

# В Р І Ш Е Н Н Я

## Про порядок розміщення зовнішньої реклами у місті Славутичі

З метою удосконалення порядку розміщення зовнішньої реклами у місті Славутичі керуючись Законами України «Про рекламу», «Про місцеве самоврядування в Україні» та Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.03 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», міська рада

В І Р І Ш І Л А:

1. Уповноважити відділ містобудування та архітектури в регулюванні діяльності з розміщення зовнішньої реклами (далі – робочий орган).
2. Затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами у місті Славутичі (додаток №1).
3. Затвердити порядок визначення розміру плати за право тимчасового використання місць (для розміщення об'єктів зовнішньої реклами), які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Славутича (додаток №2).
4. Установити, що дозволи на розміщення зовнішньої реклами, надані до набрання чинності цього рішення, є дієсильними до закінчення строку їх дії.
5. Вважати таким, що втратило чинність рішення міського голову від 16.04.97 р. № 248 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами у місті Славутичі».

Міський голова В.П.УДОВИЧЕНКО

Додаток №1

## ПРАВИЛА розміщення зовнішньої реклами у м. Славутичі

### Загальні положення

1. Правила розміщення зовнішньої реклами у м. Славутичі розроблені згідно із Законом України «Про рекламу», постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» та від 30 березня 1994 р. № 198 «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони».

2. Ці Правила регулюють відносини, що виникають між виконавчими органами Славутицької міської ради та фізичними і юридичними особами, незалежно від форми власності та відомчої підпорядкованості у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території м. Славутича, та визначають порядок надання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.

3. У цих Правилах терміни вживаються у такому значенні:

**реклама** – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару;

**зовнішня реклама** – реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних спеціальних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання та будівлях, на опорах вуличного освітлення та зупинки транспорту загального користування, над проїжджою частиною вулиці і доріг; рекламні акції з використанням зовнішнього міського середовища;

**рекламоносій** – будь-які матеріальні носії інформації, які містять візуальне зображення реклами, зокрема друкована продукція, аплікації, мальовані, світлові, електронні зображення тощо, в тому числі з аудіотрансляцією;

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

**виконавчий орган ради** – виконавчий комітет Славутицької міської ради;

**дозвіл** – документ установленної форми, виданий розповсюдженню зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу міської ради, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці;

**рекламодавця** – особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження;

**розповсюдженню реклами** – особа, яка здійснює розміщення зовнішньої реклами;

**рекламний засіб** (далі – РЗ) – рекламоносій та (або) спеціальна рекламна конструкція для його розміщення; рекламні акції з використанням зовнішнього міського середовища;

**місце розташування рекламного засобу** – площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості у межах м. Славутича, що надається розповсюдженню зовнішньої реклами в тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом (особою);

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

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

**інформаційна вивіска** – інформація (вивіска) про особу на фасаді біля входу (в'їзду) або про її продукцію у вітрині споруди, де ця особа займає приміщення. При цьому під вивіскою розуміється елемент оформлення фасаду, що містить інформацію про зареєстроване найменування особи, включаючи герби, емблеми, знаки для товарів та послуг.

До інформації про особу належить також розміщена на спеціальних табличках інформація про роботу підприємства, у тому числі час роботи, повне юридичне найменування підприємства, а також профіль діяльності, якщо це не випливає з назви (далі – інформаційна табличка).

Терміни, що не визначені в цих Правилах, вживаються у значенні, визначеному законодавством України.

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

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

5. На території, 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 дотриманням правил благоустрою території населених пунктів.

6. Для цих Правил поширюється на всю територію м. Славутича, включаючи розташування РЗ на будинках (будівлях) і спорудах (у тому числі на наземних спорудах, на об'єктах залізничних вокзалів, на спорудах спеціального призначення), просто неба, на міських вулицях (дорогах), площах тощо, у зелених зонах, на елементах вуличного обладнання та інших об'єктах (місцях розташування РЗ) незалежно від форм власності та відомчого підпорядкування.

Порядок є обов'язковим для виконання усіма учасниками рекламної діяльності – фізичними та юридичними особами, незалежно від їх відомчої підпорядкованості та форм власності.

