви заявника, за яким було встановлено пріоритет, заноситься в журнал реєстрації.

6. Протягом трьох робочих днів з дати прийняття рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розміщення рекламного засобу, розповсюджувач зовнішньої реклами укладає договір оренди місця розташування рекламного засобу (додаток 4). В разі ухилення заявника від укладання такого договору встановлений пріоритет скасовується, документи повертаються заявнику.

7. Протягом строку дії договору, починаючи з дати видання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, заявник щомісяця сплачує плату за договором оренди місця розташування РЗ, встановленої відповідно до Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцями для розміщення РЗ (додаток 5).

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

9. Якщо для розміщення складного рекламного засобу необхідно виконати АПЗ та розробити проектно-технічну документацію, робочий орган протягом трьох робочих днів після встановлення пріоритету інформує відділ містобудування та архітектури Управління містобудування, архітектури, земельних відносин та екології виконавчого комітету Генічеської міської ради про необхідність надання АПЗ, який протягом п'яти робочих днів надає робочому органу та розповсюджувачу зовнішньої реклами відповідне АПЗ або мотивовану відмову щодо можливості розміщення рекламного засобу на заявленому місці.

Відповідно до вимог АПЗ розповсюджувач реклами повинен забезпечити розробку проектно - технічної документації, яка визначає основні її характеристики та взаємозв'язок з прилеглою територією, містить розрахунки на надійність та стійкість навантаженням (вітровим, сніговим тощо) спеціальних конструкцій рекламного засобу, вузлів кріплення тощо.

Проектно - технічна документація рекламного засобу повинна відповідати ДСТУ, ДБН та іншим нормативним документам і повинна містити, зокрема:

- опис рекламного засобу із зазначенням маси та способи його кріплення;
- назву матеріалів, з яких виготовлено рекламний засіб;
- основні розрахунки на навантаження (снігового, вітрового тощо);
- антикорозійний захист відповідно до ДСТУ, ДБН;
- рекомендації щодо експлуатації (з періодичністю обстеження рекламного засобу);
- контрольний розрахунок несучої здатності конструкції;
- габаритні розміри рекламного засобу та фундаменту.

Проектно - технічна документація рекламного засобу подається заявником до робочого органу разом з завіреною розробником проекту копією ліцензії (на право здійснення такого виду діяльності) після погодження його відділом містобудування та архітектури Управління містобудування, архітектури, земельних відносин та екології виконавчого комітету Генічеської міської ради. Для розміщення дахових установок додатково до загальної процедури визначення можливості розміщення слід виконувати технічне обстеження конструкції даху, а при необхідності - експертизу несучих конструкцій будинку з висновками щодо можливості розміщення цієї установки.

Якщо рекламний засіб було включено до проектної документації на будівництво, розробленої на підставі АПЗ із зазначенням на топографічних планах М 1:500, додаткове АПЗ на розміщення рекламного засобу в цьому випадку не надається.

Розповсюджувач зовнішньої реклами має право вільно обирати ліцензовані проектні організації.

#### **4. Погодження та видача дозволу на розміщення рекламного засобу, внесення змін у дозвіл та його скасування**

Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчим органом відповідно до цих Правил.

Справляння плати за видачу зазначених дозволів виконавчим органом забороняється.

1. 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.

2. Видача дозволу (додаток 3) погоджується робочим органом з власником місця або уповноваженим ним органом (особою), а також з:

Управлінням патрульної поліції в Херсонській області - у разі розміщення зовнішньої реклами на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування;

відповідним центральним або місцевим органом виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини та об'єктів природно-заповідного фонду - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії та архітектури, в межах зон охорони таких пам'яток і в межах об'єктів природно-заповідного фонду;

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

Укравтодором або власниками автомобільних доріг – у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.

Перелік органів та осіб, з якими погоджується дозвіл, є вичерпним.

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

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

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

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

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

4. Робочий орган протягом не більш як двох робочих днів з дати одержання від органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу, подає виконавчому органу проєкт відповідного рішення.

5. Виконавчий орган приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

У разі прийняття рішення про надання дозволу керівник виконавчого органу протягом п'яти робочих днів підписує обидва примірники дозволу та скріплює їх печаткою.

Перший примірник дозволу видається заявникові, а другий - залишається робочому органу для обліку та контролю. Видача дозволу реєструється в журналі реєстрації.

Рішення про відмову у наданні дозволу надсилається робочим органом заявникові протягом п'яти днів з дати його прийняття.

