



У К Р А Ї Н А
ЗАКАРПАТСЬКА ОБЛАСТЬ
ЧОПСЬКА МІСЬКА РАДА

89502. м. Чоп, Закарпатська область, вул. Берег, 2. тел/факс: 71-12-42, 71-19-90

e-mail Chop@fd.carpathia.gov.ua

16.02.2020 № 03-18/350

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

Закарпатське обласне територіальне
відділення Антимонопольного
комітету
вул. Загорська, 2, м. Ужгород, 88000

**Щодо проєкту
регуляторного акта**

Чопська міська рада, на виконання вимог статті 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», надсилає наступні документи: проєкт рішення сесії Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп», разом з аналізом регуляторного впливу проєкту рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп» та експертним висновком Постійної комісії з питань житлово-комунального господарства, транспорту і зв'язку Чопської міської ради стосовно регуляторного впливу цього проєкту, з метою отримання пропозицій щодо вдосконалення проєкту регуляторного акта відповідно до принципів державної регуляторної політики.

Рішенням сорок шостої сесії сьомого скликання Чопської міської ради №10 «Про затвердження підготовки проєктів регуляторних актів в сфері господарської діяльності на 2020 рік» затверджено підготовку проєкту регуляторного акту Чопської міської ради, виконавчого комітету та міського голови на 2020 рік — «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп».

Додаток: на 80 арк. в 1 прим.

Міський голова

Сергій Дробот
71-28-84, 097-914-90-19

Валерій САМАРДАК





У К Р А Ї Н А
ЧОПСЬКА МІСЬКА РАДА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ
_____ сесія сьомого скликання

Р І Ш Е Н Н Я

від _____ **2020** року № _____ **ПРОЄКТ**
м. Чоп

***Про затвердження Правил
розміщення зовнішньої реклами
на території міста Чоп***

Керуючись ст. 25, пп. 13 п. «а» ст. 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Законом України «Про рекламу», Законом України «Про захист економічної конкуренції», Законом України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Типовими Правилами розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067, Чопська міська рада

в и р і ш и л а :

1. Затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп згідно з додатком 1 до цього рішення.
2. Затвердити Графічний довідник щодо розміщення спеціальних рекламних конструкцій на фасаді будинку (будівлі) згідно з додатком 2 до цього рішення.
3. Встановити, що дозвільна документація (дозволи та паспорти), яка була надана до набрання чинності цим Рішенням, є дійсними до закінчення строку їх дії.
4. Доручити відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради :
 - 4.1. Організувати розробку Схеми розміщення наземних рекламних засобів по всій території міста Чоп та затвердити рішенням сесії Чопської міської ради після прийняття цього рішення.
 - 4.2. Провести інвентаризацію існуючої мережі об'єктів зовнішньої реклами
5. Рішення набирає чинності з дня його офіційного оприлюднення в засобах масової інформації.
6. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійну комісію з питань житлово-комунального господарства, транспорту і зв'язку Чопської міської ради (Голубка В.В.) та заступника Чопського міського голови з питань житлово-комунального господарства Гіжан І. С.

Міський голова

В. Самардак

ПРАВИЛА

розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп

1. Правила розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп (надалі — Правила) розроблені на основі Закону України «Про рекламу», Закону України «Про захист економічної конкуренції», Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», п.п. 13 п. «а» ст. 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Типові Правила розміщення зовнішньої реклами» затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 та інших нормативно-правих актів України.

2. Ці Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території міста Чоп, та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

3. У цих Правилах терміни вживаються у такому значенні:

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

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

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

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

рекламні засоби — засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача;

рекламодавець — особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження; *розповсюджувач реклами* — особа, яка здійснює розповсюдження реклами;

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

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

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

спеціальні конструкції — тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та неназемні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, тролі, таблички, коробки, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами; *вивіска чи табличка* — елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщений на зовнішній поверхні будинку, будівлі або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де розташовується власне чи надане у користування особі приміщення (крім, випадків, коли суб'єкту господарювання належить на праві власності або користування вся будівля або споруда), біля входу у таке приміщення, який не є рекламою.

робочий орган — утворений міською радою відділ, управління, інший виконавчий орган або існуючий відділ, управління, на який покладені відповідні функції, для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами.

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

4. Визначити відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради робочим органом уповноваженим на підготовку дозволів та договорів з розповсюджувачами зовнішньої реклами в м. Чоп.

5. Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволу відповідно до рішення виконавчого комітету Чопської міської ради.

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

Справляння плати за видачу зазначених дозволів на підставі рішень виконавчого комітету Чопської міської ради забороняється.

6. 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 дотриманням правил благоустрою міста.

7. Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами міська рада може утворювати відділ, управління, інший виконавчий орган або покладати відповідні функції на існуючий відділ, управління (далі — робочий орган). Робочий орган не вправі подавати заяву та одержувати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

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

8. До повноважень робочого органу належать:

8.1. Розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії.

8.2. Надання у разі потреби розповсюджувачам зовнішньої реклами архітектурно-планувальних завдань на опрацювання проектно-технічної документації для розташування складних (дахових) рекламних засобів, фундаментів підземної та наземної частини конструкцій наземної реклами (бігбордів).

8.3. Надання розповсюджувачам зовнішньої реклами, на підставі згідно п. 9 та/або п. 23 цих Правил, викопіювання з генерального плану м. Чоп місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу.

8.4. 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.

8.5. Підготовка проекту рішення виконавчого комітету міської ради щодо надання дозволу чи про відмову у його наданні.

8.6. Видача дозволу здійснюється на підставі рішення виконавчого комітету Чопської міської ради.

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

8.8. Подання територіальним органам спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів в Закарпатській області матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами.

8.9. Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

9. Для одержання дозволу заявник подає Центру надання адміністративних послуг заяву за формою згідно з додатком 1 до цих Правил, 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.

10. За наявності документів, передбачених пунктом 9 цих Правил, відомості про заяву у той же день вносяться відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради до внутрішнього реєстру заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (журналу), який ведеться у довільній формі.

Відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради протягом двох робочих днів з дня реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу за формою згідно з додатком 2 до цих Правил.

У разі прийняття рішення про відмову у видачі дозволу відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради надсилає заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням підстав, передбачених законом.

Строк видачі дозволу або надання письмового повідомлення про відмову у його видачі встановлюється згідно рішення, прийнятому із врахуванням вимог Закону України «Про доступ до публічної інформації» на відповідному найближчому засіданні виконавчого комітету Чопської міської ради.

11. Видача дозволу погоджується відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради з власником місця або уповноваженим ним органом (особою), а також з:

11.1. Департамент культури Закарпатської ОДА — у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного значення, в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць.

11.2. Закарпатською обласною державною адміністрацією — у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках місцевого значення, а також в межах зон охорони цих пам'яток.

11.3. Утримувачем інженерних комунікацій — у разі розміщення зовнішньої реклами в межах охоронних зон цих комунікацій.

11.4. Службою автомобільних доріг у Закарпатській області або власниками автомобільних доріг та Національною поліцією — у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.

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

12. Дії щодо отримання зазначених погоджень вчиняються відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради без залучення заявника протягом строку, встановленого для отримання дозволу.

13. Для здійснення погодження відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради не пізніше дня, що настає за днем одержання документів від заявника, надсилає їх копії у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді органам, зазначеним в пункті 11 цих Правил та встановлює строк розгляду зазначених документів.

14. За результатами дозвільної (погоджувальної) процедури органи, зазначені в пункті 11 цих Правил, надають погодження, які у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді надсилаються Відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради.

У разі ненадання органами, зазначеними в пункті 11 цих Правил, протягом встановленого строку погоджень вважається, що видачу дозволу погоджено.

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

16. Відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради протягом не більш як двох робочих днів з дати одержання від органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу, подає виконавчому комітету міської ради пропозиції та проєкт відповідного рішення.

При цьому під зміною типу або вигляду рекламного засобу розуміється зміна зовнішнього вигляду (конструктивних елементів) без зміни місця розташування рекламного засобу.

До заяви додається:

— технічна характеристика змін у технологічній схемі рекламного засобу, погоджена з відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради;

- фотокартка рекламного засобу та ескіз з конструктивним рішенням;
- розрахунок міцності та стійкості спеціальної конструкції;

17. Виконавчий комітет Чопської міської ради згідно Закону України «Про доступ до публічної інформації» на відповідному найближчому засіданні приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

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

18. Відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради протягом десяти днів з дати реєстрації дозволу надає органам державної податкової служби інформацію про розповсюджувачів зовнішньої реклами, яким надано дозвіл.

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

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

21. Після розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами у п'ятиденний строк зобов'язаний подати відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради фотокартку місця розташування рекламного засобу (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів).

22. У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу, відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради у семиденний строк письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами. У десятиденний строк з початку зміни містобудівної ситуації, реконструкції, ремонту, будівництва відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради надає розповсюджувачу зовнішньої реклами інформацію про інше рівноцінне місце. У разі досягнення згоди щодо нового місця розташування рекламного засобу вносяться зміни у дозвіл згідно п. 17 цих Правил

Згідно передбачених ситуацій, описаних на початку даного пункту, відшкодування витрат, пов'язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу на новому місці, здійснюється за рахунок ініціатора (замовника) робіт, пов'язаних зі змінами містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу.

Плата за надання відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради 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.

23. Якщо протягом строку дії дозволу виникла потреба у зміні типу або вигляду рекламного засобу, розповсюджувач зовнішньої реклами звертається

до Центру надання адміністративних послуг з письмовою заявою у довільній формі про внесення у дозвіл відповідних змін. До заяви додається:

- 23.1. документ, який засвідчує право власності на рекламний засіб;
 - 23.2. оригінал діючого дозволу;
 - 23.3. письмове погодження власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженого ним органу (особи);
 - 23.4. копія свідоцтва про державну реєстрацію заявника як юридичної особи або фізичної особи — підприємця;
 - 23.5. копію чинного договору на тимчасове користування місцем з вказаними банківськими реквізитами, ідентифікаційним кодом юридичної особи або ідентифікаційним номером фізичної особи платника податків, зборів та інших обов'язкових платежів;
 - 23.6. документ (акт звірки), який підтверджує відсутність заборгованості з плати за місце(я) розташування рекламних засобів у нового та попереднього власника рекламного засобу;
 - 23.7. довідка з державної податкової інспекції про відсутність заборгованості перед бюджетом з податку з реклами.
24. У переоформленні дозволу може бути відмовлено, якщо у заявника або попереднього власника рекламного засобу:
- 24.1. існує заборгованість по оплаті за тимчасове користування місцями за існуючим договором;
 - 24.2. існує заборгованість по несплаті штрафних санкцій за несвоєчасну оплату за тимчасове користування місцями за існуючим договором;
 - 24.3. існує заборгованість по несплаті штрафних санкцій за самовільне встановлення конструкцій зовнішньої реклами;
 - 24.4. існують невиконані зобов'язання перед відповідним комунальним господарством з компенсації витрат, здійснених через примусовий демонтаж та зберігання рекламних засобів заявника;
 - 24.5. існує заборгованість з податку на рекламу;
 - 24.6. зафіксовані згідно цих Правил самовільно встановлені конструкції зовнішньої реклами.
25. Переоформлення дозволу фіксується в журналі реєстрації.
26. Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви згідно з додатком 1 до цих Правил, яка подається заявником до Центру надання адміністративних послуг з примірником дозволу не пізніше ніж за 30 днів до закінчення строку дії дозволу при відсутності заперечень з боку власника місця розташування спеціальної конструкції.
27. У випадку прострочення терміну подачі заяви на продовження строку дії дозволу розповсюджувач зовнішньої реклами оформляє новий дозвіл згідно вимог цих Правил.
28. У продовженні дії дозволу може бути відмовлено, якщо у заявника:
- 28.1. існує заборгованість по оплаті за тимчасове користування місцями за існуючим договором;
 - 28.2. існує заборгованість по несплаті штрафних санкцій за несвоєчасну оплату за тимчасове користування місцями за існуючим договором;

28.3. існує заборгованість по несплаті штрафних санкцій за самовільне встановлення конструкцій зовнішньої реклами;

28.4. існує заборгованість на податок з реклами;

28.5. зафіксовані згідно цих Правил самовільно встановлені конструкції зовнішньої реклами.

29. Відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради протягом п'яти робочих днів з дати одержання заяви розповсюджувача розглядає та готує відповідний проєкт рішення виконавчого комітету Чопської міської ради про продовження строку дії дозволу у відповідності до вимог, викладених у цих Правилах.

Після прийняття відповідного рішення виконавчим комітетом Чопської міської ради, Відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради протягом трьох робочих днів з моменту його прийняття направляє через Центр надання адміністративних послуг заявнику лист про продовження строку дії дозволу з примірником дозволу або про відмову у його продовженні із зазначенням дати та номеру відповідного рішення.

Продовження строку дії дозволу (відмова у його продовженні) фіксується в журналі реєстрації з внесенням відповідних змін у дозвіл, які підписуються начальником відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради та скріплюються його печаткою.

Перший примірник дозволу видається заявникові, а другий — залишається у відділі архітектури та містобудування Чопської міської ради для обліку та контролю.

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

30. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності встановлюється згідно **«Положення про порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування об'єктів зовнішньої реклами, що перебуває у комунальній власності територіальної громади м. Чоп»**, яке є додатком 3 до цих Правил. А місцем, що перебуває у приватній власності, — на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

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

32. Плата за тимчасове користування місцем справляється з дня видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами. Відсутність спеціальної конструкції на вказаному місці не є підставою для звільнення від плати за користування місцем.

33. За несвоєчасне внесення плати за тимчасове користування місцями розповсюджувач реклами сплачує пеню в розмірі встановленому договором на.

право тимчасового користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій згідно із діючим на цей час законодавством спеціальної конструкції на вказаному місці не є підставою для звільнення від плати за користування місцем.

34. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

34.1. Розміщуватися з додержанням вимог техніки безпеки, зазначених у цих Правилах.

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

34.3. Освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків.

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

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

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

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

35. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

35.1. На пішохідних доріжках та алеях, якщо це перешкоджає вільному руху пішоходів;

35.2. У місті на висоті менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини.

36. 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.

37. 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 цими Правилами, є вичерпним.

38. Розроблення необхідної технічної документації, в т. ч. ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням, монтаж (демонтаж) рекламного засобу здійснюється спеціалізованими підприємствами, установами та організаціями згідно попередньо укладених домовленостей (договір).

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

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

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

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

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

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

45. Контроль за додержанням цих Правил у місті Чоп здійснює відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради та інші органи відповідно до законодавства.

46. У разі порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради, який здійснює контроль за додержанням цих Правил, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у визначений строк.

У разі невиконання цієї вимоги відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради, який здійснює контроль, подає інформацію спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

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

48. Вивіски чи таблички:

48.1. Повинні розміщуватися без втручання у несучі конструкції, легко демонтуватися, щоб не створювати перешкод під час робіт, пов'язаних з експлуатацією та ремонтом будівель і споруд, на яких вони розміщуються;

48.2. Не повинні відтворювати зображення дорожніх знаків.

48.3. Не повинні розміщуватися на будинках або спорудах — об'єктах незавершеного будівництва;

48.4. Площа поверхні не повинна перевищувати 3 кв. метрів.

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

49. Демонтаж вивісок чи табличок, розміщених з порушенням вимог цих Правил, здійснюється у разі:

49.1. Припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичної особи — підприємця.

49.2. Невідповідності розміщення вивіски чи таблички вимогам щодо її розміщення, наданим у визначенні, та архітектурним вимогам, державним нормам, стандартам і правилам, санітарним нормам.

49.3. Порушення благоустрою території.

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

50. Самовільно розташовані або не демонтовані згідно з приписом спеціальні конструкції та зовнішня реклама підлягають демонтажу.

Власнику спеціальної конструкції або зовнішньої реклами надсилається відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради повідомлення про наявність підстав для демонтажу. Якщо власник протягом 3-х днів з дати надісланого повідомлення не виконав демонтаж або не надав обґрунтовану відповідь на повідомлення, тоді демонтаж здійснюється відповідним комунальним підприємством на підставі відповідного припису від відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради та попередньо укладених домовленостей (договір) з комунальним підприємством за рахунок власника спеціальної конструкції або зовнішньої реклами.

Під час проведення демонтажу складається акт проведення демонтажу.

Демонтаж проводиться в присутності власника спеціальної конструкції або зовнішньої реклами, про дату та час проведення демонтажу відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради надсилає повідомлення власнику не пізніше, ніж за п'ять днів до проведення демонтажу на підставі припису. У разі відсутності власника, про це робиться відмітка у Акті проведення демонтажу. Відсутність власника при проведенні робіт з демонтажу спеціальної конструкції або зовнішньої реклами не дає підстав для оскарження дій, що пов'язані з демонтажем у відповідності до встановленого порядку.

Акт проведення демонтажу складається у двох примірниках, один з яких вручається власнику. У разі відсутності власника при проведенні демонтажу, примірник акту надсилається йому поштою.

Охорону громадського порядку при виконанні демонтажу та транспортуванні спеціальної конструкції або зовнішньої реклами забезпечують працівники уповноваженого підрозділу Національної поліції (за згодою).

Демонтовані спеціальні конструкції або зовнішні реклами зберігаються в спеціально відведених місцях на підставі попередньо укладених домовленостей (договір) з комунальним підприємством.

Власник спеціальної конструкції або зовнішньої реклами має право на її повернення після звернення до Центру надання адміністративних послуг на підставі таких документів:

— заява;

— документ, що підтверджує право власності на спеціальну конструкцію або зовнішню рекламу;

— документ, що підтверджує оплату витрат, пов'язаних з демонтажем та зберіганням спеціальної конструкції або зовнішньої реклами у розмірі одного неоподаткованого мінімуму доходу громадян за кожен день зберігання;

— документ, що підтверджує сплату боргу за розміщення зовнішньої реклами до дня її демонтажу;

— документ, що підтверджує повноваження особи на одержання спеціальної конструкції або зовнішньої реклами (при необхідності).

В разі не виявлення власника спеціальної конструкції або зовнішньої реклами, питання власності на об'єкт вирішується згідно з чинним законодавством.

51. Дозвіл скасовується рішенням виконавчого комітету Чопської міської ради до закінчення строку дії:

51.1. за письмовою заявою розповсюджувача зовнішньої реклами у довільній формі, до якої долучена фотофіксація проведеного ним демонтажу спеціальної конструкції. У такому випадку дозвіл скасовується за рішенням виконавчого комітету Чопської міської ради з долученням до наказу копій відповідних документів, вказаних в п. 20 цих Правил.

51.2. у разі невикористання місця розташування рекламного засобу безперервно протягом шести місяців або непереоформлення дозволу в установленому порядку. В такому випадку дозвіл скасовується на підставі рішення виконавчого комітету Чопської міської ради з долученням до наказу міського голови про проведення актів обстеження місця розташування рекламного засобу з представниками відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради, а також постійної комісії з питань житлово-комунального господарства, транспорту і зв'язку Чопської міської ради за місцем розташування рекламного засобу.

51.3. при порушенні чинного законодавства в сфері реклами за рішенням виконавчого комітету Чопської міської ради.

52. Рішення про скасування дозволу фіксується в журналі реєстрації та надсилається відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради розповсюджувачу зовнішньої реклами поштою листом із повідомленням про вручення.

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

54. Особи, винні у порушенні законодавства про рекламу, несуть дисциплінарну, цивільноправову, адміністративну та кримінальну відповідальність відповідно до Закону.

55. Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 26.05.2004 р. №693.

Міський голова

В. Самардак

Додаток 1
До Правил розміщення зовнішньої реклами
на території міста Чоп, затверджених
рішенням _____ сесії Чопської
міської ради від _____ 2020 № _____

ЗРАЗОК

_____ р. N _____

Чопському міському голові

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 (факс) _____

Прошу _____ на розміщення
(надати дозвіл / внести зміни в дозвіл № / продовжити термін дії дозволу № / скасувати дозвіл №)

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)

М. П.

ЗРАЗОК

**ДОЗВІЛ
на розміщення зовнішньої реклами**

Виданий _____ р. на підставі рішення виконавчого комітету
(дата видачі)
Чопської міської ради Закарпатської області від _____
(дата і номер рішення)

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

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

_____ (місцезнаходження (місце проживання),

_____ номер телефону (телефаксу),

_____ банківські реквізити,

_____ ідентифікаційний код (номер)

Адреса місця розташування рекламного засобу _____

Характеристика (в тому числі технічна) рекламного засобу _____

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

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

Ескіз з конструктивним рішенням рекламного засобу

Викопіювання з генерального плану м. Чоп місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу.

М.П.

Керівник робочого органу

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

М. П.

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

Керівник робочого органу

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

ПОЛОЖЕННЯ

про порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Чоп

1. Розмір плати за право тимчасового користування місцем розташування рекламного засобу визначається при укладанні договору між Чопською міською радою та розповсюджувачем зовнішньої реклами і складається з базового тарифу, коригуючих коефіцієнтів, на які послідовно перемножується базовий тариф.

2. Сплата за право тимчасового користування місцем розташування рекламного засобу здійснюється на термін дії договору або одноразово при видачі дозволу.

3. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, що перебуває у комунальній власності територіальної громади м. Чоп, справляється щорічно та обчислюється за формулою:

$P = M \times B_r \times S \times K_m \times K_s$, де:

P — плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, грн.;

M — термін розташування спеціальної конструкції в повних та (або) неповних місяцях;

B_r — базовий розмір плати за 1 кв.м. площі місця розташування рекламного засобу, який дорівнює одному неоподаткованому мінімальному доходу громадян;

S — площа місця розташування рекламного засобу, м. кв.;

Якщо площа місця розташування рекламного засобу більше 10 м. кв., то може застосовуватись понижуючий коефіцієнт — 0,5.

Визначення площі місця розташування рекламного засобу:

1) Площа місця на території зеленої зони, на асфальті, ґрунті, дахах будинків /будівель/ та споруд, на якій розміщується спеціальна конструкція, визначається як сума площі її горизонтальної проекції на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра по периметру горизонтальної проекції цієї конструкції.

При визначенні горизонтальної проекції рекламного засобу, бетонна плита і колони на яких монтується рекламна конструкція в розрахунок не береться.

Розміри площі зайнятої під рекламний засіб визначаються за формулою:

$S = (L + 2b) \times (a + 2c) = \text{кв. м.}$, де

L — довжина горизонтальної проекції рекламного засобу від 1,0 м і більше;

b — ширина прилеглої території по довжині проекції = 0,5 м;

a — ширина горизонтальної проекції рекламної конструкції;

c — ширина прилеглої території по ширині проекції = 0,5 м.

2) Для щитових рекламних засобів на стінах будівель та споруд, а також різного виду банерів на опорах вуличного освітлення, електромережі,

контактної мережі, над проїжджою частиною доріг, тумби, стели та банери комунальної форми власності площа місця їх розташування дорівнює площі вертикальної проекції цього рекламного засобу на паралельну їй площину. Розміри площі зайнятої під вищезазначені рекламні засоби визначаються за формулою:

$S = (L \times h) = \text{кв. м.}$, де

L — довжина рекламного засобу;

h — висота рекламного засобу.