7. Для цих Правил не поширюється на правовідносини, пов'язані з інформацією, яка відбиває соціальні події, інтереси політичних партій, релігійних і громадських організацій та/або призначена для їх підтримки.

Розміщення такої інформації здійснюється на окремих конструкціях (стендах, дошках оголошень тощо) тільки на підставі відповідного рішення виконавчого комітету Славутицької міської ради.

### Регулювання діяльності у сфері розміщення зовнішньої реклами

8. Відділ містобудування та архітектури (далі – робочий орган), є уповноваженим виконавчим комітетом Славутицької міської ради органом з питань регулювання діяльності у сфері розміщення зовнішньої реклами. Робочий орган не може виступати заявником на розміщення зовнішньої реклами та одержувати дозвіл.

У процесі регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами робочим органом залучаються та на громадських засадах надають свої об'єктивні рекомендації та об'єднані підписи, які проводять діяльність у сфері реклами.

9. До повноважень робочого органу належать:

- розгляд заяв розповсюдженню зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії;
- 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 та плану їх розміщення;
- подання спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами;
- 10. Госпрозрахунковий підрозділ при робочому органі на підставі укладеного договору з замовником може надавати такі платні послуги:
  - виготовлення топогеодезичних матеріалів знімання місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування наземного рекламного засобу та позначенням виду робіт;
  - розроблення проектно-технічної документації для розташування складних (дахових) рекламних засобів;
  - надання у разі потреби розповсюдженню зовнішньої реклами архітектурно-планувальних завдань на опрацювання проектно-технічної документації для розташування складних (дахових) рекламних засобів;
  - надання вихідних даних на проектування та розроблення проектно-кошторисної документації для розташування складних (дахових) рекламних засобів;
  - погодження питання щодо надання дозволу із заінтересованими органами (особами).
- 11. Зазначені у пункті 9 цих Правил послуги розповсюдженню зовнішньої реклами може одержати в інших органах, установах та організаціях.

### Порядок надання дозволу

12. Для одержання дозволу заявник подає робочому органу заяву за встановленою формою, до якої додаються:

- фотокартка або копії ютерний макет місця (розміром не менш як 6х9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу;
- кольоровий ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням;
- топогеодезичний знімок місцевості М 1:500 (який виконано організацією, що має відповідну ліцензію) з прив'язкою місця розташування наземної конструкції та позначенням виду робіт;
- копія свідоцтва про державну реєстрацію заявника як юридичної особи або фізичної особи – підприємця.

13. За наявності документів, передбачених пунктом 11 цих Правил, заява в день її надходження реєструється робочим органом в журналі реєстрації заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (далі – журнал реєстрації).

Журнал повинен бути прошитий, а його сторінки пронумеровані. На останній сторінці журналу робиться запис про кількість сторінок, який засвідчується підписом керівника робочого органу, скріпленим печаткою.

Робочий орган протягом двох днів з дати реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет наявності на це місце пріоритету іншого заявника або надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу.

Одразу після перевірки місця керівник робочого органу приймає рішення про встановлення за заявником пріоритету на заявлене місце або про відмову у встановленні пріоритету.

У разі прийняття рішення про встановлення пріоритету робочий орган протягом двох днів видає заявнику для оформлення дві примірники дозволу та визначає заінтересовані органи (особи), з якими необхідні дві погодити.

У разі прийняття рішення про відмову у встановленні пріоритету робочий орган протягом двох днів надсилає заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням дати встановлення пріоритету іншого заявника на заявлене місце розташування рекламного засобу або дати і номера рішення виконавчого органу ради про надання дозволу на заявлене місце іншій особі та повертає всі подані заявником документи.

14. Пріоритет заявника на місце розташування рекламного засобу встановлюється строком на три місяці з дати прийняття керівником робочого органу відповідного рішення.

Строк встановлення пріоритету на місце розташування рекламного засобу може бути продовжений керівником робочого органу не більш як на три місяці у разі:

- продовження строку оформлення дозволу у зв'язку з потребою виконання архітектурно-планувальних робіт та розроблення проектно-технічної документації;
- письмового звернення заявника щодо продовження строку оформлення дозволу.