У наданні дозволу може бути відмовлено у разі, коли:  
оформлення поданих документів не відповідає встановленим вимогам;  
у поданих документах виявлені завідомо неправдиві відомості;  
дозвіл не погоджений органом або особою, визначеними в абзацах першому – п'ятому у пункті 3 розділу 4 цих Правил.

Перелік підстав для відмови у наданні дозволу є вичерпним.

Рішення про відмову у наданні дозволу може бути оскаржене в порядку, встановленому законодавством.

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

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

9. У процесі надання дозволів забороняється проведення тендерів (конкурсів). У разі подання двох або більше заяв на одне місце першість розгляду заяв визначається за датою реєстрації, а у разі реєстрації заяв за однаковими датами розглядається за порядковістю реєстрації.

10. 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).

11. Якщо протягом строку дії дозволу виникла потреба у зміні технологічної схеми рекламного засобу, розповсюджувач зовнішньої реклами 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 та ескіз із конструктивним рішенням.

Робочий орган протягом не більш як п'ятнадцяти робочих днів з дати реєстрації заяви розглядає її і вносить відповідні зміни у дозвіл. Зміни у дозвіл затверджує виконавчий орган.

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

12. 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.

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.

13. Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається робочому органу розповсюджувачем зовнішньої реклами у довільній формі не пізніше ніж за один місяць до закінчення строку дії дозволу. Дія дозволу продовжується рішенням виконавчого органу. 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 цими Правилами.

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

14. 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 керівник робочого органу протягом п'яти робочих днів з дати подання заяви вносить відповідні зміни в дозвіл. Зміни у дозвіл затверджує виконавчий орган.

Переоформлення дозволу фіксується в журналі реєстрації.

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

15. Дозвіл скасовується до закінчення строку дії на підставі рішення виконавчого органу за письмовою заявою розповсюджувача зовнішньої реклами, а також у разі:

невикористання місця розташування рекламного засобу безперервно протягом шести місяців;

не переоформлення дозволу в установленому порядку;

не внесення протягом двох місяців плати за користування місцем розміщення; порушення вимог, встановлених цими Правилами або дозволом (оформлюється відповідним актом).

Перелік підстав для скасування дозволу є вичерпним.

Рішення про скасування дозволу фіксується в журналі реєстрації та надсилається робочим органом розповсюджувачу зовнішньої реклами.

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

## **5. Вимоги до об'єктів зовнішньої реклами**

1. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

розміщуватися з дотриманням вимог техніки безпеки, зазначених у цих Правилах; 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 Державтоінспекції наноситься вертикальна дорожня розмітка із світло повертаючих матеріалів заввишки до 2 метрів від поверхні землі;

нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг 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.

## 2. 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.

3. 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.

4. 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 2-4 розділу 5 цих Правил, є вичерпним.

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

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

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

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

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

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

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

## 6. Соціальна реклама

1. Рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка особа.

2. Соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця, на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами.

3. Порядок оформлення дозволу на розміщення соціальної реклами відбувається у порядку, встановленому цими Правилами. Плата за розміщення соціальної реклами не нараховується і не стягується. Строк розміщення соціальної реклами не може перевищувати шести місяців.

## 7. Заключні положення

1. Контроль за додержанням цих Правил здійснюють виконавчий та робочий органи.

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

3. Питання, що не врегульовані цими Правилами, вирішуються згідно з чинним законодавством України, а також відповідно до рішень Генічеської міської ради, та її виконавчого органу.

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

## Додаток 1

до Правил розміщення зовнішньої  
реклами на території (в межах  
населених пунктів) Генічеської  
міської територіальної громади

Керівнику робочого органу  
Генічеської міської ради з питань  
розміщення зовнішньої реклами на  
території Генічеської міської  
територіальної громади

### 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 уповноважена

ним особа \_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали та прізвище)





**Додаток 3**

до Правил розміщення зовнішньої реклами  
на території (в межах населених пунктів)  
Генічеської міської територіальної громади

**Дозвіл № \_\_\_\_\_  
на розміщення зовнішньої реклами**

виданий від 2022 року на підставі рішення виконавчого комітету Генічеської міської ради  
(дата видачі)

від 2022 року № \_\_\_\_\_  
(дата) (номер рішення та його назва)

протокол засідання робочого органу від 2022 року № \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (для юридичної особи – повне найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, для фізичної особи – прізвище, ім'я та по батькові)

