

**Повідомлення про оприлюднення  
проекту регуляторного акта – рішення міської ради «Про затвердження Правил  
розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді в новій редакції»**

**1.Стислий зміст проекту**

Внаслідок набрання чинності постанови Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1173 „Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо відповідності основним вимогам до дозвільної системи у сфері господарської діяльності”, якою внесено зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 „Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами” виникла потреба привести у відповідність рішення міської ради 17.05.2012р. №10 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді в новій редакції», яким були затверджені «Правила розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді» (далі - Правила).

**2.Інформація про розробника проекту**

Проект рішення розроблено управлінням архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю Миргородської міської ради для проведення процедури оприлюднення та обговорення.

Адреса для пропозицій та зауважень до проекту регуляторного акту :  
37600, Полтавська область, м.Миргород, вул.Старосвітська, буд.22/5, к.3, тел.05355 – 52525 та на E-mail: [architech.mir.sema@meta.ua](mailto:architech.mir.sema@meta.ua).

**3.Інформація про спосіб оприлюднення проекту регуляторного акта.**

Проект рішення та аналіз регуляторного впливу будуть офіційно оприлюднені на веб-сайті: <http://myrgorod.pl.ua>.

**4.Інформація про строк прийняття зауважень до проекту**

Строк приймання пропозицій та зауважень до проекту регуляторного акту становить 1 місяць з моменту оприлюднення проекту та аналізу.

**5.Інформація про спосіб надання фізичними та юридичними особами зауважень та пропозицій**

Пропозиції та зауваження до проекту регуляторного акту просимо надавати в письмовій формі поштою за адресою:

37600 м. Миргород вул. Старосвітська, 22/5  
факс (05355) 5–25-25

та на електронну пошту: [architech.mir.sema@meta.ua](mailto:architech.mir.sema@meta.ua).

## **АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ** **проекту рішення міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої** **реклами у місті Миргороді в новій редакції»**

Цей аналіз регуляторного впливу (далі - Аналіз) розроблений на виконання та з дотриманням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 і визначає правові та організаційні засади реалізації проекту рішення Миргородської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді в новій редакції» як регуляторного акту.

### **1. Визначення проблеми.**

Внаслідок набрання чинності постанови Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1173 „Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо відповідності основним вимогам до дозвільної системи у сфері господарської діяльності”, якою внесено зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 „Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами” виникла потреба привести у відповідність рішення міської ради 17.05.2012р. №10 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді в новій редакції», яким були затверджені «Правила розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді» (далі - Правила).

Водночас у сфері реклами діють такі нормативно-правові акти:

- Закон України «Про рекламу»;
- Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні»;
- Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»;
- Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.03. № 2067.

Невідповідність та нерегульованість на місцевому рівні може призвести до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створення невизначених ситуацій щодо правового статусу чинних Правил. Суб'єктами, на яких проблема справляє негативний вплив, є розповсюджувачі реклами та виконавчі органи міської ради, які застосовують норми чинного законодавства з питань зовнішньої реклами. Прийняття рішення з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами створить ще більш прозору систему у наданні (або у відмові) дозволів на розміщення зовнішньої реклами, вдосконалив умови щодо усунення надмірного та неефективного регулювання господарської діяльності і діяльності у сфері зовнішньої реклами малого та середнього бізнесу.

### **2. Визначення груп на які проблема має найбільший вплив.**

Суб'єкти господарювання, міська рада, громадськість.

### **3. Чому проблема не вирішується ринком і потребує державного втручання.**

Проблема не вирішується ринковим механізмом, оскільки розробка порядку розміщення зовнішньої реклами та визначення розміру плати за розміщення зовнішньої реклами затверджують, згідно діючого законодавства, органи місцевого самоврядування.

### **4. Визначення цілей регулювання:**

- дотримання вимог чинного законодавства щодо впорядкування розміщення та функціонування зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території міста;
- встановлення порядку та умов надання, внесення змін, погодження, переоформлення та скасування дозволів на розміщення зовнішньої реклами;

- регулювання розміщення зовнішньої реклами в умовах насичення міської території рекламними засобами;
- встановлення розміру плати за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Миргород.

