**Проєкт**

**УКРАЇНА**

**КАЛУСЬКА  МІСЬКА  РАДА**

**ВИКОНАВЧИЙ  КОМІТЕТ**

**РІШЕННЯ**

**від\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_№\_\_\_м. Калуш**

**Про затвердження Правил**

**розміщення зовнішньої реклами**

**на території Калуської міської**

**територіальної громади**

З метою регулювання діяльності у сфері реклами та удосконалення порядку розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади, відповідно до Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами), постанови КМУ від 30.03.1994 №198 «Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони», беручи до уваги лист антимонопольного комітету України від про погодження проекту рішення, протокол громадського обговорення розроблення регуляторного акта «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади» від, виконавчий комітет міської ради

**ВИРІШИВ:**

**1.** Затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади з додатками (додаються).

**2.** Дозволи на розміщення зовнішніх реклам, надані до набрання чинності даного рішення, та договори про надання в користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій, укладені до набрання чинності даного рішення, є дійсними до закінчення строку їх дії.

**3.** Передбачити першочергове впровадження конструкцій, що рекомендуються для застосування на території Калуської міської ради, а також сучасних високотехнологічних конструкцій з автоматичною (в тому числі електронною) зміною зображення.

**4.** Рішення опублікувати у газеті «Вікна».

**5.** Рішення набуває чинності з дня опублікування його на офіційному сайті Калуської міської ради.

**6.** Вважати таким, що втратило чинність рішення виконавчого комітету міської ради від 28.01.2020 №24 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради».

**7.** Контроль за виконанням цього рішення покласти на першого заступника міського голови Мирослава Тихого.

Міський голова Андрій Найда

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішення виконавчого комітету

міської ради

**Правила**

розміщення зовнішньої реклами на

території Калуської міської територіальної громади

1. ***ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ***

1.1. Правила розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади (далі - Правила) розроблені на підставі Законів України «Про рекламу», [«Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2806-15/ed20120112)», «Про інформацію», «Про захист прав споживачів» та інших, а також у відповідності до постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.03 №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», та інших актів чинного законодавства, що регулюють питання розміщення зовнішньої реклами та інформації.

Правила регулюють відносини, що виникають у зв’язку з розміщенням зовнішньої реклами у населених пунктах, та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

1.2. Правила встановлюють порядок здійснення діяльності з розміщення на території Калуської міської територіальної громади зовнішньої реклами з урахуванням типології елементів місцевого середовища, архітектурних, функціонально-планувальних, історико-культурних та інших чинників.

1.3. Передбачають першочергове впровадження конструкцій, що рекомендуються для застосування на території Калуської міської територіальної громади, а також сучасних високотехнологічних конструкцій з автоматичною (в тому числі електронною) зміною зображення.

1.4. Дія Правил поширюється на всі підприємства, установи та організації, незалежно від форми власності, а також фізичних осіб, в тому числі фізичних осіб-підприємців, які здійснюють діяльність у сфері зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади включаючи розташування рекламних засобів на будинках (будівлях) і спорудах, на відкритих майданчиках, на міських вулицях (дорогах), площах та інших територіях, на територіях зелених насаджень, на елементах вуличного обладнання, на об’єктах та елементах благоустрою, інших об'єктах, розташованих на відкритій місцевості, незалежно від форм власності.

1.5. Дія цих Правил не поширюється на відносини, пов’язані з інформацією, яка розміщується під час проведення передвиборчої агітації. Розміщення такої інформації здійснюється відповідно до виборчого законодавства.

1. ***ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ***

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;

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

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

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

***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;**

***спеціальні конструкції*** - тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та неназемні (повітряні), 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;

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

2.2. Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в Законі України «Про рекламу», в Законі України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» та Типових правилах розміщення зовнішньої реклами.

***3. РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ***

***РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ***

3.1. Управління архітектури та містобудування міської ради - уповноважений орган для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами - Робочий орган.

Управління земельних відносин Калуської міської ради - уповноважений орган у сфері регулювання земельних відносин.

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

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

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

**3.2. Повноваження Робочого органу.**

3.2.1. До повноважень Робочого органу належить:

- розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, переоформлення дозволу, внесення змін у дозвіл, анулювання дозволу;

- підготовка проекту рішення виконавчого комітету Калуської міської ради щодо надання дозволу (у тому числі погодження з органами та особами, зазначеними у п.6.2. цих Правил) чи про відмову у його наданні;

- підготовка і подання виконавчому комітету Калуської міської ради пропозицій щодо розмірів плати за надання послуг Робочим органом на підставі калькуляції витрат для прийняття відповідного рішення;

- оформлення дозволу на підставі рішення виконавчого комітету Калуської міської ради;

- ведення інформаційної бази даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру населених пунктів;

- подання Івано-Франківському обласному управлінню у справах захисту прав споживачів матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами;

- участь у візуальному огляді технічного стану рекламних засобів у випадку їх аварійного стану;

- участь у проведенні примусового демонтажу рекламних засобів;

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

- інші повноваження відповідно до законодавства.

1. ***ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ***

4.1 Розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади здійснюється за наявності дозволів, що видані Робочим органом на підставі рішення виконавчого комітету Калуської міської ради терміном на 5 років, якщо менший термін не зазначено у заяві.

Видача (відмова у видачі, переоформлення, анулювання) дозволу на розміщення зовнішньої реклами здійснюється відповідно до цього Порядку та [Закону України](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2806-15) «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності».

4.2. Дозвіл надається строком на п’ять років, якщо менший строк не зазначено в заяві.

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

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

4.5. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

- розміщуватися з додержанням вимог техніки безпеки;

- розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;

- освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;

- фундамент наземної зовнішньої реклами, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;

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

- нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менше як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;

- у місцях де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадами будівель або огорожами лінію.

4.6. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

- на тротуарах, пішохідних доріжках та алеях, штучних спорудах;

- ближче, ніж 50 м до перехрещень вулиць та пішохідних переходів;

- ближче, ніж 100 м від залізничних переїздів;

- на зупинці маршрутних транспортних засобів ближче, ніж 20 м у межах видимості в обидва боки тротуару від установленого дорожнього знаку, що позначає зупинку;

розміщення рекламних засобів типу: «штендер» («спотикач»), «транспаранти-перетяжки»;

на огорожах (за винятком огорож будівельних майданчиків);

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

- на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні (у тому числі опорах) зовнішнього освітлення.

Розміщення зовнішньої реклами на пам’ятках національного або місцевого значення та в межах зон охорони цих пам’яток, історичних ареалів здійснюється відповідно до Закону України «Про рекламу» на підставі дозволів, які оформляються за участю органів виконавчої влади, визначених Законом України «Про охорону культурної спадщини».

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.

4.7. Зовнішня реклама розміщується:

а) на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях;

б) на зовнішніх поверхнях будинків та споруд;

в) над проїжджою частиною вулиць і доріг.

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

4.9. Спеціальні конструкції типу банерів на фасадах дозволяється розміщувати без закриття віконних прорізів, тільки на торцевих фасадах, за умови обов’язкового ремонту торців фасадів будівель, до і після встановлення рекламного засобу, що підтверджується договором з власником місця. Банерні конструкції повинні кріпитись до будівель і споруд із найменшим пошкодження їх стін та не створювати вібрації, яка видавала б шумові ефекти.

4.10. Рекламні банери на будівельних риштуваннях, огорожах будівельних майданчиків встановлюються на час проведення будівельно-реставраційних робіт.

Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений розділом 4 цих Правил, є вичерпним, якщо інші обмеження і заборони не встановлені чинними нормативно-правовими актами.

***5. ВИМОГИ ДО РОЗМІЩЕННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ(ЗАСОБІВ РЕКЛАМИ)***

**5.1. Загальні вимоги.**

5.1.1. Спеціальні конструкції повинні розташовуватися з дотриманням вимог законодавства у галузі зовнішньої реклами, інших нормативно-правових актів, у тому числі цих Правил.

5.1.2. Спеціальні конструкції повинні використовуватися тільки за призначенням.

5.1.3. Розташування спеціальних конструкцій на фасадах будинків (будівель) та споруд має здійснюватися з дотриманням структурної побудови фасадів без пошкодження елементів архітектури.

5.1.4. Наземні спеціальні конструкції підключаються до існуючих мереж електропостачання згідно з розробленим проектом спеціальної конструкції. При цьому власник місця може встановлювати окремі вимоги щодо підключення спеціальних конструкцій.

5.1.5. Розроблення необхідної технічної документації, монтаж (демонтаж) рекламного засобу здійснюється спеціалізованими підприємствами, установами та організаціями, які мають відповідні ліцензії або спеціалістами із відповідиним кваліфікаційними сертифікатами.

5.1.6. При монтажі та експлуатації конструкцій повинні дотримуватися вимоги техніки безпеки.

5.1.7. До виготовлення і розташування спеціальних конструкцій застосовуються вимоги, що встановлюються відповідними містобудівними нормами, стандартами та цими Правилами.

