Додаток 1
до рішення міської ради
Від .2021 №

ПРАВИЛА
розміщення зовнішньої реклами на території Скалатської міської ради

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Правила розроблені відповідно до «Типових правил розміщення зовнішньої реклами» затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року № 2067 (із змінами та доповненнями), Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» та регулюють правові відносини між органами самоврядування та фізичними, юридичними особами незалежно від форм власності, що виникають у процесі розміщення зовнішньої реклами на території міської ради та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

1.2. Правила поширюється на всю територію Скалатської міської ради, в т. ч. підприємства, установи та організації, незалежно від форми власності та відомчої належності, а також фізичних осіб, які здійснюють діяльність у сфері зовнішньої реклами. Правила є обов'язковими для виконання всіма учасниками рекламної діяльності.

1.3. 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;
- ***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 випливає 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.
- ***виконавчий орган ради*** – виконавчий комітет Скалатської міської ради;
- ***дозвіл*** – документ установленої форми виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу міської ради, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний термін та у певному місці;
- ***місце розташування рекламного засобу*** - площа зовнішньої поверхні будинку, споруди елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості в 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 дорожним знаком;
- ***робочий орган*** - відділ містобудування, архітектури, будівництва та житлово-комунального господарства міськвиконкому, на який покладено відповідні функції;
- ***спеціальні конструкції*** – тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та не наземні, плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти,троли, таблички, короби, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами.

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

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

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 виконавчим органом міської ради забороняється.

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

1.6. Виконання функцій для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами доручається відділу містобудування, архітектури, будівництва та житлово-комунального господарства міськвиконкому (далі - робочий орган).

Робочий орган не вправі подавати заявку та одержувати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

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

2. ПОВНОВАЖЕННЯ РОБОЧОГО ОРГАНУ У СФЕРІ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

2.1. До повноважень робочого органу належить :

- розробка, в межах компетенції, нормативно-правових актів, направлених на регулювання діяльності в сфері реклами, внесення у встановленому порядку пропозицій щодо змін та/або доповнень до Правил розміщення зовнішньої реклами на території Скалатської міської ради;
- в межах своєї компетенції здійснення контролю за дотриманням законодавства в сфері реклами підприємствами, установами, організаціями, незалежно від форм власності та фізичними особами;
- розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії;
- надання у разі потреби розповсюджувачам зовнішньої реклама архітектурно-планувальних завдань на опрацювання проектно-технічної документації для розташування складних (дахових) рекламних засобів;
- прийняття рішення про встановлення пріоритету заявника на місце розташування рекламного засобу, продовження строку, на який встановлено зазначений пріоритет, або про відмову в установленні такого пріоритету;
- підготовка проектів рішень виконавчого комітету міської ради щодо надання дозволу (у тому числі погодження з органами та особами, зазначеними у пункті 3.13. Правил) чи про відмову у його наданні;
- видача дозволу на розміщення зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого комітету міської ради;
- укладення договорів з розповсюджувачами зовнішньої реклами на право тимчасового користування місцями для розміщення рекламного засобу, які перебувають у комунальній власності територіальної громади. Ведення обліку та реєстрація укладених договорів;
- ведення інформаційного банку даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру населених пунктів;
- проведення розрахунку розміру оплати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу відповідно до Порядку визначення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, що перебуває на землях комунальної власності Скалатської міської ради.

2.2. Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до чинного законодавства.

3. ОФОРМЛЕННЯ ДОЗВОЛІВ НА РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

3.1. Для отримання дозволу розповсюджувач зовнішньої реклами (далі-заявник) подає робочому органу через Центр надання адміністративних послуг (ЦНАП) заяву за формою згідно з **додатком 1** до цих Правил, до якої додаються:

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

Перелік документів для надання дозволу є вичерпним.

За наявності документів, передбачених підпунктом 3.1. цих Правил, адміністратор Центру надання адміністративних послуг протягом одного робочого дня передає поданий пакет документів робочому органу.

3.4. Після отримання заяви, відомості про неї у той же день вносяться робочим органом до журналу реєстрації заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (далі - журнал реєстрації, **додаток 4**).

3.5. Робочий орган протягом двох робочих днів з дня реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу за формою, згідно **з додатком 2** до Правил.

3.6. Видача дозволу **погоджується** робочим органом з власником місця або уповноваженим ним органом (особою), а також з:

3.6.1. Мінкультури - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного значення, в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць;

3.6.2. Органом виконавчої влади Івано-Франківської обласної державної адміністрації - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках місцевого значення, а також в межах зон охорони цих пам'яток;

3.6.3 Утримувачем інженерних комунікацій — у разі розміщення зовнішньої реклами в межах охоронних зон цих комунікацій;

3.6.4. Службою автомобільних доріг у Івано-Франківській області або власниками автомобільних доріг та Національною поліцією — у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.

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

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

3.9. Для здійснення погодження робочий орган не пізніше дня, що настає за днем одержання документів від заявника, надсилає їх копії у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді органам, зазначені в п.3.6., в залежності від запропонованого місця розміщення зовнішньої реклами. Зазначені органи надають погодження або відмову протягом 5 (п'яти) робочих днів.

3.10. За результатами дозвільної (погоджувальної) процедури, вищезазначені органи надають погодження, які у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді надсилаються робочому органу.

3.11. У разі ненадання зазначеними органами протягом встановленого строку погоджень вважається, що видачу дозволу погоджено.

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

3.13. Прийняття рішення про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами та відмова у його наданні

3.13.1. Робочий орган протягом не більше двох робочих днів з дати одержання погоджень від органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу робочий орган готує і подає виконавчому комітету Яремчанської міської ради пропозиції та проект відповідного рішення.