\_\_\_\_\_ (місцезнаходження (місце проживання))

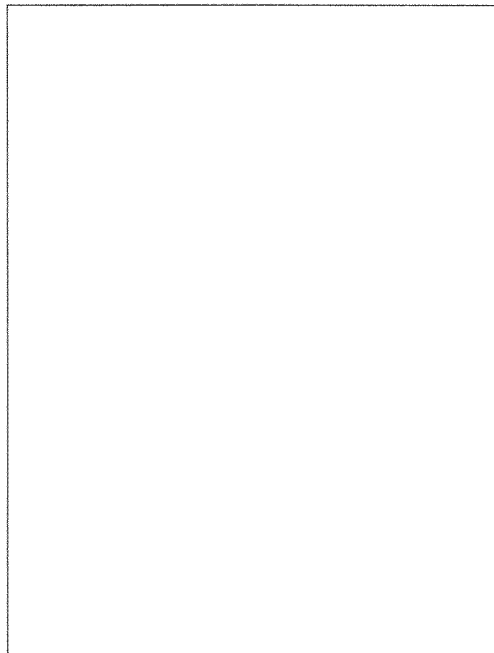
\_\_\_\_\_ (номер телефону (телефаксу), банківські реквізити, ідентифікаційний код (номер))

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 (розміри не менш як 6 х9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу.



Ескіз з конструктивним рішенням рекламного засобу (додається).

Топогеодезичний знімок місцевості рекламного засобу (М1: 500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу (додається).

Відповідальний за  
топогеодезичне знімання \_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали та прізвище)

М.П.

Дозвіл дійсний до \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.  
(дата)

Керівник робочого органу \_\_\_\_\_  
(підпис уповноваженої особи) \_\_\_\_\_  
(ініціали та прізвище)

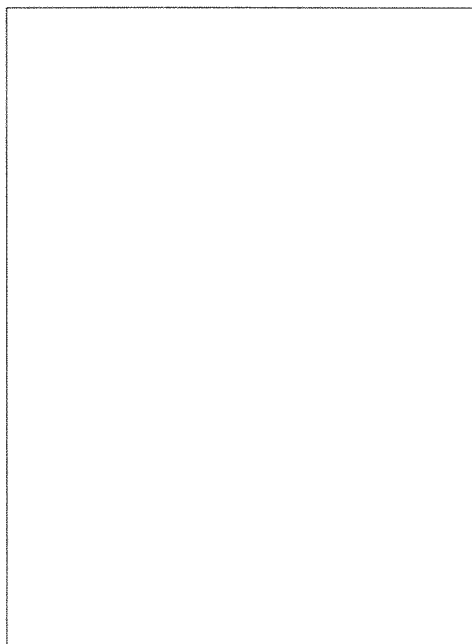
М.П.

Термін дії дозволу продовжено до \_\_\_\_\_ 2022 року на підставі рішення виконавчого  
(дата)  
комітету Генічеської міської ради від \_\_\_\_\_ 2022 року № \_\_\_\_\_  
(дата) (номер рішення та його назва)

Керівник робочого органу \_\_\_\_\_  
(підпис уповноваженої особи) \_\_\_\_\_  
(ініціали та прізвище)

М.П.

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



Керівник робочого органу \_\_\_\_\_  
(підпис уповноваженої особи) \_\_\_\_\_  
(ініціали та прізвище)

М.П.

#### Додаток 4

до Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади

### ДОГОВІР ОРЕНДИ № \_\_\_\_\_ місяця розташування рекламного засобу

м. Генічеськ

\_\_\_\_\_ 2022 року

Виконавчий комітет Генічеської міської ради в особі міського голови Тулупова Олександра Васильовича, діючого на підставі Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Правилана розміщення реклами на території(в межах населених пунктах)Генічеської міської територіальної громади, рішення виконавчого комітету Генічеської міської ради від \_\_\_\_\_ 20\_\_ року №\_\_ «Про надання (подовження) дозволу на розміщення зовнішньої реклами» (надалі – Орендодавець), та суб'єкт підприємницької діяльності – \_\_\_\_\_ (ідентифікаційний номер або код ЄДРПОУ), який діє на підставі Витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань про державну реєстрацію заявника, як юридичної особи або фізичної особи-підприємця(надалі – Орендар), уклали дійсний договір про нижченаведене:

#### 1. Предмет договору

1.1. Орендодавець передає, а Орендар приймає у тимчасове платне користування місце для розташування рекламного засобу, яке знаходиться за адресою:

Розмір площі місця розташування становить \_\_\_\_\_ м<sup>2</sup>.