5.1.8. Розташування дахових рекламних конструкцій забороняється без попередньої технічної експертизи спеціалізованих підприємств, установ та організацій.

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

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

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

5.1.12. Розташування рекламних конструкцій на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування дозволяється за погодженням уповноваженого підрозділу Національної поліції.

5.1.13. Встановлення спеціальних конструкцій у межах «зелених зон» повинно бути погоджено з управлінням житлово-комунального господарства Калуської міської ради.

5.1.14. Рекламні засоби забезпечуються маркуванням із зазначенням на каркасі реклам­ного засобу найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, номера його телефону, дати видачі дозволу та строку його дії. При цьому для розміщення зазначеної інфор­мації має бути відведено не менш як 0,3 відсотка площі робочої поверхні спеціальної конструкції.

5.1.15. Матеріали, з яких виготовляються спеціальні конструкції повинні відповідати сучасним вимогам якості. Монтаж спеціальних конструкцій повинен проводитись без відхилень від затвердженої проектної документації. Конструкції повинні утримуватися в порядку, що включає: естетичний зовнішній вигляд, наявність реклами або фонового покриття, відповід­ність технічним вимогам, передбачених проектною документацію на спеціальну конструкцію.

5.1.16. Розташування спеціальних конструкцій не повинно створювати перешкод для проходу пішоходів і механізованого прибирання вулиць і тротуарів, а також для викошування газонів.

**5.2. Спеціальні конструкції поділяються на наступні види:**

а) стаціонарні спеціальні конструкції;

б) тимчасові спеціальні конструкції.

**5.3. Стаціонарні спеціальні конструкції і вимоги щодо їх розміщення.**

До стаціонарних спеціальних конструкцій відносяться носії рекламної інформації, що мають постійне місце розміщення.

Стаціонарні спеціальні конструкції діляться на наступні види:

- окремо встановлені;

- розташовані на будинках, спорудах або елементах вуличного обладнання.

5.3.1. Загальні вимоги.

Стаціонарні спеціальні конструкції можуть передбачати підсвітку рекламно-інформаційного поля, включення якої повинно здійснюватися відповідно до графіка режиму роботи вуличного освітлення. У випадках використання зовнішніх джерел світла конструкції кріплення світильників повинні бути закриті декоративними елементами.

Відстань між наземними спеціальними конструкціями, розміром 6,0 х 3,0 м та більше, визначається з урахуванням містобудівної ситуації та не повинна бути меншою за **50** метрів, а для стаціонарних спеціальних конструкцій, розміром 1,2 х 1,8 м, - не менше **30** метрів.

Не допускається розміщення стаціонарних спеціальних конструкцій, що є джерелами шуму, вібрації, потужних світлових, електромагнітних і інших випромінювань і полів, поблизу житлових приміщень з порушенням встановлених санітарних норм.

5.3.2. Вимоги щодо безпеки дорожнього руху.

Стаціонарні спеціальні конструкції не повинні мати схожості за зовнішнім виглядом, зображенням, звуковим ефектом з технічними засобами організації дорожнього руху і спеціальних сигналів, погіршувати їх видимість, знижувати безпеку руху, зменшувати габарити інженерних споруд, видавати звуки, що можуть бути почуті в межах проїжджої частини особою з нормальним слухом, створювати враження перебування на дорозі пішоходів, транспортних засобів, тварин, інших предметів, повинні відповідати вимогам правил, стандартів, технічних норм, пропонованих до конструкцій даного типу.

Для освітлення спеціальних конструкцій повинні використовуватися світлові прилади промислового виготовлення, що забезпечують виконання вимог електро-, пожежної безпеки. Кріплення світлового приладу повинне забезпечувати його надійне з’єднання з рекламною конструкцією і витримувати вітрове і снігове навантаження, вібраційні й ударні впливи.

Опори спеціальних конструкцій повинні бути виготовлені з матеріалів, що забезпечують високий рівень безпеки при наїздах і достатню стійкість при вітровому навантаженні та експлуатації.

При розміщенні спеціальних конструкцій враховуються зручність утримання автомобільних доріг і вулиць.

5.3.3. Окремо встановлені стаціонарні спеціальні конструкції.

5.3.3.1. ***Щитові установки*** - окремо встановлені стаціонарні спеціальні конструкції, що мають зовнішні поверхні для розміщення реклами і складаються з фундаменту, каркаса та інформаційного поля (полів), що встановлюються на газонах, ґрунті, асфальті тощо.

Вимоги до щитових установок:

- виходячи із містобудівної ситуації та з урахуванням вимог до певної зони території Калуської міської територіальної громади, як правило, застосовуються щитові конструкції типових розмірів інформаційного поля однієї сторони: 1,2 х 1,8 м, 3,0 х 2,0 м, 4,0 х 3,0 м; 6,0 х 3,0 м;

- щитові установки виконуються, як правило, у двосторонньому варіанті та мають освітлення;

- щитові установки не повинні мати видимих елементів з’єднання різних частин конструкцій (торцеві поверхні конструкцій, кріплення освітлювальної арматури, з’єднання з підставою).

Фундамент окремо встановлених щитових конструкцій може заглиблюватися до рівня землі за умови погодження з Управлінням житлово-комунального господарства.

Рекомендована висота рекламних щитів з урахуванням їх візуального сприйняття на вулицях і магістралях складає не менш 3 м від поверхні землі до рекламної площини спеціальної конструкції (окрім випадків їх розташування над проїжджими частинами доріг).

5.3.3.2. ***Об’ємно-просторові конструкції*** – стаціонарні спеціальні конструкції, у яких для розміщення інформації використовується як об’єм конструкції, так і її поверхня, виконуються за індивідуальними проектами.

Об’ємно-просторові конструкцій виконуються виключно за індивідуальними проектами, виходячи із архітектурних та містобудівних особливостей міської території, використовуються в пішохідних зонах (крім алей і пішохідних доріжок) і на площах, на територіях парків, виставочних комплексів, на розподільних смугах магістралей.

5.3.3.3. ***Прапорові композиції* –** стаціонарні спеціальні конструкції з символікою розповсюджувачів зовнішньої реклами (товарні знаки, скорочені найменування тощо), що складаються з основи, одного або декількох флагштоків (стійок) і м’яких полотнищ.

Рекламна площа прапора визначається площею двох сторін його полотнища.

5.3.4. Стаціонарні спеціальні та інформаційні конструкції, що розташовуються на будинках, спорудах або елементах вуличного обладнання.

5.3.4.1**. *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.

Вивіски чи таблички:

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

- не повинні відтворювати зображення дорожніх знаків;

- не можуть розміщуватися на будинках або спорудах, які є об’єктами незавершенного будівництва;

- площа поверхні не повинна перевищувати 3 кв. метрів.

Забороняється вимагати від суб’єктів господарювання будь-які документи для розміщення вивісок чи табличок, не передбачені цими правилами.

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

- припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичної особи - підприємця;

- невідповідності розміщення вивіски чи таблички вимогам щодо її розміщення, наданим у визначенні, та архітектурним вимогам, державним нормам, стандартам і правилам, санітарним нормам;

- порушення благоустрою території.

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

5.3.4.2. ***Дахові установки (конструкції)*** – стаціонарні об’ємні або площинні спеціальні конструкції, розташовувані цілком або частково вище рівня карниза будинку або на даху.

Дахові установки складаються з елементів кріплення, несучої частини конструкції та інформаційної установки.

Якщо в результаті монтажних робіт із встановлення дахових рекламних контрукцій виявлено візуальні пошкодження покриття будівлі (споруди) або зафіксовані факти протікання даху будівлі (споруди) в районі її розміщення, власник дахових рекламних конструкцій повинен виконати ремонт даху за власні кошти не пізніше ніж в місячний термін після виявлення таких фактів.

Дахові установки повинні мати систему пожежогасіння і повинні бути обладнані системою аварійного відключення від мережі електроживлення.

Проекти дахових установок в обов’язковому порядку повинні пройти експертизу на безпеку, включаючи експертизу на вітрову стійкість з урахуванням конкретного місця розміщення.

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

Дахові конструкції, як правило, виготовляються із застосуванням газоосвітлювальних і волоконно-оптичних елементів або з внутрішнім освітленням. Можливість розміщення таких конструкцій визначається управлінням архітектури та містобудування міської ради окремо по кожному місцю розташування спеціальної конструкції.

Рекламна площа дахової установки (конструкції) при розрахунку розміру плати за користування місцем, яке перебуває у комунальній власності, визначається розрахунковим шляхом.

5.3.4.3. ***Настінні щити та панно*** – це реклама, розташовувана на поверхнях стін будинків і споруд у вигляді:

а) стаціонарних щитових спеціальних конструкцій;

б) зображення (інформаційного поля), безпосередньо нанесеного на стіну (без застосування спеціальної конструкції);

в) стаціонарної спеціальної конструкції, що складається з елементів кріплення, каркасу та інформаційного поля - банерне полотно (тентова тканина).

Настінні панно виконуються за типовими або індивідуальними проектами.