3.13.2. Виконавчий комітет на черговому засіданні приймає рішення про надання дозволу, або про відмову у наданні.

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

Примірник дозволу, адміністратором ЦНАП, видається заявникові. Видача дозволу

реєструється робочим органом в журналі реєстрації.

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

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

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

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

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

3.15. У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу, робочий орган у семиденний строк письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами. У десятиденний строк з початку зміни містобудівної ситуації, реконструкції, ремонту, будівництва робочий орган надає розповсюджувачу зовнішньої реклами інформацію про інше рівноцінне місце. У разі досягнення згоди щодо нового місця розташування рекламного засобу вносяться зміни у дозвіл.

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

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

4.ВИМОГИ ЩОДО РОЗМІЩЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

4.1. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

- розміщуватися з додержанням вимог техніки безпеки, зазначених у п.4.5-4.8 цих Правил;
- розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;
- на опорах наземної зовнішньої реклами, що розміщується вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, за вимогою Національної поліції наноситься вертикальна дорожня розмітка із світлоповертаючих матеріалів заввишки до 2 метрів від поверхні землі;
- освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;
- фундамент наземної зовнішньої реклами, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;
- нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не меншяк 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;
- у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадами будівель або огорожами лінію.

4.2. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

- на пішохідних доріжках та алеях, якщо це перешкоджає вільному руху пішоходів;
- у населених пунктах на висоті менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини;

4.3. Розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії та архітектури і в межах зон охорони таких пам'яток, в межах об'єктів природно-заповідного фонду дозволяється за

погодженням з відповідним центральним або місцевим органом виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини та об'єктів природно-заповідного фонду.

4.4. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, не повинна розміщуватися на рекламних засобах ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років.

Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений пунктами 4.1—4.4 цих Правил, є вичерпним.

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

4.6. Розташування дахових рекламних засобів забороняється без попередньої технічної експертизи спеціалізованих підприємств, установ чи організацій.

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

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

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

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

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

4.12. Тимчасові виносні спеціальні конструкції (штендера) розміщуються виключно під час роботи підприємства (організації) що рекламують свої товари, послуги та розміщуються на відстані не більше 3 м від входу в приміщення і не повинні створювати перешкод для проходу пішоходів та людей з обмеженими фізичними можливостями, прибирання вулиць і тротуарів, а також візуальному сприйняттю окремих архітектурних пам’яток та їх ансамблів, встановлюються за межею пішохідної частини тротуарів.

Тимчасові виносні спеціальні конструкції (штендера) повинні мати загальну площу не більше 1,5 м.кв.

Тимчасові виносні спеціальні конструкції (штендера) мають розміщуватисявідповідно до договору у чітко визначеному місці, яке визначається фотофіксацією з прив’язкою до будівлі, споруди, або інших об’єктів благоустрою.

4.13. Вивіски чи таблички:

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;

2) не повинні відтворювати зображення дорожніх знаків;

3) не повинні розміщуватися на будинках або спорудах — об’єктах незавершеного будівництва;

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.

4.14. Демонтаж вивісок чи табличок, розміщених з порушенням вимог цих Правил, здійснюється комунальним підприємством, відповідно до чинного законодавства, у разі:

- припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичної особи - підприємця;
- невідповідності розміщення вивіски чи таблички вимогам щодо її розміщення, наданим у визначенні, та архітектурним вимогам, державним нормам, стандартам і правилам, санітарним нормам;
- порушення благоустрою території.

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

4.15. Спеціальні конструкції повинні маркуватися із зазначенням на їх каркасі найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, телефону, номера дозволу та терміну його дії.

4.16. Вимоги до складових елементів та матеріалів спеціальних конструкцій зовнішньої реклами:

4.16.1. Кожен елемент (фундамент, несучий каркас, інформаційне поле, кронштейн, елемент кріплення) повинен бути складовою цілісного естетичного виду рекламного засобу і мати високий рівень дизайнерських рішень.

4.16.2. Для забезпечення комфортності пересування людей, безпеки руху та підвищення естетичності міського середовища фундаменти наземних конструкцій повинні бути заглиблені в грунт з відновленням твердого покриття, трав'яного покрову та виконанняв повному обсязі інших робіт з відновлення благоустрою міста.

У випадку неможливості заглиблення фундаменту конструкції до рівня землі з технічних причин, потребу влаштування наземного фундаменту необхідно підтвердити висновками відповідних інженерних служб, які експлуатують комунікації що знаходяться на ділянці встановлення спеціальної конструкції. У цьому випадку проектно-технічна документація на влаштування фундаменту має бути погоджена з робочим органом, а частина фундаменту, що виступає над поверхнею землі, обов'язково має бути декоративно оформлена з врахуванням наступних вимог:

- вертикальні поверхні фундаменту повинні бути оздоблені традиційними або сучасними облицювальними матеріалами (камінь, керамічна плитка,дерево);
- на горизонтальній поверхні повинні бути влаштовані лави або квітники;
- розділ оздоблення фундаменту повинен бути складовою частиною проекту спеціальної конструкції зовнішньої реклами.

4.16.3. Інформаційне поле, на якому тимчасово не розміщено рекламний сюжет, повинно бути заповнене фоновим покриттям.

4.16.4. Спеціальні конструкції слід розраховувати на навантаження і дії та їх комбінації у відповідності із вимогами будівельних норм та правил.

4.16.5. Спеціальні конструкції не повинні мати видимих елементів з'єднання різних частин конструкції (торцеві поверхні конструкції, кріплення освітлювальних приладів, з'єднання з основою). Вузли кріплення спеціальних конструкцій до існуючих будинків та споруд повинні забезпечувати надійне кріплення та бути захищені від несанкціонованого доступу до них.