Робочий орган протягом двох днів з моменту звернення заявника про продовження строку встановлення пріоритету з підстав, передбачених абзацами третім і четвертим цього пункту, письмово повідомляє заявника про продовження строку або надає вмотивовану відповідь.

15. Дата і номер рішення керівника робочого органу про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу, продовження строку, на який встановлено зазначений пріоритет, або про відмову в установленні такого пріоритету заноситься в журнал реєстрації.

Відмова у встановленні пріоритету, продовженні строку, на який встановлено зазначений пріоритет, може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

Інформація про подані заяви та встановлені робочим органом пріоритети є відкритою і повинна надаватися будь-якій особі за її письмовою заявою протягом трьох днів.

16. Протягом строку, зазначеного у пункті 13 цих Правил, заявник оформлює обидва примірники дозволу та подає їх робочому органу разом із супровідним листом, в якому зназначається реєстраційний номер заяви.

У разі прийняття керівником робочого органу рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу, яке перебуває в комунальній власності, заявник протягом трьох днів з моменту ознайомлення з рішенням укладає договір на тимчасове користування цим місцем.

Протягом строку, передбаченого абзацами першим – третім пункту 13 цих Правил, щомісяця справляється плата за тимчасове користування місцем, що перебуває в комунальній власності, в розмірі 25 відсотків плати, встановленої органами місцевого самоврядування.

У разі продовження строку оформлення дозволу, відповідно до абзацу четвертого пункту 13 цих Правил, щомісячна плата за тимчасове користування місцем, що перебуває в комунальній власності, справляється в розмірі 100 відсотків плати, встановленої органами місцевого самоврядування.

Протягом п'яти днів з дати прийняття керівником робочого органу рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу, продовження строку, на який встановлено зазначений пріоритет, заявник подає робочому органу копію укладеного ним договору на тимчасове користування місцем та копію документа, що підтверджує внесення відповідної плати.

17. Під час подання заяви для одержання дозволу або оформлених примірників дозволу представник робочого органу в присутності заявника перевіряє комплектність документів, додержання вимог до їх оформлення та видає заявнику довідку з описом поданих документів.

Перелік документів для надання дозволу є вичерпним.

18. У разі недодержання заявником строку, зазначеного в пункті 13 цих Правил, заява вважається неподаною, пріоритет на місце розташування рекламного засобу втрачається, документи повертаються заявнику, про що робочий орган робить відповідний запис в журналі реєстрації.

### Погодження дозволу

19. Дозвіл погоджується з власником місця або уповноваженим ним органом (особою) і відділом містобудування та архітектури.

На вимогу робочого органу дозвіл погоджується з:

- Державтоінспекцією – у разі розміщення зовнішньої реклами на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішоходних переходів та зупинки 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.

Зазначені в абзацах першому, третьому – п'ятому цього пункту органи та особи погоджують дозвіл протягом п'яти робочих днів з дати звернення заявника.

Перелік органів та осіб, з якими погоджується дозвіл, є вичерпним. Погодження дійсно протягом строку дії дозволу.

20. У разі відмови у погодженні дозволу органами (особами), зазначеними в абзацах першому, третьому – п'ятому пункту 16 цих Правил, заявникові надсилається вмотивоване повідомлення за підписом уповноваженої особи підприємства, установи та організації.

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

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

### Надання дозволу

22. Робочий орган протягом не більш як п'ятнадцяти робочих днів з дати одержання

належним чином оформлених двох примірників дозволу розглядає заяву, готує і подає виконавчому органу ради пропозиції та проект відповідного рішення.

23. Виконавчий орган ради протягом п'яти робочих днів з дати одержання зазначених пропозицій приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

У разі прийняття рішення про надання дозволу керівник робочого органу протягом двох робочих днів підписує обидва примірники дозволу та скріплює їх печаткою робочого органу.

Перший примірник дозволу видається заявникові, а другий – залишається робочому органу для обліку та контролю. Видача дозволу реєструється в журналі реєстрації. Вмотивоване рішення про відмову у наданні дозволу надсилається робочим органом заявникові протягом п'яти днів з дати його прийняття.