3) Для вертикальних та горизонтальних рекламних кронштейнів на стінах будівель та споруд, площа місця на якому розміщуються рекламні кронштейни визначається, як сума площі бокової проекції рекламного кронштейна на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 м по периметру бокової проекції рекламного кронштейна.

Розміри площі зайнятої під такі рекламні кронштейни визначаються за формулою:

$S_k = (h + 2 \times 0,5) \times (L + 2 \times 0,5) = \text{кв. м.}$, де h — висота рекламного кронштейна;

L — довжина бокової сторони кронштейна.

4) Для наземного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

K_m — коефіцієнт місця розташування:

— в'їзди в місто через загальнодержавні вулиці — 1,0;

(Головна, Ужгородська, Берег)

— центральна частина міста — 0,9;

— інші частини міста — 0,8;

— інші вулиці міста — 0,7.

K_s — коефіцієнт, що застосовується до двосторонніх рекламних засобів (реklamних щитів розмірами інформаційного поля не менше ніж 4 кв.м.), що мають дві (і більше) рекламних площини, які розміщені паралельно одна до одної (або в одній площині — одна над одною) — 1,5. У випадку, якщо рекламний засіб, про який йдеться в цьому пункті, є одностороннім, даний коефіцієнт дорівнює — 1.

4. Плата не враховує податок на додану вартість, що має бути обчислений додатково відповідно до законодавства.

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

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

7. Розрахунок розміру оплати здійснюється на підставі площі розташування рекламного засобу:

7.1. На території зеленої зони, на асфальті, ґрунті, дахах будинків (будівель) та споруд — як сума площі її горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього рекламного засобу.

7.2. Для наземного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

7.3. Під час проведення рекламних акцій (ярмарок, виставок, святкових заходів шоу тощо) просто неба для визначення площі місця береться загальна площа території, яка надається організаторам таких акцій.

8. Розрахована за формулою (п. 3) сума сплачується на рахунок міського бюджету м. Чоп, що вказується у договорі про тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності міста Чоп. Контроль за своєчасністю та повнотою сплати здійснюється відділом архітектури та містобудування Чопської міської ради.

9. Договір про тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, розробляється відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради згідно типового договору, який є додатком 4 до Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Чоп Закарпатської області. Розроблений договір узгоджується з Правовим відділом Чопської міської ради та передається для підписання Чопському міському голові.

10. Один примірник договору надається розповсюджувачу зовнішньої реклами і є підставою для оплати через установу банку. Другий примірник знаходиться у відділі архітектури та містобудування Чопської міської ради для обліку та контролю.

11. Плата за розміщення рекламного засобу стягується з моменту підписання договору.

12. У випадку короткострокового використання рекламного засобу (менше ніж 1 місяць) оплата проводиться за кожну добу на загальних підставах із врахуванням формули (п. 3).

13. Розповсюджувач зовнішньої реклами не звільняється від плати за право тимчасового користування місцем розташування рекламного засобу при відсутності об'єкта зовнішньої реклами.

ДОГОВІР № _____
про тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів,
що перебуває у комунальній власності міста Чоп

м. Чоп

«__» _____ 20__ р.

Чопська міська рада Закарпатської області, у подальшому іменується «Уповноважений орган», в особі Чопського міського голови

що діє на підставі Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», з
одної сторони, та _____

_____ у подальшому іменованій
«Користувач», в особі _____

_____, що діє на підставі
_____, з
другої сторони, уклали цей договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. «Уповноважений орган» надає «Користувачу» для розміщення зовнішніх рекламних засобів місця, що знаходиться в комунальній власності територіальної громади міста Чоп, а «Користувач» використовує ці місця для розташування зовнішніх рекламних засобів та здійснює плату за користування місцями згідно з розрахунком (додається).

2. ПРАВА, ОБОВ'ЯЗКИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

2.1. «Уповноважений орган» має право:

2.1.1. вимагати від «Користувача» дотримуватися вимог Закону України «Про рекламу» та «Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп» затверджених рішенням _____ сесії сьомого скликання Чопської міської ради від _____ 2020 № _____ (надалі — ПРАВИЛА);

2.1.2. використовувати рекламну поверхню спеціальних конструкцій «Користувача» для розміщення соціальної рекламної інформації на безкоштовній основі або на інших умовах, встановлених сторонами;

2.1.3. здійснювати перевірки дотримання «Користувачем» положень цього Договору.

2.1.4. У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу, у відповідності до п. 22 «ПРАВИЛА» у семиденний строк письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами. У десятиденний строк з початку зміни містобудівної ситуації, реконструкції, ремонту, будівництва у

відповідності до п. 22 «ПРАВИЛА» надає розповсюджувачу зовнішньої реклами інформацію про інше рівноцінне місце. У разі досягнення згоди щодо нового місця розташування рекламного засобу вносяться зміни у дозвіл згідно п. 17 «ПРАВИЛА».

Згідно передбачених ситуацій в даному підпункті, відшкодування витрат, пов'язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу на новому місці, здійснюється за рахунок ініціатора (замовника) робіт, пов'язаних зі змінами містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу.

2.2. «Користувач» зобов'язаний:

2.2.1. утримувати місця розташування рекламних засобів згідно з вимогами правил і норм пожежної безпеки, містобудівних, санітарних норм та інших вимог, підтримувати прилеглі місця в належному стані;

2.2.2. за свій рахунок усувати можливі пошкодження місця рослинності, що на ньому розташована;

2.2.3. у випадку псування або приведення в непридатність спеціальної конструкції, своєчасно проводити її заміну;

2.2.4. проводити обстеження місця розміщення та безпосередньо самого рекламного засобу протягом всього строку дії цього Договору та дозволу;

2.2.5. своєчасно і у повному обсязі сплачувати платежі за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів;

2.2.6. не розміщувати рекламні сюжети, які суперечать Закону України «Про рекламу»;

2.2.7. відшкодувати у повному обсязі «Уповноваженому органу» матеріальну шкоду, що заподіяна місцю розташування спеціальної конструкції з вини «Користувача»;

2.2.8. після закінчення дії договору звільнити місце і передати його в належному стані «Уповноваженому органу» в порядку, визначеному розділом 4 цього Договору;

2.2.9. передача місця, наданого «Користувачу», іншим особам (фізичним, юридичним) на будь-якій підставі (суборенда, спільна діяльність) не допускається.

3. ПЛАТА ЗА ТИМЧАСОВЕ КОРИСТУВАННЯ МІСЦЕМ РОЗТАШУВАННЯ РЕКЛАМНОГО ЗАСОБУ

3.1. Розмір плати за всі надані у користування місця розташування рекламних засобів визначається відповідно до «Положення про порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Чоп» (Додаток 3 до Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп затверджених рішенням _____ сесії Чопської міської ради від _____ 2020 № _____) з дня надання «Уповноваженим органом» дозволу на розташування рекламоносія № _____ і складає _____ гривень на місяць.

3.2. Умови внесення плати — щомісячно, або за згодою сторін, один раз за рік при отриманні дозволу.

3.3. Внесення плати за користування місцями здійснюється «Користувачем» шляхом перерахування відповідних коштів на поточний рахунок «Уповноваженого органу» у встановлені цим Договором строки.

3.4. «Користувач» зобов'язаний щомісячно, не пізніше 15 числа поточного місяця, отримувати від Уповноваженого органу рахунки на оплату права за тимчасове користування місцями для розміщення рекламних засобів.

3.5. За несвоєчасне або неповне внесення плати «Користувач» зовнішньої реклами сплачує пеню у розмірі подвійної облікової ставки Національного банку України, яка діє на момент сплати пені, від суми простроченого платежу за кожен день прострочення.

3.6. За прострочення внесення платежів за тимчасове користування місцем (-ями) для розміщення рекламних засобів, що складає більше 1 місяця, «Користувач» зовнішньої реклами, додатково сплачує штраф в розмірі 15 (п'ятнадцяти) відсотків простроченої суми.

3.7. «Користувач» зовнішньої реклами, у разі непогодження із Уповноваженим органом строку розміщення соціальної реклами, сплачує штраф у розмірі 100 гривень за кожний день затримки розміщення соціальної реклами.

4. ВИМОГИ ДО РЕКЛАМИ

4.1. У рекламі забороняється:

4.1.1. поширювати інформацію щодо товарів, виробництво, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом;

4.1.2. вміщувати твердження, які є дискримінаційними за ознаками походження людини, її соціального і майнового стану, расової та національної належності, статі, освіти, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовними ознаками, родом і характером занять, місцем проживання, а також такі, що дискредитують товари інших осіб;

4.1.3. подавати відомості або закликати до дій, які можуть спричинити порушення законодавства, завдають чи можуть завдати шкоди здоров'ю або життю людей та/чи довкіллю, а також спонукають до нехтування засобами безпеки;

4.1.4. використовувати засоби і технології, які діють на підсвідомість споживачів реклами;

4.1.5. наводити твердження, дискримінаційні щодо осіб, які не користуються рекламованим товаром;

4.1.6. використовувати або імітувати зображення Державного Герба України, Державного Прапора України, звучання Державного Гімну України, зображення державних символів інших держав та міжнародних організацій, а також офіційні назви органів державної влади України, крім випадків, передбачених законом;

4.1.7. рекламувати товари, які підлягають обов'язковій сертифікації або виробництво чи реалізація яких вимагає наявності спеціального дозволу, ліцензії, у разі відсутності відповідного сертифіката, ліцензії;

4.1.8. вміщувати зображення фізичної особи або використовувати її ім'я без згоди цієї особи;

4.1.9. імітувати або копіювати текст, зображення, музичні чи звукові ефекти, що застосовуються в рекламі інших товарів, якщо інше не передбачено законами України у сфері інтелектуальної власності;

4.1.10. рекламувати послуги, пов'язані з концертною, гастрольною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, без інформації про використання чи невикористання фонограм виконавцями музичних творів. Ця інформація повинна займати на афішах, інших рекламних засобах щодо конкретної послуги не менше 5 відсотків загальної площі, обсягу всієї реклами;

4.1.11. розповсюджувати рекламу, яка містить елементи жорстокості, насильства, порнографії, цинізму, приниження людської честі та гідності.

5. ФОРС-МАЖОР

5.1. Сторони даного Договору звільняються від відповідальності за повне чи часткове невиконання зобов'язань за цим Договором, якщо таке невиконання є наслідком дії обставин непереборної сили (форс-мажор).

5.2. Під обставинами непереборної сили Сторони розуміють зовнішні і надзвичайні події, що не існували під час підписання цього Договору і виникли незалежно від волі сторін, за умови, що Сторони не могли передбачити настання таких наслідків чи перешкодити їх виникненню за допомогою засобів, застосування яких справедливо вимагати й очікувати від сторони, що підпала під дію обставин непереборної сили.

5.3. Обставинами непереборної сили визнаються, але не обмежуються ними, що впливають події: землетрусу, пожежі, повені, епідемії, епізоотії, забруднення радіацією будь-яким ядерним джерелом, транспортні катастрофи, воєнні дії в одній із країн Сторін, повстання, революції, страйки, соціальні конфлікти, блокади, ембарго.

5.4. Сторона, що втратила можливість виконати зобов'язання внаслідок дії обставин непереборної сили, зобов'язана негайно чи телефаксом телеграмою повідомити іншу сторону про виникнення, вид і можливу тривалість подій, що перешкоджають належному виконанню зобов'язань за цим Договором.

5.5. Якщо обставини непереборної сили будуть тривати більш трьох місяців, сторони повинні вирішити подальшу долю цього Договору.

5.6. Жодна зі сторін не буде нести відповідальність за повне чи часткове невиконання кожного зі своїх зобов'язань, якщо невиконання буде наслідком таких обставин, як повінь, пожежа, землетрус та інші явища природи, а також війна чи воєнні дії, що виникли після укладення Договору.

5.7. Сторона, яка посилається на неможливість виконання зобов'язань внаслідок дії форс-мажорних обставин підтверджує факт існування та наслідки дії таких обставин офіційним документом Торгово-промислової Палати України.

6. ПОРЯДОК ПОВЕРНЕННЯ МІСЦЬ, НАДАНИХ У КОРИСТУВАННЯ

6.1. Протягом 10-ти днів після припинення дії цього Договору «Користувач» зобов'язаний звільнити надане у користування місце. При цьому демонтаж спеціальної конструкції та приведення території місця у належний стан (прибирання місця, вивіз сміття, відновлення газонів тощо) проводиться «Користувачем» за його власні кошти.

7. ТЕРМІНИ ДІЇ ДОГОВОРУ. РОЗГЛЯД СПОРІВ

7.1. Цей договір набирає чинності з моменту його підписання і діє до «___» _____ 20___ р.

7.2. Цей договір може бути продовжений на той же термін і на тих же умовах тільки за письмовою згодою сторін, укладеною не пізніше ніж за 30 днів до закінчення дії цього договору, а також із врахуванням вимог, передбачених у п.26—29 «ПРАВИЛА».

7.3. Дострокове припинення дії цього договору за ініціативою «Уповноваженого органу» у встановленому законодавством порядку передбачається якщо:

7.3.1. «Користувач» несвоєчасно або у неповному обсязі сплачує платежі за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, визначені розділом 3 цього договору.

7.3.2. за письмовою заявою «Користувача» зовнішньої реклами у довільній формі, до якої долучена фотофіксація проведеного ним демонтажу спеціальної конструкції. У такому випадку дозвіл скасовується на підставі наказу Уповноваженого органу з долученням до наказу копій відповідних документів, вказаних в даному підпункті.

7.3.3. у разі невикористання місця розташування рекламного засобу безперервно протягом шести місяців або непереоформлення дозволу в установленому порядку. У такому випадку дозвіл скасовується на підставі наказу Уповноваженого органу з долученням до наказу актів обстеження місця Уповноваженим органом з представниками відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради та постійної комісії з питань житлово-комунального господарства, транспорту і зв'язку Чопської міської ради за місцем розташування рекламного засобу.

7.3.4. при порушенні чинного законодавства в сфері реклами за рішенням виконавчого комітету Чопської міської ради.

7.3.5. рішення виконавчого комітету Чопської міської ради про скасування дозволу фіксується в журналі реєстрації та надсилається Уповноваженим органом розповсюджувачу зовнішньої реклами поштою листом із повідомленням про вручення.

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

7.4. Всі спори, що виникають між сторонами, вирішуються в порядку, визначеному законодавством України.

8.ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

- 8.1. Всі зміни та доповнення до цього Договору вносяться за згодою Сторін у письмовій формі шляхом укладання Додаткових угод, які стають невід'ємною частиною цього Договору.
- 8.2. Цей Договір складено у двох автентичних примірниках, які мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної із Сторін.
- 8.3. У разі зміни у однієї із Сторін адреси та/або платіжних реквізитів Сторона, у якої виникли такі зміни, зобов'язана у п'ятиденний термін направити іншій Стороні письмове повідомлення про нову адресу та/або платіжні реквізити.
- 8.4. Сторони домовилися, що відносно стягнення штрафних санкцій за цим Договором строк позовної давності складає 3 (три) роки.
- 8.5. Сторони дійшли взаємної згоди, що штрафні санкції за цим Договором нараховуються протягом всього строку позовної давності, зазначеного п.8.4. даного Договору.
- 8.6. Сторони своїми підписами свідчать про досягнення згоди щодо умов цього Договору.
- 8.7. До умов цього Договору застосовуються положення ст. 634 Цивільного кодексу України

9. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ ТА РЕКВІЗИТИ СТОРІН

«Уповноважений орган»

Чопська міська рада Закарпатської
області 89502, м. Чоп, Закарпатська
область, вул. Берег, 2. тел./факс: 71-
12-42, 71-19-90
Код ЄДРПОУ _____
МФО _____, р/р _____
ГУДКСУ в Закарпатській області

Міський голова

_____ **В. Самардак**

«Користувач»

/ _____ /

**Графічний довідник
щодо розміщення спеціальних рекламних конструкцій
на фасаді будинку (будівлі)**

1. Типи спеціальних конструкцій

1.1. Окремі літери (об'ємні або плоскі)

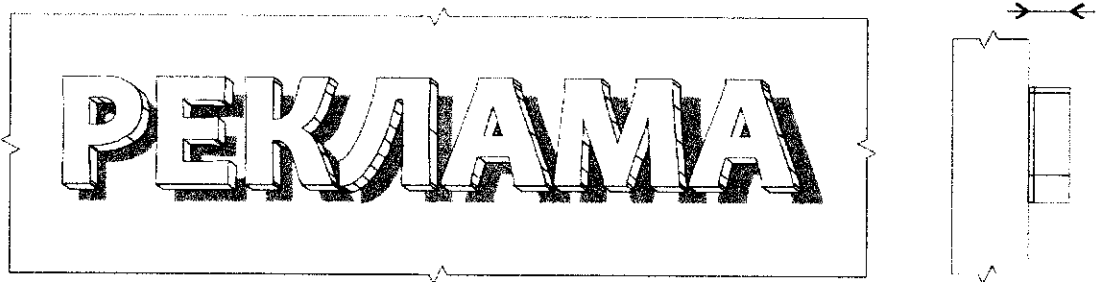
Головна відмінність між об'ємними та плоскими літерами — наявність чи відсутність у символів бокової та задньої стінки. Плоскі літери виготовляються лише з лицевого матеріалу.

Зазвичай об'ємні літери закріплюються безпосередньо на фасаді будівлі або на площині, що є частиною спеціальної конструкції (прозора, у колір фасаду та інше).

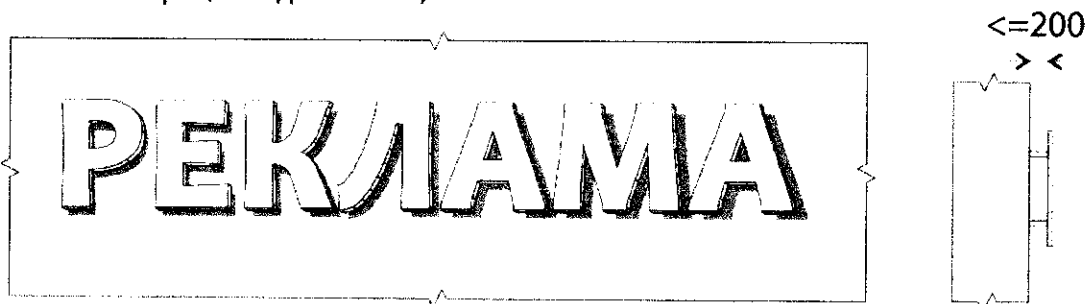
Плоскі літери, для створення ефекту об'ємності та за наявності можливостей, закріплюються на певній відстані від фасаду або площини (на стійках).

В обох випадках відстань від поверхні, на якій встановлено РЗ, не повинна перевищувати 200 мм до лицевої поверхні спеціальної конструкції.

Об'ємні літери



Плоскі літери (псевдо об'ємні)



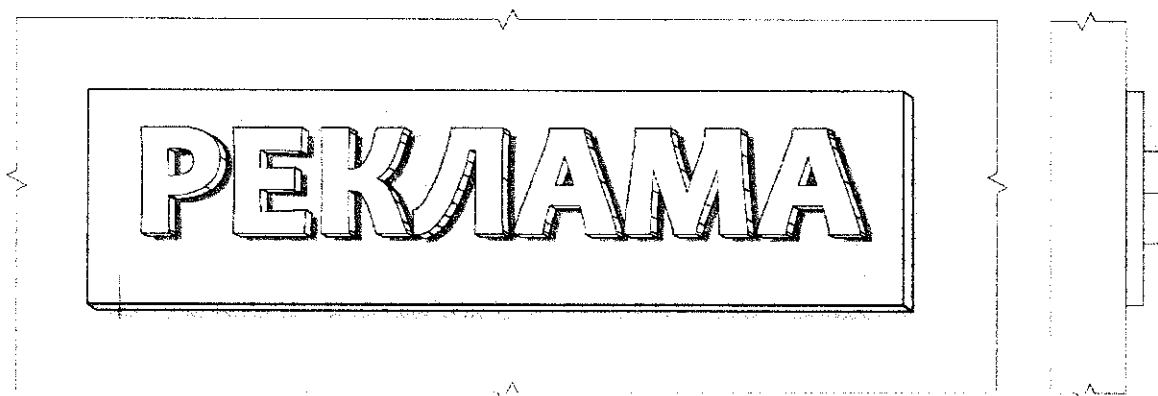
1.2. Окремі літери на основі / площині

Об'ємні або псевдо-об'ємні символи вважаються такими, якщо закріплені на площині або коробі прямокутної чи довільної форми.

На коробі може бути розміщена додаткова інформація. Короб може бути обладнано підсвічуванням, але фронтальна панель повинна бути виготовлена з світлонепроникного матеріалу. Підсвічуватися можуть лише окремі елементи, а не вся фронтальна панель.

Окремі літери на основі / площині

≤ 200



1.3. Лайтбокси з об'ємним або плоским рішенням лицевої сторони

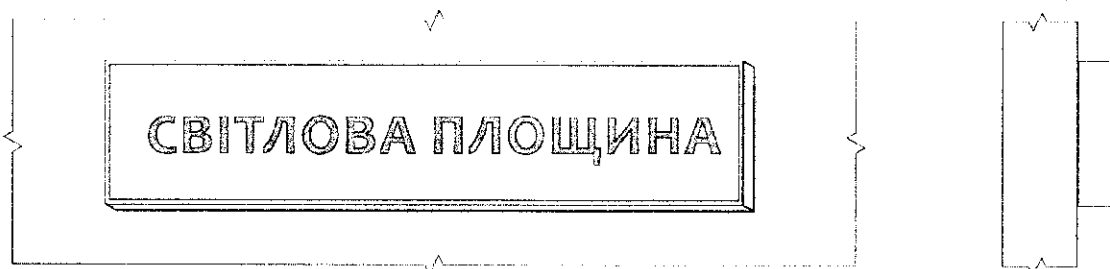
Лайтбокс— короб, обладнаний внутрішнім підсвічуванням.

Фронтальна сторона короба виготовлена зі світлопроникного матеріалу, на яку, за допомогою аплікації, друку, або із застосуванням об'ємних елементів, нанесено рекламну інформацію.

Лайтбокс може бути прямокутної, круглої, овальної або іншої довільної форми.