### 5. Альтернативні способи досягнення встановлених цілей.

Серед альтернативних способів досягнення цілей даного регуляторного акту є:

- 1) Залишення ситуації без змін – призведе до порушення вимог чинного законодавства пов'язаного з розповсюдженням реклами.
- 2) Прийняття регуляторного акту забезпечить вирішення проблеми. Дана альтернатива є найбільш оптимальною і прийнятною. Перевага обраного виду правового регулювання ґрунтується на імперативності (загальнообов'язковості) рішень виконавчого комітету міської ради для виконання на території м. Миргорода, що передбачено ст.144 Конституції України та ст.73 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні». Та в тому, що даним регуляторним актом визначено Правила, якими будуть керуватись при розміщенні зовнішньої реклами в м. Миргороді.

### 6. Механізми досягнення цілей.

Задекларовані цілі досягаються усім змістом документа, оскільки він у сукупності формує Правила розміщення зовнішньої реклами в місті, а саме:

- встановлює єдині вимоги до розміщення зовнішньої реклами;
- розробляє порядок надання, погодження, переоформлення та скасування дозволів на розміщення реклами;
- визначає органи, які будуть вести контроль за розміщенням зовнішньої реклами та виконанням рішень виконавчого комітету щодо розміщення зовнішньої реклами на території міста.

### 7. Досягнення визначених цілей у разі прийняття регуляторного акта.

Прийняття зазначеного регуляторного акта врегулює правові відносини, що виникають між розповсюджувачами зовнішньої реклами та робочим органом, уповноваженою особою у процесі розміщення рекламних конструкцій.

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

Для впровадження вимог даного регуляторного акта органам місцевого самоврядування не потрібно додаткових витрат з міського бюджету. Таким чином, поставлені цілі досягаються при виконанні вимог цього регуляторного акта з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та держави. Досягнення встановлених цілей шляхом виконання регуляторного акта приносить вигоди без залучення додаткових коштів, як з боку суб'єктів господарювання, так і влади.

### 8. Очікувані результати прийняття регуляторного акту.

Прийняття даного рішення дозволить встановити Правила розміщення зовнішньої реклами відповідно до вимог діючого законодавства, контролювати розміщення зовнішньої реклами на території міста.

Аналіз вигод і витрат

Сфера впливу	Вигоди	Витрати
Орган місцевого самоврядування	1. Контроль за розміщенням зовнішньої реклами на території міста.  2. Забезпечення вчасного надходження плати за розміщення зовнішньої реклами.	Витрати на оприлюднення регуляторного акту.

Суб'єкти підприємницької діяльності	1. Встановлення чіткого порядку отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами. 2. Безоплатне отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами	Плата за тимчасове використання місця для розміщення зовнішньої реклами, яке перебуває у комунальній власності територіальної громади
Населення	1. Розширення доступу до рекламної інформації. 2. Покращення освітленості території міста в темну пору за рахунок світлових вивісок і пристроїв, що освітлюють рекламні конструкції.	Відсутні

### 9. Обґрунтування терміну дії регуляторного акта.

Строк дії зазначеного регуляторного акта встановлюється як необмежений. У разі потреби, за підсумками аналізу відстеження його результативності, до нього будуть вноситься відповідні зміни. При виникненні змін у чинному законодавстві, які можуть впливати на дію запропонованого регуляторного акта, до нього будуть вноситься необхідні корективи.

### 10. Визначення показників результативності регуляторного акту.

Показники, які характеризують наслідки дії регуляторного акта:

- кількість заяв на розміщення зовнішньої реклами;
- кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами, кількість переоформлених дозволів, кількість скасованих дозволів;
- кількість порушень Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста;
- кількість укладених договорів між суб'єктами господарювання та виконавчим комітетом міської ради на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, яке перебуває в комунальній власності територіальної громади м. Миргород;
- розмір надходжень плати за право розташування реклами на місцях, які перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Миргород.

### 11. Визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватись відстеження результативності регуляторного акта.

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватись шляхом проведення базового повторного та періодичного відстеження.

Базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється до дня набрання ним чинності.

Повторне відстеження результативності буде здійснюватись через рік після проведення базового відстеження.

Періодичні відстеження результативності будуть здійснюватись раз на кожні три роки, починаючи від дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності.

**Заступник начальника управління архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю**

**О.І.Бессонова**



У К Р А Ї Н А  
МИРГОРОДСЬКА МІСЬКА РАДА  
Полтавської області



( \_\_\_\_\_ сесія шостого скликання )

**Р І Ш Е Н Н Я**

від « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 р.

№ \_\_\_\_\_

**Про затвердження Правил  
розміщення зовнішньої реклами у  
місті Миргороді в новій редакції**

Відповідно до ст.26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Закону України «Про рекламу», Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003р. № 2067 «Про затвердження типових правил розміщення зовнішньої реклами» міська рада

**в и р і ш и л а :**

1. Затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді в новій редакції (додаток 1).
2. Уповноважити управління архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю міської ради виконувати обов'язки робочого органу по регулюванню діяльності з розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді та видавати дозволи на розміщення зовнішньої реклами.
3. Уповноважити виконавчий комітет міської ради укладати договори на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу з розповсюджувачами зовнішньої реклами.
4. Визнати таким, що втратило чинність, рішення двадцятої сесії Миргородської міської ради шостого скликання від 17.05.2012 року «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді в новій редакції».
5. Дане рішення офіційно оприлюднити в газеті «Миргород - наш дім» і на веб-сайті міської ради в мережі Інтернет.
6. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійні комісії міської ради: з питань житлово-комунального господарства, будівництва, торговельного обслуговування, транспорту, зв'язку, екологічної політики (Говоруха О.Б.) та з питань бюджету, інвестицій та підприємництва (Лавицький М.П.).

**Міський голова**

**С.П.Соломаха**

## Правила розміщення зовнішньої реклами у місті Миргороді

1. Ці Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у м. Миргороді та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

2. 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 Миргородської міської ради;

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

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

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

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

*вивіска чи табличка* - елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщений на зовнішній поверхні будинку, будівлі або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де розташовується власне чи надане у користування особі приміщення (крім, випадків, коли суб'єкту господарювання належить на праві власності або користування вся будівля або споруда), біля входу у таке приміщення, який не є рекламою.

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

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

*самовільно розміщений рекламний засіб* – це рекламна конструкція, яка розміщена без відповідного дозволу та (або) не містить даних про власника рекламного засобу та (або) рекламний засіб, договір на право тимчасового користування місцями розміщення якого не було пролонговано у відповідний термін або договір було розірвано з причин невиконання власником рекламної конструкції зобов'язань, покладених на нього договором та цими Правилами.

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

3. Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому цими Правилами.

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

Справляння плати за видачу зазначених дозволів забороняється.

4. 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.

5. Регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами здійснює управління архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю міської ради (далі - робочий орган). Робочий орган не вправі подавати заяву та одержувати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

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

6. До повноважень робочого органу належать:

- розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії;
- надання у разі потреби розповсюджувачам зовнішньої реклами архітектурно-планувальних завдань на опрацювання проектно-технічної документації для розташування складних (дахових) рекламних засобів;
- підготовка проекту рішення виконавчого комітету щодо надання дозволу (у тому числі погодження з органами та особами, зазначеними у [пункті 9](#) цих Правил) чи про відмову у його наданні;
- видача дозволу на підставі рішення виконавчого комітету;
- ведення інформаційного банку даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру міста;
- подання територіальним органам спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів в Полтавській області матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами;
- підготовка на підпис актів виконаних робіт на прохання заявника
- здійснення систематичного контролю за зовнішнім виглядом рекламних засобів;
- проведення інвентаризації рекламних засобів спільно з відповідними службами з метою виявлення встановлення спеціальних конструкцій, зовнішньої реклами з порушенням, відступом від виданих дозволів чи самовільно.

Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

7. Для одержання дозволу заявник подає державному адміністратору дозвільного органу заяву, до якої додаються:

Для одержання дозволу заявник подає робочому органу заяву за [формою](#) згідно з додатком 1 цих Правил, до якої додаються:

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

8. За наявності документів, передбачених пунктом 7 цих Правил, відомості про заяву у той же день вносяться робочим органом 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 за формою згідно з додатком 2 цих Правил.

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

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

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

- Мінкультури - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного значення, в межах зон охорони цих пам'яток, історичного ареалу міста;
  - органом виконавчої влади Полтавської обласної держадміністрації - 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 Національною поліцією - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.
- Перелік органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу, є вичерпним.

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

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

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

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

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

10. 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.

11. Виконавчий орган ради протягом одного робочого дня з дати одержання зазначених пропозицій приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

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



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

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

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

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

16. Місця розміщення рекламних засобів, які перебувають у комунальній власності, надаються в тимчасове користування розповсюджувачам зовнішньої реклами на підставі договору на тимчасове користування місцем розміщення зовнішньої реклами, що укладається між виконавчим комітетом та розповсюджувачем зовнішньої реклами терміном на 1 рік з правом подальшої щорічної пролонгації договору на термін дії дозволу.

16. 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.

17. Відшкодування витрат, пов'язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу на новому місці, здійснюється за рахунок власника рекламного засобу.

18. 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.

19. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у Порядку визначення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів у місті Миргороді встановленому в додатку 3 цих Правил, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

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

21. Якщо протягом строку дії дозволу виникла потреба у зміні макету рекламного засобу, розповсюджувач зовнішньої реклами звертається до робочого органу з письмовою заявою у довільній формі про внесення у дозвіл відповідних змін.

До заяви додається:

- технічна характеристика змін у макеті рекламного засобу;
- фотокартка рекламного засобу та ескіз із конструктивним рішенням.

Робочий орган протягом не більш як трьох робочих днів з дати реєстрації заяви розглядає її і вносить відповідні зміни у дозвіл.

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

22. Строк дії дозволу продовжується на підставі заяви, яка подається робочому органу розповсюджувачем зовнішньої реклами у довільній формі не пізніше ніж за один місяць до закінчення строку дії дозволу. Продовження строку дії дозволу фіксується в журналі реєстрації з внесенням відповідних змін у дозвіл.

У такому ж порядку продовжується строк дії дозволів, наданих до набрання чинності цими Правилами.

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

23. У разі зміни рекламодавця рекламного засобу дозвіл підлягає переоформленню. Особа, яка набула право власності (або право користування) на рекламний засіб, протягом одного місяця з дня виникнення права власності (користування) рекламним засобом звертається до робочого органу із заявою у довільній формі про переоформлення дозволу.

До заяви додається:

- документ, який засвідчує право власності (користування) на рекламний засіб;
- оригінал зареєстрованого дозволу;
- письмове погодження власника місця розташування рекламного засобу або уповноваженого ним органу (особи);

У разі відсутності зауважень до поданих заявником документів керівник робочого органу протягом трьох робочих днів з дати подання заяви вносить відповідні зміни у дозвіл та укладається договір про надання в користування місця для розміщення спеціальних рекламних засобів з новим власником. Переоформлення дозволу фіксується в журналі реєстрації.

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

24. Дозвіл скасовується до закінчення строку дії на підставі рішення виконавчого органу ради за письмовою заявою розповсюджувача зовнішньої реклами у разі невикористання місця розташування рекламного засобу безперервно протягом шести місяців або не переоформлення дозволу в установленому порядку. Чи за згодою сторін.

Перелік підстав для скасування дозволу є вичерпним.

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

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

25. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

- розміщуватися з дотриманням вимог техніки безпеки, зазначених у 31-34 цих Правил; розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;
- освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;
- фундамент наземної зовнішньої реклами, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;
- на опорах наземної зовнішньої реклами, що розміщується вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, за вимогою Державтоінспекції 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 менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;
- у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або огорожами лінію.

26. 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 повинні розміщуватися на будинках або спорудах - об'єктах незавершеного 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 законодавством.