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

25. У наданні дозволу може бути відмовлено у разі, коли:

- оформлення поданих документів не відповідає встановленим вимогам;
- у поданих документах виявлені свідомо неправдиві відомості.

Перелік підстав для відмови у наданні дозволу є вичерпним. Рішення про відмову у наданні дозволу може бути оскаржене в порядку, встановленому законодавством.

26. Дозвіл надається на строк, що зазначений в заяві, але не більше ніж на п'ять років.

27. Виданий у встановленому порядку дозвіл є підставою для розміщення зовнішньої реклами.

Підставою для проведення робіт, пов'язаних з розвитком ґрунту (земельних робіт) при встановленні наземних спеціальних рекламних конструкцій, є ордер, який видається комунальним підприємством «Управління житлово-комунального господарства» відповідно до його компетенції на підставі зареєстрованого та виданого дозволу.

28. У процесі надання дозволів забороняється проведення тендерів (конкурсів).

29. Після розташування рекламного засобу, розповсюдженню зовнішньої реклами у п'ятиденний строк зов'язаний подати робочому органу фотокартку місця розташування рекламного засобу (розміром не менш як 6 х 9 сантиметрів).

30. Для забезпечення виконання вимог законодавства розповсюдженню зовнішньої реклами не пізніше ніж за три робочих дні до фактичного розміщення рекламних сюжетів надають робочому органу інформаційні повідомлення із зображеннями реклами.

### Внесення змін та переоформлення дозволу

31. Якщо протягом строку дії дозволу виникла потреба у зміні технологічної схеми рекламного засобу, розповсюдженню 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'яти робочих днів з дати реєстрації заяви розглядає її і вносить відповідні зміни у дозвіл.

У разі відмови у зміні технологічної схеми рекламного засобу робочий орган протягом не більш як п'яти днів з дати реєстрації заяви надає письмово вмотивовану відповідь. Відмова у зміні технологічної схеми рекламного засобу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

32. 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 з моменту прийняття рішення виконуючи або міської ради) письмово повідомляє про це розповсюдженню зовнішньої реклами. У десятиденний строк з початку зміни містобудівної ситуації, реконструкції, ремонту, будівництва робочий орган надає розповсюдженню зовнішньої реклами інформацію про інші рівноцінні місця. 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 розповсюдженню зовнішньої реклами має пріоритетне право на розташування рекламного засобу на попередньому місці.

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

34. 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 виконання 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 у дозвіл.

Переоформлення дозволу фіксується в журналі реєстрації. Відмова у переоформленні дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

### Умови припинення дії дозволу та демонтажу рекламних засобів

35. Дія дозволу припиняється:

- у разі закінчення строку його дії;
- у разі закінчення строку дії договору на право тимчасового користування місцями для розташування рекламного засобу або його розірвання в установленому порядку;
- за рішенням комісії з питань благоустрою та розміщення малих архітектурних форм у разі невиконання належних заходів щодо усунення розповсюдженню зовнішньої реклами порушень нормативних актів щодо порядку розташування та експлуатації рекламних засобів за результатами розгляду звернень (притисів) відповідних органів (організацій) м. Славутича;

- до закінчення строку дії на підставі рішення виконавчого органу ради за письмовою заявою розповсюдженню зовнішньої реклами у разі невикористання місця розташування рекламного засобу безперервно протягом шести місяців або неперервного оформлення дозволу в установленому порядку.

36. Демонтажу підлягають згідно із законодавством:

- рекламні засоби, дію дозволів на розміщення яких припинено згідно з п. 33 цих Правил;
- рекламні засоби (РЗ) у разі неможливості визначення розповсюдженню зовнішньої реклами (у тому числі у випадках відсутності маркування РЗ) або відсутності дозволів на їх розташування.

37. При припиненні строку дії дозволу розповсюдженню зовнішньої реклами зобов'язаний у триденний строк демонтувати рекламний засіб.