1.2. Термін дії договору складає \_\_\_\_\_ від дня надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

1.3. Термін дії договору може бути продовжений за письмовою заявою Орендаря, поданою не пізніше шестидесяти днів до закінчення строку дії договору.

#### 2. Розмір та порядок розрахунків за договором

2.1. Розмір плати за користування місцем розташування рекламного засобу становить \_\_\_\_\_ грн. \_\_\_\_\_ коп., щомісяця протягом строку дії договору. Плата вноситься Орендарем на вказаний у цьому договорі розрахунковий рахунок у повному обсязі до 25 числа кожного місяця протягом строку дії договору, починаючи з дати видання дозволу на розміщення зовнішньої реклами. Розмір плати може бути переглянутий Орендодавцем у разі зміни методики та порядку розрахунку з обов'язковим повідомленням про це Орендаря у місячний термін з дня прийняття таких змін.

#### 3. Права та обов'язки Орендодавця

##### 3.1. Орендодавець має право:

- вимагати від Орендаря використовувати місце розташування за призначенням згідно затвердженої документації на розміщення.
- вимагати від Орендаря своєчасної оплати за договором.
- вимагати від Орендаря підтримувати місце розташування у належному санітарному стані, здійснення благоустрою цього місця.

##### 3.2. Орендодавець зобов'язаний:

- передати за актом приймання-передавання, який є невід'ємною частиною договору, місце розташування рекламного засобу протягом 3-х днів від дня видання дозволу на розміщення зовнішньої реклами (не враховуючи випадків, коли цей строк не може бути додержаний внаслідок обставин, що не залежать від Орендодавця).
- не втручатись у господарську діяльність Орендаря, якщо така діяльність не здійснюється з порушенням законодавства про рекламу.

#### 4. Права та обов'язки Орендаря

##### 4.1. Орендар має право:

- використовувати місце розташування рекламного засобу відповідно до призначення та затвердженої документації.

- подавати клопотання щодо: внесення змін у дозвіл на розміщення; продовження строку дії договору; дострокового припинення дії договору.

#### 4.2. Орендар зобов'язаний:

- своєчасно та у повному обсязі вносити плату за розміщення.

- здійснювати нагляд за належним станом рекламної конструкції, благоустроєм та належним санітарним станом місця розташування рекламного засобу.

- роботи щодо зміни технологічної, конструктивної схеми рекламного засобу проводити за погодженням Орендодавця.

- по закінченню терміну дії договору у 3-денний строк звільнити місце розташування та передати його Орендарю за актом передачі-приймання.

#### 5. Відповідальність сторін договору

5.1. За невиконання або неналежне виконання умов цього договору кожна із сторін несе встановлену чинним законодавством України відповідальність, крім випадків, коли таке невиконання (або неналежне виконання) сталося внаслідок обставин, незалежних від сторони, яка допустила невиконання або неналежне виконання. Про наявність таких обставин сторони домовились попереджати одна одну не пізніше 3-х днів з дня настання таких обставин. Невиконання цієї умови розглядається як відсутність таких обставин.

#### 6. Припинення строку дії та зміна умов договору

6.1. Договір діє з \_\_\_\_\_ 20\_\_ року по \_\_\_\_\_ 20\_\_ року включно. Дострокове припинення дії договору може мати місце: за письмовою згодою сторін; у зв'язку із порушенням однією із сторін договору умов цього договору; у разі зміни містобудівної ситуації, виникненні потреби здійснення будівництва або інших робіт на місці розташування рекламного засобу (при цьому Орендодавець вирішує питання щодо надання іншого місця розташування).

6.2. Орендар та Орендодавець мають право в односторонньому порядку припинити дію договору у зв'язку із порушенням однією із сторін договору умов цього договору з повідомленням про це іншої сторони за 30 календарних днів до моменту припинення.

6.3. Зміна умов договору може бути здійснена за погодженням сторін шляхом складання та підписання додаткової угоди.

6.4. Реорганізація або ліквідація Орендаря є підставою для припинення дії договору.

#### 7. Заключні положення

7.1. Договір укладений у двох примірниках, які мають однакову юридичну силу, по одному для кожної із сторін.

7.2. Невід'ємними додатками до цього договору є:

- розрахунок розміру плати

- акт приймання-передачі місця розташування

- графічна інформація щодо місця розташування рекламного засобу.