27. 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.

28. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

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

29. Розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії та архітектури і в межах зон охорони таких пам'яток, в межах об'єктів природно-заповідного фонду дозволяється за погодженням з відповідним центральним або місцевим органом виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини та об'єктів природно-заповідного фонду.

30. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, не повинна розміщуватися на рекламних засобах ближче ніж за 300 метрів

прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років.

Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений пунктами 25-30 цих Правил, є вичерпним.

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

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

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

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

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

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

37. Розповсюджувач зобов'язаний утримувати рекламні засоби в належному естетичному та технічному стані. У разі пошкодження розміщеної реклами негайно вживати заходів по її відновленню.

38. Контроль за додержанням цих Правил здійснює виконавчий орган міської ради та інші органи відповідно до законодавства.

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

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

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

**Секретар міської ради**

**Н.О.Гирка**

*Додаток 1  
до Правил розміщення зовнішньої  
реклами у місті Миргороді*

\_\_\_\_\_

(керівнику робочого органу)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ЗАЯВА**  
**про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами**

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

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

Ідентифікаційний код юридичної особи  
або ідентифікаційний номер фізичної особи \_\_\_\_\_

Телефон (телефакс) \_\_\_\_\_

Прошу надати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами за адресою

\_\_\_\_\_

(повна адреса місця розташування рекламного засобу)

\_\_\_\_\_

строком на \_\_\_\_\_  
(літерами)

Перелік документів, що додаються \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Заявник  
або уповноважена  
ним особа

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали та прізвище)

М. П.

**Секретар міської ради**

**Н.О.Гирка**

*Додаток 2  
до Правил розміщення зовнішньої  
реклами у місті Миргороді*

**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)

Термін дії дозволу з " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. по " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Додатки:

1. Фотокартка або комп'ютерний макет місця з фрагментом місцевості (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу.
2. Ескіз з конструктивним рішенням рекламного засобу
3. Вкопювання з прив'язкою місця розташування рекламного засобу.

Керівник робочого органу \_\_\_\_\_

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М. П.

**Секретар міської ради**

**Н.О.Гирка**

### Порядок визначення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів у місті Миргороді

1. Базова вартість за використання площі місця розташування рекламного засобу визначається в залежності від розміщення рекламної конструкції на території міста, висоти конструкції та площі горизонтальної проекції рекламного засобу на земельну ділянку.

2. Для визначення плати за використання рекламного місця територія міста ділиться на три зони (схематична карта міста, поділена на умовні зони, яка є невід'ємним додатком до цього Порядку), розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів множиться на такі коефіцієнти :

- I зона – коефіцієнт 17,0 грн/м<sup>2</sup>;
- II зона - коефіцієнт 12,0 грн/м<sup>2</sup>;
- III зона – коефіцієнт 8,0 грн/м<sup>2</sup>

3. Залежно від висоти конструкції рекламного засобу площа місця розташування рекламного засобу множиться на коефіцієнт висоти :

- біг-борди – коефіцієнт 3,2;
- сіті-лайти – коефіцієнт 1,8;
- виносні щити – коефіцієнт 1,0;
- інші рекламні щити – коефіцієнт дорівнює вертикальному розміру щита в метрах.

4. Розмір вартості використання площі місця розташування рекламного засобу визначається за формулою :

$$BP = (ПГ + ПП) \times Kв \times Kз, \text{ де}$$

**BP** – вартість використання площі місця розташування рекламного засобу;

**ПГ** – площа горизонтальної проекції рекламного засобу на місце розташування рекламного засобу ;

**ПП** – площа прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу;

**Kв** – коефіцієнт висоти згідно з п.3 Порядку;

**Kз** – коефіцієнт зони згідно з п.2 Порядку.

Для наземного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину помножену на коефіцієнт зони.

За користування місцями для розміщення розтяжок, що встановлюються над проїжджою частиною вулиць та шляхів, а також інших видів тимчасових спеціальних конструкцій що розміщуються терміном до одного місяця, плата стягується з розрахунку, як за повний місяць.