38. У разі нездійснення розповсюдженню зовнішньої реклами демонтажу рекламного засобу згідно з п. 35 цих Правил або необхідності негайного вирішення цього питання (через загрозу життю або здоров'ю людей чи інші обставини), а також у випадках неможливості встановлення розповсюдженню зовнішньої реклами, відсутності дозволів на їх розташування, демонтаж здійснюється службами кому

## ПОРЯДОК визначення розміру плати за право тимчасового використання місць (для розташування рекламних засобів), які перебувають на території м. Славутича

1. Плата за право тимчасового використання місць (для розташування рекламних засобів), які перебувають на території м. Славутича (далі – плата), складається з базових тарифів (табл. 1, 2) та коригуючих коефіцієнтів (табл. 3), на які послідовно перемножується базовий тариф.

2. Плата не враховує податок на додану вартість та податок на рекламу, які мають бути обчислені додатково відповідно до законодавства, та вартість послуг госпрозрахункового підрозділу при робочому органі.

Табл. 1. Базові тарифи

№ п/п	Вид рекламного засобу	Одиниця виміру	Плата за місяць, грн.
1.	Шит, що стоїть окремо	За 1 кв.м площі поверхні	20
2.	Шит на фасаді будинку	За 1 кв.м площі поверхні	50
3.	Шит на тимчасовій споруді, паркані, на території будмайданчика	За 1 кв.м площі поверхні	15
4.	Лайтпостер, що стоїть окремо	За 1 кв.м площі поверхні	20
5.	Лайтпостер, що є складовою частиною павільйону очікування громадського транспорту, кіоска	За 1 кв.м площі поверхні	10
6.	Графічна (лазерна) проекційна установка	За одиницю	2500
7.	Телевізійний екран	За 1 кв.м площі поверхні	50
8.	Тимчасова виносна спеціальна конструкція з площею поверхні: - до 1 кв.м - від 1 кв.м до 3 кв.м - 3 кв.м і більше	За одиницю	10 20 30
9.	Банер, ланіо - на фасаді будинку - на захисній будівельній сітці до 100 кв.м - кожний наступний кв.м на захисній будівельній сітці понад 100 кв.м	За 1 кв.м площі поверхні	20 10 5
10.	Конструкції на даху будинку (будівлі), споруди	За 1 кв.м площі поверхні	100
11.	Кронштейн - на стіні будівлі - на стовпі, опорі освітлення - на кіоску	За 1 кв.м площі поверхні	70 60 30
12.	Конструкції на естакадах, мостах, шляхопроводі	За 1 кв.м площі поверхні	80
13.	Конструкції у підземному переході	За 1 кв.м площі поверхні	60
14.	Тумба, об'ємно-просторова конструкція, що стоїть окремо	За 1 кв.м площі поверхні	20
15.	Рекламна висівка, япаніє на будинку (будівлі), споруді	За 1 кв.м площі поверхні	40
16.	Електронне табло, рядок, що біжить, світлова газета, які розташовані на фасаді	За 1 кв.м площі поверхні	50
17.	Пневмостенд, повітряна куля, які використовуються як рекламоносії, з площею поверхні: - до 20 кв.м - до 30 кв.м - понад 30 кв.м	За одиницю	300 400 600
18.	Телефонна кабіна, урна, лавка, інші елементи зовнішнього благоустрою, які використовуються як рекламоносії	За одиницю	5
19.	Прапор, парасоля, намет, які використовуються як рекламоносії, з площею поверхні: - до 5 кв.м - понад 5 кв.м	За одиницю	10 20
20.	Художньо-просторова композиція (зелені насадження, фітокомпозиції тощо), які використовуються як рекламоносії	За 1 кв.м площі поверхні	20

Табл. 2. Базові тарифи

№ п/п	Вид рекламного засобу	Одиниця виміру	Плата за добу, грн.
1.	Рекламна конструкція, яка переміщується фізичною особою	За одиницю	5
2.	Аудіорекламна акція з використанням Міського середовища - без переміщення по місту - з переміщенням по місту	За одиницю	10 15
3.	Рекламна акція з демонстрацією зразків продукції - без переміщення по місту - з переміщенням по місту	За одиницю	20 30