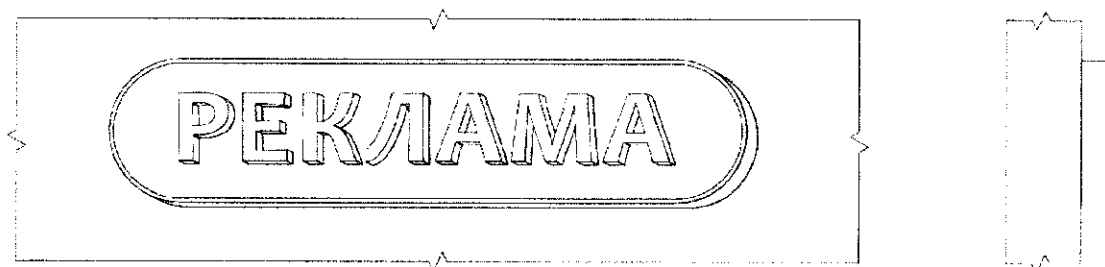
Лайтбоксы з плоским рішенням лицевої сторони

≤ 200



Лайтбоксы з об'ємним рішенням лицевої сторони

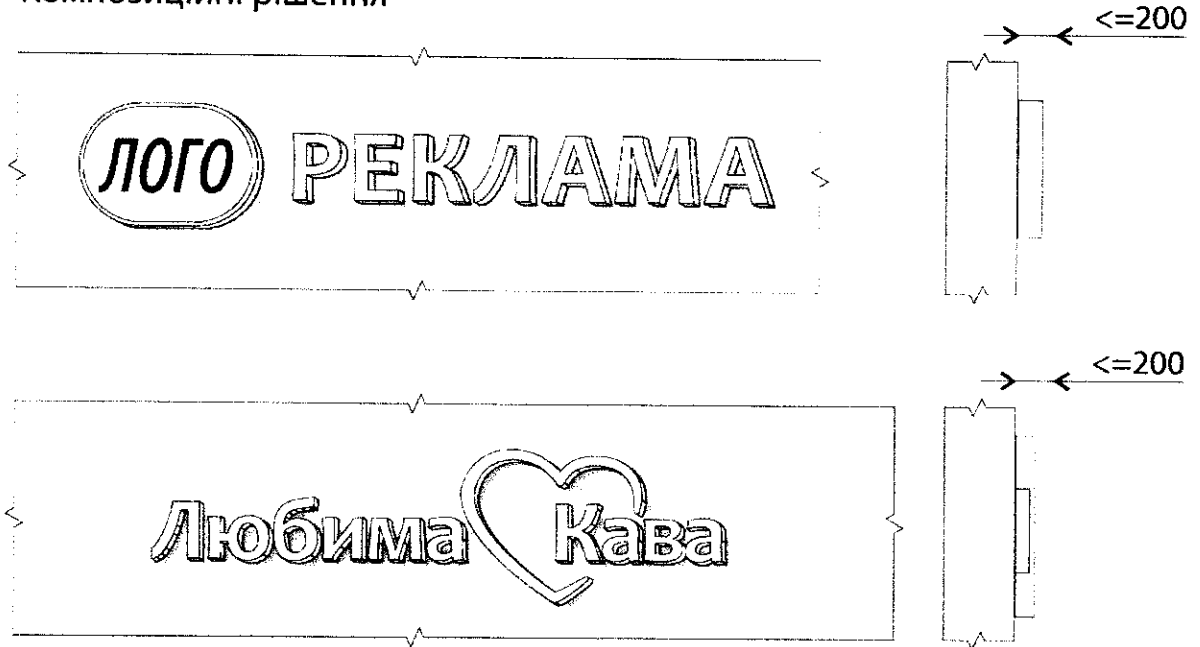
≤ 200



1.4. Композиційні рішення

Композиційні рішення — варіативні поєднання об'ємних або плоских символів з лайтбоксами або декоративними елементами.

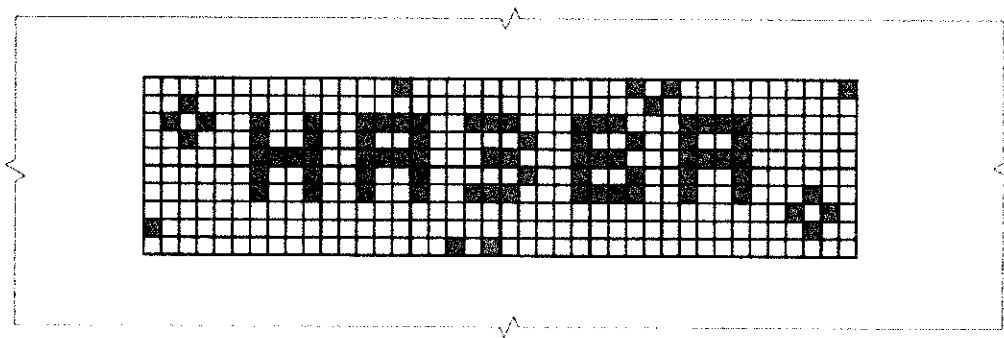
Композиційні рішення



1.5. Спеціальні конструкції, виконані розписом, ліпкою або мозаїкою

Спеціальні конструкції, виконані розписом, ліпкою або мозаїкою виконуються безпосередньо на фасаді будівлі.

Реклама виконана розписом, ліпкою або мозаїкою



2. Правила розміщення

2.1. Розміщення спеціальних конструкцій на фасаді

Спеціальні конструкції встановлюються над, або з боків віконних та дверних отворів безпосередньо на частині фасаду закладу, вільному від декоративних елементів.

Встановлюються спеціальні конструкції на першому поверсі.

Виключні випадки:

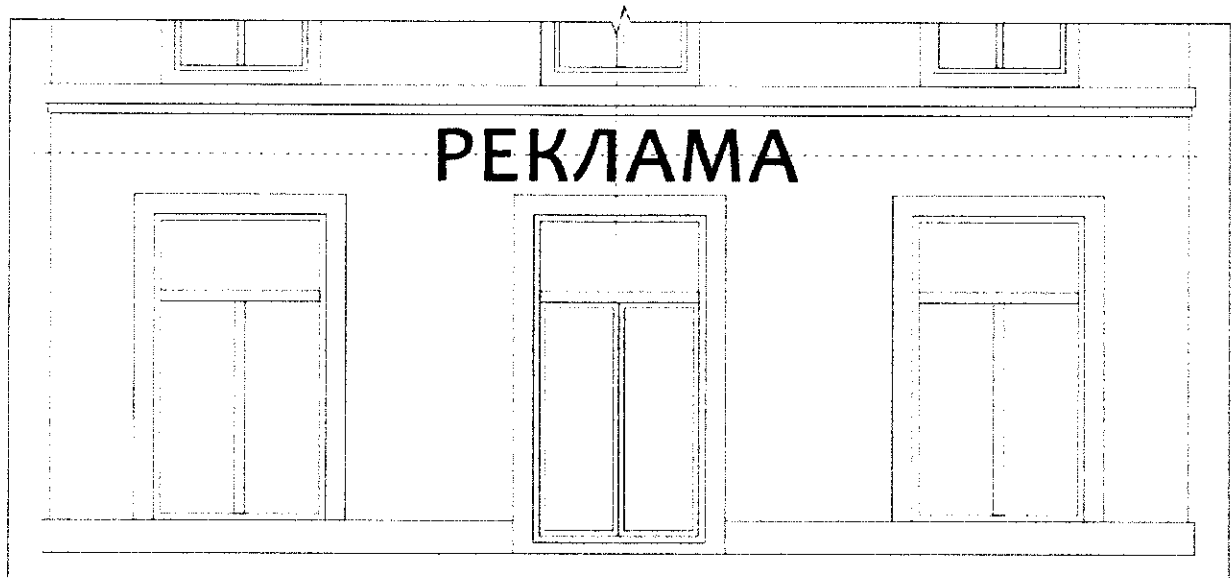
— коли це передбачено паспортом фасаду; якщо споруда — торговельно-розважальний центр;

— якщо торговельні площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів;

— якщо на правах оренди чи власності суб'єкту належить ціла будівля.

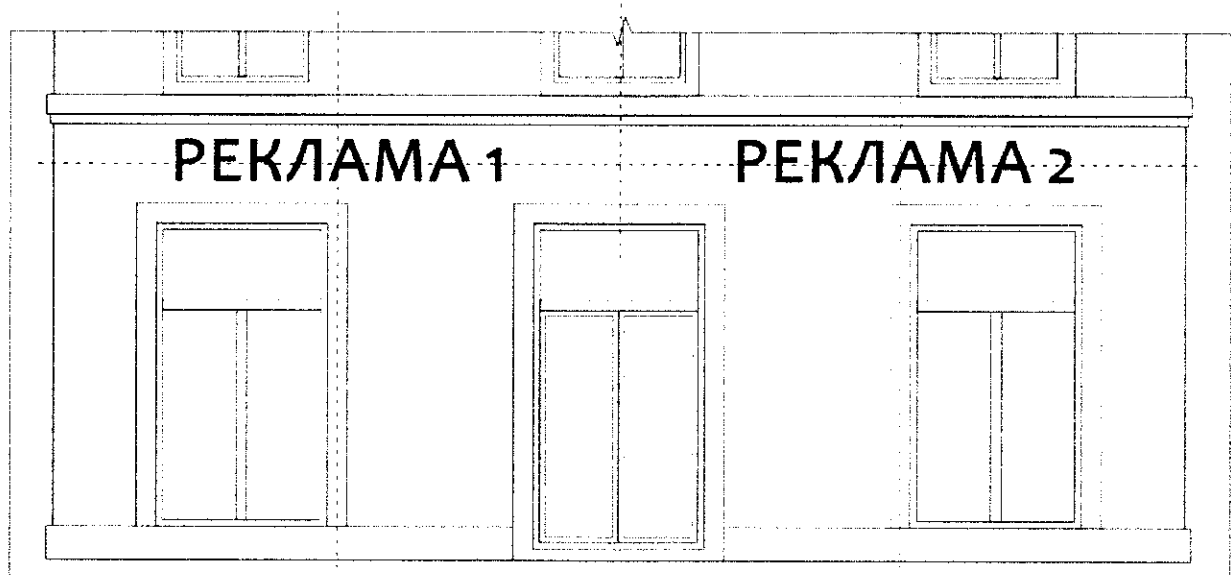
Спеціальна конструкція має бути розташована симетрично відносно до елементів фасаду, або має бути взаємоузгоджена з ними, наслідувати горизонтальну вісь вже існуючих спеціальних конструкцій.

Приклад реклами для одного закладу на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду або взаємоузгоджена з його елементами

Приклад реклами для декількох закладів на частині фасаду



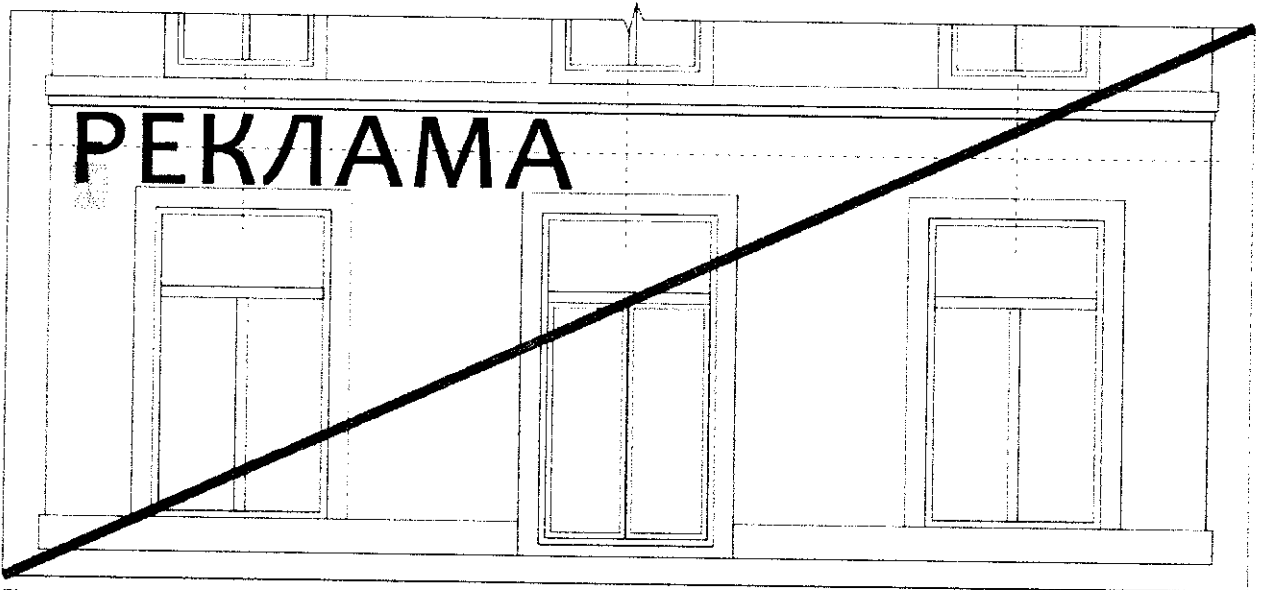
Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду, або бути взаємоузгоджена з його, елементами, наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

2.1.1 Типові помилки при розміщенні спеціальних конструкцій на фасаді

Спеціальні конструкції не можуть перекривати елементи декору фасаду, адресні та пам'ятні таблички, інженерні комунікації або обмежувати доступ до них.

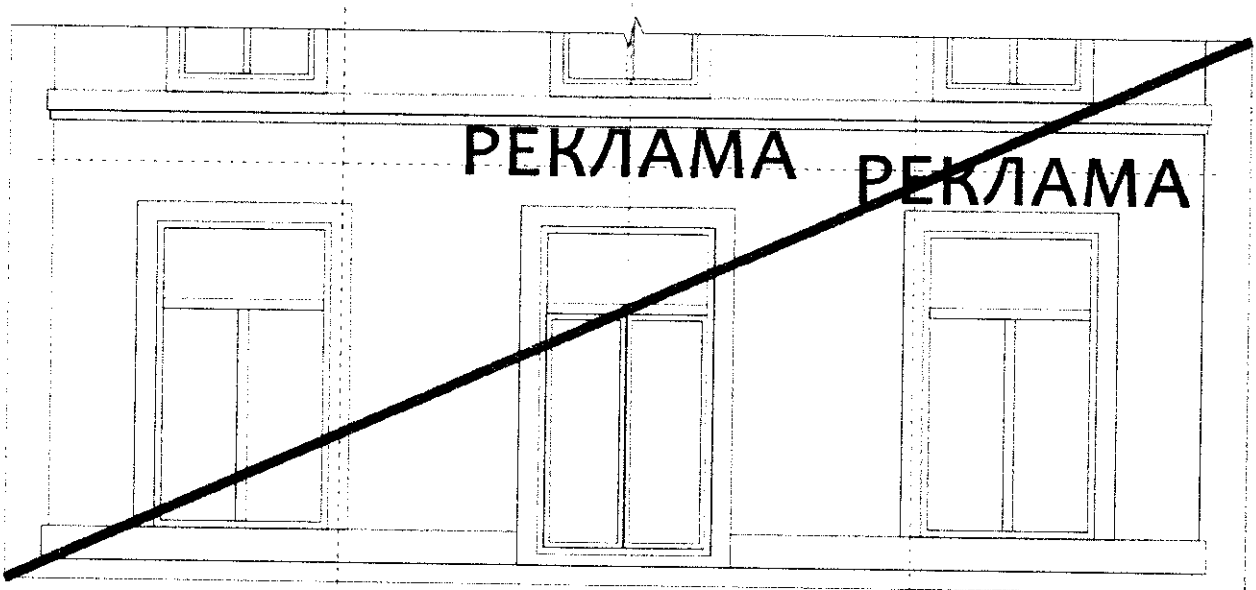
Перекривати віконні або дверні отвори (окрім норми розміщення безпосередньо в отворах), перекривати балкони, карнизи, ніші, арки тощо.

Приклад реклами для одного закладу на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду, або взаємоузгоджена з його елементами. Спеціальної конструкції не можуть перекривати адресні таблички

Приклад реклами для декількох закладів на частині фасаду



Спеціальна конструкція має бути встановлена симетрично відносно фасаду, або бути взаємоузгоджена з його елементами, наслідувати горизонтальну вісь існуючих спеціальних конструкцій

2.2. Масштаб спеціальних конструкцій, вільний простір

Спеціальна конструкція не може займати весь вільний простір фасаду, навіть за наявності місць вільних від декоративних елементів.

Бажаним слід вважати масштаб 4/6 відносно площини, на яку встановлюється спеціальна конструкція. При цьому деякі елементи, як логотип, знак, великі літери в написі та деякі частини художньо-декоративних елементів, можуть займати до 14/16 вільного простору.

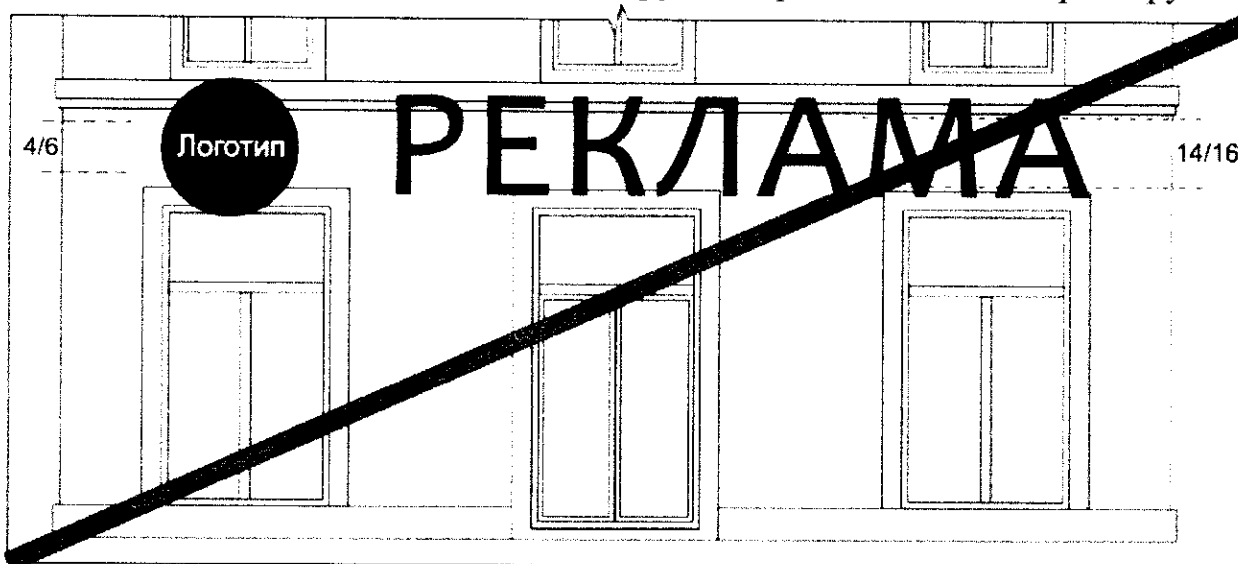
Приклад співвідношення вивіски до площини, в яку вона встановлюється



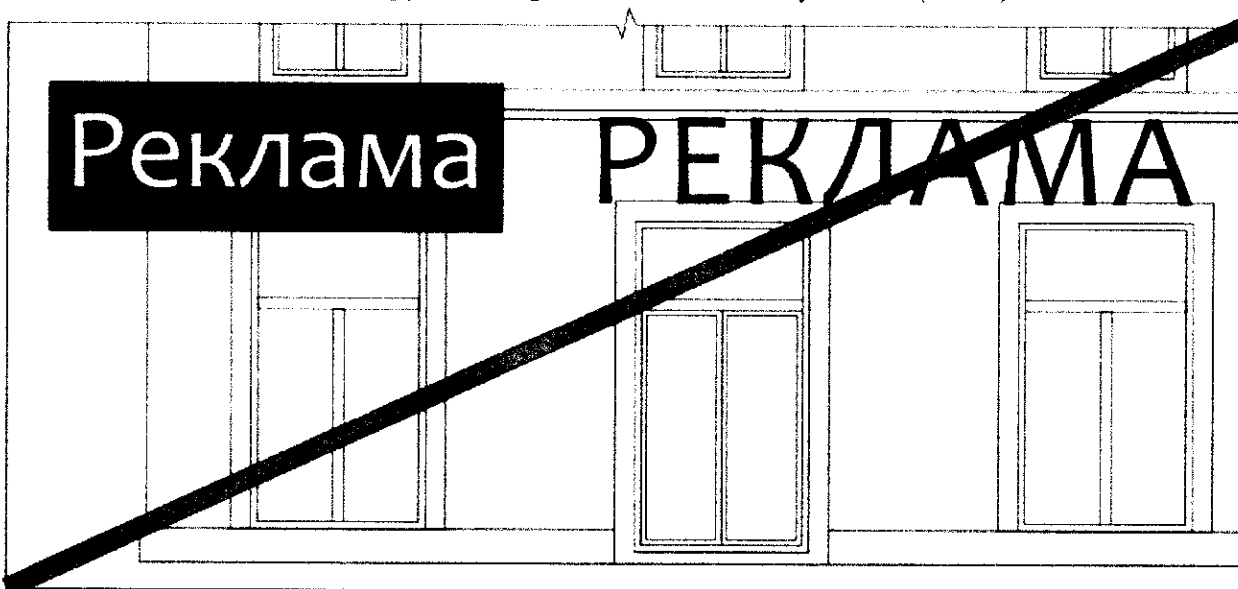
Бажаним слід вважати масштаб 4/6 відносно площини, на яку встановлюється спеціальна конструкція, при цьому деякі елементи, як логотип, знак, великі літери в написі та деякі частини художньо-декоративних елементів, можуть займати до 14/16 вільного простору

2.2.1. Типові помилки масштабування та розміщення спеціальних конструкцій

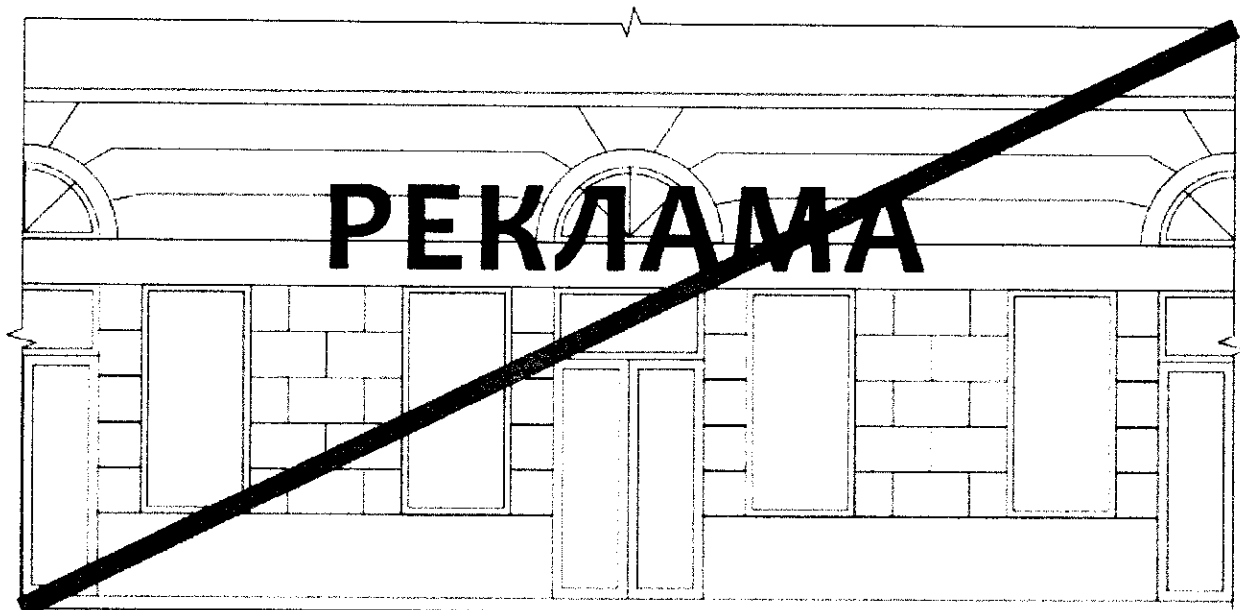
Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду, виходити за межі фасаду, частково або повністю перекривати вікна, двері. Ігнорувати правила вільного простору.