8. Юридичні реквізити та підписи сторін договору.

**Орендодавець**

**Орендар**

### Додаток 5

до Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади

#### Порядок визначення розміру плати за право тимчасового користування місцями для розміщення РЗ

Розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності на території Генічеської міської територіальної громади, встановлюється у розмірі 1000 (одна тисяча) гривень за один м<sup>2</sup> (без ПДВ) на рік, та встановлена площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу.

Для наземного та не дахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього рекламного засобу на уявну паралельну їй площину.

Під час проведення рекламних акцій (виставок, шоу тощо) на відкритих майданчиках для визначення площі місця береться площа території, яка надається організаторам таких акцій.

#### Розрахунок

$$S = h * b, \text{ де}$$

**S** – площа проекції на місце розміщення зовнішньої реклами (м<sup>2</sup>);

**h** – довжина проекції на місце розміщення рекламного засобу (м);

**b** – ширина проекції рекламного засобу (м).

$$P = (A * S * K), \text{ де}$$

**P** – плата за розміщення рекламного засобу (грн.) за рік;

**A** – розмір 1000 (одна тисяча) гривень, за один м<sup>2</sup> (без ПДВ) на рік;

**S** – площа проекції на місце розміщення зовнішньої реклами (м<sup>2</sup>);

**K** – коефіцієнт, який залежить від населеного пункту:

- **1,0** м. Генічеськ, с. Генічеська Гірка, с. Щасливцеве, с. Приозерне, с. Стрілкове;

- **0,5** смт Новоолексіївка, смт Рикове;

- **0,25** – інші селище та села.

$$M = P/12, \text{ де}$$

**M** – помісячна плата за розміщення рекламного засобу (грн.);

**P** – плата за розміщення рекламного засобу (грн.) за рік.

**АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ**  
**до проекту рішення Генічеської міської ради Херсонської області**  
**«Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на**  
**території (в межах населених пунктах) Генічеської міської**  
**територіальної громади»**

Аналіз регуляторного впливу проекту рішення Генічеської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади» підготовлено згідно з вимогами Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», від 11.09.2003 року №1160-IV та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 (змiнами та доповненнями).

**1. Визначення та аналіз проблеми, яку пропонується розв'язати шляхом державного регулювання господарських відносин.**

З метою впорядкування та врегулювання розміщення зовнішньої реклами та визначення порядку надання в користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій в межах населених пунктів Генічеської міської територіальної громади.

Відповідно до Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів, що приводить до необхідності приведення Правил у відповідність чинному законодавству України. Оскільки, неврегульованість питання призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу чинних Правил про зовнішню рекламу, обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій.

Таким чином, зазначена проблема потребує усунення шляхом прийняття Правил розміщення зовнішньої реклами об'єктів, які будуть базовим документом та створять сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади.

Вирішення цієї проблеми допоможе збалансувати інтереси таких основних груп, а саме:

- органів місцевого самоврядування;
- суб'єкти господарювання;
- територіальна громада.

## **2. Визначення цілей державного регулювання:**

- приведення рішень Генічеської міської ради у відповідність із Законом України «Про рекламу» від 03.07.1996р. №270/96-ВР та постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» із змінами;
- встановлення чіткого розміру платежів за використання місць, що належать до комунальної власності, для розміщення спеціальних конструкцій;
- створення єдиної цілісної впорядкованої структурованої та прозорої системи в галузі розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади;
- створення сучасного правового простору, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цього сектору ринку на території (в межах населених пунктів) Генічеської міської територіальної громади;
- врегулювання питань, пов'язаних з:
  - а) організацію взаємодії між розповсюджувачами зовнішньої реклами та виконавчим комітетом міської ради;
  - б) встановлення порядку та умов надання, внесення змін, погодження та скасування дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
  - в) встановлення архітектурних, містобудівних та інших вимог щодо розміщення спеціальних конструкцій на території Генічеської міської територіальної громади;
  - г) створення системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами;
  - д) визначення підстав та порядку визначення розмірів плати за надання у тимчасове користування місць розташування спеціальних конструкцій, які перебувають у комунальній власності.

## **3. Визначення та оцінка усіх прийнятих альтернативних способів досягнення зазначених цілей.**

### **Визначення альтернативних способів:**

**Перша альтернатива** - існуюча ситуація, тобто залишення все без змін та відмова від впровадження запропонованого регулювання, що суперечить чинному законодавству.