4.16.6. Матеріали, які використовуються при виготовленні усіх типів спеціальних конструкцій, повинні відповідати сучасним вимогам якості та дизайну.

4.16.7. Транспаранти-перетяжки (троли) через вулиці виконуються з використанням сучасних матеріалів, на м'якій основі у жорсткому каркасі (тривке полотно, вініл, плівка).

4.16.8. Для підсвічування спеціальних конструкцій повинні використовуватись світлові прилади промислового виготовлення, що забезпечують виконання вимог електро- та пожежобезпеки. Кріплення світлового приладу повинно забезпечувати його надійне з'єднання з конструкцією і витримувати снігове і вітрове навантаження, вібраційні і ударні впливи.

Під'єднання рекламних засобів до існуючих мереж зовнішнього освітлення здійснюється відповідно до вимог, норм і правил експлуатації електрообладнання та технічних умов.

4.16.9. Застосування мови у зовнішній рекламі здійснюється відповідно до чинного законодавства України про мови.

4.17. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у відповідності до Порядку визначення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, що перебуває на землях комунальної власності Скалатської міської ради.

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

5. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЦИХ ПРАВИЛ

5.1. Контроль за дотриманням цих Правил здійснює в межах своїх повноважень

робочий орган, а також інші органи (організації) згідно законодавства у межах своєї компетенції.

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

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

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

6. ПОРЯДОК РОЗМІЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

6.1. Соціальна реклама, яка висвітлює загальнодержавні та загальноміські заходи (передбачені чинним законодавством) та розміщена виключно за погодженням міського голови або першого заступника в межах 5% площі поверхонь рекламних засобів, на розташування яких одержав дозвіл розповсюджувач зовнішньої реклами, розміщується ним безкоштовно.

6.2. При розміщенні соціальної реклами Замовник не менше ніж за 7 робочих днів до дати експонування, подає Робочому органу заяву з погодженням міського голови або першого заступника про розміщення соціальної реклами, копію макету цієї реклами.

7. ПРОВЕДЕННЯ ДЕМОНТАЖУ СПЕЦІАЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

7.1. Демонтажу підлягають:

7.1.1. Самовільно встановлені конструкції:

а) власника яких встановити неможливо;

б) власник яких виявлений, але припису на демонтаж не виконав.

7.1.2. Спеціальні конструкції, на розміщення яких закінчився термін дії дозволів або термін дії договору на тимчасове користування місцями для розміщення спеціальних конструкцій.

7.1.3. Спеціальні конструкції, на розміщення яких скасований дозвіл у встановленому порядку.

7.1.4. Спеціальні конструкції, що створюють у разі їх неналежної експлуатації аварійні ситуації, загрозу життю або здоров'ю людей або заподіяння шкоди майну третіх осіб.

Робочий орган за висновком комісії з розгляду земельних питань, екології, рекреації, будівництва, архітектури та містобудування готує проект рішення на розгляд виконавчого комітету міської ради, яким визначається перелік спеціальних конструкцій, що підлягають демонтажу, із зазначенням місця їх розташування і терміну проведенню демонтажу.

8. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

8.1. Питання, що не врегульовані цим Порядком, вирішуються згідно з чинним законодавством України, а також відповідно до рішень Скалатської міської ради та рішень виконавчого органу.

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

Секретар міської ради **Софія Магмет**

Додаток 2
до рішення міської ради
від . .2021 №

Порядок визначення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, що перебуває на землях комунальної власності Скалатської міської ради

1. Розмір плати встановлюється за тимчасове користування місцями (будівлі, споруди та земельні ділянки), що перебувають в комунальній власності, при розміщенні на них рекламних засобів.

1.1. Об'єктом плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу є площа конструкції рекламного засобу.

1.2. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу сплачується виключно у грошовій формі (грн.).

1.3. Площа місця розташування наземного та дахового рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5м за контуром горизонтальної проекції цього засобу.

1.4. Площа місця розташування неназемного та недахового рекламного засобу дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

2. Визначення розміру щомісячної плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу:

2.1. Встановлено Розмір плати за користування місцями розташування рекламних засобів відповідно до таблиці 1:

Таблиця 1

Розмір плати за користування місцями розташування рекламних засобів

№ п/п	Вид засобу зовнішньої реклами	Площа конструкції рекламного засобу	Плата за місяць (грн.)
1.	Світлова реклама	до 2 кв.м.	75,00
		до 4 кв.м.	100,00
		до 6 кв.м.	120,00
		до 8кв..м.	140,00
		до 12кв.м	160,00
		до 15 кв.м	200,00
		до 20кв.м	250,00
2.	Білборди: - односторонній	до 20 кв.м.	250,00
	- двосторонній	до 40 кв.м.	500,00
3.	Скроллери	до 6 кв.м	250,00
		більше 6 кв.м	350,00
4.	Лайт-бокс чотиристоронній	за загальну площу	120,00
5.	Рекламні щити	до 2 кв.м.	50,00
		до 4 кв.м.	75,00
		до 6 кв.м.	100,00
		до 8 кв.м.	120,00
		до 12 кв.м.	150,00
		до 15 кв.м.	200,00
		до 20 кв.м.	250,00
6.	Рекламний вказівник (не більше 0,3 кв.м)	за загальну площу	15,00
7.	Виносна реклама (1,5 кв.м)	за загальну площу	15,00
8.	Базовий розмір плати	за 1 кв.м.	17,00

2.2. Розмір плати за користування місцем, що знаходиться у комунальній власності, для розміщення **інших** спеціальних конструкцій, що використовуються для розташування рекламних засобів, обчислюється за такою формулою:

P = S x M x B, де

P — річний розмір плати за користування місцем, що знаходиться у комунальній власності, для розміщення спеціальних конструкцій (грн.) без ПДВ;

S — розмір площі розташування спеціальної конструкції (м. кв.);

M — термін розміщення спеціальної конструкції (місяці);

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

2.3. Розрахована плата за використання місць розташування спеціальних конструкцій сплачується на рахунок бюджету Скалатської міської ради.