Для спеціальних конструкцій, що мають елементи кріплення, в обов’язковому порядку розробляється проект кріплення конструкції з метою забезпечення безпеки при експлуатації.

Поряд з конструкціями, що виконані за індивідуальними проектами, можливо застосування типових настінних щитів стандартних розмірів (6,0 х 3,0 м, 4,0 х 3,0 м, 3,0 х 2,0 м, 1,2 х 1,8 м) із змінним зображенням.

Не допускається:

- перенасичення фасадів будівель рекламними засобами;

- із закриттям елементів декору фасаду;

- встановлення рекламних контрукцій ближче 10,0 м до існуючих меморіальних дощок, пам'ятних знаків, барельєфів тощо.

Рекламні засоби на бокових фасадах будівель дозволяється розміщувати за умови покриття не більше, ніж 60-80 відсотків загальної площини сторони фасаду.

Рекламна площа визначається габаритами настінного щита чи панно.

5.3.4.4. ***Кронштейни* -** двосторонні консольні площинні стаціонарні спеціальні конструкції, що розміщуються на будинках та окремо встановлених опорах (крім підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі та засобах і обладнанні (у тому числі опорах) зовнішнього освітлення).

Кронштейни, як правило, виконуються в двосторонньому варіанті та мають внутрішнє освітлення.

Розміри кронштейнів, розташовуваних на фасадах будинків, визначаються архітектурними особливостями будинку і не повинні перевищувати 1,0 х 1,5 м. Можливість розміщення кронштейнів великих розмірів визначається власником місця або органом (особою), уповноваженим на надання цих місць у користування та управлінням архітектури та містобудування на підставі індивідуальних проектів.

На будинках кронштейни розміщуються, як правило, на висоті не менш 2,5 м від поверхні землі.

Кронштейни, розміщені на будинках і спорудах у горизонтальному виконанні, не повинні виступати більш ніж на 1,5 м від місця кріплення до будинку.

Використання стрілок-вказівників на фасадах споруд, будинків забороняється, окрім випадків їх розміщення на спеціальних конструкціях, як елементів рекламного сюжету.

Рекламна площа кронштейну визначається загальною площею двох його сторін.

5.3.4.5. ***Електронні екрани (електронні табло)*** – стаціонарні спеціальні конструкції, призначені для відтворення зображення на площині екрана за рахунок світловипромінювання світлодіодів, ламп, інших джерел світла або світловідбиваючих елементів.

Рекламна площа визначається габаритами світловипромінюючої поверхні.

У випадках, коли електронні екрани орієнтовані на сприйняття реклами з проїжджої частини, їх розміщення здійснюється за погодженням із Національною поліцією.

***6. ПОРЯДОК РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ***

**6.1. Подання документів.**

6.1.1. Для одержання (переоформлення, анулювання) дозволу на розміщення зовнішньої реклами суб'єкт господарювання (уповноважений ним орган або особа) подає у Центр надання адміністративних послуг виконавчого комітету Калуської міської ради заяву за формою, згідно з додатком 1 до Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.03.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» особисто або поштовим відправленням, до якої додаються у двох примірниках:

а) фотокартка або комп’ютерний макет місця (розміром не менш як 6 х 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу, з прив’язкою до місцевості;

б) ескіз рекламного засобу з його конструктивним рішенням;

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

6.1.2. За наявності документів, передбачених пунктом 6.1.1. цих Правил, відомості про заяву, у день отримання заяви, робочим органом вносяться до внутрішнього реєстру заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (журналу), який ведеться у довільній формі.

Робочий орган протягом двох робочих днів з дня реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу.

У разі прийняття рішення про відмову у видачі дозволу робочий орган надсилає заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням підстав, передбачених законом.

6.1.3. Строк видачі дозволу або надання письмового повідомлення про відмову у його видачі становить 10 робочих днів.

**6.2. Погодження дозволу.**

6.2.1 Видача дозволу погоджується робочим органом з управлінням земельних відносин Калуської міської ради, як уповноваженим органом у сфері регулювання земельних відносин, а також з:

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

Управлінням культури, національностей та релігії Івано-Франківської облдержаадміністрації - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам’ятках місцевого значення, а також в межах зон охорони цих пам’яток;

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

Укравтодором або власниками автомобільних доріг та уповноваженим підрозділом Національної поліції - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.

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

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

6.2.3. Для здійснення погодження робочий орган не пізніше дня, що настає за днем одержання документів від заявника, надсилає їх копії у паперовому або електронному (сканованому) вигляді органам, зазначеним в пункті 6.2.1. Термін розгляду зазначених документів становить 3 робочі дні.

6.2.4. За результатами дозвільної (погоджувальної) процедури органи, зазначені в п.6.2.1, розглядають та надають в триденний термін погодження, які у паперовому або електронному (сканованому) вигляді надсилаються робочому органу.

6.2.5. У разі ненадання органами, зазначеними в пункті 6.2.1. протягом встановленого строку погоджень вважається, що видачу дозволу погоджено.

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

**6.3. Прийняття рішення про надання дозволу виконавчим комітетом Калуської міської ради та відмова у його наданні.**

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

6.3.2. Виконавчий комітет Калуської міської ради протягом одного робочого дня з дати одержання зазначених пропозицій приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

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

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

6.3.5. 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).

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

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

Плата за надання Робочим органом послуг, пов’язаних із зміною місця розташування рекламного засобу, не справляється. Строк дії дозволу продовжується на час, необхідний для вирішення питання про надання рівноцінного місця. Після закінчення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами має пріоритетне право на розташування рекламного засобу на попередньому місці.

У разі повернення розповсюджувачем зовнішньої реклами спеціальної конструкції на попереднє місце, надане рівноцінне (нове) місце повертається власнику чи уповноваженій особі протягом 3-х днів з моменту встановлення рекламного засобу на попередньому місці.

**6.4. Переоформлення дозволу**

6.4.1. У разі набуття права власності на рекламний засіб іншою особою або передачі його в оренду дозвіл підлягає оформленню відповідно до п. 8 ст. 41 Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності».

6.4.2. Особа, яка набула право власності на рекламний засіб, протягом п’яти днів з дня виникнення права власності рекламним засобом звертається через Центр надання адміністративних послуг до робочого органу із заявою, до якої додається:

- документ, який засвідчує право власності на рекламний засіб;

- оригінал зареєстрованого дозволу;

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

6.4.3. Новий власник рекламного засобу не несе відповідальності за дії по заборгованості попереднього власника, якщо інше не встановлено договором, укладеним між ними.

**6.5. Анулювання дозволу.**

6.5.1. Дозвіл анулюється робочим органом до закінчення строку дії:

- за письмовою заявою розповсюджувача ЗР у довільній формі, до якої долучена фото фіксація проведеного ним демонтажу спеціальної конструкції. У такому випадку дозвіл анулюється на підставі рішення виконавчого комітету міської ради;

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

6.5.2. Анулювання дозволу фіксується в Журналі реєстрації дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

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

***7. ПЛАТА ЗА КОРИСТУВАННЯ МІСЦЯМИ***

7.1. Порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, встановлюється згідно з Методикою розрахунку плати за тимчасове користування місцем розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами (Додаток 2 до Правил), а місцями, що перебувають у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою).

7.2. Плата за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій (окрім вивісок) здійснюється на підставі відповідних договорів, які укладаються між розповсюджувачем зовнішньої реклами та КП «Міський інформаційний центр».

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

***8. КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ ЦЬОГО ПОРЯДКУ (ПРАВИЛ)***

***ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ЙОГО ПОРУШЕННЯ***

8.1. Відповідальність за технічний стан та зовнішній вигляд рекламних засобів, порушення вимог техніки безпеки під час розташування (монтажу), експлуатації та демонтажу рекламних засобів несе розповсюджувач зовнішньої реклами згідно із законодавством. Розповсюджувач зовнішньої реклами повинен за свій рахунок усувати всі дефекти, що виникають в процесі експлуатації спеціальних конструкцій.

8.2. Контроль за дотриманням цих Правил здійснюють робочий орган Калуської міської ради та інші органи згідно з актами законодавства у межах своєї компетенції.

На підставі розпорядження міського голови, з метою виявлення порушень Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади (з додатками), створюється комісія для проведення інвентаризації спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади, яка не рідше одного разу на рік здійснює інвентаризацію рекламних конструкцій та перевірку їх на відповідність вимогам цього порядку. За результатами інвентаризації на затвердження виконавчого комітету Калуської міської ради подається перелік спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, які встановлені з порушенням Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади та підлягають демонтажу відповідно до Порядку демонтажу, обліку та зберігання спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на місцях, які перебувають у комунальній власності (додаток №4 до Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади).

Робочий орган готує проект рішення виконавчого комітету Калуської міської ради про демонтаж спеціальних конструкцій, що розміщені з порушенням порядку розміщення рекламних засобів на території Калуської міської територіальної громади.

8.3. У разі виявлення фактів встановлення спеціальних конструкцій на території Калуської міської ради без дозвільних документів, КП «Міський інформаційний центр» або інші органи, в дводенний термін повідомляють Робочий орган про виявлені ними факти.