У разі, якщо рекламний засіб знаходиться в неналежному стані на розповсюджувача реклами щомісячно накладається штраф, який розраховується за наступною формулою:

$$S_{штраф\ y} = BP * (K_c * d_c / 30) ; S_{штраф\ y} = BP * (K_{чс} * d_{чс} / 30) ; S_{штраф\ y} = BP * (K_{цс} * d_{цс} / 30) ; S_{штраф\ y} = BP * (K_{см} * d_{см} / 30) ; S_{штраф\ y} = BP * (K_{мс} * d_{мс} / 30), \text{ де}$$

**K<sub>c</sub>** – (тимчасовий коефіцієнт)\* незаповнений сюжетом рекламний засіб – 2,0;

**K<sub>чс</sub>** - (тимчасовий коефіцієнт)\* рекламний засіб з частково порушеною цілісністю рекламного сюжету – 3,0;

$K_{цс}$  - (тимчасовий коефіцієнт)\* рекламний засіб з повністю порушеною цілісністю рекламного сюжету (порушення рекламного сюжету унеможливило встановлення змісту реклами) – 4,0;

$K_{см}$  – (тимчасовий коефіцієнт)\* наявність сміття та (або) нездійснений покос рослин та прилеглої до рекламної конструкції в радіусі 10 метрів території – 3,0;

$K_{мс}$  - (тимчасовий коефіцієнт)\* рекламний засіб, що знаходиться в занедбаному технічному стані:

- для металевих конструкцій: відсутність повна або часткова лакофарбного покриття, наявність ознак корозії;
- для конструкцій типу Сіті-лайт: наявність сколків та тріщин, часткова відсутність освітлення;
- для багерів та розтяжок: пошкодження площини рекламного засобу – 4,0.

\* $d$  – з відповідним індексом – термін тривалості застосування коефіцієнту у днях;

\*\* - облік терміну тривалості застосування коефіцієнта починається з дати складання акта робочим органом та закінчується датою отримання письмового підтвердження про зміну стану рекламної конструкції з обов'язковим доданням фотографічних доказів;

\*\*\* **BP** –розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу.

Розповсюджувач зовнішньої реклами не звільняється від плати за розміщення зовнішньої реклами при відсутності об'єктів зовнішньої реклами та самої зовнішньої реклами. Контроль за надходженням грошових коштів здійснює управління архітектури та державного архітектурно-будівельного контролю Миргородської міської ради на підставі щомісячної інформації фінансового управління Миргородської міської ради.

5. Після отримання Користувачем дозволу на розміщення зовнішньої реклами плата за користування місцем, що перебуває у комунальній власності проводиться незалежно від того використовує його Користувач, чи тимчасово не використовує.

Користувач щомісячно перераховує загальну суму плати, відповідно до розрахунку, викладеного в договорі, не пізніше 10 числа відповідного місяця на р/р 31518931700012 Цільові фонди утворені органами місцевого самоврядування та місцевими органами виконавчої влади", код отримувача 37845125, місцевий бюджет міста Миргорода, 50110000, МФО 831019 ГУДКСУ у Полтавській області в м. Полтаві в незалежності від періоду використання місця.

6. У випадку прострочення платежів Користувач сплачує на користь Виконавчого комітету пеню від суми простроченого платежу за кожен день прострочення, в розмірі подвійної облікової ставки Національного банку України, що діятиме в період, за який нараховується пеня.

7. У випадку самовільного встановлення рекламних засобів, несвоєчасного демонтажу конструкції по закінченні терміну дії дозволу або цього договору Користувач сплачує Виконавчому комітету штраф у розмірі 100 гривень за кожен день самовільного встановлення і відшкодовує вартість демонтажних робіт зазначених рекламоносіїв здійснених виконавчим комітетом.