Табл. 3. Інші коригуючі коефіцієнти

№ п/п	Зміст коригуючих обставин	Коефіцієнт
1.	Розміщення неосвітлених засобів зовнішньої реклами (застосовується тільки до позицій 1 – 5, 10 – 15 табл.1)	2
2.	Використання у рекламі іноземного логотипу або торгової марки, під якою здійснюється реалізація тютюнових або алкогольних виробів	1,5
3.	Використання у рекламі іноземної мови	5,0
4.	Реклама тютюнових виробів	1,5
5.	Реклама алкогольних напоїв	2,0
6.	Реклама еротичних закладів, еротичних програм та ігорних закладів	3,0
7.	Реклама продукції та послуг підприємств м. Славутича (за винятком підприємств харчової та переробної промисловості)	0,7
8.	Реклама підприємств харчової та переробної промисловості м. Кієва	0,5
9.	Соціальна рекламна інформація, розміщена на замовлення виконавчого комітету Славутичської міської ради у межах 10% рекламної площі, на яку отримав дозвіл відповідний розповсюджувач зовнішньої реклами	0
10.	Інша соціальна реклама	0,45
11.	Не заповнена рекламоносієм спеціальна конструкція	1,25

3. Розповсюджувач зовнішньої реклами не звільняється від плати за право тимчасового використання місць для розташування рекламного засобу при відсутності рекламного засобу.

У цьому випадку розмір плати визначається відповідно до п. 1 цього Порядку із застосуванням коефіцієнта 0,25 – за резервування місця під розміщення рекламного засобу.

4. У випадку розміщення рекламоносіїв складної конфігурації розрахунок сплатуваної площі здійснюється у межах описаного прямокутника (зовнішній габарити).

При підрахунку площі рекламоносіїв плата за неповний квадратний метр береться як за повний.

## Аналіз регуляторного впливу проекту рішення Славутичської міської ради Київської області «Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території м. Славутича»

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

#### Опис проблеми

На даний момент порядок видачі дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами у місті Славутичі регулюється Законом України «Про рекламу», Постановою КМУ «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» та Постановою КМУ «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони».

Визначеними документами встановлюється загальний порядок видачі дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.

В зв'язку з цим виникла необхідність розробити документ, в якому б детально були виписані всі етапи проходження процедури отримання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами, чітко визначені органи, відповідальні за видачу дозволу, та конкретно встановлені строки.

### Обґрунтування неможливості розв'язання проблеми за допомогою чинного регуляторного акта:

- дані відносини регулюються декількома законодавчими актами, що призводить до ускладнення розуміння суб'єктами господарської діяльності правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами;

- чинне регулювання (на законодавчому рівні) вимагає значних затрат часу суб'єктами господарювання на отримання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами;

- враховуючи незначну кількість замовників зовнішньої реклами, існує можливість на місцевому рівні скоротити строки отримання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.

### 2. Цілі державного регулювання

Стимулювання розвитку та упорядкування відносин у сфері реклами м. Славутича шляхом:

- вдосконалення процедури видачі дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами;
- встановлення рівних умов для розповсюджувачів зовнішньої реклами;
- введення регулювання, що відповідатиме принципам державної регуляторної політики.

### 3. Визначення та оцінка прийнятних альтернативних способів досягнення цілей, аргументація переваг обраного способу

Можливі способи досягнення цілей	Оцінка способу	Причини відмови від альтернативних способів/аргументи щодо переваг обраного способу
Збереження чинного регулювання	Вимагає значних витрат часу суб'єктів підприємства на проходження процедури отримання дозволу. Вимагає додаткових фінансових витрат у зв'язку з відсутністю чіткого переліку необхідних документів.	Проблема розв'язується частково. Невідповідність принципам регуляторної політики.
Обраний спосіб	Забезпечує досягнення цілей державного регулювання. Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Забезпечує вдосконалення процедури видачі дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Зокрема, чітко встановлюється перелік необхідних документів, регламентується часові параметри оформлення дозволів.	Забезпечує реалізацію принципів державної регуляторної політики. Покращує підприємницьке середовище. Упорядковує відносини у сфері розміщення зовнішньої реклами в м. Славутичі.