2.4. Плата за розміщення рекламного засобу стягується з моменту підписання договору на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, згідно додатку 3 до Правил.

Договір на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу підписується міським головою і користувачем, що розповсюджує зовнішню рекламу

Один примірник договору надається розповсюджувачу зовнішньої реклами і є підставою для оплати через установу банку. Другий примірник знаходиться у відділі житлово-комунального господарства виконавчого комітету Скалатської міської ради.

2.5. Плата за тимчасове користування місцем, що перебуває у державній або приватній власності, здійснюється на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). Розмір плати за тимчасове користування місцемрозташування рекламного засобу не може встановлюватися залежно від змісту реклами.

2.6. Розмір плати за тимчасове розміщення рекламних засобів в рамках рекламних акцій та масових заходів на термін від одного до десяти днів незалежно від місця розташування та площі місця розташування рекламного засобу встановлюється в розмірі 1% від мінімальної заробітної плати за добу.

3. Розповсюджувач зовнішньої реклами не звільняється від плати за використання місць розташування спеціальних конструкцій при відсутності рекламного засобу.

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

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

Секретар міської ради **Софія Магмет**

Додаток 1
до Правил розміщення зовнішньої
реклами на території
Скалатської міської ради

_____р. N _____

ЗАЯВА
про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами

Заявник _____
(для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої
_____
___
реклами, для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові)

Адреса заявника _____
(для юридичної особи - місцезнаходження, для фізичної особи -
_____
місце проживання, паспортні дані)

Ідентифікаційний код юридичної особи
або ідентифікаційний номер фізичної особи _____

Телефон (телефакс) _____

Прошу надати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами за адресою:
_____
(повна адреса місця розташування рекламного засобу)

строком на _____
(літерами)

Перелік документів, що додаються _____
_____
_____

Заявник або уповноважена ним особа	_____ (підпис)	_____ (ініціали та прізвище)

М. П.

Додаток 2
до Правил розміщення зовнішньої
реклами на території
Скалатської міської ради

ДОЗВІЛ
на розміщення зовнішньої реклами

Виданий_____року на підставі рішення _____
(дата видачі)

_____
(виконавчий орган міської ради, дата і номер рішення)

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

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

_____
(місцезнаходження (місце проживання), номер телефону (телефаксу), банківські реквізити,

_____
ідентифікаційний код (номер)

Адреса місця розташування рекламного засобу _____

_____

Характеристика (в тому числі технічна) рекламного засобу _____

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

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

Ескіз з конструктивним рішенням рекламного засобу

Топогеодезичний знімок місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу

Відповідальний за топогеодезичне знімання _____ _____
(*підпис)* *(ініціали та прізвище*)
М. П.

Керівник робочого органу _____ _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

М. П.

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

Керівник робочого органу _____ _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

М. П.

Додаток 3
до Правил розміщення зовнішньої
реклами на території
Скалатської міської ради

ТИПОВИЙ ДОГОВІР
на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу

«»_____20___р.

Виконавчий комітет Скалатської міської ради Тернопільської області області, у подальшому іменований «Виконавчий орган ради», в особі міського голови _____, який діє на підставі Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Правил розміщення зовнішньої реклами на території Скалатської міської ради», затвердженого рішенням міської ради від_____№___, з одного боку та_____, іменоване надалі «Користувач», який діє на підставі_____з другого боку, уклали цей договір про наступне:

1. Предмет Договору

1.1. «Виконавчий орган ради» надає, а «Користувач» приймає в строкове платне користування місце, що перебуває в комунальній власності, надалі «об'єкт», для розташування рекламного засобу, за адресою:_____загальною площею___кв.м.

1.2. Термін користування визначається з_____20___р. до_____20___р.

2. Плата за користування місцем та порядок здійснення розрахунків

2.1. Розмір плати за надане у користування місце, що перебуває в комунальній власності, визначається відповідно до Порядку визначення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, що перебуває на землях комунальної власності Скалатської міської ради з дня підписання «Виконавчим органом ради» дозволу на розташування рекламоносія і складає_____гривень на рік.

2.1.1. Користувач здійснює оплату за користування місцем щомісячно у такому розмірі _____.

2.3. Внесення плати за користування місцем здійснюється «Користувачем», шляхом перерахування відповідних коштів на рахунок загального фонду міського бюджету.

3. Права та обов'язки Сторін

3.1. «Виконавчий орган ради» має право:

3.1.1 Вимагати від «Користувача» додержуватися Правил розміщення зовнішньої реклами, Порядку визначення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, що перебуває на землях комунальної власності Скалатської міської ради, містобудівних норм.

3.1.2. За погодженням з «Користувачем» використовувати рекламну поверхню рекламного засобу «Користувача» для розміщення соціальної рекламної інформації на безкоштовній основі або на інших умовах, встановлених сторонами.

3.1.3. У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, вимагати від «Користувача» перенесення рекламного засобу в інше вказане місце у 10-ти денний термін з моменту попередження. У разі необхідності термінового проведення демонтажу рекламного засобу вимагати від «Користувача» – звільнити місце у 3 - денний термін. У разі невиконання вимог щодо звільнення місця, комунальні підприємства здійснюють демонтаж рекламних засобів за окремим рішенням виконавчого комітету міської ради, нараховують витрати за демонтаж і зберігання рекламних засобів.