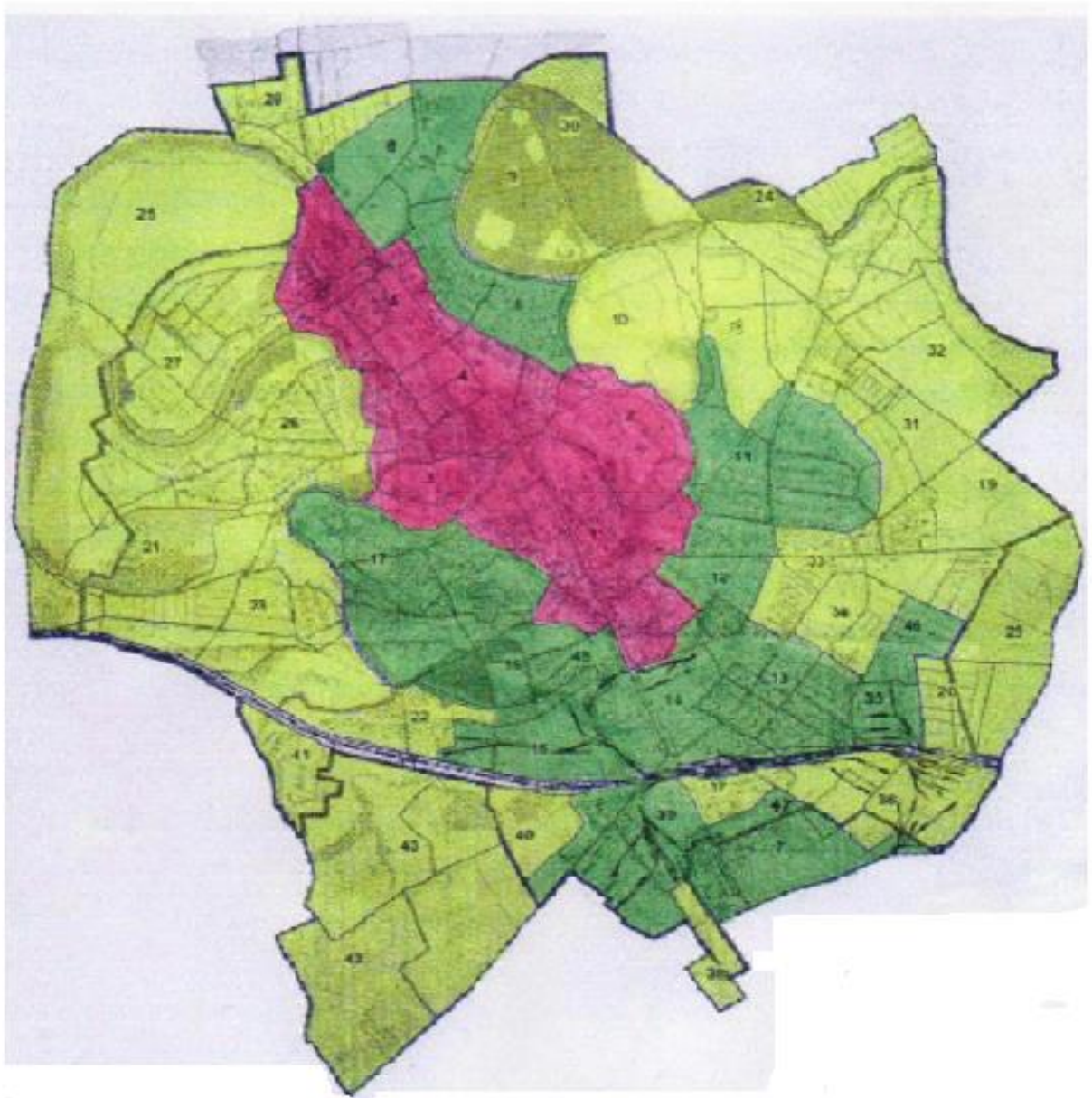
8. На час розміщення соціальної реклами, а також інформації до державних та міських свят, застосовується знижка 100% від суми оплати за використання місця під розміщення рекламного засобу, на якому розміщується вказаний сюжет.




**Секретар міської ради**

**Н.О.Гирка**



Схематична карта міста поділена на умовні зони



-  I зона коефіцієнт 17,0
-  II зона коефіцієнт 12,0
-  III зона коефіцієнт 8,0

Секретар міської ради

Н.О.Гирка