Залишення ситуації без змін буде лише заглиблювати існуючу проблему та жодним шляхом не сприятиме її вирішенню. Розміщення рекламоносіїв уздовж автомобільних доріг, в пішохідній зоні залишається на сьогодні актуальним та потребує проведення заходів щодо його урегулювання. Оскільки розташування рекламоносіїв на визначеній території та надходження коштів до міського бюджету за користування місцем під рекламоносіями потребують впорядкування, що надасть можливість та поліпшити мікроклімат, збільшити надходження коштів до міського бюджету та забезпечить рівні умови, права і можливості для всіх суб'єктів підприємницької діяльності.

Причини відмови: не забезпечує належних надходжень до бюджету, не стимулює використання малопривабливих для підприємця місць можливого розташування об'єктів зовнішньої реклами. В цьому випадку сфера регулювання залишиться непрозорою, складною для розуміння та впровадження, що не відповідає принципам державної регуляторної політики.

**Друга альтернатива** - прийняття запланованого регуляторного акту саме виконавчим комітетом Генічеської міської ради буде відповідати вимогам Закону України «Про рекламу» та Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» із змінами та надасть змогу суб'єктам господарювання більш динамічно розвивати свій бізнес, а територіальній громаді – більш ефективно використовувати територію громади.

Оцінка способу: забезпечує досягнення цілей, належні надходження до бюджету, сприяє вдосконаленню процедури видачі дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами, чітко встановлює перелік необхідних документів, регламентує нові часові параметри оформлення дозволів.

**Аргументи щодо обраного способу:** Цей регуляторний акт відповідає потребам у розв'язанні визначеної проблеми та принципам державної регуляторної політики; забезпечує вдосконалення процедури видачі дозволів на встановлення об'єктів зовнішньої реклами та вносить коригування коефіцієнтів базового тарифу та деякі розміри оплати за рекламоносії, чітко встановлює перелік необхідних документів; упорядковує відносини між державними органами та суб'єктами господарювання з питань видачі дозволів на встановлення об'єктів зовнішньої реклами.

#### **4. Механізми та заходи, які пропонуються для розв'язання проблеми.**

Проектом цього регуляторного акта передбачена регламентація дій у процесі отримання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами та оплати за тимчасове розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Генічеської міської територіальної громади. Звернувшись до Центру надання адміністративних послуг з необхідним пакетом документів, суб'єкт господарювання має змогу брати участь в отриманні пріоритету на тимчасове розміщення об'єкту зовнішньої реклами, в отриманні дозволу на право розміщення об'єкту зовнішньої реклами.

Основними завданнями запропонованого проекту рішення є забезпечення прозорого процесу просування суспільних інтересів, та інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, їх взаємне балансування.

З метою реалізації поставленої цілі пропонується проведення наступних організаційних заходів:

- покладення на управління містобудування та архітектури міськвиконкому та обов'язків щодо ефективної організації процесу розміщення об'єктів зовнішньої реклами, її обліку. Цим самим механізм сприяє підвищенню надходжень до бюджету розвитку Генічеської міської територіальної громади;



- розробка проекту рішення «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території (в межах населених пунктах) Генічеської міської територіальної громади»;

- встановлення чіткого переліку обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами;

- встановлення вичерпного переліку умов переоформлення та скасування дозволів;

- регламентування порядку справляння та контролю за надходженням платні за користування місцем розміщення об'єктів зовнішньої реклами;

- затвердження проекту регуляторного акту на сесії Генічеської міської ради;

- оприлюднення даного регуляторного акту у засобах масової інформації. Таким чином, дія цього нового регуляторного акту дасть змогу відпрацювати механізми надання, переоформлення, продовження дозволів, скоригує розміщення рекламоносіїв в межах населеного пунктах Генічеської міської територіальної громади та регламентує порядок справляння та контролю за надходженням платні за користування місцем розміщення об'єктів зовнішньої реклами.

Запропонований вихід із ситуації, що склалася, відповідає принципам державної регуляторної політики, а саме доцільності, адекватності, ефективності, збалансованості, передбачуваності, принципу прозорості та врахування громадської думки.

## **5. Обґрунтування можливості досягнення визначених цілей у разі прийняття регуляторного акта.**

В результаті досягнення визначених цілей буде отримано загальний позитивний ефект від запровадження даного регуляторного акта, оскільки суб'єкти господарювання зацікавлені у прозорості та відкритості процедури отримання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами в межах населених пунктах Генічеської міської територіальної громади.