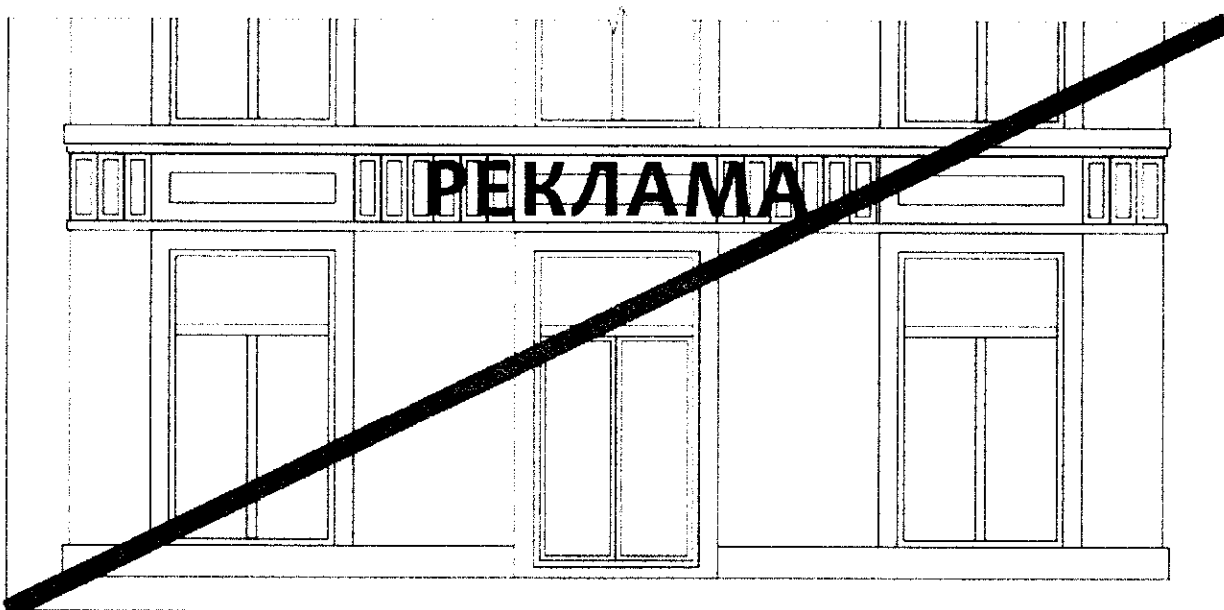
Забороняється ігнорувати правила масштабування (п.2.2)



Спеціальна конструкція не може виходити за межі фасаду. Забороняється сусідствоспеціальних конструкцій на площині з спеціальна конструкціями окремими літерами.



Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати віконні та дверні отвори



Спеціальна конструкція не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду

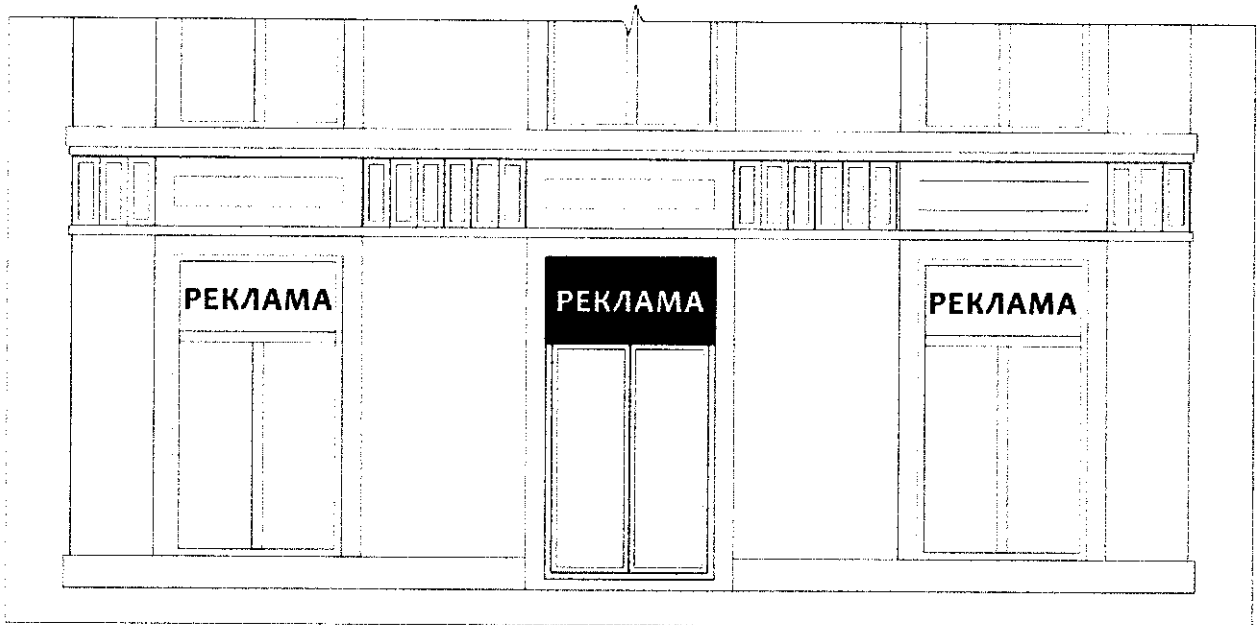
2.3. Спеціальні конструкції у віконних та дверних отворах

Спеціальна конструкція у віконному або дверному отворі розміщується лише за умови, якщо оздоблення фасаду, або інші фактори заважають її розміщенню безпосередньо на фасаді.

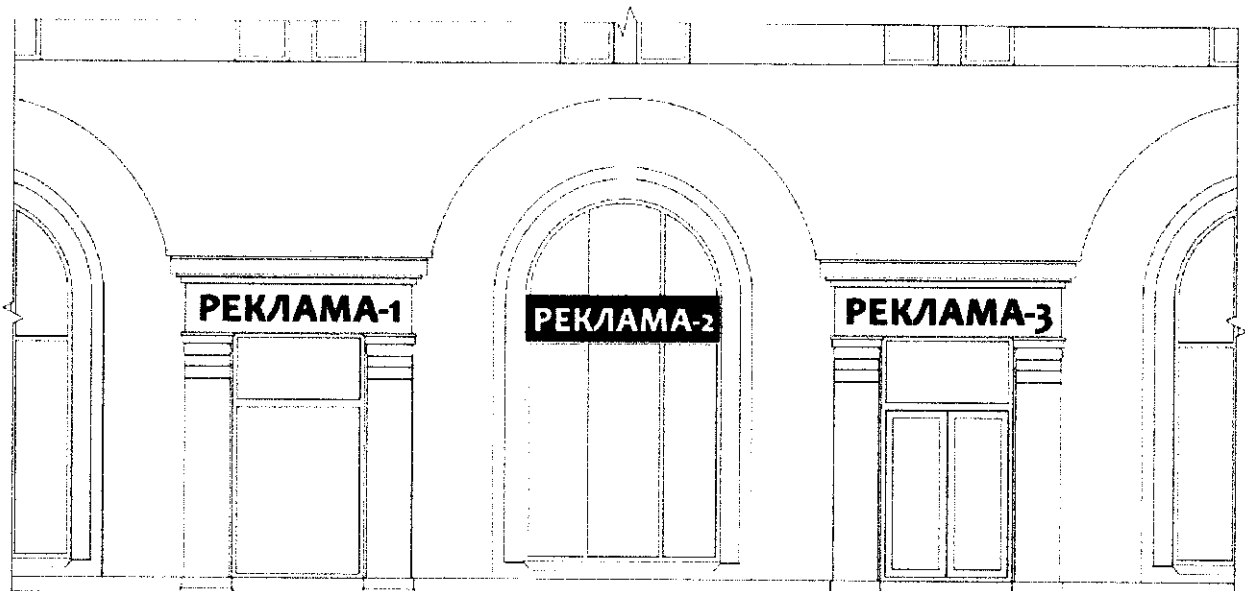
Встановлення спеціальної конструкції безпосередньо у віконному чи дверному отворі із зовнішнього боку будівлі можливе лише за умови, якщо вона не перекриватиме їх більше, ніж на 35%.

Така спеціальна конструкція може бути виконана, як на основі, так і окремими літерами, та в обох випадках не може перекривати отвір більш, ніж на 35%.

Спеціальна конструкція не може виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

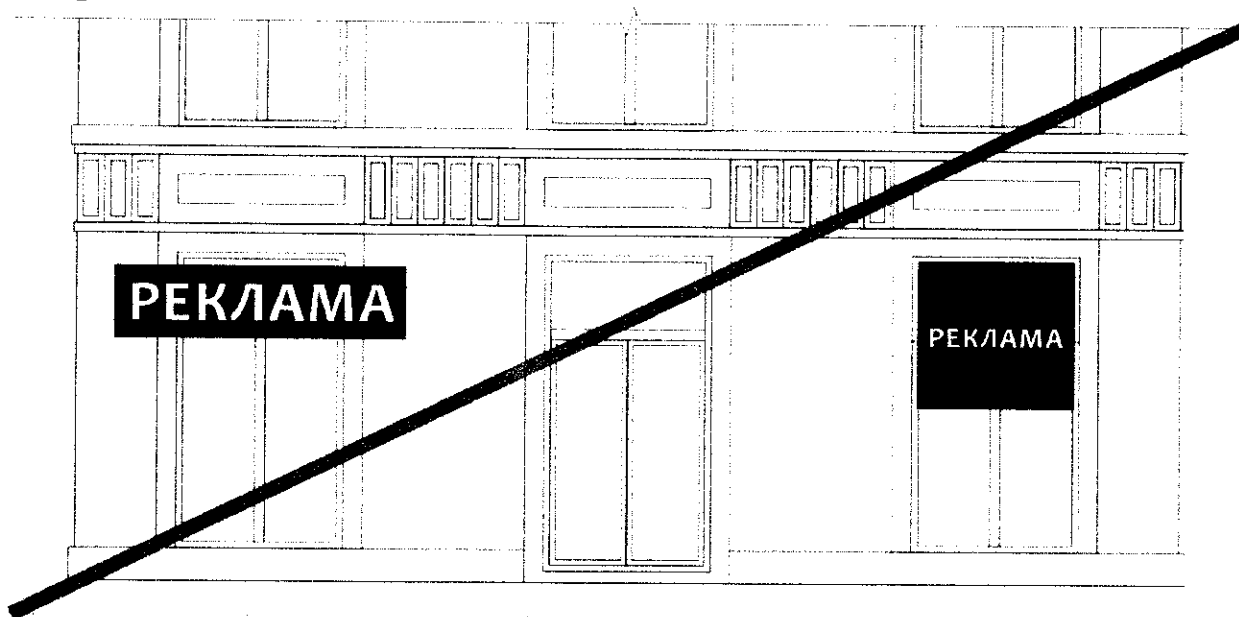


Спеціальна конструкція розміщена у прорізі не виходячи за його межі

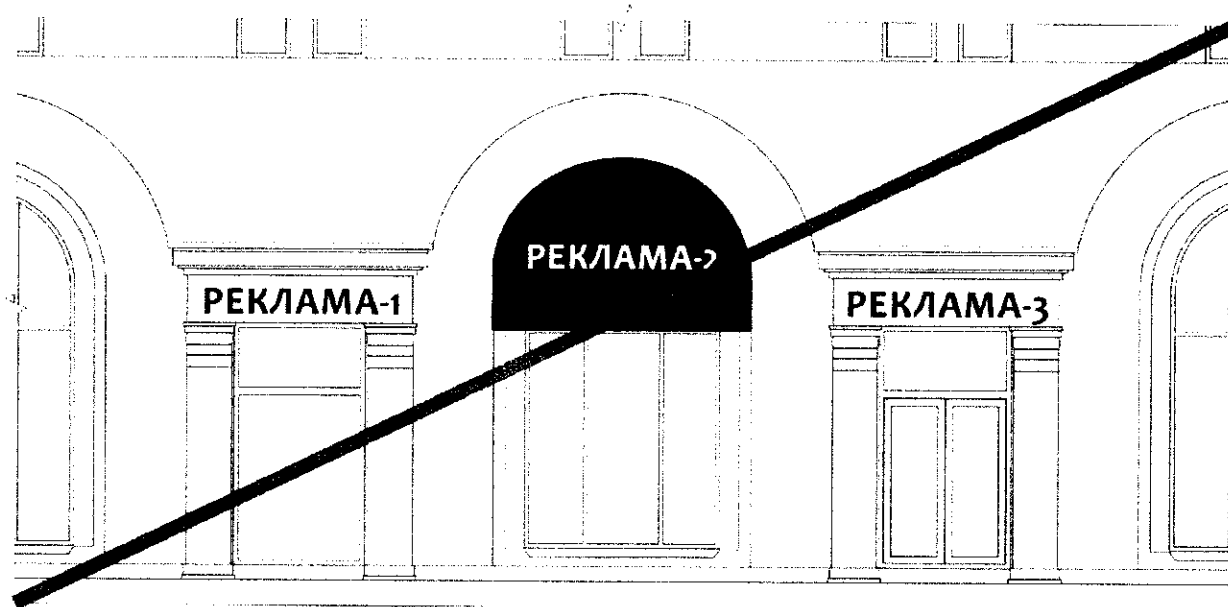


Спеціальна конструкція розміщена у прорізі не виходячи за його межі, наслідує горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

2.3.1. Типові помилки при розміщенні спеціальних конструкцій у отворах



Спеціальна конструкція виходить за межі отвору. Спеціальна конструкція перекриває отвір більш ніж на 35%

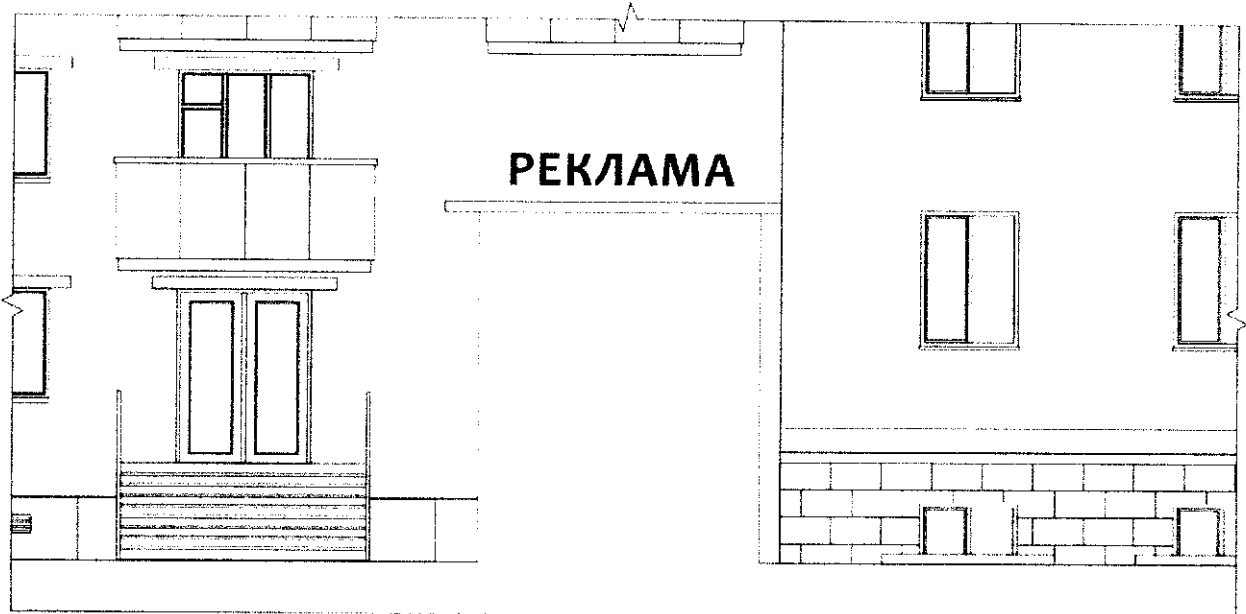


Спеціальна конструкція не узгоджена з типом та формою існуючих спеціальних конструкцій, не наслідує горизонтальну вісь

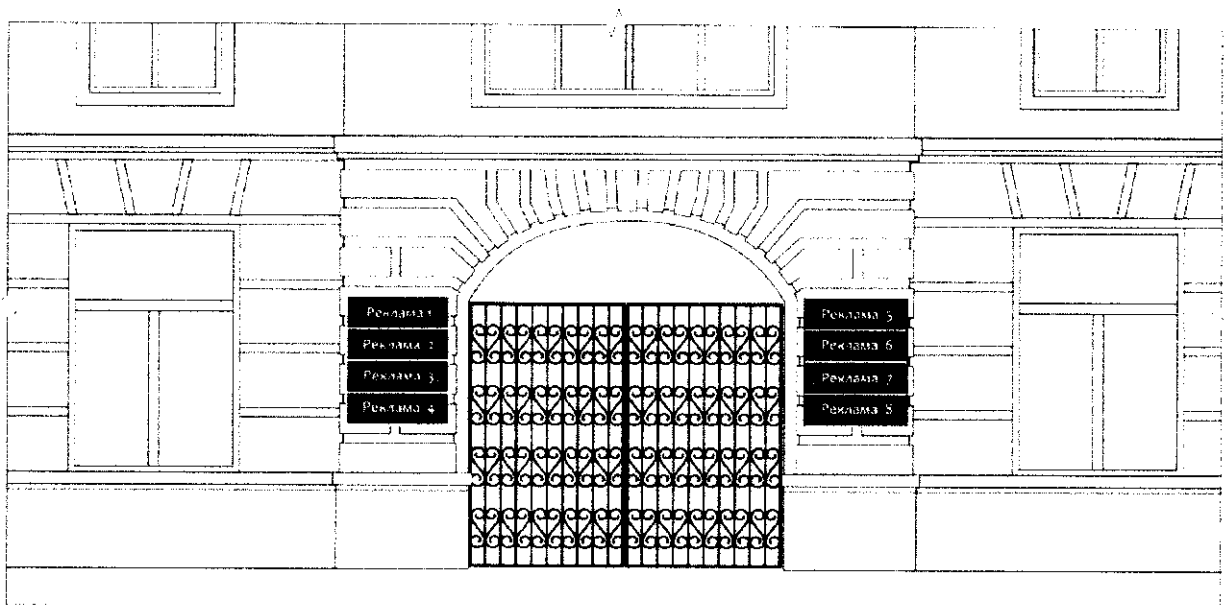
2.4. Розміщення спеціальних конструкцій над аркою

Дозволяється встановлювати спеціальну конструкцію над аркою, за умови, що вона не перекриває декоративні елементи фасаду.

Якщо за аркою знаходяться два та більше закладів, поруч із аркою встановлюються набірні показники.

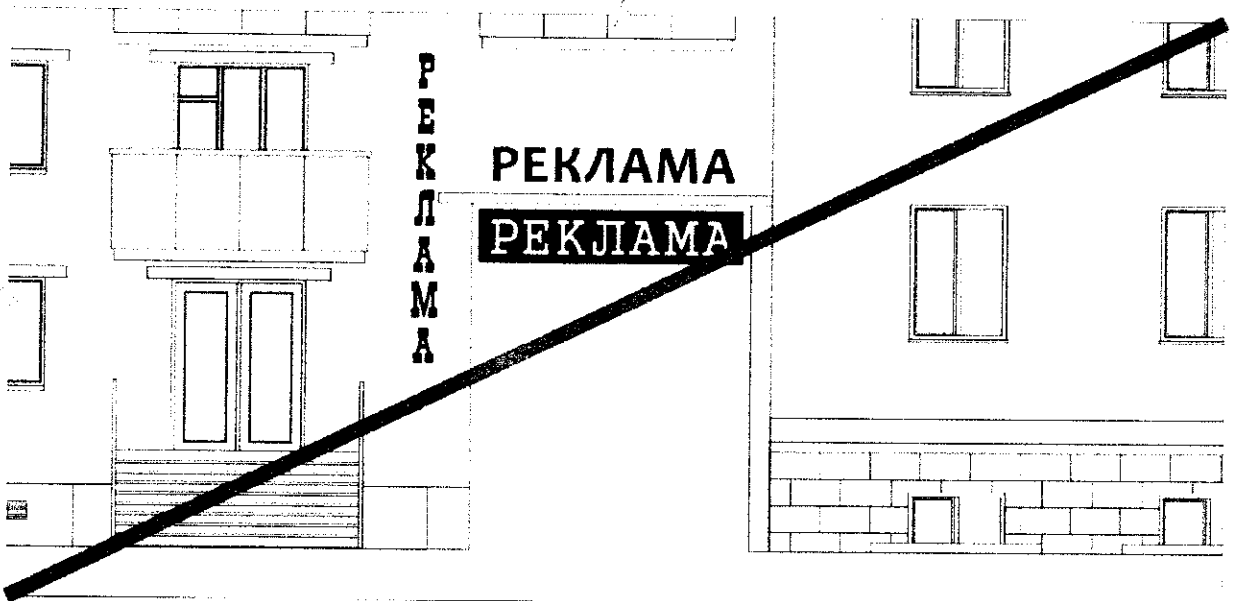


Дозволяється лише одна спеціальна конструкція над аркою



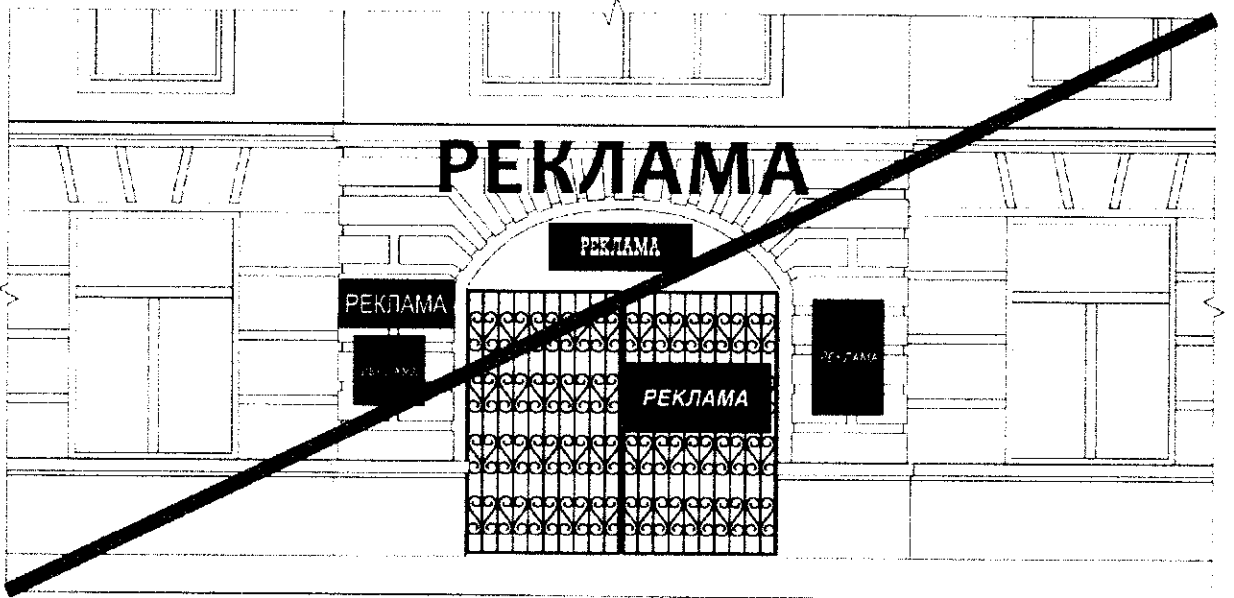
Якщо за аркою знаходяться два та більше закладів, поруч із аркою встановлюються набірні показники.