8.4. У разі виявлення фактів порушення порядку розповсюдження та розміщення зовнішньої реклами Робочий орган Калуської міської ради звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у визначений строк.

У разі невиконання цієї вимоги Робочий орган подає інформацію до Івано-Франківського обласного управління з питань захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, і готує проект рішення виконавчого комітету Калуської міської ради щодо здійснення демонтажу спеціальних конструкцій, що розміщені з порушенням порядку розміщення рекламних засобів на території Калуської міської територіальної громади.

8.5. Відповідальність за порушення Закону України «Про рекламу», в тому числі недотримання вимог до змісту та достовірності реклами, несуть особи, зазначені в частині другій статті 27 зазначеного Закону.

***9. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ***

9.1. Питання, що не врегульовані цими Правилами, вирішуються згідно з чинним законодавством України, а також відповідно до рішень Калуської міської ради та її виконавчих органів.

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

Додаток 1

до Правил розміщення

зовнішньої реклами на території Калуської МТГ

**ПОРЯДОК**

надання в тимчасове користування місць,

які перебувають у комунальній власності,

для розташування спеціальних конструкцій

1. Місця розташування спеціальних конструкцій, які перебувають у комунальній власності і не передані у повне господарське відання, оперативне управління, користування (оренду) іншим комунальним підприємствам, установам, організаціям, окрім місць, на яких розповсюджувачі зовнішньої реклами розміщують вивіски (надалі - місця розташування спеціальних конструкцій), надаються розповсюджувачам зовнішньої реклами в користування на підставі дозволу, виданого Робочим органом, та договору про надання в тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій, що укладається між комунальним підприємством «Міський інформаційний центр» (надалі за текстом – КП «МІЦ») та розповсюджувачем зовнішньої реклами**.**

Місця розташування спеціальних конструкцій, на яких розповсюджувачі зовнішньої реклами розміщують вивіски, використовуються без укладення зазначеного договору.

Можливість розташування спеціальної конструкції у конкретному місці визначається органами зазначеними в п.6.2.1 Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради.

2. «Міський інформаційний центр» - комунальне підприємство, уповноважене Калуською міською радою на здійснення функцій, наданих Правилами розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади та Статутом підприємства, відповідно до законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами у місті Калуші.

До повноважень КП «МІЦ» належить:

- укладання договорів про надання в тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій.

- здійснення контролю за своєчасним надходженням платні за укладеними договорами;

- ведення бази даних рекламних конструкцій, згідно з укладеними договорами про надання в тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності;

- організація розміщення сюжетів соціального спрямування на території Калуської міської територіальної громади;

- можливість встановлення спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами та надання суб’єктам господарювання і фізичним особам площин для розміщення зовнішньої реклами;

- організація та здійснення демонтажу рекламних засобів самостійно або із залученням сторонніх організацій згідно з Порядком демонтажу, обліку та зберігання спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на місцях, які перебувають у комунальній власності (Додаток №4 до Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади);

- направлення розповсюджувачам зовнішньої реклами повідомлень відповідно до Порядку демонтажу, обліку та зберігання спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на місцях, які перебувають у комунальній власності (Додаток №4 до Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади).

3. Для укладення договору про надання в тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій розповсюджувач зовнішньої реклами подає до КП «МІЦ»:

а) копію виписки з Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб-підприємців;

б) копію дозволу на розташування об’єкта зовнішньої реклами, виданого на підставі рішення виконавчого комітету Калуської міської ради.

4. У випадку виявлення використання розповсюджувачами зовнішньої реклами місць, передбачених п.1 цього Порядку без отримання дозволу, КП «МІЦ» повинен в дводенний термін поінформувати Робочий орган про такий факт.

5. Місця розташування спеціальних конструкцій, які перебувають у повному господарському віданні, оперативному управлінні, користуванні (оренді) інших комунальних підприємств, установ, організацій (надалі — балансоутримувачі), надаються в користування на підставі договору про надання в тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій, що укладається КП «МІЦ» з розповсюджувачем зовнішньої реклами за згодою балансоутримувача, що підтверджується його погодженням у погоджувальній частині дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

Відносини між балансоутримувачем та КП «МІЦ» регулюються відповідним договором.

6. У випадку наявності змонтованої для розміщення зовнішньої реклами спеціальної конструкції, яка знаходиться на балансі КП «МІЦ», між розповсюджувачем зовнішньої реклами та КП «МІЦ» укладається договір на розміщення зовнішньої реклами.

Додаток 2

до Правил розміщення

зовнішньої реклами на території

Калуської МТГ

**МЕТОДИКА**

розрахунку плати за тимчасове користування

місцем розташування спеціальних конструкцій

для розміщення зовнішньої реклами

1. Методика розроблена з метою створення єдиного організаційно-економічного механізму щодо оплати за тимчасове користування місцем, яке перебуває в комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади.

2. Методика встановлює порядок визначення місячної плати за тимчасове користування місцем розташування спеціальних рекламних конструкцій (РК) для розміщення зовнішньої реклами. Базова ставка для визначення плати за користування місцями розташування РК, що перебувають у комунальній власності, становить від 1-го до 4-х неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (17,00 грн.) за 1м2 площі, залежно від виду РК і місця її розташування.

3. Розмір плати за тимчасове користування місцем розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами визначається при укладанні договору між КП «МІЦ» та розповсюджувачем зовнішньої реклами і складається з базової ставки, помноженої на площу горизонтальної (для наземних і дахових рекламних засобів) або вертикальної (для неназмних і недахових РЗ) проекції конструкції та корегуючих коефіцієнтів, на які послідовно перемножується базова ставка. Податок на додану вартість обчислюється додатково відповідно до вимог чинного законодавства.

4. Формула визначення щомісячної плати за користування місцями має такий вигляд:

П(міс.) = Бс х Sг (Sв) х Кк,

де П(міс.) – розмір місячної плати;

Бс – базова ставка;

Sг – площа горизонтальної проекції РЗ;

Sв – площа вертикальної проекції РЗ на уявну паралельну їй площину;

Кк – корегуючі коефіцієнти.

5. Мінімальною шириною горизонтальної проекції спеціальної конструкції для розташування зовнішньої реклами визначається 0,5 м.

6. Плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами перераховується розповсюджувачем зовнішньої реклами за кожен місяць окремо на розрахунковий рахунок КП «МІЦ» і розподіляється таким чином:

- 30 відсотків перераховується до місцевого бюджету;

-70 відсотків залишається у розпорядженні КП «МІЦ» та використовується ним для виконання статутних завдань.

7. Розповсюджувач зовнішньої реклами, який отримав дозвіл на розміщення об'єкта зовнішньої реклами, не звільняється від плати за тимчасове користування місцем розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами при відсутності об’єкта зовнішньої реклами.

8. За тимчасове користування місцем розташування спеціальних рекламних конструкцій, що розміщуються терміном до одного місяця, розрахунок плати здійснюється шляхом корегування розміру місячної плати відповідно до кількості днів розташування РК.

9. За тимчасове користування місцями, на яких розташовані вивіски, плата не встановлюється та не стягується.

10. КП «МІЦ» плату за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, при розташуванні рекламних конструкцій, що перебувають на балансі чи в користуванні КП «МІЦ», перераховує до загального фонду місцевого бюджету.

Кількість, тип спеціальних конструкцій, місця розташування, площа, яка надається у тимчасове користування, і розмір плати визначаються у договорі про надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій, укладеному між КП «МІЦ» та Калуською міською територіальною громадою.

11. Корегуючі коефіцієнти відносно зони розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами на території Калуської МТГ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Район розташування | Коефіцієнт |
| 1. | **Зона 1**  Територія міста Калуша:   * площі: Привокзальна, Героїв; * майдан Шептицького; * проспет ЛесіУкраїнки; * бульвар Незалежності; * вулиці (по обидва боки): С.Бандери, Винниченка, Грушевського, Дзвонарська, Івано-Франківська, Євшана, Підвальна, Пушкіна, Б.Хмельницького, В.Чорновола, Шевченка, Ринкова, Василя Стуса, Січових Стрільців, Сівецька, Європейська, Тихого, Каракая, Ковжуна, Козоріса, Львівська, Долинська, Олени Пчілки, Хіміків, Пекарська, Височанка, Помаранчевої революції. | 2,0 |
| 2. | **Зона 2**  Територія міста Калуша за межами Зони 1. | 1,0 |
| 3. | **Зона 3**  Територія Калуської МТГ.  Вздовж автошляхунаціонального значення **Н-10**  [Стрий](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B9)-[Мамалига](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B0_(%D0%BF%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%82_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8E)) по обидва боки (села Голинь, Пійло, Вістова, Боднарів). | 2,0 |
| 4. | **Зона 4**  Територія сіл Калуської ОТГ за межами Зони 3. | 1,5 |