Реалізація регуляторного акта не потребує додаткових матеріальних та фінансових витрат з міського бюджету, оскільки здійснюватиметься в межах наданих повноважень.

Місцевий бюджет поповнюється за рахунок плати за тимчасове користування місцем, що перебуває в комунальній власності. Завдяки даному регуляторному акту встановлюються чіткі процедурні умови, зменшуються потенційні фінансові та часові витрати міського бюджету, а також суб'єкта підприємницької діяльності, унеможлиблюються зловживання та корупційні дії, пов'язаних з процедурою отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

Вплив зовнішніх факторів виключений, за винятком, випадку змін законодавства України у сфері регулювання цього питання.

**6.Очікувані результати прийняття запропонованого регуляторного акта.**

<b>Сфера впливу регуляторного акта</b>	<b>Вигоди</b>	<b>Витрати</b>
Органи місцевого самоврядування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- створення прозорої системи прийняття рішень виконавчого комітету Генічеської міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами.;</li> <li>- стимулювання розвитку суб'єктів господарювання, що працюють у сфері зовнішньої реклами;</li> <li>- залучення додаткових коштів до міського бюджету;</li> </ul>	- процедура розробки регуляторного акту (витрати робочого часу спеціалістів пов'язані з підготуванням регуляторного акту)
Суб'єкти господарювання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рівні можливості зайняття підприємницькою діяльністю межах чинного законодавства;</li> <li>- наявність документу, що регламентує основні вимоги до встановлення пріоритету та надання дозволу;</li> <li>- можливість отримання інформації про розташування рекламних засобів та можливих місць розташування;</li> <li>- можливість отримати пріоритет на місце розташування об'єкта зовнішньої реклами;</li> <li>- дохід від розміщення реклами на рекламоносіях.</li> </ul>	-час на оформлення дозволу
Територіальна громада	<ul style="list-style-type: none"> <li>-прозорість дій органів місцевого самоврядування при рішенні питань пов'язаних з встановленням пріоритетів та надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами;</li> <li>- сучасно обладнані та естетично оформлені рекламні засоби;</li> <li>- розширення доступу до рекламної інформації;</li> <li>- соціальна реклама</li> </ul>	- відсутні

У результаті проведеного аналізу щодо визначення витрат та вигод, можна зробити їх оцінювання. Вигод від впровадження регуляторного акту більше, ніж витрат. Досягнення запропонованих регуляторним актом цілей є можливим з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та органів місцевого самоврядування.

**7. 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**

Тест малого підприємництва ( М-Тест ) додається.

### **8. Строки дії регуляторного акту:**

Термін дії запропонованого регуляторного акту необмежений. У разі внесення змін до законодавчих чи нормативних актів з цього питання, необхідно буде вносити зміни до Правил.

### **9. Показники результативності регуляторного акту:**

1. Кількість наданих заяв на розміщення зовнішньої реклами.
2. Кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами.
3. Кількість приписів щодо порушення Правил розміщення зовнішньої реклами на території Генічеської міської територіальної громади.
4. Розмір надходжень плати за право тимчасового користування місцями, які перебувають у комунальній власності під розміщення зовнішньої реклами.

### **10. Заходи, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження результативності акта.**

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися за наступними показниками:

<b>Заходи</b>	<b>Відповідальний за виконання</b>
Проведення аналізу інформації щодо розміру надходжень до місцевого бюджету, пов'язаних з дією акта	Фінансове управління виконкому Генічеської міської ради
Визначення кількості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта	відділ містобудування та архітектури Управління містобудування, архітектури, земельних відносин та екології виконавчого комітету виконавчого Генічеської міської ради
Проведення відстеження рівня поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб стосовно основних положень регуляторного акту	відділ містобудування та архітектури Управління містобудування, архітектури, земельних відносин та екології виконавчого комітету виконавчого Генічеської міської ради
Відстеження розміру коштів і час, що витратиметься суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акту	відділ містобудування та архітектури Управління містобудування, архітектури, земельних відносин та екології виконавчого комітету виконавчого Генічеської міської ради

При проведенні відстеження результативності даного регуляторного акта використовуватися статистичний метод шляхом збору та аналізу даних за відповідний період. Згідно ст.10 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» базове відстеження результативності даного регуляторного акта буде проведено до дня набрання чинності регуляторного акта, повторне – через рік з дня набрання чинності, та періодичне – через три роки з моменту проведення повторного відстеження результативності регуляторного акта.