2.4.1. Типові помилки при розміщенні над арками



Забороняється встановлювати більше однієї спеціальної конструкції.

Не можна встановлювати спеціальну конструкцію всередині арки (в проїзді)

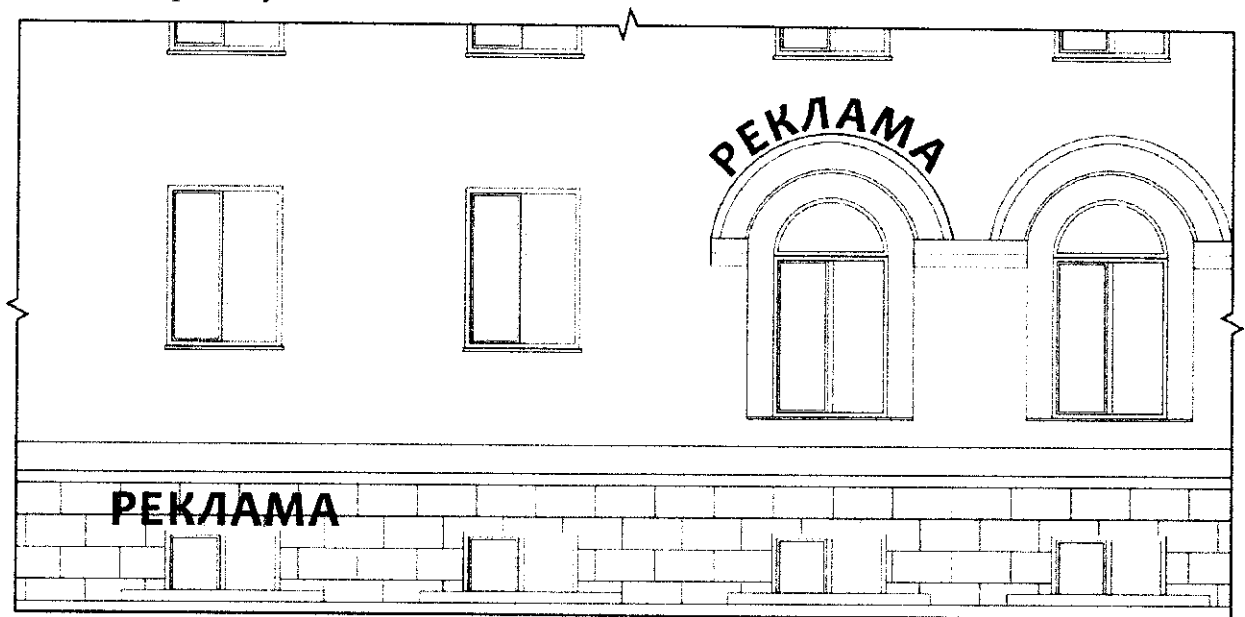


Забороняється перекривати декоративні елементи

Забороняється використання табличок не узгодженого між собою формату

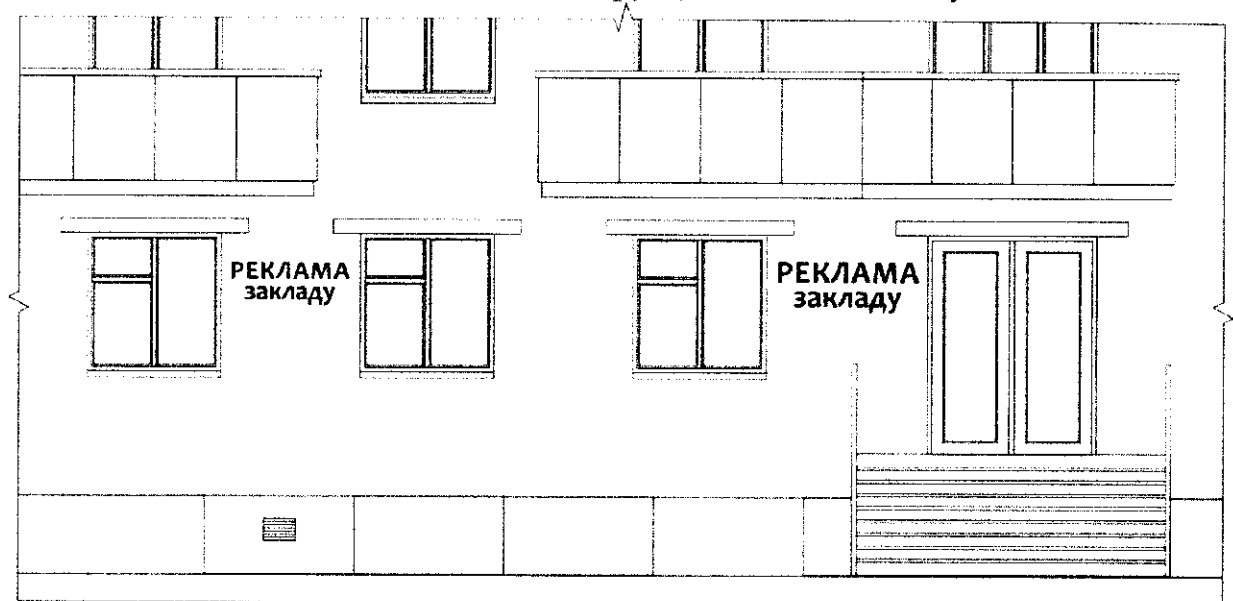
2.5. Ситуативні приклади розміщення спеціальних конструкцій

Приклад взаємоузгодження спеціальної конструкції та декоративних елементів фасаду



Приклад розміщення спеціальної конструкції на цокольному поверху

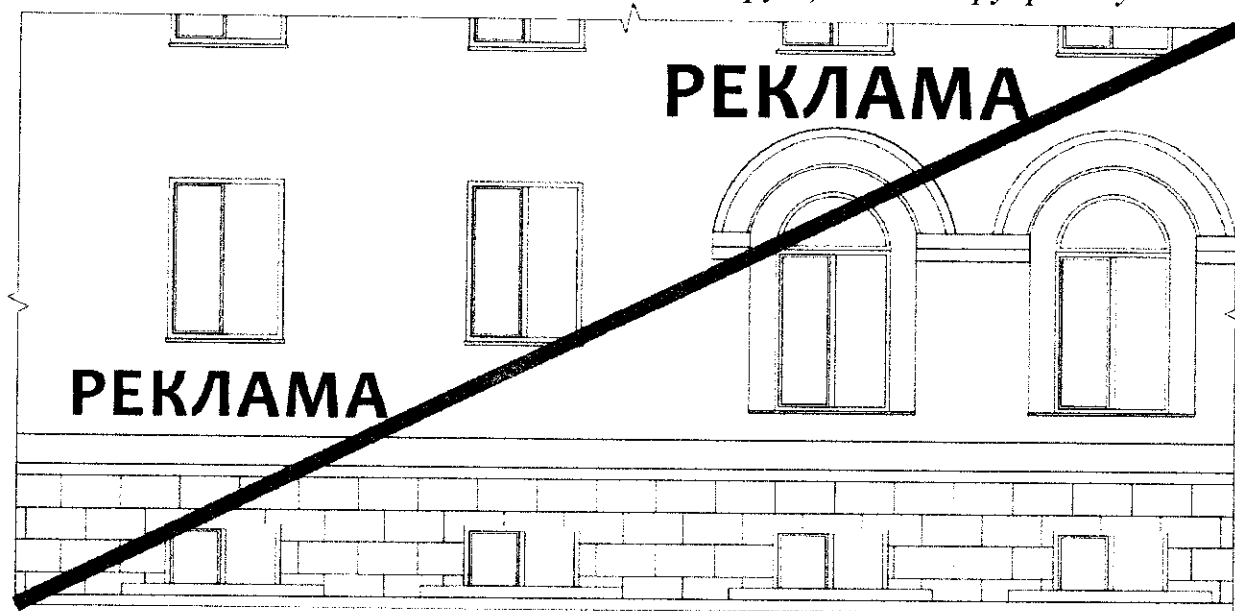
Приклад розміщення спеціальної конструкції на типовій забудові



У випадках коли неможливо встановити спеціальну конструкцію над віконними та дверними прорізами або безпосередньо у прорізах, слід обирати розміщення з боків від них.

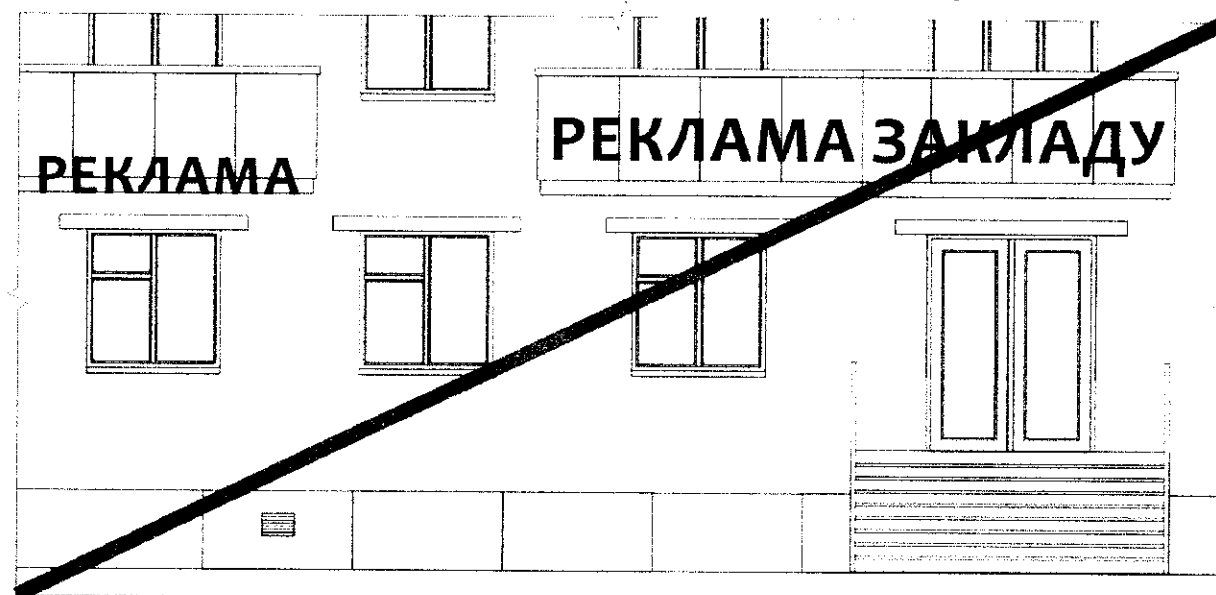
2.5.1. Ситуативні приклади, помилки при розміщення спеціальних конструкцій

Відсутнє взаємоузгодження спеціальної конструкції та декору фасаду



Спеціальна конструкція на цокольному поверсі має бути встановлена до межі перекриття з першим поверхом.

Приклад розміщення спеціальної конструкції на типовій забудові



Спеціальної конструкції не можна розміщувати на балконах

2.6. Спеціальної конструкції вище першого поверху

Спеціальної конструкції вище першого поверху дозволяються:

- торгово-розважальним центрам;
- у випадках, коли торгові площі в житловому будинку займають два та більше поверхів;
- у випадках, коли суб'єкту на правах оренди чи власності належить вся будівля.

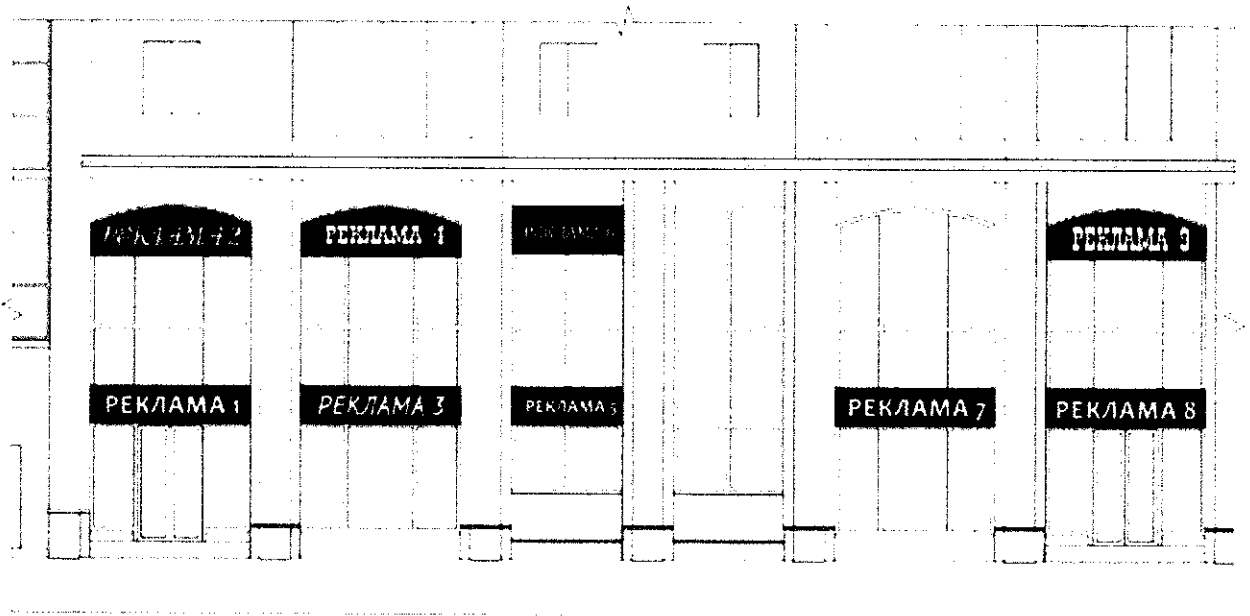
Спеціальної конструкції повинні відповідати загальним вимогам або бути встановленні в місцях, передбачених паспортом фасаду.

У випадках зосередження великої кількості торгових точок у будинку, першочергове право розміщення спеціальної конструкції на фасаді отримують торгові площі, що займають фасадну частину. Інші орендарі узгоджують розміщення з адміністрацією.

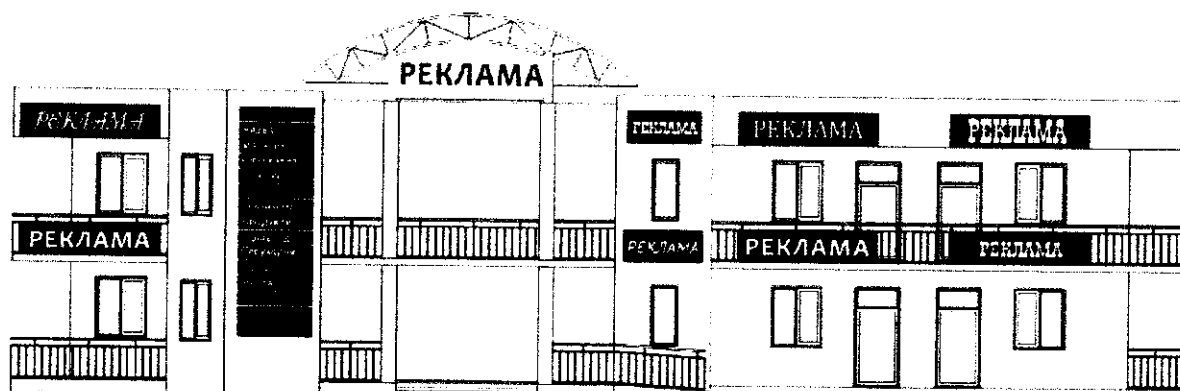
Спеціальної конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь із сусідніми спеціальними конструкціями.

На глухій частині фасаду або виконаній у форматі кронштейну може розміщуватися набірний показник.

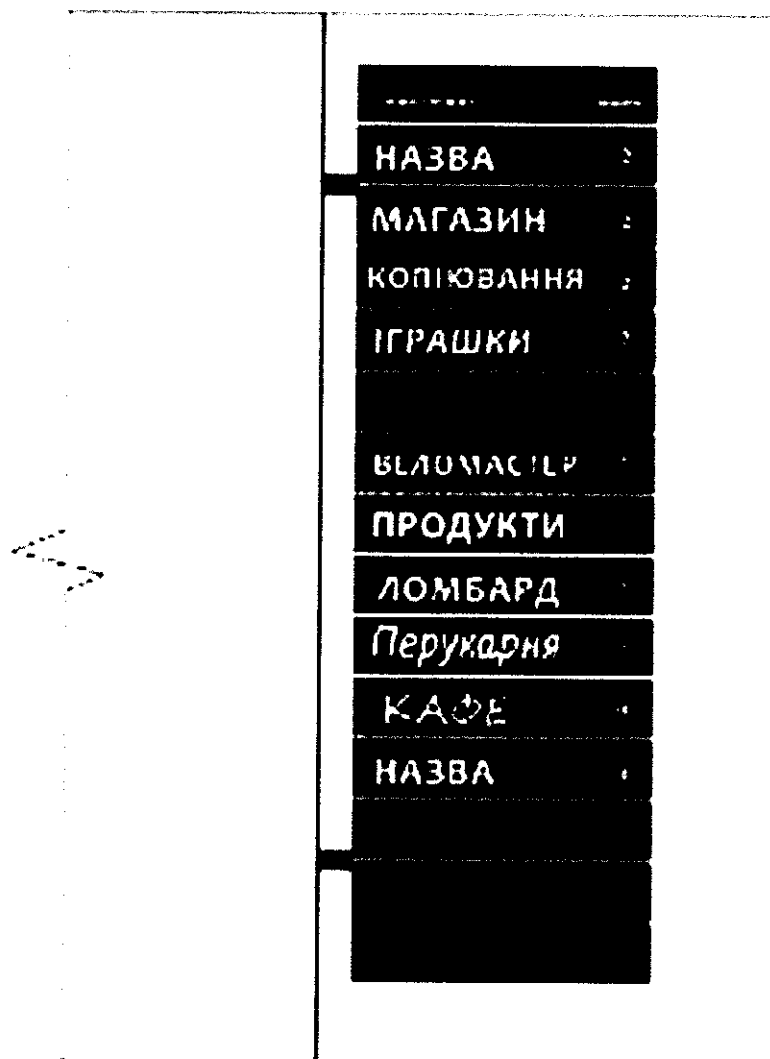
Торгові площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів



спеціальна конструкція не може перекривати проріз більш, ніж на 35%, не повинна виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

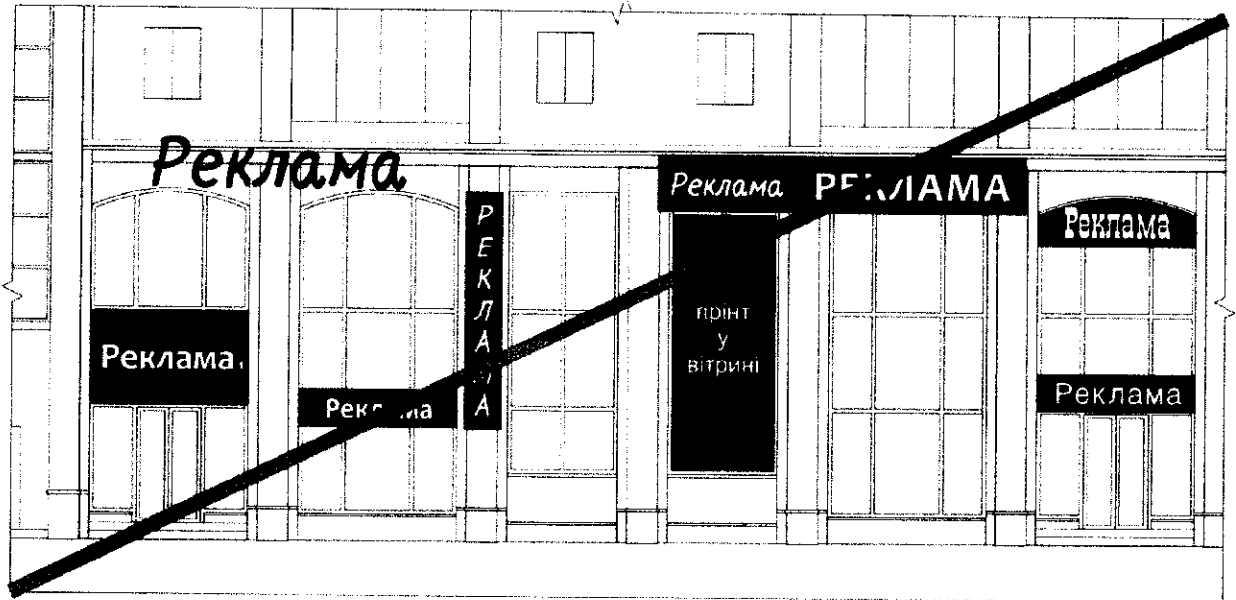


спеціальної конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь із сусідніми.