### 4. Опис механізмів і заходів, які забезпечать розв'язання проблеми шляхом прийняття запропонованого регуляторного акта

Принципи та способи досягнення цілей регулювання:

- регулювання, побудоване відповідно до принципів регуляторної політики;
- скорочення строків реєстрації заяв та перевірки наявності пріоритету іншого розповсюджувача реклами;
- встановлення вичерпного переліку документів, що необхідні для отримання дозволу;
- встановлення вичерпного переліку умов переоформлення та скасування дозволу;

- встановлення вичерпного переліку органів, з якими необхідно погоджувати дозвіл на розміщення об'єктів зовнішньої реклами;

- встановлення чіткого переліку обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами у м. Славутичі.

### Ефективність способів досягнення цілей

Запропоновані способи забезпечують досягнення цілей регулювання при економії часових та фінансових витрат суб'єктів підприємської діяльності, яких стосується дане регулювання.

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

Оцінка впливу основних зовнішніх факторів на дію акта:

- Розмір конкуренції. Посилення конкуренції зумовить підвищення якості об'єктів зовнішньої реклами, що сприятиме покращенню зовнішнього вигляду міста.
- Забудова нових територій сприятиме збільшенню місць для розміщення об'єктів зовнішньої реклами та розширенню сфери регулювання.

### Оцінка можливості впровадження та виконання вимог акта

Акт забезпечує спрощення процедури отримання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Ресурсні можливості для впровадження та виконання вимог акта оцінюються як достатні.

Періодичність здійснення державного контролю та нагляду за додержанням вимог акта визначається планами контрольної роботи відділу містобудування та архітектури міської ради.

### 6. Виходи та витрати

Опис прогнозованих виходів та витрат від регулювання, яке запроваджується:

Сфера впливу	Виходи	Витрати
Місцева влада	Підвищення іміджу влади, як такої що проводить політику на підтримку підприємництва	Збільшення надходжень до місцевого бюджету за рахунок збільшення об'єктів зовнішньої реклами
Суб'єкти підприємницької діяльності	Економія часу та коштів у результаті спрощення процедури отримання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами	
Населення	Покращення зовнішнього вигляду міста	

Розрахунок прогнозованих виходів та витрат від регулювання, яке запроваджується:

Статистичні показники:	2004 р.		2005 р.	
	кількість	кількість	кількість	кількість
1. Видано дозволів – всього	2	5	9	1
тощо	дозволи	погоджень	дозволів	погоджень

### 7. Визначення показників результативності регуляторного акта Статистичні показники:

1. Кількість виданих дозволів за фіксований період часу.
2. Кількість нових об'єктів зовнішньої реклами за фіксований період часу.
3. Сума надходжень до міського бюджету у вигляді орендної плати за користування об'єктами комунальної власності для розміщення об'єктів зовнішньої реклами за фіксований період часу.
4. Сума надходжень до міського бюджету від податку з реклами за фіксований період часу.
5. Кількість днів, необхідних суб'єктам господарювання для отримання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.
6. Фінансові витрати суб'єктам господарювання для отримання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.

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

Строки проведення відстеження  
Базове відстеження – до набрання актом чинності.  
Повторне відстеження – через рік з дня набрання актом чинності.

### Від даних:

- дослідження статистичних показників;
- опитування суб'єктів господарської діяльності, що отримували дозвіл.

### 9. Обґрунтування строку дії регуляторного акта

Термін дії регуляторного акта не обмежується.

що перебуває у комунальній власності, визначається згідно з орендними ставками використання нерухомого майна, затвердженими рішенням міської ради, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, – на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки заввишки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

41. Плата за право тимчасового використання місць для розташування рекламних засобів, що знаходяться у комунальній власності, перераховується розповсюджувачем зовнішньої реклами на розрахунковий рахунок підприємства, установ, організацій комунальної власності м. Славутича і розподіляється наступним чином:

- 30% – підприємствам, установам, організаціям комунальної власності м. Славутича;

- 70% на відповідний рахунок міського бюджету на будівництво об'єктів комплексного благоустрою.