Міський голова



Олександр ТУЛУПОВ

## ТЕСТ

### малого підприємництва (М-Тест)

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

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 01 жовтня 2021 року по 01 грудня 2021 року.

Порядковий номер	Вид консультацій: публічні (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прямі (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Нарада	2	Наявне прогнозоване невдоволення щодо підняття тарифів за розташування рекламних засобів, але досягнуто прийнятних результатів.
2	Інтернет консультації	1	Обговорені вимоги розробленого проєкту Правил розміщення зовнішньої реклами, орієнтовні витрати часу та коштів на виконання вимог регулювання
3	Телефонні розмови із розповсюджувачами зовнішньої реклами	5	Заперечення та зауваження відсутні, регулювання сприймається.

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі): кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 4 (одиниць), у тому числі малого підприємництва 4(одиниць) та мікро підприємництва 0 (одиниць); питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 50 (відсотків).

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

Порядковий номер	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)	0	0	0
2	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	0	0	0
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати – витратні матеріали)	0	0	0
4	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	0	0	0
5	Інші процедури : - Плата за тимчасові користування місцями зовнішньої реклами, грн. Оплата за місце розташування об'єкту зовнішньої реклами за розраховується за формулою: <b><math>P = (A * S * K)</math></b> , де <b>P</b> - плата за розміщення рекламного засобу (грн.) за рік; <b>A</b> - розмір 1000 (одна тисяча) гривень, за один м <sup>2</sup> (без ПДВ) за рік; <b>S</b> - площа проекції на місце розміщення зовнішньої реклами (м <sup>2</sup> ) <b><math>S = h * b</math></b> , де <b>h</b> - довжина проекції на місце розміщення рекламного засобу (м); <b>b</b> – ширина проекції на місце розміщення рекламного засобу (м). <b>K</b> - коефіцієнт, який залежить від населеного пункту:	500 (1 суб'єкт господарювання малого підприємства в середньому займає 6,00 м <sup>2</sup> ), де коефіцієнти- 1	500	2500

	-1,0 – м. Генічеськ, с. Генічеська Гірка, с. Щасливцеве, с. Приозерне, с. Стрілкове; -0,5 - смт Новоолексіївка, смт Рикове; -0,25 – інші селище та села. <b>M = P/12</b> , де <b>M</b> – помісячна плата за розміщення рекламного засобу (грн.)			
6	Разом, гривень <i>Формула: (сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5)</i>	500	X	2500
7	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	4	4	4
8	Сумарно, гривень	2000	X	10000
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування				
9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання	0	0	0
10	Процедури організації виконання вимог регулювання	0	0	0
11	Процедури офіційного звітування	0	0	0
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	0	0	0
13	Інші процедури (уточнити)	0	0	0
14	Разом, гривень <i>Формула: (сума рядків 9 + 10 + 11 + 12 + 13)</i>	0	X	0
15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	4	4	4
16	Сумарно, гривень	0	X	0

### **Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва**

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

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання:

## Виконавчий комітет Генічеської міської ради

(назва державного органу)

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікро підприємництва)	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання* (за рік), гривень
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	1 година	6000/176=34,09 грн. за год.	1	4	136,36 грн.
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:	0	0	0	0	0
камеральні	0	0	0	0	0
виїзні	0	0	0	0	0
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	0	0	0	0	0
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	0	0	0	0	0
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	0	0	0	0	0
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	1 година	34,09 грн.	1	4	136,36 грн.
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	0	0	0	0	0
Разом за рік	X	X	X	X	272,72 грн.
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	1363,60 грн.



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

Порядковий номер	Показник	Перший рік регулювання (стартовий) грн.	За п'ять років грн.
1	Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	500 грн.	2500 грн.
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	0	0
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	500 грн.	2500 грн.
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	272,72 грн.	1363,60 грн.
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	772,72 грн.	3863,6 грн.

5. Розроблення корегуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємства щодо запропонованого регулювання.

Корегуючі (пом'якшувальні) заходи не застосовуються.

Корегуючі (пом'якшувальні) заходи передбачаються для суб'єктів підприємництва завдяки скороченню витрат часу суб'єктів малого підприємництва на отримання первинної інформації про вимоги регулювання, отримання погоджень з утримувачами інженерних комунікацій.

Міський голова



Олександр ТУЛУПОВ