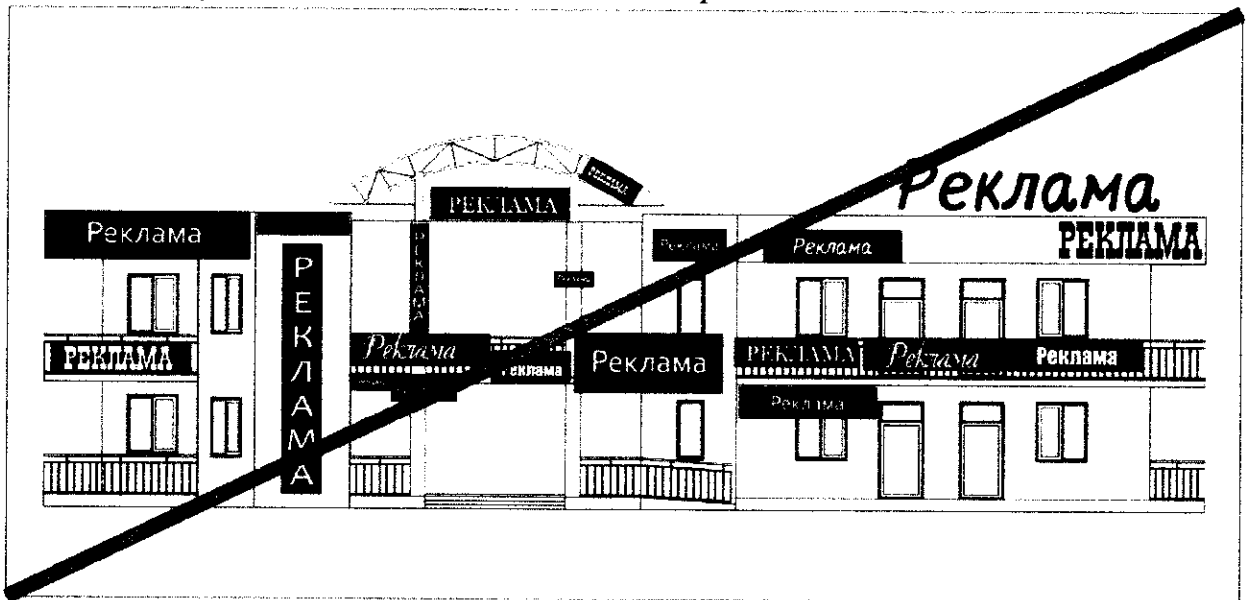
показчик зі спеціальними конструкціями у форматі кронштейну

2.6.1. Спеціальної конструкції вище першого поверху, типові помилки
Торгові площі в житловому будинку займають 2 та більше поверхів



спеціальна конструкція не може перекривати проріз більш, ніж на 35%, не повинна виступати за межі прорізу у будь-яких напрямках, має наслідувати горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій

Приклад зосередження великої кількості торгових точок



спеціальної конструкції мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь з сусідніми

2.7. Спеціальної конструкції на фризі

Спеціальної конструкції, що розташовуються на існуючому фризі, мають наслідувати тип, висоту та горизонтальну вісь сусідніх спеціальних конструкцій.

При розміщенні на загальному фризі лайтбокс чи основа спеціальної конструкції має дорівнювати висоті фриза, а довжина — межах фриза, або до початку сусідньої спеціальної конструкції.

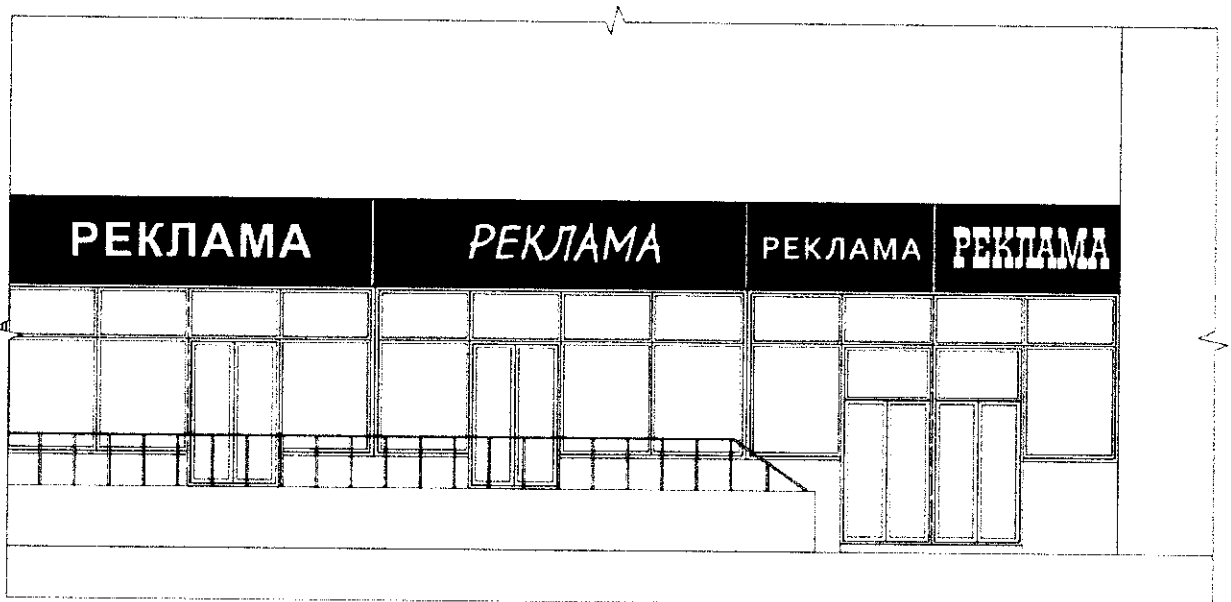
На загальному фризі забороняється сусідство спеціальних конструкцій на основі з спеціальними конструкціями з окремими літерами без основи.

Забороняється ігнорувати горизонтальну вісь.

Заборонено розміщення спеціальних конструкцій, якщо їх розмір є більшим, або меншим за висоту фриза.

Забороняється розміщення спеціальних конструкцій одна над одною.

Забороняється перекриття спеціальними конструкціями частин фасаду, вітрин, парканів.



Спеціальної конструкції на фризі мають бути взаємоузгоджені між собою, мати однакову висоту та зберігати горизонтальну вісь із сусідніми.



На загальному фризі забороняється сусідство спеціальних конструкцій на основі з спеціальна конструкціями з окремими літерами без основи. Забороняється розміщувати спеціальну конструкцію з розміром основи більше чи менше висоти фриза. Забороняється розміщення спеціальних конструкцій одна над одною.

3. Вітрини

У вітринах можна розміщувати додаткові рекламні матеріали: лайтпостери, аплікації, принти, інсталяції.

Аплікації можна наносити як із вуличної сторони, так і з середини; лайтпостери і принти тільки з внутрішньої.

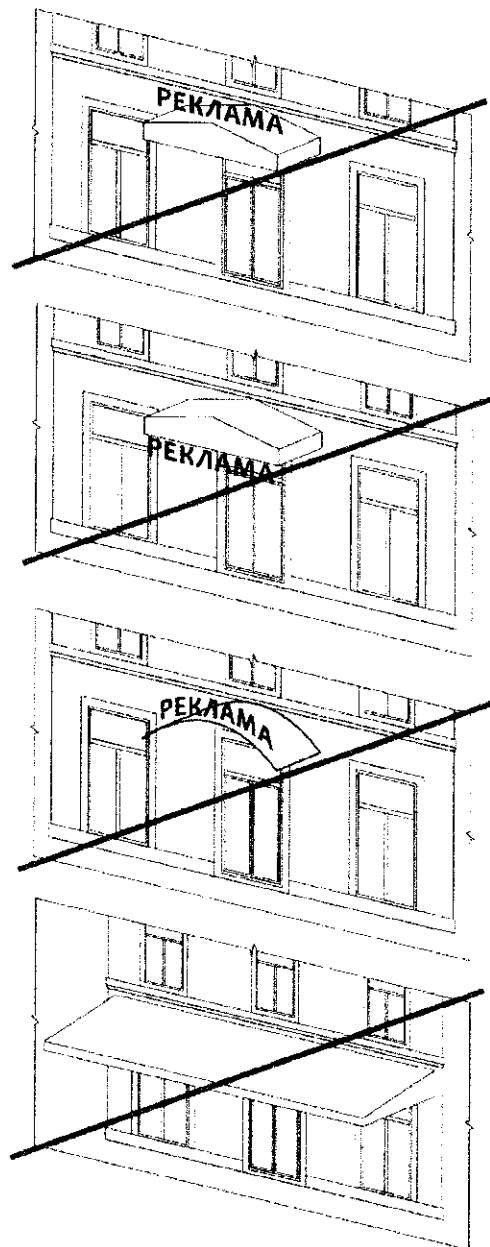
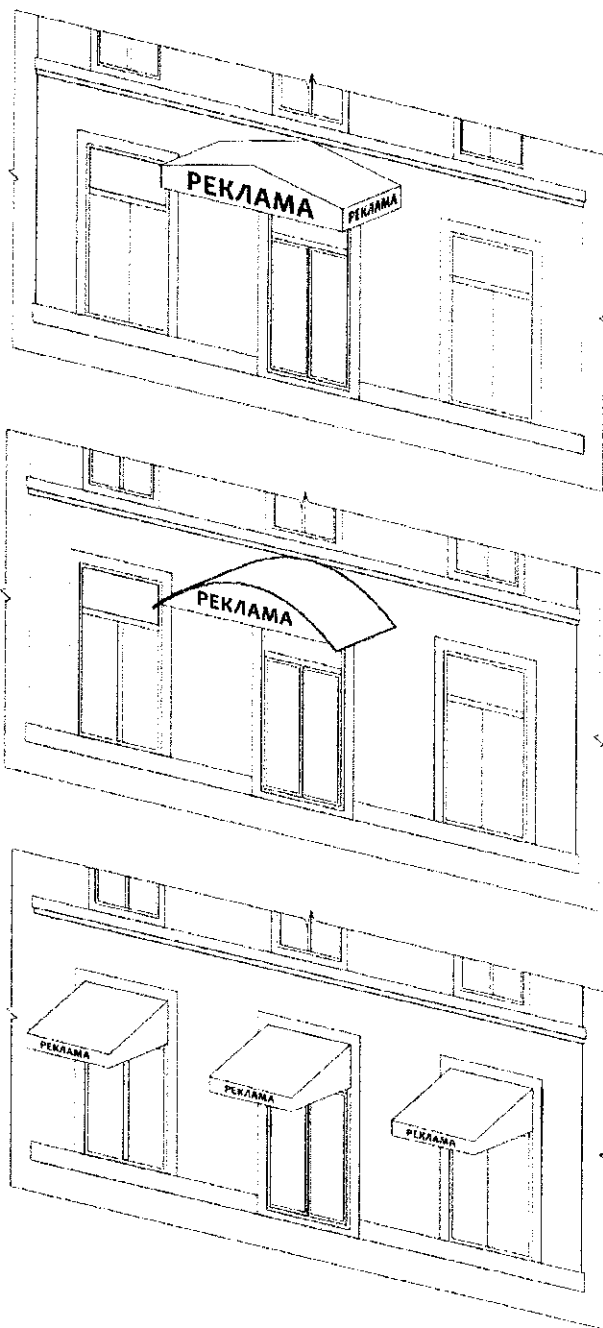
Допустима норма перекриття скла для лайтпостера, аплікації, принта дорівнює 40%, для інсталяції 100%



Лайтпостери, аплікації, принти не можуть займати більше 40% скла вітрини, вікон, дверей

4. Спеціальної конструкції на козирках, маркізах, навісах

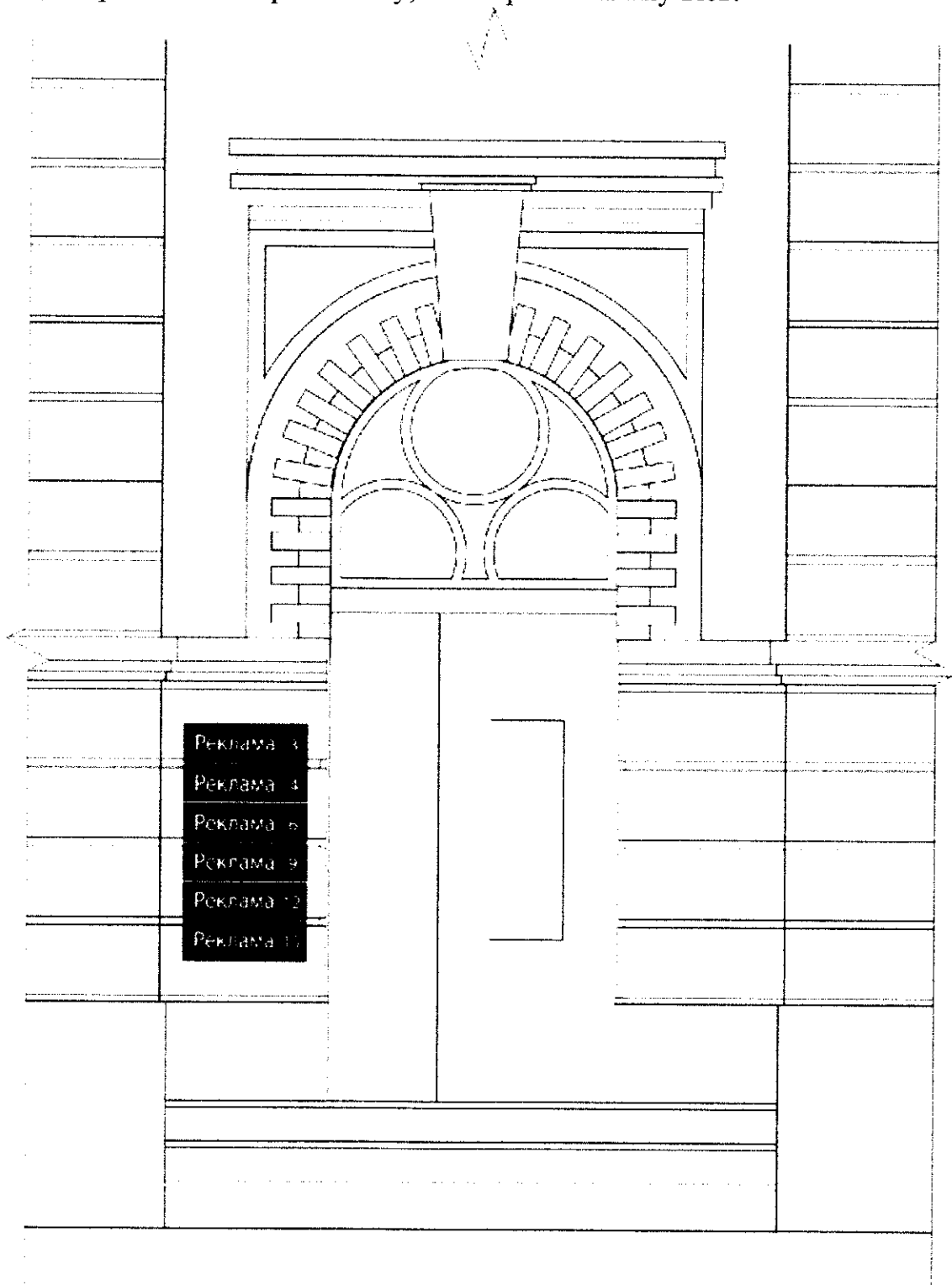
Розміщувати спеціальну конструкцію на козирках та маркізах дозволяється лише у межах вертикальних площин з урахуванням масштабу 4/6 (та 14/16) відносно площини для розміщення.

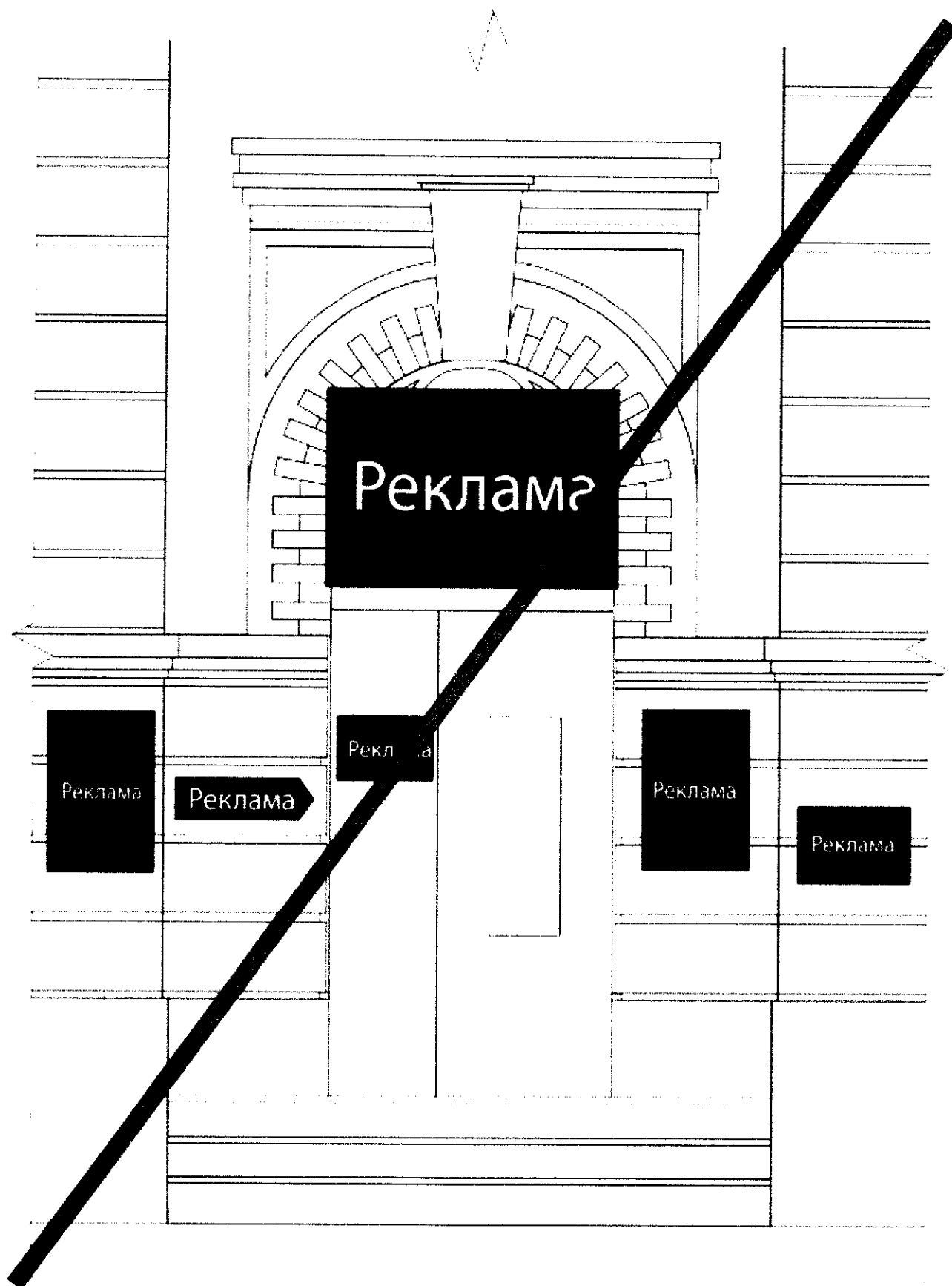


5. Розміщення спеціальних конструкцій, табличок, вказівників поруч з входом

Спеціальна конструкція, табличка або вказівник не може частково або повністю перекривати декоративні елементи фасаду, вікна, двері. Не може бути розміщена на сходах та їх огорожах.

Всі таблички спеціальної конструкції і вказівники мають бути однакового розміру та орієнтації, бути розміщені по боках від входу, взаємоузгоджені між собою; зберігати або вертикальну, або горизонтальну вісь.





6. Спеціальна рекламна конструкція, що розміщується під кутом до фасаду будинку (будівлі) (теж саме: вказівник, прапорець)

Розміщується перпендикулярно фасаду будинку на висоті не менше 2.5 м до його нижньої частини, від рівня тротуару або інших площин, призначених для проходу пішоходів, та виносом від площини фасаду не більше 0.9 м

Кронштейн може встановлюватися як безпосередньо на фасаді закладу, так і окремо від закладу на кутах будинку, але повинен дотримуватися спільної горизонтальної вісі з іншими спеціальними конструкціями.

Між кронштейном та спеціальною конструкцією або іншим кронштейном має бути не менше 2-х метрів. Максимальна висота кронштейну, розташованого вище першого поверху, має бути не більше сумарної висоти перших двох поверхів.

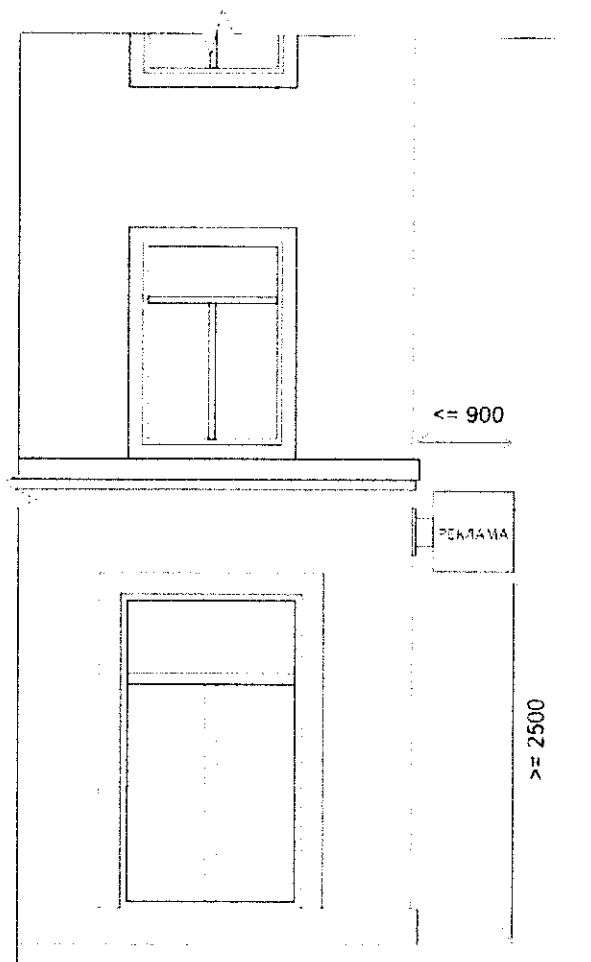
Кронштейни не можуть перекривати декоративні елементи, встановлюватися у віконні або дверні прорізи, балкони.