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

### Вимоги до розміщення рекламних засобів та інформаційних вивісок

43. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

- розміщуватися з додержанням вимог техніки безпеки, зазначених у пунктах 38 – 41 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 вдовж проїжджої частини вулиці і доріг, за вимогою Державтоінспекції, наноситься вертикальна дорожня розмітка із світлоповерхтисливих матеріалів заввишки до 2 метрів від поверхні землі;

- нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиці 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 ліній;

- наземні спеціальні рекламні конструкції, розташовані збоку дороги, повинні мати прозору конструкцію на висоту не менше 1,5 метра від поверхні землі, розміщуватися паралельно руху автотранспорту або під кутом не більше 45° до осі проїжджої частини дороги;

- розміщення наземних конструкцій не повинно створювати перешкод вільному огляду реклами на раніше встановлених конструкціях, стрійняття технічних засобів організації дорожнього руху;

- матеріали, які використовуються при виготовленні усіх типів спеціальних конструкцій та рекламоносіїв, повинні відповідати сучасним вимогам якості та дизайну;

- наземні спеціальні конструкції, як правило, мають бути виконані у двохсторонньому варіанті. Фундаменти таких конструкцій повинні бути на одному рівні з поверхнею землі (дорожнього покриття). Допускається виконання фундаменту у вигляді декоративної споруди: квітника або лавок тощо, відповідно до дозволу;

- спеціальні конструкції слід розроблювати на навантаження і вплив та їх комбінації у відповідності з вимогами СНІП 2.01.07-85;

- вузли кріплення спеціальних конструкцій до існуючих будинків (будівель) та споруд повинні забезпечувати надійне кріплення та бути захищені від несанкціонованого доступу до них.

44. РЗ та інформаційні вивіски не повинні створювати перешкод для експлуатації та ремонту будівель і споруд, на яких вони розташовані. Розташування їх на фасадах та на дахах будинків та споруд має здійснюватися із дотриманням структурної побудови, стилістичної єдності фасадів, без пошкодження елементів архітектури.

45. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

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

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

46. 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.

47. 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.

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

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

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

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

52. Якщо розміщення інформаційної вивіски на будівлі (споруді) не передбачено проектною документацією цієї будівлі (споруди), погодженою та затвердженою у встановленому порядку, то її розміщення здійснюється на підставі паспорта інформаційної вивіски, який погоджується з відділом містобудування та архітектури, реєструється та видається робочим органом.

53. Інформаційна таблиця розміщується поруч із входом у підприємство, або на дверях, або на склі вітрини. Площа інформаційної таблиці повинна бути не більше 1 кв.м.

Інформаційні таблиці та інформація у вітрині, якщо не містить торгових марок, назв, товарних знаків і знаків обслуговування інших підприємств, не потребують реєстрації та оформлення будь-якої дозвільної документації (дозволу та паспорта).

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

55. Розташування рекламних засобів на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування дозволяється за погодженням з Державтоінспекцією.

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

### Контроль за дотриманням цих Правил та відповідальність за їх порушення

57. Контроль за додержанням цих Правил здійснює робочий орган, а також інші органи (організації) згідно з актами законодавства у межах своєї компетенції.

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

У разі невиконання цієї вимоги орган, який здійснює контроль, складає протоколи про адміністративні правопорушення за ст. 152 Кодексу України про адміністративні правопорушення по виявлених порушеннях.

59. Відділення Державтоінспекції ГУ МВС України в Київській області:

- здійснює контроль за дотриманням відповідних вимог Постанови Кабінету Міністрів України від 30.03.94 № 198 «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони» та ДСТУ 3587-97 «Безпека дорожнього руху. Автомобільні дороги. Вулиці та залізничні переїзди. Вимоги до експлуатаційного стану» стосовно розташування об'єкта зовнішньої реклами в межах червоних ліній міських вулиць і доріг;

- у разі порушення вимог зазначених нормативних актів, в установленому порядку письмово вимагає від розповсюджувача зовнішньої реклами усунення порушень у визначений строк, у випадку невиконання цієї вимоги, здійснює демонтаж об'єкта зовнішньої реклами відповідними органами (організаціями) згідно з п. 34 цих Правил.

Секретар ради М.Н. ГОТСДІНЕР