**Базові ставки відносно типу РК і місця розташування**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Тип рекламної конструкції** | **Базовий тариф**  **(грн/м2)** |
| 1 | Щитові установки (окремо встановлені) типу «біг-борд» | **34,00** |
| 1.1. | Односторонні на один щит | **34,00** |
| 1.2. | Односторонні на два щити: | **34,00** |
| *розташовані в один ярус* | **34,00** |
| *розташовані в два яруси (один над другим)* | **34,00** |
| 1.3. | Двосторонні, розташовані в один ярус: | **34,00** |
| *- паралельне розміщення щитів* | **34,00** |
| *- кутове розміщення щитів* | **34,00** |
| 1.4. | Двосторонні, розташовані в два яруси | **51,00** |
| 1.5. | З трьома щитами (трикутник у плані) | **34,00** |
| 1.6. | Інформаційний щит | **34,00** |
| 2. | Настінні щити та панно |  |
| 2.1. | Щит типу «бігборд», банери, | **17,00** |
| 2.2. | Інформаційне поле, нанесене безпосередньо на стіну | **17,00** |
| 3. | Об’ємно-просторові конструкції |  |
| 3.1. | Сіті-лайт (сіті-формат) | **51,00** |
| 3.2. | Нестандартні | **17,00** |
| 4. | Лайтпостери на зупинках громадського транспорту, павільйонах | **34,00** |
| 5. | Динамічна реклама (з поворотними елементами) | **34,00** |
| 6. | Кронштейни на фасадах будинків, окремо встановлених опорах | **17,00** |
| 7. | Прапорові композиції | **17,00** |
| **Інші засоби реклами** | |  |
| 1. | Дахові установки |  |
| 1.1. | Світлові | **68,00** |
| 1.2. | Несвітлові | **68,00** |
| 2. | Відеопанель (відеоборд), телевізійний екран | **68,00** |

Додаток 3

до Правил розміщення

зовнішньої реклами на території

Калуської МТГ

**ПОРЯДОК**

демонтажу, обліку та зберігання спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на місцях, які перебувають у комунальній власності

1. **ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ**

1.1. Цей Порядок демонтажу, обліку та зберігання спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на місцях, які перебувають у комунальній власності (надалі – Порядок демонтажу), розроблено з метою вжиття заходів щодо забезпечення та стимулювання виконання розповсюджувачами зовнішньої реклами вимог актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради, зобов’язань за договорами про надання в користування місць, які перебувають в комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій, а також встановлення єдиного підходу у вирішенні питань щодо захисту прав Калуської міської територіальної громади.

1.2. Демонтаж спеціальних конструкцій, розміщених з порушенням Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади, а також в інших випадках, передбачених цим Порядком, здійснюється КП «Міський інформаційний центр» (надалі - КП «МІЦ») за сприяння у виконанні покладених на КП «МІЦ» обов’язків, із надання спеціальних засобів (техніки) зі сторони управління житлового господарства Калуської міської ради та інших комунальних підприємств Калуської міської ради.

1. **ДЕМОНТАЖ СПЕЦІАЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ**

2.1. Під демонтажем у цьому Порядку необхідно розуміти комплекс заходів, які передбачають відокремлення спеціальної конструкції від місця її розташування або її основи та транспортування у визначене місце для подальшого зберігання. При цьому, демонтаж та наступне зберігання спеціальної конструкції не передбачає переходу права власності на спеціальну конструкцію до територіальної громади міста Калуша та КП «МІЦ».

Демонтаж спеціальної конструкції є засобом протидії порушенням прав територіальної громади міста Калуша щодо надання місць у користування, усунення порушень Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади або договірних зобов’язань розповсюджувачами зовнішньої реклами за договорами про надання у користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій, а також засобом усунення інших випадків, передбачених чинним законодавством.

2.2. В цьому Порядку терміни «спеціальні конструкції», «місце розташування рекламного засобу» (спеціальної конструкції) необхідно розуміти у значенні, передбаченому Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 (зі змінами і доповненнями).

2.3. Спеціальні конструкції підлягають демонтажу у випадках:

а) передбачених договором про надання у користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій;

б) коли спеціальна конструкція розміщена на місці без дозволу на розміщення зовнішньої реклами (самозахист цивільних прав територіальної громади міста Калуша);

в) коли технічний стан спеціальної конструкції, розміщеної на місці, створює загрозу життю або здоров’ю людей та/або заподіяння шкоди (майнової чи немайнової) третім особам;

г) неможливості встановити власника (законного користувача) рекламного засобу, в тому числі у випадках відсутності маркування на рекламному засобі, а також при виявленні безхазяйних рекламних засобів;

д) невідповідності технічних характеристик рекламних засобів та місця його встановлення виданому дозволу на розміщення зовнішньої реклами;

е) наявності рішення виконавчого комітету Калуської міської ради щодо демонтажу спеціальної конструкції.

2.4. Демонтаж спеціальних конструкцій здійснюється:

а) за наказами директора КП «МІЦ» у випадку, передбаченому підпунктом а) пункту 2.3. цього Порядку;

б) на підставі рішення виконавчого комітету Калуської міської ради у випадку, передбаченому підпунктом б), г), д), е) пункту 2.3. цього Порядку;

в) на підставі Акта про візуальний огляд стану спеціальної конструкції, коли технічний стан спеціальної конструкції створює загрозу життю або здоров’ю людей та/або заподіяння шкоди (майнової чи немайнової) третім особам (Додаток №2 до Порядку демонтажу) - у випадку, передбаченому підпунктом в) пункту 2.3. цього Порядку.

У випадках демонтажу спеціальних конструкцій на підставі рішення виконавчого комітету Калуської міської ради, підготовка проекту рішення виконкому здійснюється Робочим органом на підставі інвентаризації спеціальних конструкцій на території Калуської міської ради або у випадку, передбаченому підпунктом б), г), д) пункту 2.3. цього Порядку.

2.5. Демонтаж спеціальних конструкцій здійснюється КП «МІЦ» після направлення розповсюджувачу зовнішньої реклами повідомлення (Додаток №1 до Порядку демонтажу) з вимогою:

а) про належне виконання договірних зобов’язань;

б) про приведення у відповідність до Правил розміщення зовнішньої на території Калуської міської ради.

2.6. КП «МІЦ» направляє зазначені повідомлення розповсюджувачам зовнішньої реклами у письмовій формі поштою або вручає уповноваженим представникам розповсюджувачів зовнішньої реклами особисто, реєструє у відповідному журналі та вносить до інформаційного банку даних.

Демонтаж спеціальної конструкції здійснюється КП «МІЦ» без направлення повідомлення розповсюджувачу зовнішньої реклами, якщо власник спеціальної конструкції або його адреса невідомі.

2.7. Демонтаж спеціальних конструкцій, у випадках передбачених підпунктом а) пункту 2.3. цього Порядку, не здійснюється, якщо власник або законний користувач спеціальної конструкції повністю виконав вимоги повідомлення КП «МІЦ», згідно з наказом директора КП «МІЦ», протягом одного місяця.

2.8. Контроль за виконанням розповсюджувачами зовнішньої реклами вимог повідомлень, а також своєчасним виконанням зобов’язань за договорами здійснюється КП «МІЦ» самостійно.

2.9. У разі необхідності під час проведення демонтажу можуть бути присутні власник рекламного засобу, представник Робочого органу, представники державних органів, органів місцевого самоврядування, міських служб та інші представники організацій (міського відділу поліції, КП «Міськсвітло», РЕМ, спеціально уповноваженого територіального органу у сфері захисту прав споживачів тощо).

2.10. За три дні до проведення демонтажу директор КП «МІЦ» звертається з листом на ім’я

- начальника УЖКГ щодо забезпечення механізмами і робітниками, необхідними для здійснення демонтажу;

- начальників Національної поліції, міської варти щодо забезпечення порядку при проведенні демонтажу (за згодою).

2.11. Після проведення демонтажу організація, підприємство, що проводили демонтаж, складає калькуляцію витрат, пов’язаних з демонтажем рекламних засобів, і виставляє рахунок до оплати КП «МІЦ».

Власник спеціальної конструкції (розповсюджувач зовнішньої реклами) зобов’язаний компенсувати витрати, пов’язані з організацією, демонтажем та зберіганням рекламних засобів, організованих КП «МІЦ».

2.12. Про проведений демонтаж спеціальної конструкції складається та підписується КП «МІЦ» та іншими особами, що були присутні при його проведенні, Акт проведення демонтажу спеціальних конструкцій (Додаток №3 до Порядку демонтажу).

2.13. Якщо демонтаж проводився без присутності власника або іншого законного користувача спеціальної конструкції, КП «МІЦ» у десятиденний термін надсилає розповсюджувачеві зовнішньої реклами другий примірник Акта проведення демонтажу спеціальної конструкції (якщо його адреса відома), а якщо його адреса невідома, повідомляє про проведений демонтаж та місцезнаходження спеціальної конструкції відділ поліції.