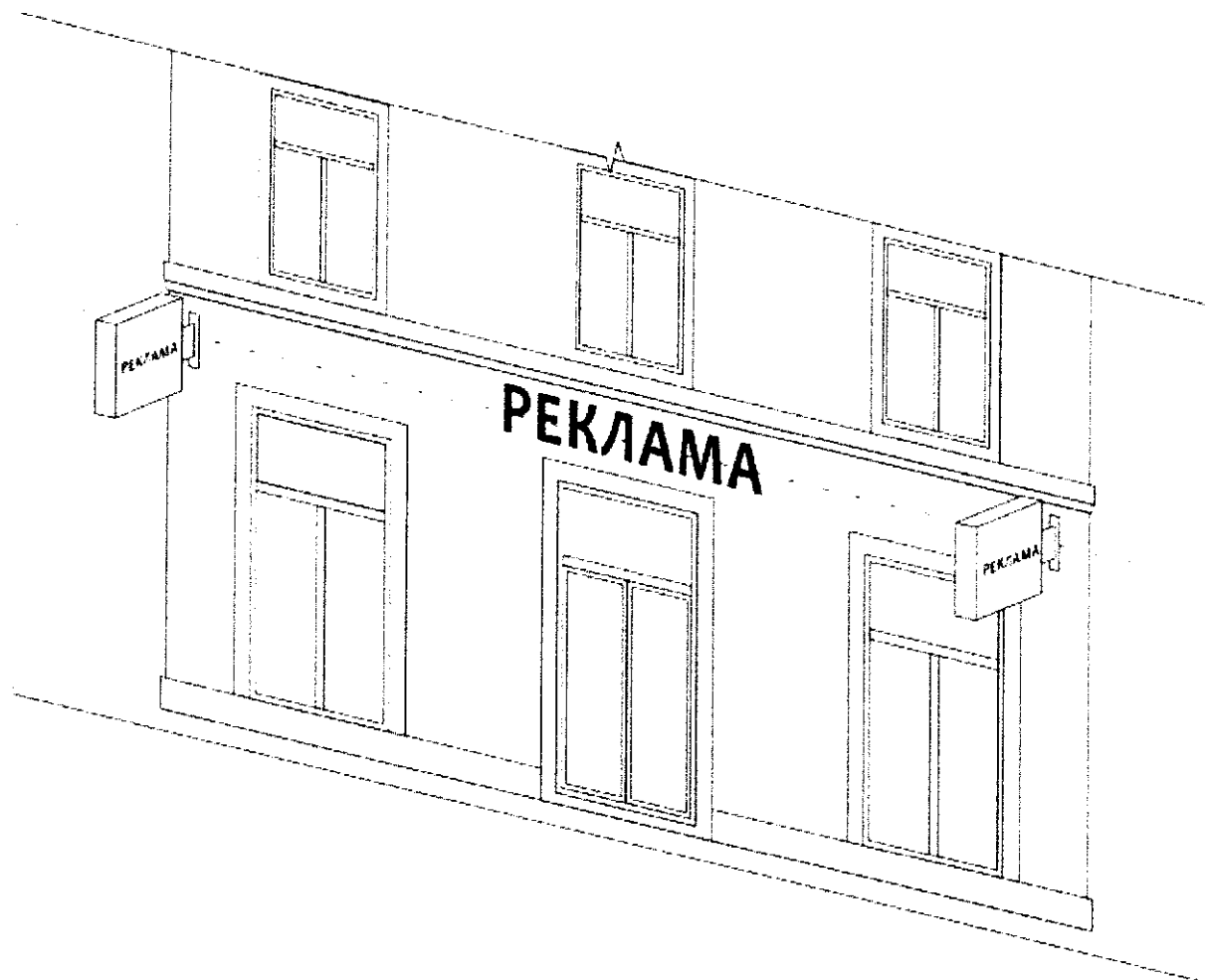
Перекривати або обмежувати доступ до інженерних комунікацій, перекривати

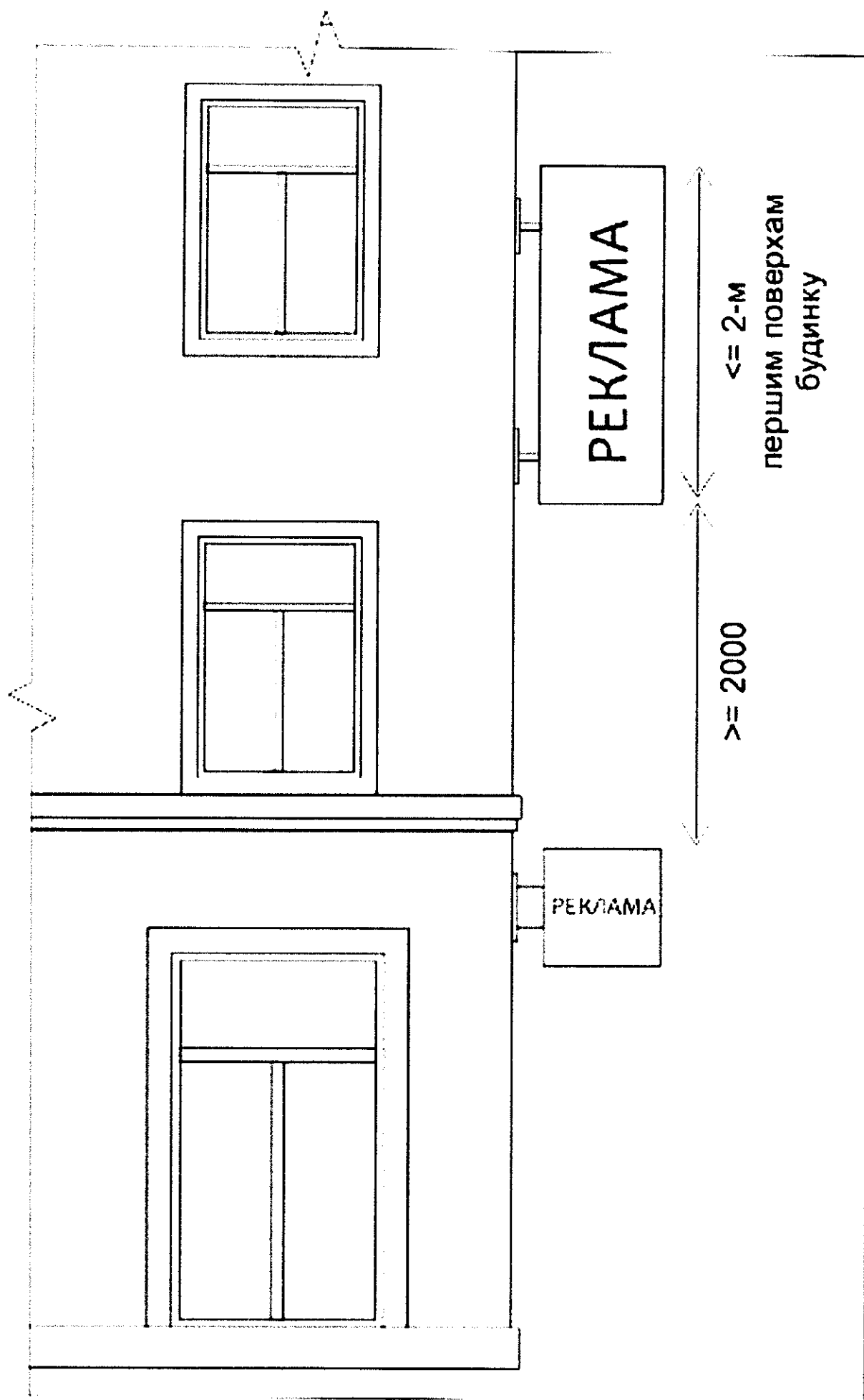
адресні та пам'ятні таблички тощо.

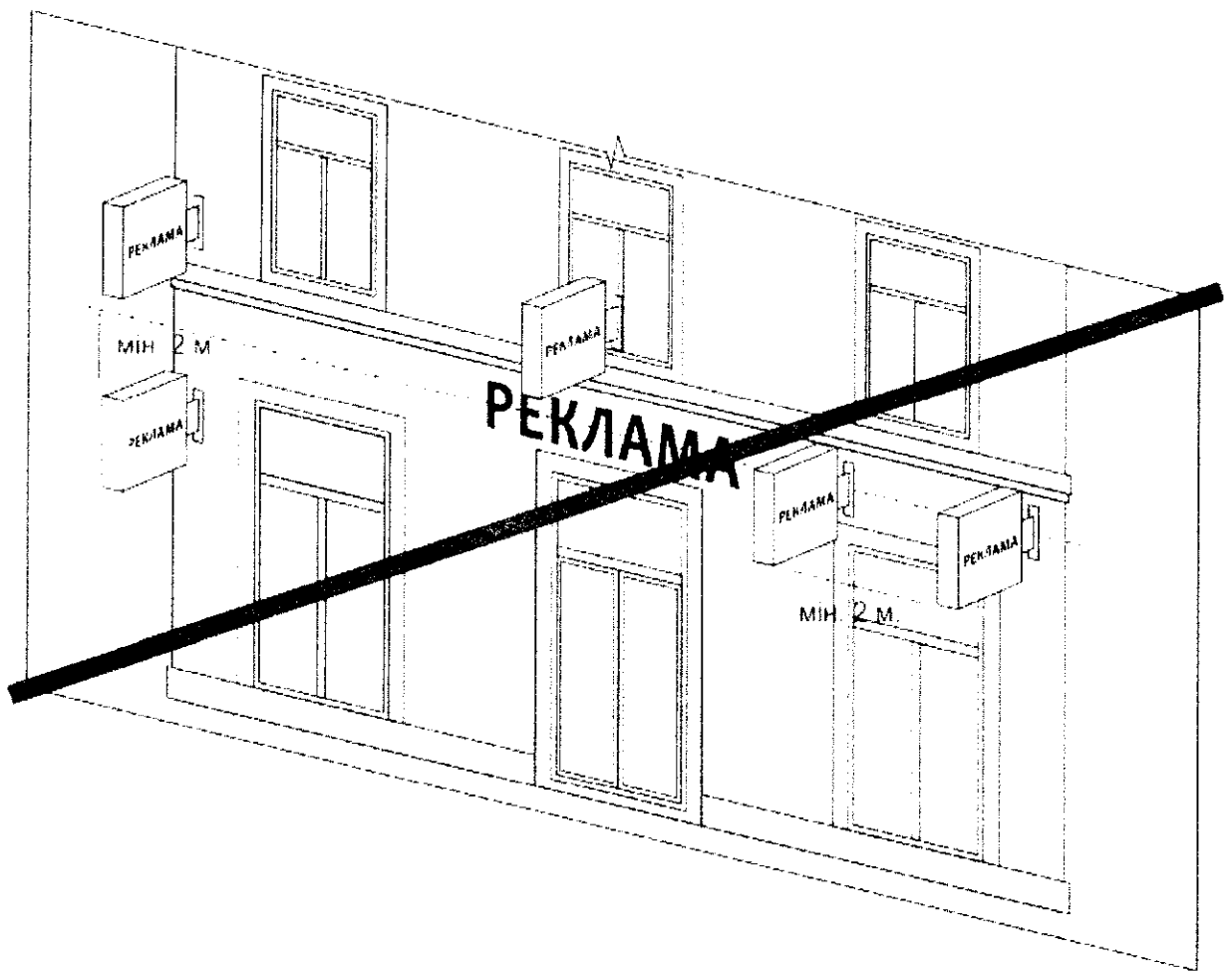
Забороняється розміщувати кронштейн безпосередньо над або під існуючим кронштейном.

Кронштейни можуть бути різноманітних геометричних форм, типів та матеріалів







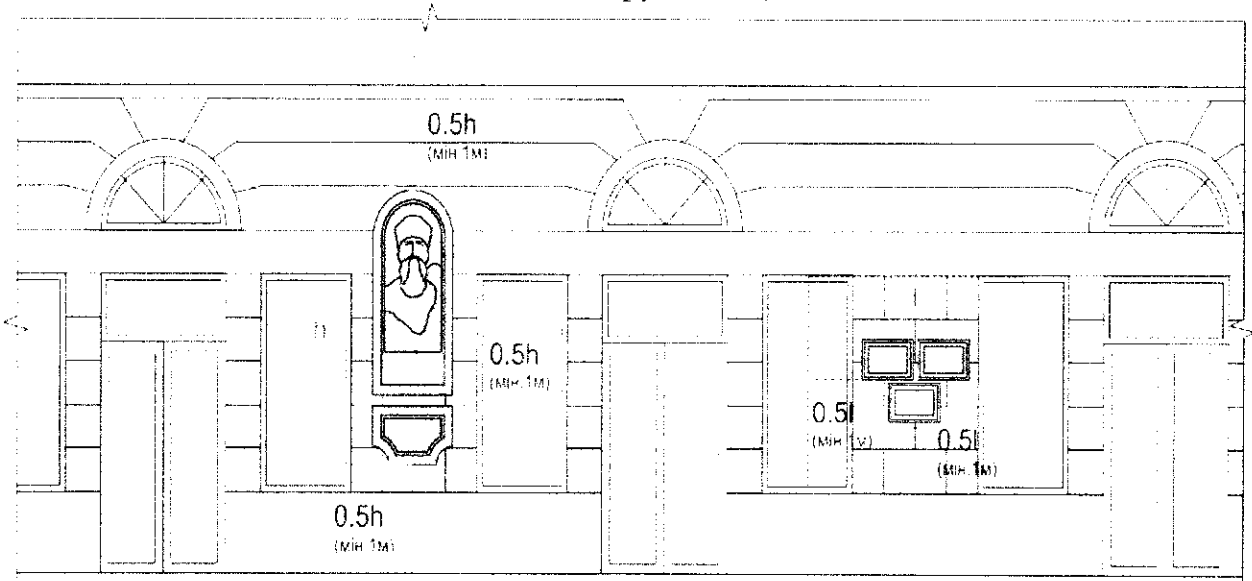


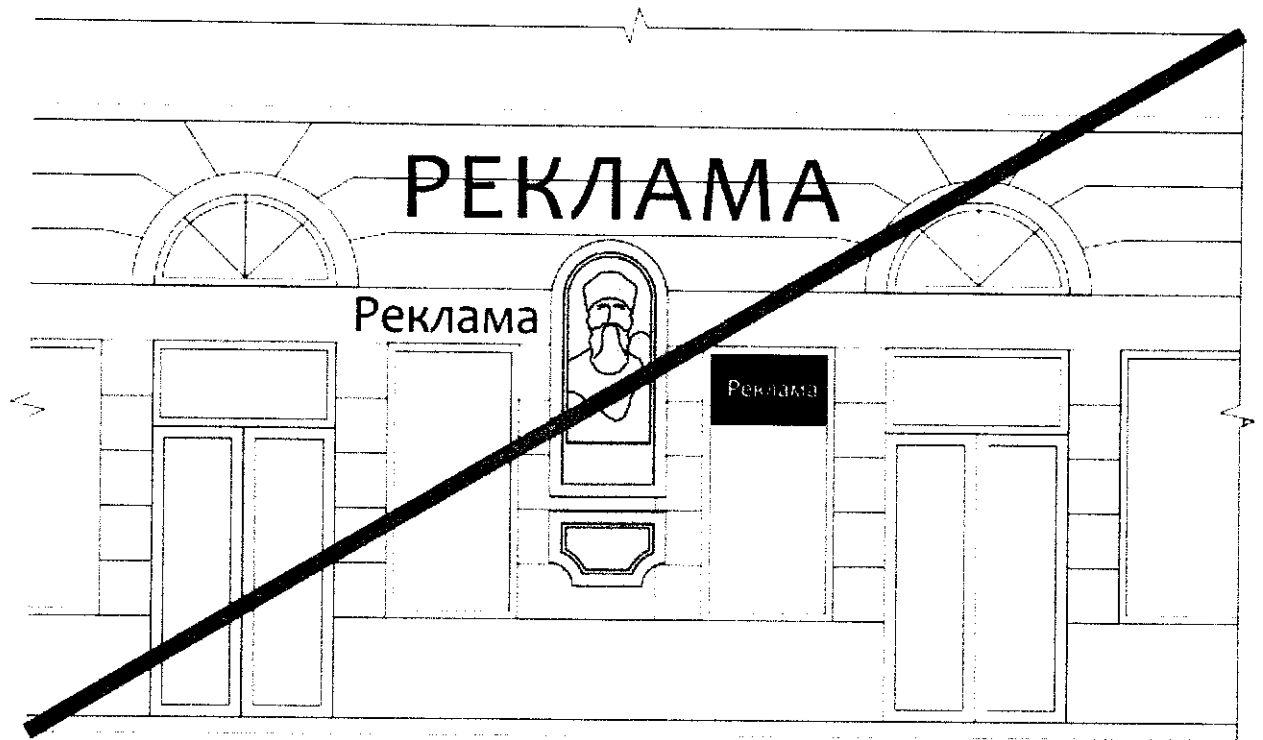
7. Меморіальні дошки, пам'ятні таблички

Обабіч меморіальних дощок та пам'ятних табличок встановлюється охоронна зона. Вона повинна бути вільна від будь-якої реклами, в тому числі розміщеної у вікнах або вітринах.

Охоронна зона має дорівнювати 0,5 довжини найдовшої із сторін дошки, таблички, або групи дощок по периметру з кожної сторони, але не менше 1 метра.

Охоронна зона дошки, таблички, або групи дощок





Охорона зона дорівнює 0,5 довжини найдовшої із сторін дошки, таблички, або групи дощок по периметру з кожної сторони, але не менше 1 метра.

Міський голова

В. Самардак

**Аналіз регуляторного впливу
до проєкту рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил
розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп»**

Аналіз регуляторного впливу проєкту рішення сесії Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп» розроблено на виконання та з дотриманням вимог статті 8 Закону України від 11.09.2003 №1160-IV «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Закону України «Про рекламу», «Типових правил розміщення зовнішньої реклами» затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 (із змінами від 05.04.2017) та з урахуванням Методики проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 року № 308 (зі змінами).

I. Визначення проблеми.

Відповідне рішення міської ради, яке б встановлювало Правила надання в користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами на території міста, тому виникає необхідність у прийнятті власного регуляторного акту відповідно до чинного законодавства.

Водночас у сфері реклами діють такі нормативно-правові акти:

- Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 (зі змінами);
- Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.1997 (зі змінами);
- Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» від 06.09.2005 (зі змінами);
- «Типові правила розміщення зовнішньої реклами», затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 (зі змінами).

Неврегульованість питання призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу розміщення зовнішньої реклами, обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій.

Таким чином, зазначена проблема потребує усунення шляхом прийняття Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп, що в свою чергу створить правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери на території. Прийняття рішення з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами створить більш прозору систему у наданні (або відмові) дозволів на розміщення зовнішньої реклами, буде сприяти виключенню ситуацій, пов'язаних з виникненням заборгованості перед бюджетом міста, прозорості нарахування та отримання плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, яке перебуває в комунальній власності, на час дії пріоритету, з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами, вдосконалисть умови щодо усунення надмірного та неефективного регулювання господарської діяльності і діяльності у сфері зовнішньої реклами малого та середнього бізнесу. Створить сучасний правовий простір, який буде

відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цього сектору ринку у місті.

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

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	Так, оскільки фізичні особи можуть бути розповсюджувачами зовнішньої реклами	—
Суб'єкти господарювання, у тому числі суб'єкти малого підприємництва	Так, оскільки суб'єкти господарювання, у тому числі суб'єкти малого підприємництва можуть бути розповсюджувачами зовнішньої реклами	—
Орган місцевого самоврядування	так	—

Дана проблема, яку пропонується врегулювати в результаті прийняття регуляторного акту, є важливою і не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів оскільки існуватиме загроза врахування, перш за все, інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, а не територіальної громади.

II. Цілі державного регулювання.

Основними цілями прийняття акту є:

— створення єдиної цілісної, впорядкованої, структурованої та прозорої системи у сфері розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп, яка б відповідала вимогам діючого законодавства шляхом затвердження радою зазначеного нормативного акту;

— удосконалення, спрощення та оптимізація порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами;

— створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами;

— збільшення надходжень до бюджету міста Чоп у вигляді плати за користування місцями розміщення зовнішньої реклами, що перебувають у комунальній власності;

— вдосконалення відносин міжміською радою та суб'єктами господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами;

— ефективне використання простору громади та об'єктів комунальної власності для розміщення зовнішньої реклами.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей.

1. Визначення альтернативних способів.

Державне регулювання розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп впроваджується на підставі ст.16 ЗУ «Про рекламу» та постанови Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами». Іншої альтернативи законодавством не передбачено.

Для досягнення встановлених цілей розглянуто наступні альтернативи:

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Прийняття запропонованого рішення (далі — Альтернатива 1)	Застосування даної альтернативи ґрунтується на загальнообов'язковості прийняття рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Чоп Закарпатської області» для виконання на території громади положень, які передбачені ЗУ «Про рекламу», постановою Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами».
Залишення даної ситуації без змін (далі — Альтернатива 2)	Дана альтернатива є неприйнятною. Механізм регулювання взагалі відсутній. Не виконуватиметься чинне законодавство в частині ЗУ «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення реклами».

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей.

Оцінка впливу на сферу інтересів територіальної громади міста Чоп

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	— надходження коштів до бюджету; — дотримання положень чинних нормативних та законодавчих актів; — створення дієвої системи контролю за розміщенням зовнішньої реклами; — чітке визначення повноважень виконавчих органів щодо діяльності пов'язаної з розміщенням зовнішньої реклами; — ефективне використання об'єктів комунальної власності для розміщення зовнішньої реклами.	— забезпечення проходження регуляторної процедури проекту рішення; — розповсюдження, публікації та тиражування прийнятого рішення; — надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, укладання договорів про надання в тимчасове користування місць для розміщення рекламних конструкцій та контроль за їх виконанням.
Альтернатива 2.	Відсутні	Недотримання вимог ЗУ «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів

		України «Типові правила розміщення реклами». Призведе до несплати коштів за місце розташування рекламних конструкцій, до невиконання бюджету.
--	--	---

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	— Врахування інтересів територіальної громади, створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами. — Отримання інформаційних послуг від реклами. — Забезпечення безпеки дорожнього руху в місцях розміщення рекламних засобів.	Відсутні
Альтернатива 2	Відсутні	Інформаційна необізнаність громадян щодо товарів та послуг, які виробляють (пропонують) суб'єкти господарювання. Можливі витрати, пов'язані з аваріями на дорогах внаслідок порушення вимог безпеки при несанкціонованому розміщенні рекламних засобів.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання цього регуляторного акту визначити кількісно наразі неможливо. Проєкт рішення розповсюджується тільки на сферу інтересів суб'єктів господарювання, які надають рекламні послуги або матимуть намір розміщення реклами власної господарської діяльності на території громади.

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць*	0	0	2	228	230
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	0	0	1	99	100

*дані отримані на підставі статистичних даних Головного управління статистики в Закарпатській області станом на 01.11.2019 року

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	— Можливість розміщувати зовнішню рекламу на власних рекламних конструкціях на території громади; Зменшення витрат часу на оформлення дозволу на розміщення зовнішньої реклами (10 робочих днів); — Ефективне використання об'єктів містобудування для розміщення зовнішньої реклами.	— Сплата коштів суб'єктами господарювання за місце розташування рекламних засобів. — Витрати, які будуть пов'язані із оплатою коштів суб'єктами господарювання за місце розташування рекламних засобів на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо)
Альтернатива 2	Відсутні	Відсутні

Витрати, які будуть виникати у суб'єктів господарювання великого і середнього підприємства внаслідок дії регуляторного акту

Сумарні витрати за альтернативами	Сума витрат, грн.
Альтернатива 1	789,8 грн
Альтернатива 2	0,00 грн.

ВИТРАТИ

**на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємства,
які виникають внаслідок дії регуляторного акту**

Приймаємо наступні скорочені позначення: Альтернатива 1 — А1, Альтернатива 2 — А2.

Розрахунок вартості 1 людино-години:

Норма робочого часу на 2019 рік становить при 40-годинному робочому тижні — 1993,00 години.

Використовуємо для розрахунків середньомісячну заробітну плату штатного працівника по Закарпатській області за III квартал 2019 року (9723 грн.), яка складає 48,79 грн. у погодинному розмірі. (Прес-випуск головного управління статистики в Закарпатській «Заробітна плата штатних працівників та стан її виплати за III квартал 2019р.»).