3.1.4. Здійснювати перевірки додержання «Користувачем» положень цього договору.

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

3.3. «Користувач» зобов'язаний:

3.3.1. Протягом п’яти днів з дати підписання цього договору внести плату, визначену цим договором.

3.3.2. Своєчасно і у повному обсязі відповідно до розділу 2 цього договору сплачувати платежі за користування місцем, що знаходиться в комунальній власності.

3.3.3. Не проводити будь-які роботи, пов’язані з розташуванням рекламного засобу до отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

3.3.4 Утримувати місце розташування рекламного засобу відповідно укладеного договору на комплексне опорядження, утримання і зовнішній благоустрій на території, прилеглій до об’єкта або землекористування замовника, згідно з вимогами правил і норм пожежної безпеки, містобудівних і санітарних норм. За власний рахунок усувати можливі пошкодження місця та рослинності, що на ньому розташована. У випадку псування або приведення в непридатність рекламної конструкції чи рекламного зображення, своєчасно проводити їх ремонт або заміну.

3.3.5. Здійснити за власні кошти благоустрій місця розташування рекламного засобу, відповідно розробленої проектно-технічної документації, відповідно до отриманого дозволу (технічних умов на тимчасове порушення благоустрою в термін до 10 календарних днів).

3.3.6. У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу за вимогою робочого органу у 10-ти денний термін з моменту попередження звільнити місце та (або) перенести рекламний засіб в інше вказане місце за власний рахунок.

3.3.9. У разі необхідності термінового проведення демонтажу рекламного засобу – звільнити місце у 3- денний термін.

3.3.10. Не розміщувати рекламні сюжети, які суперечать Закону України «Про рекламу».

3.3.11.Відшкодувати у повному обсязі матеріальну шкоду, що заподіяна місцю розташування рекламного засобу з вини «Користувача».

3.3.12. Звільнити місце і передати його в належному стані «Виконавчому органу ради» в порядку, визначеному розділом 5 цього договору.

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

4. Відповідальність Сторін та повернення місця розташування рекламного носія

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

4.2. За несвоєчасну сплату платежів за цим Договором, «Користувач» сплачує «Виконавчому органу ради» пеню в розмірі подвійної облікової ставки Національного банку України від суми прострочених платежів за весь час прострочення.

4.3. У разі невиконання «Користувачем» своїх зобов’язань за цим Договором, «Виконавчий орган ради» вправі стягнути завдані йому збитки за рахунок майна та коштів «Користувача» у встановленому законодавством порядку.

4.4. Після закінчення строку дії Договору, «Користувач» в тижневий термін самостійно повинен демонтувати рекламний засіб та привести земельну ділянку, на якій розташовувався рекламний носій у належний стан.

5. Умови зміни або припинення Договору

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

5.2. Зміна або дострокове розірвання договору з ініціативи «Користувача» можуть мати місце за погодженням з «Виконавчим органом ради». Зміни до договору, внесення яких

обумовлено положенням чи вимогами законодавства або рішеннями Скалатської міської ради та її виконавчого комітету є обов'язковими для сторін договору. Зміни та доповнення, що вносяться до договору, розглядаються «Користувачем» протягом 20 днів з моменту їх подання. Одностороння відмова «Користувача» від виконання договору не допускається.

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

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

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

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

г) банкрутства «Користувача» або внесення відомостей про припинення державної реєстрації «Користувача»;

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

е) в інших випадках порушення цього договору.

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

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

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

5.7. Якщо «Користувач» допустив погіршення стану «об'єкта», він повинен відшкодувати «Виконавчому органу ради» збитки, якщо не доведе, що погіршення стались не з його вини.

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

5.9. Продовження договору на новий термін по закінченню його дії здійснюється відповідно до «Правил розміщення зовнішньої реклами на території Скалатської міської ради».

6. Строк дії Договору

6.1. Цей Договір вступає в силу з моменту підписання його Сторонами і діє до_____.

7. Інші умови та Додатки до Договору

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

7.2. Зміни та доповнення до цього Договору вносяться за взаємною згодою Сторін, шляхом укладення додаткової угоди.

7.3. Додаткові угоди та додатки до цього Договору є його невід'ємними частинами і мають юридичну силу у разі, якщо вони викладені у письмовій формі, підписані сторонами та скріплені їх печатками.

7.4. Цей Договір складений на чотирьох аркушах у двох примірниках по одному для кожної зі Сторін.

7.5. До договору додається - розрахунок плати.

8. Місцезнаходження та реквізити сторін

Виконавчий комітет Скалатської міської ради	«Користувач»
РЕКВІЗИТИ	РЕКВІЗИТИ

Керівник робочого органу _____ _____

(підпис) **(ініціали та прізвище)**

М. П.

Аналіз регуляторного впливу
проєкту рішення сесії Скалатської міської ради
«Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами
на території Скалатської міської ради»

Назва регуляторного акта: рішення сесії Скалатської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у Скалатської міської ради
Регуляторний орган: Скалатської міської ради.
Розробник документа: економічний відділ Скалатської міської ради.
Відповідальна особа: керівник економічного відділу.
Контактний телефон 3-16-07.