2.14. Акт проведення демонтажу спеціальної конструкції складається у 2-х примірниках, один з яких залишається у КП «МІЦ», другий передається власнику або іншому законному користувачу демонтованої спеціальної конструкції одразу після складання такого Акта, а у разі відсутності такої можливості направляється поштою (за наявності адреси). У разі відмови власника або іншого законного користувача підписати Акт проведення демонтажу спеціальної конструкції у ньому робиться відповідна відмітка.

2.15. У випадку, передбаченому підпунктом в) п. 2.3. цього Порядку, демонтаж здійснюється без прийняття рішення виконавчим комітетом Калуської міської ради та направлення повідомлення розповсюджувачу зовнішньої реклами.

При демонтажі складаються:

а) Акт про візуальний огляд стану спеціальної конструкції (у 3-х примірниках);

б) Акт проведення демонтажу спеціальної конструкції (у 3-х примірниках).

Фіксація технічного стану спеціальної конструкції може здійснюватися за допомогою фото- та відеознімальних приладів. Фотознімки технічного стану додаються до Акта про візуальний огляд стану спеціальної конструкції.

Акт про візуальний огляд стану спеціальної конструкції складається Робочим органом у присутності представників КП «МІЦ», відділу інспекції державного архітектурно-будівельного контролю м. Калуша та інших уповноважених осіб. Акт про візуальний огляд стану спеціальної конструкції підписується всіма присутніми особами.

У випадку демонтажу спеціальної конструкції у порядку, передбаченому цим пунктом, Робочий орган в 10-денний термін:

- повідомляє про проведений демонтаж та місцезнаходження спеціальної конструкції відділ поліції у місті Калуші, якщо демонтаж проводився без присутності власника або іншого законного користувача спеціальної конструкції;

- надсилає власнику рекламної конструкції, якщо можна встановити власника рекламної конструкції, Акт проведення демонтажу спеціальної конструкції, у випадку коли демонтаж проводився без присутності власника або іншого законного користувача спеціальної конструкції та/або у разі його відмови від підписання Акта.

2.16. Власник або інший законний користувач спеціальних конструкцій має право на повернення демонтованих спеціальних конструкцій після звернення до КП «МІЦ» на підставі таких документів:

а) заяви на ім’я директора КП «МІЦ» про повернення демонтованих спеціальних конструкцій;

б) документа, що підтверджує право власності (інше майнове право) на конкретну демонтовану спеціальну конструкцію (договори, що підтверджують придбання власником (законним користувачем) саме демонтованої спеціальної конструкції, акти прийому-передачі до них із зазначенням усіх технічних характеристик рекламної конструкції тощо);

в) документа, що підтверджує оплату вимушених витрат КП «МІЦ», пов’язаних з демонтажем спеціальних конструкцій та їх зберіганням;

г) документа, що підтверджує право уповноваженої особи на одержання демонтованих спеціальних конструкцій (доручення, наказ про призначення тощо);

д) документа, що підтверджує оплату адміністративного стягнення за порушення правил благоустрою території міста Калуша.

1. **ОБЛІК ТА ЗБЕРІГАННЯ ДЕМОНТОВАНИХ СПЕЦІАЛЬНИХ КОНСТРУКЦІЙ**

3.1. Облік демонтованих спеціальних конструкцій здійснюється КП «МІЦ» відповідно до чинного законодавства України.

3.2. Демонтовані спеціальні конструкції можуть бути передані на тимчасове зберігання відповідній організації на підставі Договору та Акта прийому-передачі із зазначенням переліку спеціальних конструкцій, їх стану та характеристик.

Зберігання демонтованих рекламних засобів здійснюється протягом 3 місяців. У випадках розгляду судових справ, пов’язаних з демонтажем рекламних засобів зберігання здійснюється на весь строк розгляду судової справи до прийняття рішення, що набрало законної сили.

3.3. Організація, яка прийняла на зберігання демонтовані спеціальні конструкції, несе відповідальність за їх збереження з моменту підписання Акта прийому-передачі.

3.4. Витрати, пов’язані з утриманням демонтованих спеціальних конструкцій, несе зберігач.

3.5. Демонтовані спеціальні конструкції зберігаються у спеціально відведених для цього місцях (сховищах, складах тощо).

3.6. Демонтовані рекламні засоби, за якими не звернулися власники після встановленого строку зберігання, підлягають утилізації. Кошти, що вилучені за утилізацію демонтованих рекламних засобів, спрямовуються на розрахунковий рахунок КП «МІЦ» для покриття витрат, пов'язаних з демонтажем, їх транспортуванням та подальшим зберіганням.

Додаток 1

до Порядку демонтажу,

обліку та зберігання спеціальних

конструкцій на місцях, які

перебувають у комунальній власності

**ПОВІДОМЛЕННЯ №\_\_\_\_\_**

**про усунення порушень порядку розміщення зовнішньої**

**реклами на території Калуської міської територіальної громади**

м. Калуш «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

.

Видано розповсюджувачу зовнішньої реклами \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(повне найменування юридичної особи або П.І.Б. фізичної особи)*

Місцезнаходження (місце проживання):\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

На спеціальні конструкції:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Адреса розташування спеціальної конструкції:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(якщо перелік великий – згідно з додатком до припису)*

У результаті перевірки дотримання Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Калуської МТГ встановлено такі порушення: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(вказати конкретні порушення з посиланням на відповідні документи, що регламентують порядок розміщення зовнішньої реклами на території Калуської ОТГ)*

Пропоную у \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ термін усунути зазначені у цьому повідомленні порушення шляхом:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(вказати конкретні заходи, що необхідно здійснити для усунення виявлених порушень)*

Про усунення порушень письмово інформуйте КП «Міський інформаційний центр» у 3-денний термін.

У випадку невиконання цього повідомлення у зазначений термін спеціальні конструкції будуть демонтовані КП «Міський інформаційний центр» з покладанням на вас (вашу організацію) витрат, пов‘язаних з демонтажем спеціальних конструкцій та їх зберіганням.

Директор КП «Міський інформаційний центр»

Повідомлення одержав\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Додаток 2

до Порядку демонтажу,

обліку та зберігання спеціальних

конструкцій на місцях, які перебувають

у комунальній власності

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Голова Робочого органу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р.

**Акт про візуальний огляд стану**

**спеціальної конструкції**

м. Калуш «\_\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

Ми, що підписалися нижче:

- представник Робочого органу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(П.І.Б., посада)

- представник КП «МІЦ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(П.І.Б., посада)*

- власник спеціальної конструкції (уповноважений представник) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(П.І.Б., посада)

- представник інспекції з благоустрою м. Калуша \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(П.І.Б., посада)*

- представники інших організацій: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

склали цей Акт про те, що вищевказані представники здійснили огляд спеціальної конструкції, яка розташована за адресою:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

згідно з рішенням міськвиконкому № \_\_\_\_\_\_від\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальна конструкція знаходиться у стані \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(належному або іншому)*

Претензії та зауваження з боку власника конструкції (якщо він присутній під час складання Акта)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Зауваження з боку представників інших організацій \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Висновок:**

стан спеціальної конструкції не відповідає:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Цей акт складено в трьох примірниках, що мають однакову юридичну силу:

1 – надається (вручається) Робочому органу;

2 – надсилається (вручається) КП «МІЦ»;

3 - надсилається (вручається) власнику спеціальної конструкції.

**Підписи:**

Від Робочого органу

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Від КП «МІЦ”»

Від власника спеціальної конструкції \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Від інспекції з благоустрою м. Калуша

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Від інших організацій \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Додаток 4

до Правил розміщення

зовнішньої реклами на території

Калуської МТГ

**ДОЗВІЛ  
на розміщення зовнішньої реклами**

Виданий \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р. на підставі рішення \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
 (дата видачі)  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
(виконавчий орган сільської, селищної, міської ради, дата і номер рішення)  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
(для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, для фізичної  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
особи - прізвище, ім'я та по батькові)  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
(місцезнаходження (місце проживання), номер телефону (телефаксу), банківські реквізити,  
ідентифікаційний код (номер)

Адреса місця розташування рекламного засобу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Характеристика (в тому числі технічна) рекламного засобу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
(вид, розміри, площа місця розташування рекламного засобу)

Фотокартка або комп'ютерний макет місця з фрагментом 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 | | \_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М. П.     (підпис)       (ініціали та прізвище) | |
| 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 5

до Правил розміщення

зовнішньої реклами на території

Калуської МТГ

|  |
| --- |
| Керівнику робочого органу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (виконавчий орган сільської, селищної, міської ради) |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**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 – місце знаходження, 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.

**Аналіз**

**регуляторного впливу**

**до проекту рішення виконавчого комітету міської ради**

**«Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади»**

Аналіз регуляторного впливу проекту рішення міської ради **«Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади»** 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» та з урахуванням Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 року № 308 (зі змінами затвердженими, постановою Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1151).

**І.Визначення проблеми.**

**Проблема, яку пропонується розв'язати**

Необхідність прийняття рішення виконавчого комітету міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади»виникла з необхідністю комплексного рішення багатьох проблем, пов'язаних з завершенням процесу децентралізації (змінами у територіальному устрої), поліпшенням та подальшим оновленням рекламних конструкцій, що призведе до покращення зовнішнього вигляду території Калуської міської територіальної громади, створить сучасний правовий простір, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цього сектору ринку на території Калуської міської територіальної громади.