Порядковий номер	Витрати	За перший рік	За п'ять років
1.	Витрати на придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо, грн.	—	—
2.	Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), грн.	A1=652,80 A2=0	A1=3264,00 грн. A2=0
3.	Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, грн.	A1=2,5x48,79= 122,00 грн. A2=0	A1=610,00 грн A2=0
4.	Витрати, пов'язані із адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/приписів тощо), грн.	—	—
5.	Витрати на отримання	—	—

	адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних/обов'язкових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та інших послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо), грн.		
6.	Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), грн.	A1=15,00 грн. A2=0	A1=75,00 грн. A2=0
7.	Витрати пов'язані із наймом додаткового персоналу, грн.	Не передбачаються у зв'язку із тим, що великі та середні підприємства звичайно мають у штаті бухгалтера	—
8.	Інше (уточнити), грн.	—	—
9.	Разом (сума рядків 1+2+3+4+5+6+7+8), грн.	A1= 789,80 A2=0	A1= 3949,00 A2=0
10.	Кількість суб'єктів, осіб господарювання великого та середнього підприємства, на яких буде поширено регулювання, одиниць	A1=1 A2=0	A1=1 A2=0
11.	Сумарні витрати суб'єктів господарювання великого та середнього підприємства на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 9 x рядок 10), грн.	A1=789,80 A2=0	A1= 3949,00 A2=0

Розрахунок відповідних витрат на одного суб'єкта господарювання

Вид витрат	У перший рік	Періодичні (за рік)	Витрати за п'ять років
Витрати на придбання	—	—	—

основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо				
Вид витрат		Витрати на сплату податків та зборів (змінених/нововведених) (за рік)		Витрати за п'ять років
Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), грн.		A1= 652,80 A2=0		A1=3264,00 грн A2=0
Вид витрат	Витрати на ведення обліку, підготовку та подання звітності (за рік)	Виплати на оплату штрафних санкцій за рік	Разом на рік	Витрати за п'ять років
Витрати пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам (витрати часу персоналу)	A1=2,50год x48,79= 122,00грн. A2=0	—	A1=122,00 грн. A2=0	A1=610,00 грн. A2=0

Вартість витрат, пов'язаних із підготовкою та поданням звітності державним органам, визначається шляхом множення фактичних витрат часу персоналу на заробітну плату спеціаліста відповідної кваліфікації.

Вид витрат	Витрати на адміністрування заходів державного нагляду (контролю) (за рік)	Витрати на оплату штрафних санкцій та усунення виявлених порушень (за рік)	Разом за рік	Витрати за п'ять років
Витрати пов'язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/приписів тощо)	—	—	—	—

Вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю), визначається шляхом множення фактичних витрат часу персоналу на заробітну плату спеціаліста відповідної кваліфікації.

Вид витрат	Витрати на проходження відповідних процедур (витрати часу, витрати на експертизи тощо)	Витрати безпосередньо на дозволи, ліцензії, сертифікати, страхові поліси (за рік — стартовий)	Разом за рік (стартовий)	Витрати за п'ять років
Витрати на отримання адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних обов'язкових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та	—	—	—	—

інших послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо)					
Вид витрат	За рік (стартовий)	Періодичні (за наступний рік)		Витрати за п'ять років	
Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо)	A1=15,00 грн. A2=0	15,00 грн.		75,00 грн.	
Вид витрат	Витрати на оплату праці додатково найманого персоналу (за рік)		Витрати за п'ять років		
Витрати пов'язані із наймом додаткового персоналу	Не передбачається у зв'язку із тим, що великі та середні підприємства звичайно мають у штаті бухгалтера		—		

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Враховуючи вищенаведені позитивні та негативні сторони альтернативних способів досягнення мети, доцільно прийняти розроблений проект рішення.

Вартість балів визначається за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей, де:

4 — цілі прийняття регуляторного акту, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде);

3 — цілі прийняття регуляторного акту, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми існувати не будуть);

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

1 — цілі прийняття регуляторного акту, які не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1	4	Проблема існувати не буде, оскільки прийняття положення дозволить повністю досягнути поставлених цілей.
Альтернатива 2	1	Проблема буде існувати, оскільки суб'єкти господарювання не будуть мати можливості розміщувати рекламні конструкції зовнішньої реклами.

Рейтинг результативності	Вигоди, підсумок	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Можливість розміщувати зовнішню рекламу на власних рекламних конструкціях суб'єктами господарювання на території громади; дотримання положень чинних нормативних та законодавчих актів; створення спрощеної та	Забезпечення проходження регуляторної процедури проекту рішення. Розповсюдження, публікації та тиражування прийнятого рішення	Забезпечення диференційованого порядку розміщення зовнішньої реклами із дотриманням вимог чинного законодавства

	прозорості процедури розміщення зовнішньої реклами; ефективного використання простору громади для розміщення зовнішньої реклами; уникнення непорозумінь між суб'єктами господарювання та виконавчими органами селищної ради.		
Альтернатива 2	Вигоди відсутні	Витрати відсутні	Недотримання вимог ЗУ «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами»

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акту
Альтернатива 1	Застосування даної альтернативи ґрунтується на загальнообов'язковості прийняття рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Чоп Закарпатської області» для виконання на території громади	Відсутні

	положень, які передбачені ЗУ «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постановою Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами».	
Альтернатива 2	Дана альтернатива є неприйнятною. Механізм регулювання взагалі відсутній. Не виконуватиметься чинне законодавство в частині ЗУ «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення реклами».	Х

V. Обґрунтування можливості досягнення визначених цілей у разі прийняття регуляторного акту.

Проблему можна розв'язати шляхом прийняття рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп» з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, що створить більш прозору систему у наданні (або у відмові) дозволів на розміщення зовнішньої реклами, буде сприяти виключенню ситуацій, пов'язаних з виникненням заборгованості перед бюджетом міста, прозорості нарахування та отримання плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, яке перебуває у комунальній власності, на час дії пріоритету, з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами, вдосконалисть умови щодо усунення надмірного та неефективного регулювання господарської діяльності і діяльності у сфері зовнішньої реклами малого та середнього бізнесу. Створить сучасний правовий простір, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цього сектору ринку на території громади.

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акту залежно від ресурсів

Питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, складає 100%. Зважаючи на викладене здійснюємо розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту (Тест малого підприємництва). Таким чином, розрахунок витрат на виконання вимог регуляторного акту для виконавчої влади та місцевого самоврядування згідно з додатком 3 до Методики проведення аналізу регуляторного акту не здійснюється.

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акту.

Для розв'язання проблеми та досягнення цілей державного регулювання підготовлено регуляторний акт, який умовно (оціночно) необмежений у

терміні дії, так як ЗУ «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанова Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами» на виконання якого підготовлений проект регуляторного акту також необмежений у терміні дії. Тому в разі змін у чинному законодавстві України, побажань депутатського корпусу Чопської міської ради чи міського голови, будуть розроблятися проекти рішень, щодо внесення змін до регуляторного акту рішення «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Чоп Закарпатської області».

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акту

Для визначення результативності регуляторного акту передбачається використання показників:

— розмір надходжень до міського бюджету, пов'язаних з дією акту — згідно з розрахунком Тесту малого підприємництва становить за один рік 652,80 грн., за п'ять років 3264,00 грн.;

— кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акту — 2 малого підприємництва, 228 суб'єктів господарювання;

— рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акту — передбачається досягти 100% поінформованості за рахунок розміщення на офіційному сайті Чопської міської ради.

IX. Визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження результативності дії регуляторного акту.

Для відстеження результативності буде застосовано аналіз даних бюджетної звітності.

Базове відстеження буде здійснено до дня набрання чинності регуляторним актом з метою оцінки стану суспільних відносин, на врегулювання яких спрямована дія акту.

Повторне відстеження буде здійснено через рік після набрання чинності актом, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом. Установлені кількісні та якісні показники результативності акту будуть порівняні із значеннями аналогічних показників, що встановлені під час базового обстеження.

Періодичне відстеження буде здійснено раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності. Установлені кількісні та якісні значення показників результативності акту будуть порівняні із значеннями аналогічних показників, що встановлені під час повторного відстеження.

У процесі відстеження будуть встановлені якісні значення для кожного показника результативності, визначеного під час проведення аналізу впливу регуляторного акту.

З огляду на показники результативності, визначені в попередньому розділі АРВ, відстеження результативності даного регуляторного акту буде здійснюватися статистичним методом.

У рамках статистичного методу відстеження буде проведено шляхом аналізу наступної інформації щодо:

- сум надходжень до селищного бюджету
- стану розвитку підприємництва в галузі розміщення реклами (кількість суб'єктів господарювання, які займаються розміщенням рекламних засобів; кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами — за даними робочого органу по книзі реєстрації виданих дозволів).

Т. в. о. начальника відділу
— головного архітектора відділу
архітектури та містобудування



С. Дробот

ТЕСТ

малого підприємництва (М-Тест)

1. Консультації з представниками 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 01.12.2019 по 01.01.2020 р.

№ п/п	Вид консультації: публічні консультації прямі (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо); інтернет-консультації прямі (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо); запити (до підприємств, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1.	Телефонні розмови із розповсюджувачами зовнішньої реклами, наради, робочі зустрічі	8	Доведення до відома опитуваних, обґрунтування необхідності прийняття зазначеного проекту регуляторного акту та інформації про дотримання вимог чинного законодавства щодо порядку розміщення зовнішньої реклами

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі):

Показник	Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання (одиниць)	У тому числі малого підприємництва (одиниць)	У тому числі мікро-підприємництва (одиниць)
	230	2	228

Питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив (відсотків) (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання»)

Найменування	Суб'єкти малого підприємництва (%)	У тому числі малого підприємництва (%)	У тому числі мікро-підприємництва (%)
Питома вага у загальній кількості, відсотків	100	1	99

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають 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	0,0	0,0
2.	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	0,0	0,0	0,0
3.	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати — витратні матеріали)	0,0	0,0	0,0
4.	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	0,0	0,0	0,0
5.	Інші процедури (уточнити) — Плата за тимчасові користування місцями зовнішньої реклами, грн.	0,0	652,80 (1 суб'єкт господарювання малого підприємництва)	3264,0

			тва в середньому займає 3,2 кв.м.) тому: 204,0грн.х3,2 х1(коєф.) = 652,80	
6.	Разом, грн.	0,00	652,80	3 264,00
7.	Кількість суб'єктів господарювання, що мають виконати вимоги регулювання, одиниць	230		
8.	Сумарно, грн.	0,00	150 144,00	750 720,00
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітності				
Розрахунок вартості 1 людино-години: Норма робочого часу на 2019 рік становить при 40-годинному робочому тижні – 1993,00 години.				
Використовуємо для розрахунків середньомісячну заробітну плату штатного працівника по Закарпатській області за III квартал 2019 року (9723грн.), яка складає 48,79 грн. у погодинному розмірі. (Прес-випуск головного управління статистики в Закарпатській «Заробітна плата штатних працівників та стан її виплати за III квартал 2019р.»).				
9.	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання Стосується 100% суб'єктів Витрати часу на отримання інформації про регулювання (рішення міської ради)	Оціночно: 0,25години х 48,79=12,20 грн.		
10.	Процедури організації виконання вимог регулювання витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання (подання заяви про надання	Оціночно: 2 години х 48,79=97,60грн.		

	дозволу на розміщення зовнішньої реклами, витягу з ЄДР, ескізу рекламного засобу з його конструктивним рішенням, фотокартки рекламного засобу, схеми розміщення рекламного засобу з прив'язкою до місцевості) враховуємо час, який затрачається на проїзд.	
11.	Процедури офіційного звітування	—
12.	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	—
13.	Інші процедури (уточнити) Витрати часу на підписання договору про надання в тимчасове користування місць для розміщення зовнішньої реклами та проведення оплати відповідно до договору	0,30години x 48,79=14,64 грн.
14.	Разом, грн.	12,20 + 97,60 + 14,64=124,44 грн.
15.	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	230
16.	Сумарно, грн.	124,44x 230=28621,20 грн

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва

Державний орган, для якого проводиться розрахунок вартості адміністрування регулювання:

Відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради

Процедури регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта 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, на яких поширюється відповідна процедура	Витрати на адміністрування регулювання * (за рік), грн.
1.Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	0,15	82,80	1	230	2856,60
2.Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у т.ч.	0,1	82,80	1	230	1904,40
камеральні	0,1	82,80	1	230	1904,40
виїзні	—	—	—	—	—
3.Підготовка, затвердження та	1	82,80	1	1	82,80

опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання					
4.Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	8	82,80	1	1	662,40
5.Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	4	82,80	1	1	331,20
6.Підготовка звітності за результатами регулювання	0,20	82,80	1	230	3808,80
7.Інші адміністративні процедури	—	—	—	—	—
Разом за рік	x	x	x	x	11550,60
Сумарно за п'ять років	x	x	x	x	57753,00

*Вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням процесу регулювання державними органами, визначається шляхом множення фактичних витрат часу персоналу на заробітну плату спеціаліста відповідної кваліфікації та на кількість суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання, та на кількість процедур за рік.

Джерела: розрахунки проведенні на підставі фактичних витрат часу на адміністрування та із застосуванням середньої заробітної плати працівників відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради згідно з діючим штатним розписом, яка складає 13910,00 грн.

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

№ п/п	Показник	Перший рік регулювання (стартовий)	За п'ять років
1.	Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	150 144,00 грн	750 720,00 грн
2.	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	28621,2 грн.	143106,0 грн.
3.	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	178765,20 грн.	893826,00 грн.
4.	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	11550,60 грн.	57753,00 грн.
5.	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	190315,80 грн.	951579,00 грн.

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

Суб'єкти малого підприємництва в рамках виконання вимог розробленого регуляторного акту нестимуть незначні часові витрати на консультації та на отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами по вимогах регулювання (10 робочих днів). При розрахунку плати за тимчасове користування місцем розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами базові ставки та корегуючі коефіцієнти відносно типу рекламної конструкції і місця розташування рекламних конструкцій не збільшуються.

Перелік документів, які подаються для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами визначено чинним законодавством України.

**Т. в. о. начальника відділу
— головного архітектора відділу
архітектури та містобудування**



С. Дробот

Міський голова

В. Самардак



**ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК
ПОСТІЙНОЇ КОМІСІЇ З ПИТАНЬ ЖИТЛОВО-
КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА, ТРАНСПОРТУ І
ЗВ'ЯЗКУ**

Чопської міської ради Закарпатської області

місто Чоп

Проект регуляторного акту, а саме проект рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп» Чопської міської ради у відповідності до власної компетенції органу місцевого самоврядування, на виконання статей 10, 21 Закону України статей 8, 11, 12, 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності» і Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 року № 308 (із змінами), та статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Запропонований проект рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп» відповідає принципам державної регуляторної політики, є доцільним, адекватним, ефективним, збалансованим, передбачуваним та прозорим.

Розробником проекту підготовлено обґрунтований та якісний аналіз регуляторного впливу, та відповідний звіт про відстеження результативності регуляторного акту, які відповідають вимогам статей 4, 8, 10 Закону України «Про засади державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності» і Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 року № 308 (із змінами).

З огляду на вищенаведене, керуючись статтею 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності», постійна комісія з питань житлово-комунального господарства, транспорту і зв'язку Чопської міської ради **вирішила:**

1. Рекомендувати депутатам Чопської міської ради прийняти запропонований проект регуляторного акту «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп».

Голова комісії

В. Голубка

ЗВІТ
про базове відстеження результативності
регуляторного акта «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої
реклами на території міста Чоп»

1. Вид та назва регуляторного акта, результативність якого відстежується, дата його прийняття та номер.

Проект рішення Чопської міської ради _____ № _____ «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп».

2. Назва виконавця заходів з відстеження.

Відділ архітектури та містобудування Чопської міської ради.

3. Цілі прийняття регуляторного акта.

Впровадження регуляторного акта дозволить:

— врегулювати відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території м. Чоп;

— визначити порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами;

— забезпечити права суб'єктів господарювання на розташування рекламних засобів;

— створити умови для дотримання передбачених законодавством норм та правил.

4. Виконання заходів з відстеження.

з 23.12.2019 по 27.12.2019

5. Тип відстеження.

Базове відстеження.

6. Методи одержання результатів відстеження.

Під час проведення заходів з відстеження результативності застосовувався статистичний метод одержання результатів відстеження.

7. Дані та припущення, на основі яких відстежувалась результативність, а також способи одержання даних.

Для встановлення кількісних значень показників результативності регуляторного акта використовувались звітні дані за період: з 23.12.2019 по 27.12.2019.

8. Кількість та якісні значення показників результативності акта.

Показником результативності даного акту є кількість суб'єктів підприємницької діяльності, які отримують дозволи на розміщення зовнішньої реклами на території м. Чоп та кількість суб'єктів підприємницької діяльності, які укладуть договори на тимчасове користування місцями розміщення рекламних засобів.

Заяв щодо отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами не надходило, договори на тимчасове користування місцями розміщення рекламних засобів не укладалися.

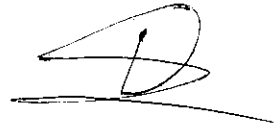
9. Оцінка результатів реалізації регуляторного акта та ступінь досягнення мети будуть визначені при повторному дослідженні.

Оцінка результатів регуляторного акта та ступінь досягнення мети будуть визначені при повторному дослідженні.

Повторне відстеження результативності буде проведено через рік з дня набрання чинності регуляторного акта.

За результатами повторного відстеження при співставленні з результатами базового відстеження буде визначена ефективність та доцільність регуляторного акта.

**Т. в. о. начальника відділу
— головного архітектора відділу
архітектури та містобудування**



С. Дробот

№ _____

**Чопському міському голові
В. Самардак**

ПОДАННЯ

Прошу Вас винести на розгляд чергової сесії Чопської міської ради питання «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп».

Проект рішення додається.

**Т. в. о. начальника відділу
— головного архітектора відділу
архітектури та містобудування**



Сергій ДРОБОТ

Пояснювальна записка

до проекту рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп»

1. Обґрунтування необхідності прийняття рішення.

Розроблення проекту рішення зумовлено необхідністю затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп з врахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, що створить більш прозору систему у наданні (або у відмові) дозволів на розміщення зовнішньої реклами, буде сприяти виключенню ситуацій, пов'язаних з виникненням заборгованості перед бюджетом міста, прозорості нарахування та отримання плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, яке перебуває у комунальній власності, на час дії пріоритету, з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами, вдосконалим умови щодо усунення надмірного та неефективного регулювання господарської діяльності і діяльності у сфері зовнішньої реклами малого та середнього бізнесу. Створить сучасний правовий простір, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цього сектору ринку на території громади.

2. Мета і завдання прийняття рішення.

Даний проект рішення мотивує суб'єктів господарювання виконувати встановлені вимоги тому, що прийняття даного регуляторного акту, перш за все, передбачається нормами чинного законодавства, а саме постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 „Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами”. По-друге, зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчими органами міських рад відповідно до вищезазначених типових правил. По-третє, прийняття даного регуляторного акту надасть можливість забезпечення соціальних гарантій, соціального захисту населення, підтримку розвитку соціальної інфраструктури міста.

3. Правові аспекти.

Правила розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп розроблені на основі Закону України «Про рекламу», Закону України «Про захист економічної конкуренції», Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», п.п. 13 п. «а» ст. 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Типові Правила розміщення зовнішньої реклами» затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 та інших нормативно-правих актів України.

4. Фінансово-економічне обґрунтування.

Дане рішення не потребує виділення коштів з місцевого бюджету.

5. Прогноз результатів.

Тарифи плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Чоп у проєкті рішення визначені в залежності від площі місця розташування рекламного (для наземного та дахового рекламного засобу так і для неназемного та недахового рекламного засобу). Прийняття даних Правил надасть можливість встановити такий вид надходжень до міського бюджету, як сплата за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Чоп, кошти від якої будуть спрямовані на розробку проєктно-планувальної документації, підготовку й оформлення соціальних програм та соціальної реклами. Слід зазначити, що прийняття даного проєкту рішення також спрямовано на впорядкування власної нормативно-правової бази.

**Т. в. о. начальника відділу
— головного архітектора відділу
архітектури та містобудування**



Сергій ДРОБОТ

Проект рішення розроблено Відділ архітектури та містобудування
(Найменування виконавчого органу міської ради)

Дробот С.С.
(Прізвище та ініціали керівника)

(Підпис)

(Дата)

ПОГОДЖЕНО :

Заступник міського голови

Гіжан І.С.

(Підпис)

(Дата)

Секретар міської ради

Чолавин М.В.

(Підпис)

(Дата)

Начальник правового відділу Островська О.М.

(Підпис)

(Дата)

(Посада)

(Прізвище, ініціали)

(Підпис)

(Дата)

(Посада)

(Прізвище, ініціали)

(Підпис)

(Дата)

(Посада)

(Прізвище, ініціали)

(Підпис)

(Дата)

(Посада)

(Прізвище, ініціали)

(Підпис)

(Дата)

Проект рішення підлягає оприлюдненню _____

(Підпис розробника)

Проект рішення оприлюднено:

Головний спеціаліст з інформаційного забезпечення та зв'язків
з громадськістю організаційного відділу Пилип М.В.

(Підпис)

(Дата оприлюднення)

Проект рішення зареєстровано:

Головний спеціаліст з інформаційного забезпечення та зв'язків
з громадськістю організаційного відділу Пилип М.В.

(Підпис)

(№ з/п та дата реєстрації)

**ПЕРЕЛІК ПІДПРИЄМСТВ, УСТАНОВ, ОРГАНІЗАЦІЙ, СЛУЖБОВИХ ТА ІНШИХ ОСІБ,
ЯКИМ НАДСИЛАЄТЬСЯ РІШЕННЯ**

№ п/п	Найменування підприємства, установи, організації; прізвище, ініціали, та посада для службових та інших осіб	Кількість примірників
	Відділ архітектури та містобудування	1

Посадова особа, яка підготувала рішення — Дробот С.С.
(Прізвище та ініціали)

71-28-84
(Номер службового телефону)

29.01.2020 р.

Повідомлення про оприлюднення проєкту рішення Чопської міської ради Закарпатської області «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп».

Проєкт рішення розроблений згідно з вимогами Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 р. № 308. Відповідно до пункту 24 частини 1 статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» повноваження щодо встановлення розмірів ставок місцевих податків і зборів відноситься до виключної компетенції органів місцевого самоврядування.

Проєкт рішення Чопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп» та аналіз регуляторного впливу до нього розміщено на офіційному сайті Чопської міської ради у мережі Інтернет у розділі «Регуляторні акти»/Проекти, режим доступу за посиланням <http://chop-rada.gov.ua/archives/taxbase/проекти-рішень-міської-ради>.

Строк прийняття пропозицій та зауважень до проєкту регуляторного акту становить один календарний місяць з дня оприлюднення проєкту рішення та аналізу його регуляторного впливу.

Вищезазначеним проєктом рішення визначено Правила розміщення зовнішньої реклами на території міста Чоп, а також: Графічний довідник щодо розміщення спеціальних рекламних конструкцій на фасаді будинку (будівлі), Положення про порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності територіальної громади міста Чоп.

Адреса: 89502, Україна, Закарпатська область, м. Чоп, вул. Берег, 2,

Телефон/Факс: 0312-71-12-42; email: chop@fd.carpathia.gov.ua

Відповідальна особа — Дробот Сергій Сергійович, т. в. о. начальника відділу — головного архітектора відділу архітектури та містобудування Чопської міської ради.