І. Визначення проблеми

На сьогоднішній день Скалатська міська рада потребує нового формування рекламно-інформаційного простору, в якому зовнішня реклама, як складовачастина системи візуальних комунікацій та навколишнє середовище об'єднані вєдиний гармонійний ансамбль.
Даний проєкт рішення розроблено з метою формування системного підходу у напрямку підвищення ефективності використання території для розповсюдження зовнішньої реклами, забезпечення у процесі розміщення рекламних засобів розумного балансу комерційних інтересів та пріоритету збереження цілісності оточуючої забудови, з метою реалізації заходів з впорядкування розміщення та уніфікації засобів зовнішньої реклами, що розміщуються у межах громади, покращення вигляду рекламних засобів, вирішення питання очищення громади від хаотичного розміщення об'єктів зовнішньої реклами тощо.
Зовнішня реклама суттєво впливає на загальний вигляд громади та художньо-естетичне оформлення міста. Неналежне розміщення засобів зовнішньоїреклами в структурі забудови міста може суттєво погіршити естетичні якості середовища громади, його привабливість, зменшити якість сприйняття середовища в цілому, порушує його сформований віками масштаб та художні властивості.
Скорочення загальної кількості рекламних засобів, перехід до малоформатної реклами, очищення історичної частини, стандартизація та підвищення якості об'єктів зовнішньої реклами – такі вимоги поставлені сьогоденням.
З 2012 року діє Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті Скалат,в якому окреслені вимоги не дають змоги приведення міста, до комфортних умов проживання його мешканців.
Чинний Порядок розміщення реклами в Скалатській ТГ, затверджений рішенням сесії від 25.09.2012 року № 421, встановлює загальний

порядок розміщення рекламних засобів у місті Скалат. Натомість, новим порядком пропонується деталізувати вимоги до їх розміщення у цілій громаді. Зокрема:

- розміщення рекламних засобів здійснюватиметься з дотриманням вимог щодо типів і розмірів рекламних засобів, поданих у класифікаторі типових рекламних засобів;
- вибір формату рекламних засобів здійснюватиметься відповідно до рекламно-містобудівного зонування Скалатської ТГ.

Затвердження редакції нового Порядку розміщення зовнішньої реклами у громади, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, слугуватиме фундаментальним підходом для:

- введення окремих обмежень щодо розміщення рекламних конструкцій на території міста;
- створення зони у межах історичної частини міста, вільної від будь-яких рекламних засобів;
- створення зони, вільної від великорозмірних наземних засобів зовнішньої реклами;
- посилення відповідальності розповсюджувачів зовнішньої реклами за порушення встановлених правил;
- поетапне проведення заміни застарілих рекламних конструкцій на рекламні засоби сучасного зразка;
- демонтажу розміщених рекламних засобів, встановлених без відповідних дозвільних документів;
- проведення заходів благоустрою об’єктів зовнішньої реклами.

До головних сучасних проблем, пов’язаних із розміщенням зовнішньоїреклами в місті, відносяться:

- перенасиченість центральної частини міста рекламними засобами різних форматів низької якості;
- самовільне розміщення рекламних засобів;
- естетична та технічна застарілість значної частини розміщених рекламних засобів тощо.

Запропоноване регулювання покликане вирішити зазначені проблеми, вдосконаливши відносини, пов’язані з розміщенням об’єктів зовнішньої реклами на території міста.

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

Групи (підгрупи)	**Так**	**Ні**
Громадяни	+	-
Органи місцевого самоврядування	+	-
Суб’єкти господарювання	+	-
у тому числі суб’єкти малого підприємництва	+	-

ІІ. Цілі державного регулювання

Проєкт регуляторного акта спрямований на розв'язання проблем, визначених у першому розділі аналізу регуляторного впливу.

Метою державного регулювання є закладення основ переходу на якісно новий рівень розміщення рекламних засобів, вирішення проблеми розміщення рекламних засобів в архітектурному середовищі міста із врахуванням містобудівних умов, історичних та природно-географічних факторів тощо.

Зазначений акт виконує функції важеля з регулювання розміщення зовнішньої реклами в умовах насичення міського середовища засобами зовнішньої реклами.

Крім того, такі заходи спрямовано на збереження архітектурного ансамблю історичної частини міста.

Вказані вимоги впроваджуються через нормативні інструменти, а саме: через затвердження редакції нового Порядку зовнішньої реклами у Скалатській ТГ

Основні цілі регулювання:

- забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- впорядкування розміщення об'єктів зовнішньої реклами;
- створення єдиного естетичного середовища;
- створення єдиних умов для діяльності всіх суб'єктів господарської діяльності у сфері зовнішньої реклами.

ІІІ. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

У відповідності з частиною 1 статті 16 Закону України «Про рекламу», розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. Таким чином, спеціальним нормативно-правовим актом у галузі зовнішньої реклами встановлено єдиний законний вид вирішення проблеми, зазначеної у пункті І цього Аналізу – прийняття відповідного рішення виконавчим комітетом Скалатської міської ради.

Перевага обраного виду правового регулювання над усіма іншими можливими способами ґрунтується на імперативності (загальнообов'язковості) рішень виконавчого комітету міської ради для виконання на території Скалатській ТГ, що передбачено статтею 144 Конституції України та статтею 73 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Вирішення проблеми зазначеної у розділі І цього Аналізу можливе лише шляхом прийняття рішення виконкому Скалатській ТГ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у Скалатській ТГ». Інші

альтернативні способи (механізми) досягнення мети не передбаченні чинним законодавством. Залишення без змін актів органів місцевого самоврядування, що регулюють питання розміщення зовнішньої реклами у Скалатській ТГ, як один з альтернативних способів досягнення цілей, не може бути реалізований, оскільки суперечить вимогам актів чинного законодавства (пункт 3 постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.03 року № 2067).
Визначені у пункті ІІ цього Аналізу цілі не можуть бути досягнуті за допомогою ринкових механізмів, оскільки останні не мають імперативного характеру та базуються на принципах диспозитивності та передбачаютьурахування вимог та інтересів всіх операторів ринку. Крім того, застосування інших засобів розв'язання проблеми, не передбачених чинним законодавством, може бути визнано таким, що суперечить чинному законодавству та є неприпустимим.