Прийняття даного регуляторного акту дасть можливість врегулювати порядок реалізації прав суб’єктів господарювання на розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Калуської міської територіальної громади метою здійснення підприємницької діяльності, не забороненої законом.

Суть проблеми полягає в необхідності приведення діючих **Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради** у відповідність до чинного законодавства України.

**Причин виникнення проблеми**

Станом на сьогоднішній день на території на території Калуської міської ради існують визначені та затверджені у встановленому порядку Правила, які регламентують процедуру видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради.

Відповідно до Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів, що приводить до необхідності приведення Правил у відповідність чинному законодавству України.

Статтею 16 Закону України «Про рекламу» передбачається, що розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів проводиться на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями, в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. Постановою Кабінету Міністрів України від 05.12.2012 № 1135 (зі змінами) «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів» передбачено, що видача дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів здійснюється обласними державними адміністраціями.

Оскільки, неврегульованість питання призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу чинного Порядку розміщення зовнішньої реклами у на території Калуської міської ради, обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій. Таким чином, зазначена проблема потребує усунення шляхом прийняття нового порядку розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади, які будуть базовим документом та створять сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери на території Калуської МТГ.

**Важливість проблеми:**

Прийняття рішення, яке досконально регламентуватиме порядок розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, слугуватиме фундаментальним підходом для:

- нарахування та отримання плати за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності Калуської міської територіальної громади, для розміщення рекламних засобів;

- прийняття рішень про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами;

- посилення відповідальності розповсюджувачів реклами за порушення встановлених правил.

- збільшиться наповнюваність міського бюджету, частиною якого є надходження від сплати розповсюджувачами зовнішньої реклами коштів за користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, що дасть можливість реалізації соціально-економічних програм.

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

Проблема, яку необхідно вирішити шляхом прийняття цього рішення, полягає у збалансуванні інтересів, прав та обов’язків таких сторін:

* органу місцевого самоврядування;
* суб’єкту господарювання;
* споживачів послуг

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

**Дана проблема, яку пропонується врегулювати в результаті прийняття регуляторного акта, є важливою і не може бути розв’язана за допомогою ринкових механізмів**, тому що тільки органи місцевого самоврядування мають повноваження щодо визначення порядку розміщення зовнішньої реклами.

**Визначена проблема не може бути розв’язана за допомогою діючих регуляторних актів**, тому що правилами розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради передбачено розміщення рекламних конструкцій у м Калуші а це призведе до неврегульованості питання розміщення рекламних засобів на території сіл, які увійшли до складу Калуської міської територіальної громади. Неврегульованість вказаного питання призведе до втрати наповнюваності міського бюджету

Враховуючи вищевикладене, Калуською міською радою розробляється проект рішення «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади» та оприлюднюється на сайті Калуської міської ради.

**ІІ. Цілі державного регулювання.**

* виконання вимог постанови Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами»;
* реалізація повноважень органів місцевого самоврядування;
* скасування діючого рішення і прийняття нового для забезпечення надходжень до міського бюджету (**орієнтовно 450.000 гривень в рік**) внаслідок удосконалення, спрощення та оптимізація порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами,
* створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами,
* ефективне використанням простору громади та об’єктів комунальної власності для розміщення зовнішньої реклами.

**ІІІ. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей.**

1. Визначення альтернативних способів.

Для досягнення встановлених цілей розглянуто наступні альтернативи:

|  |  |
| --- | --- |
| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
| Прийняття запропонованого проекту регуляторного акта  **(далі – Альтернатива 1)** | Застосування даної альтернативи ґрунтується на загальнообов’язковості прийняття рішення виконавчого комітету Калуської міської ради «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади» для виконання на території громади, що передбачено Законом України «Про рекламу», постановою Кабінетів Міністрів України «Типові Правила розміщення зовнішньої реклами». |
| Залишення існуючої ситуації без змін  (**далі - Альтернатива 2**) | Є недоцільним з огляду на відсутність порядку розміщення рекламних конструкцій та методики розрахунку плат за користування місця для розміщення рекламних конструкцій на території сіл, які ввійшли до Калуської міської ради. |

2. **Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей.**

**Оцінка впливу на сферу інтересів Калуської міської територіальної громади**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 на території Калуської міської ради;  - чітке визначення повноважень виконавчих органів і комунальних закладів міської ради щодо діяльності пов’язаної з розміщенням зовнішньої реклами;  - ефективне використання об’єктів комунальної власності для розміщення зовнішньої реклами.  Плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами перераховується розповсюджувачем зовнішньої реклами за кожен місяць окремо на розрахунковий рахунок комунального підприємства «Міський інформаційний центр» і  розподіляється таким чином:   -  30 відсотків перераховується до місцевого бюджету;  - 70 відсотків залишається у розпорядженні комунального підприємства «Міський інформаційний центр» та використовується ним для виконання статутних завдань» | **-** на оприлюднення регуляторного акту. |
| Альтернатива 2. | Відсутні | Відсутні |

**Оцінка впливу на сферу інтересів громадян**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| Альтернатива 1. | Врахування інтересів міської територіальної громади, створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, архітектурної привабливості міста | Відсутні |
| Альтернатива 2. | Відсутні | Відсутні |

**Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показник** | **Великі** | **середні** | | **Малі** | **Мікро** | **Разом** |
| Кількість суб’єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць\* | - | | - | 10 | 25 | 35 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | - | | - | 29 | 71 | 100 |

**Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| Альтернатива 1. | - Забезпечення прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради;  що в свою чергу надасть можливість забезпечення розвитку ринку зовнішньої реклами; | Сплата коштів суб’єктами господарювання за місце розташування рекламних засобів залишиться без змін. |
| 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** | - |
| **Альтернатива 2** | - |

**ІV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей**

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми). Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей).

4 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблеми більше існувати не буде);

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

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

1 - цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)** | **Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)** | **Коментарі щодо присвоєння відповідного бала** |
| Альтернатива  1 | 4 | Встановлення чіткої та прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади |
| Альтернатива 2 | 1 | Відсутність порядку, що буде регулювати відносини, які виникають у зв’язку з розміщенням зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності** | **Вигоди (підсумок)** | **Витрати (підсумок)** | **Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу** |
| Альтернатива  1 | Прийняття запропо-нованого регуляторного акта - удосконалення механізму та процедури отримання дозвільних документів на розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади | - | Цілі прийняття регуляторного акта будуть досягнуті в повному обсязі |
| Альтернатива 2 | відсутні | відсутні | Цілі не будуть досягнуті |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг** | **Аргументи щодо переваги обраної альтернативи \ причини відмови від альтернативи** | **Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта** |
| Альтернатива  1 | Запровадження чіткого порядку отримання дозвільних документів у сфері розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади; підстави для відмови у їх видачі.  Урегульованість всіх процедур у сфері розміщення зовнішньої реклами.  Впровадження Порядку плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів. | Зміни в чинному законодавстві України |
| Альтернатива 2 | Переваги обраної альтернативи відсутні, оскільки відсутні позитивні зміни у випадку реалізації даної ініціативи | Відсутність єдиного нормативного акту в законодавстві України |

Перевагою впровадження регуляторного акта є врегулювання відносин між суб’єктами господарювання та органом місцевого самоврядування.

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

 Реалізація запропонованого регуляторного акту буде здійснюватися шляхом запровадження прозорих процедур отримання, погодження дозвільних документів у сфері розміщення зовнішньої реклами, їх анулювання та внесення змін до них, а також уніфікованого порядку нарахування відповідної плати.

Запропонований механізм дії даного проекту регуляторного акта відповідає принципам державної регуляторної політики, а саме: доцільності, адекватності, ефективності, прозорості та передбачуваності.

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

Розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб’єктів малого підприємництва (М-Тест/тест малого підприємництва), наведено у додатку 2, розрахований згідно з додатком 4 до методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, оскільки суб’єктів малого підприємництва у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, більше 10 %.

**VІІ. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта**.

Для розв’язання проблеми та досягнення цілей державного регулювання підготовлено регуляторний акт, який умовно (оціночно) необмежений у терміні дії, так як Закон України «Про рекламу», Закон України «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 Калуської міської ради чи міського голови, будуть розроблятися проекти рішень, щодо внесення змін до регуляторного акта рішення виконавчого комітету міської ради «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради».

**VІІІ. Визначення показників результативності дії регуляторного акта**

Показники результативності дії регуляторного акта:

Відстеження результативності регуляторного акту здійснюється у встановленому законодавством порядку за кількісними показниками з використанням статистичного методу одержання результатів відстеження.