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	**Опис альтернативи**
1. Альтернатива 1. Збереження існуючого стану.	Не забезпечує досягнення цілей, оскільки недосконаліть існуючого механізму регулювання розміщеннязовнішньої реклами та розміщення зовнішньої рекламина території Скалатській ТГ без належного урахування оточення, характеру архітектури забудови, природноголандшафту, знижує якість сприйняття міського середовища в цілому. Розміщення рекламних засобів буде здійснюватись хаотично, що значною мірою погіршить загальний вигляд громади.
2. Альтернатива 2. Прийняття запропонованого регуляторного акта	Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання. Подолає негативні тенденції, що детально зазначені в розділі І Аналізу регуляторного впливу.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування

Вид альтернативи	**Вигоди**	**Витрати**
Альтернатива 1.	Відсутні. Альтернатива є неприйнятною, оскільки не забезпечує досягнення поставленої мети.	Відсутні.

Альтернатива 2.	Прийняття проєкту регуляторного акта: - враховує історичні та природно-географічні фактори при формуванні рекламної інфраструктури в - архітектурному середовищі Скалатської ТГ; - створює систему контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами. Порівняно з існуючою ситуацією цей регуляторний акт дасть змогу більш досконало регламентувати порядок розміщення зовнішньої реклами у місті.	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. Незначні зменшення надходжень до міського бюджету.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні.	Відсутні.
Альтернатива 2.	Врахування інтересів територіальної громади Скалатській ТГ. Культурно-туристична привабливість міста і громади. Вирішення кількісної проблеми розміщених засобів зовнішньої реклами у міста і громади.	Відсутні.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні.	Відсутні
Альтернатива 2.	Виключення ситуацій, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами. Прозора система прийняття рішень виконавчого комітету про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Додаткове забезпечення можливості оскарження незаконних дій з боку осіб, уповноважених на вчинення відповідних владних повноважень.	Витрати, пов'язані з його впровадженням не можуть бути прогнозованими, оскільки прямо залежать від практичної ситуації.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1	1	Неврегульованість питання. Проблема продовжує існувати.
Альтернатива 2	4	Забезпечує вирішення проблемних питань в достатньому обсязі. Оптимальний варіант збалансування інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання.

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обгрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Порушення прав мешканців та гостей громади, непривабливий зовнішній вигляд та порушення цілісного сприйняття Скалатській ТГ.	Відсутні.	Переваги обраної альтернативи відсутні. Важливі та критичні аспекти проблеми залишаються невирішеними. Не враховує інтереси жодної із сторін.
Альтернатива 2	Покращення естетики міста та підвищення його туристичної привабливості. Удосконалення механізму розміщення зовнішньої реклами на території громади, додержання інтересів територіальної громади міста, рівні	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. Витрати суб'єктів господарювання, які пов'язані з виконанням	Причини для відмови відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом урахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив. Встановлення чітких та зрозумілих правил розміщення рекламних засобів.

	умови ведення діяльності для суб'єктів господарювання.	вимог запропоновано го проекту.	Цілі прийняття регуляторного акта будуть досягнуті в повному обсязі.

V. Механізми та заходи, що пропонуються для розв'язання визначеної проблеми

Механізм, закладений в основу проекту регуляторного акта, передбачає врегулювання правовідносин, що виникають між виконавчим органом Скалатської міської ради та фізичними і юридичними особами, незалежно від форми власності та підпорядкованості, що виникають в процесі розміщення зовнішньої реклами в на території Скалатській ТГ.

Проєктом регуляторного акта стане затвердження Порядку розміщення об'єктів зовнішньої реклами у Скалатській ТГ в новій редакції, що відповідаєсучасним реаліям.

Зазначений проєкт буде впроваджуватись з механізмами, які містять в собі перспективу підвищення відповідності рекламних конструкцій по естетичності, якості та дизайну сучасним стандартам і правилам, та впорядкованості в розміщенні на території громади.

Даним проєктом удосконалюється механізм надання дозволу на розміщення об'єктів зовнішньої реклами в місті, оскільки:

- конкретизуються вимоги щодо розташування та утримання рекламоносіїв на території Скалатській ТГ;
- по новому регламентується розміщення зовнішньої реклами в історичній та центральній частинах міста;
- чітко регламентується розміщення виносної реклами (штендерів);
- впроваджується новий принцип при зонуванні розміщення зовнішньої реклами, який передбачає визначення формату рекламних засобів для кожної зони міста та з врахуванням його архітектурного середовища.

Прийняття запропонованого проєкту рішення виконкому Скалатській ТГ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у Скалатській ТГ» дасть можливість забезпечити вирішення саме зазначених у цьому Аналізі проблем, встановивши наступні вимоги:

- архітектурно-естетичні – стосовно необхідності дотримання структурної побудови, стилістичної єдності фасадів, недопущення пошкодження елементів архітектури при розміщенні зовнішньої реклами тощо;
- технічні – стосовно жорсткості, міцності, стійкості конструкції, безпеки при її експлуатації, відповідності встановленим державним нормам та стандартам.

Зазначений проєкт буде впроваджуватись з механізмами, які містять в собі перспективу підвищення естетичності та туристичної привабливості міста.

Заходи, які забезпечать роз'яснення визначеної проблеми:

- видача дозволів відповідно до прийнятого рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у Скалатській ТГ»;
- демонтаж конструкцій, розміщених без відповідних дозвільних документів.

Достатній рівень інформованності суб'єктів господарювання буде забезпечений за рахунок розміщення повідомлення про оприлюднення даного проєкту рішення на сайті Скалатської міської ради.

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

Оцінка можливості впровадження регуляторного акта та виконання його вимог суб'єктами господарювання є високою.

Прийняття зазначеного регуляторного акта врегулює правові відносини,що виникають у процесі розміщення рекламних конструкцій.

На дію регуляторного акта можуть вплинути зміни в чинному законодавстві про рекламу та про дозвільну систему у сфері господарськоїдіяльності, які можуть привести застосування даного акта до недоцільності.

Для впровадження вимог даного регуляторного акта органам місцевогосамоврядування не потрібно додаткових витрат з міського бюджету. Такимчином, поставлені цілі досягаються при виконанні вимог цього регуляторного акта з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та держави.

Результати прийняття регуляторного акту оцінені за допомогою методу вигод та витрат.

Сфера впливу	**Вигоди**	**Витрати**
Органи місцевого самоврядування	Контроль за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами в місті Покращення рівня благоустрою міста	Витрати на оприлюднення регуляторного акта. Незначні зменшення надходження від тимчасового користування місцями розміщення засобів зовнішньої реклами до міського бюджету
Суб'єкти підприємницької діяльності	Встановлення прозорого та чіткого порядку розміщення рекламних засобів відповідно до прийнятого рішення	Витрати, пов'язані з демонтажем конструкцій, розміщених в історичному центрі міста, після закінчення терміну дії дозвільних документів Оновлення технічного та естетичного стану рекламних конструкцій

Громадяни	Створення привабливого вигляду міського середовища шляхом застосування нових підходів у формуванні рекламної інфраструктури мі громади. Ріст позитивного іміджу громади у потенційних туристів та громадян громади. Створення сприятливих умов для життєдіяльності громади.	Відсутні

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Регуляторний акт набере чинності з моменту прийняття рішення виконкомом Скалатської ТГ. Запропонований проєкт регуляторного акта запроваджується на довгостроковий термін дії або до прийняття нових нормативних актів.

У разі потреби, регуляторний акт може бути переглянутий за ініціативою регуляторного органу, який прийняв відповідний регуляторний акт, або на підставі аналізу звіту про відстеження результативності цього регуляторного акта, а також внаслідок змін у чинному законодавстві.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

У результаті прийняття рішення «Про затвердження Порядку розміщеннязовнішньої реклами у Скалатській ТГ» буде збережено автентичность історичного середовища Скалатській ТГ, підвищено його туристичну привабливість.

Показниками результативності даного регуляторного акта стане:

- очищення історичної частини міста від засобів зовнішньої реклами та гармонізація простору міського середовища;
- рівні умови для всіх розповсюджувачів зовнішньої реклами;
- наближення порядку розміщення зовнішньої реклами у Скалатській ТГ до європейських стандартів.

Прийняте рішення дозволить забезпечити належний контроль за встановленням в центральній частині міста будь-яких засобів зовнішньої реклами та забезпечить очищення історичної частини міста та громади від уже встановлених.

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

Відносно цього регуляторного акта повинно послідовно здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності. Зокрема:

- базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється до дня набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень. Якщо для визначення значень показників результативності регуляторного акта використовуються виключно статистичні дані, базове відстеження результативності може бути здійснене після набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження результативності цього акта;
- повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом або більшістю його положень, якщо рішенням регуляторного органу,який прийняв цей регуляторний акт, не встановлено більш ранній строк;
- періодичні відстеження результативності регуляторного акта здійснюються раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта, у тому числі і в разі, коли дію регуляторного акта, прийнятого на визначений строк, було продовжено після закінчення цього визначеного строку.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичнихданих.

ВИТРАТИ
на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктівгосподарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта,немає можливості визначити витрати на одного суб'єкта господарювання, які виникають внаслідок дії вказаного регуляторного акта.

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ
на адміністрування регулювання для суб'єктів великогоі середнього підприємництва

Органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, в т.ч. виконавчий орган Скалатської міської ради, при введені в дію запропонованого проєкту регуляторного акта, не понесуть додаткових витрат коштів місцевого бюджету, а також додаткових витрат на контроль за його виконанням.

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктівгосподарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта, немає можливості визначити вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням процесу регулювання державними органами суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регуляторного акта.

Повідомлення
про оприлюднення проекту рішення Скалатської міської ради «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами на території Скалатської міської ради»

Відповідно до статті 9 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» з метою одержання зауважень і пропозицій від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань оприлюднюється:

- проєкт рішення Скалатської міської ради «Правила розміщення зовнішньої реклами Скалтської міської територіальної громади» та аналіз його регуляторного впливу

Згідно з вимогами Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», з метою одержання зауважень та пропозицій від суб'єктів господарювання та населення на офіційному веб-сайті Скалатської міської ради оприлюднюється проєкт рішення Скалатської міської ради «Правила розміщення зовнішньої реклами на території Скалатської міської територіальної громади».

Метою даного проекту є визначення правових, економічних, екологічних, соціальних та організаційних засад благоустрою міста і сіл, спрямованих на створення умов, сприятливих для життєдіяльності людини.

З текстом проєкту рішень всі бажаючі можуть ознайомитися в приміщенні Скалатської міської ради за адресою м. Скалат, вул. Грушевського, 2, 3-16-07, а також на сайті Скалатської міської ради в розділі «Регуляторна політика».

Пропозиції та зауваження до проекту рішення міської ради та аналізу регуляторного впливу приймаються економічним відділом Скалатської міської ради: м. Скалат, вул. Грушевського, 2, 3-16-07, rada@skalatmr.gov.ua місячний термін з дня оприлюднення даного аналізу та проекту Правил розміщення зовнішньої реклами на території Скалатської міської ради.

Керівник економічного відділу **Марія Баран**