Кількісні показники результативності акту: кількість поданих заяв на розміщення зовнішньої реклами; кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами; кількість анульованих дозвільних документів у сфері розміщення зовнішньої реклами; розмір надходжень до бюджету Калуської міської територіальної громади, пов’язаних з дією акта - залежить від кількості виданих дозволів та укладених договорів на тимчасове користування місцями, що знаходяться у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів на території Калуської міської територіальної громади.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники результативності | Перший рік запровадження | За п’ять років |
|  |  |  |
| Сума надходжень за надання місць для розміщення рекламних конструкцій | 450.000 грн. | 2250.000 грн. |

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

Відносно цього регуляторного акту необхідно послідовно здійснювати базове, повторне та періодичне відстеження його результативності. Зокрема:

***Базове*** відстеження результативності регуляторного акту буде проведене через шість місяців після набрання чинності цим регуляторним актом, але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження результативності цього акту.

***Повторне*** відстеження результативності регуляторного акту буде здійснено через рік з дня набрання ним чинності, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом.

***Періодичне*** відстеження результативності - один раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акту.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних відповідно до розділу VIII аналізу регуляторного впливу.

Додаток 1

до аналізу регуляторного акту -

проекту рішення виконавчого

комітету міської ради «Про

затвердження Правил

розміщення зовнішньої реклами

на території Калуської міської ради

**ВИТРАТИ   
на одного суб’єкта господарювання великого і середнього підприємництва,**

**які виникають внаслідок дії регуляторного акта**

**по альтернативі 1**

приймаємо такі скорочені позначення: Альтернатива 1- А1; Альтернатива 2 – А2

розрахунок вартості 1 людино-години:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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, гривень | **-** | **-** |
| 2 | Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень | **-** | **-** |
| 3 | Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень | **-** | **-** |
| 4 | Витрати, пов'язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/приписів тощо), гривень | **-** | **-** |
| 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), гривень | **-** | **-** |
| 6 | Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень | **-** | **-** |
| 7 | Витрати, пов'язані із наймом додаткового персоналу, гривень | **-** | **-** |
| 8 | Інше, гривень  1. Подача документів:  0,5 год.(30 хв.) \*36,11 грн. = 18,06 грн. | 18,06 | 90,3 |
| 9 | РАЗОМ  (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8), гривень | 18,06 | 90,3 |
| 10 | Кількість суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць | **Кількість суб’єктів неможливо спрогнозувати** | |
| 11 | Сумарні витрати суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання)  (рядок 9 х рядок 10), гривень | **-** | **-** |

**ВИТРАТИ**  
**на одного суб’єкта господарювання великого і середнього підприємництва,**

**які виникають внаслідок дії регуляторного акта**

**по альтернативі 2**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *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, гривень | - | - |
| 2 | Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень | - | - |
| 3 | Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень | - | - |
| 4 | Витрати, пов'язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/приписів тощо), гривень | - | - |
| 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), гривень | - | - |
| 6 | Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень | - | - |
| 7 | Витрати, пов'язані із наймом додаткового персоналу, гривень | - | - |
| 8 | Інше (уточнити), гривень | - | - |
| 9 | РАЗОМ  (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8), гривень | - | - |
| 10 | Кількість суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць | Кількість суб’єктів неможливо спрогнозувати | |
| 11 | Сумарні витрати суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання)  (рядок 9 х рядок 10), гривень | - | - |

**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) | - | - |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид витрат | Витрати\* на ведення обліку, підготовку та подання звітності (за рік | Витрати 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) | - | - | - | - |

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) | - | - | - |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид витрат | Витрати на оплату праці додатково найманого персоналу (за рік) | Витрати за п’ять років |
| Витрати, пов’язані із наймом додаткового персоналу | - | - |

Додаток 2

до аналізу регуляторного акту -

проекту рішення виконавчого

комітету міської ради «Про

затвердження Правил

розміщення зовнішньої реклами

на території Калуської міської ради

**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 08 лютого по 13 лютого 2021 р.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Порядковий номер** | **Вид консультації (публічні консультації прямі (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прямі (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо)** | **Кількість учасників консультацій, осіб** | **Основні результати консультацій (опис)** |
| 1. | Телефонні розмови із розповсюджувачами зовнішньої реклами, наради, робочі зустрічі | 12 | Доведення до відома опитуваних, обґрунтування необхідності прийняття зазначеного проекту регуляторного акту та інформації про дотримання вимог чинного законодавства щодо порядку розміщення зовнішньої реклами |

1. **Вимірювання впливу регулювання на суб’єктів малого підприємництва (мікро- та малі):**

кількість суб’єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 35, у тому числі, малого підприємництва 10 та мікропідприємництва 25.

- питома вага суб’єктів малого підприємництва у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив, становить –100% (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання додатка 1 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | кількість суб’єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання  (одиниць) | у тому числі малого підприємництва  (одиниць) | у тому числі мікро-підприємництва  (одиниць) |
|  | 35 | 10 | 25 |

**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 мікропідприємництва  (%) |
| Питома вага у загальній кількості,відсотків | 100 | 29 | 71 |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Порядковий номер | Найменування оцінки | У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання) | Періодичні (за наступний рік) | Витрати за п’ять років) |
| Оцінка «прямих» витрат суб’єктів малого підприємництва на виконання регулювання | | | | |
| 1 | Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів) | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2 | Процедури повірки 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) |  |  |  |
| 5 | Інші процедури (уточнити) | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 6 | Разом, гривень | 0,0 | Х | 0,0 |
| 7 | Кількість суб’єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 35 | | |
| 8 | Сумарно, гривень | 35 х 0.0 = 0,0 грн. | | |
| Оцінка вартості адміністративних процедур суб’єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | | | | |
| Розрахунок вартості 1 людино-години:  Норма робочого часу на 2021 рік становить при40-годинному робочому тижні – 1994,0 години (Норми тривалості робочого часу на 2021 рік. Міністерство розвитку економіки,торгівлі та сільського господарства України лист від 12.08.2020 р. №3501-06/219).  Використовуємо для розрахунків мінімальний розмір заробітної плати. Середній мінімальний щомісячний розмір заробітної плати на 01.01.2021 рік становить:6000 грн. та 36.11 у погодинному розмірі (Закон України «Про Державний бюджет України на 2021 рік»). | | | | |
| 9 | Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання  *Витрати часу на отримання інформації про регулювання (рішення виконавчого комітету міської ради)* | | Оціночно:  0,25 години х 36,11 грн. =**9,03** грн. | |
| 10 | Процедури організації виконання вимог регулювання   |  |  | | --- | --- | | *витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб’єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання* |  | | | Оціночно:  0.25годиних36,11грн.х12= =**108,33** грн. | |
| 11 | Процедури офіційного звітування | | - | |
| 12 | Процедури щодо забезпечення процесу перевірок | | - | |
| 13 | Інші процедури (уточнити) | | - | |
| 14 | Разом, гривень | | (9,03+108,33)=**117,36** грн. | |
| 15 | Кількість суб’єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | | **35** | |
| 16 | Сумарно, гривень | | **117,36 х 35 = 4107,6 грн.** | |

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб’єктів малого підприємництва Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання Калуська міська рада.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Процедура регулювання суб’єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб’єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб’єктів малого та мікро-підприємництв)** | **Планові витрати часу на процедуру** | **Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)** | **Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб’єкта** | **Оцінка кількості  суб’єктів, що підпадають під дію процедури регулювання** | **Витрати на адміністрування регулювання\* (за рік), гривень** |
| 1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання | 1,5 год | 36,11 | 1 | 35 | 1895,76 |
| 2. Поточний контроль за суб’єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | - | - | - | - | - |
| камеральні | - | - | - | - | - |
| виїзні | - | - | - | - | - |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | - | - | - | - | - |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | - | - | - | - | - |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб’єктами господарювання | - | - | - | - | - |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання | 1 год | 36,11 | 1 | 35 | 1263,85 |
| Разом за рік | **2,5 год** | **36,11** | **2** | **35** | 6319,25 |
| Сумарно за п’ять років | **12,5 год** | **36,11** | **10** | **35** | **157981,25** |

1. **Розрахунок сумарних витрат суб’єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Порядковий номер* | *Показник* | *Перший рік регулювання (стартовий)* | *За п’ять років* |
| 1 | Оцінка “прямих” витрат суб’єктів малого підприємництва на виконання регулювання | 0  дані рядка 8 пункту 3 цього додатка) | 0 |
| 2 | Оцінка вартості адміністративних процедур для суб’єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | **4107,6 грн.**  (дані рядка 16 пункту 3 цього додатка) | **20538,0 грн.** |
| 3 | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання | **4107,6 грн.**  (сума рядків 1 та 2 цієї таблиці) | **20538,0 грн.** |
| 4 | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб’єктів малого підприємництва | **6319,25** | **157981,25** |
| 5 | Сумарні витрати на виконання **запланованого регулювання** | **10426.25** | **52134,25** |

**5. Розроблення корегуючих (пом’якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання** не здійснюється, адже рівень їх сумарних вират на виконання запланованого регулювання є відносно низьким.

**Начальник управління архітектури**

**та містобудування міської ради Роман Кузик**