



МИКОЛАЇВСЬКА МІСЬКА РАДА  
ДЕПАРТАМЕНТ АРХІТЕКТУРИ ТА МІСТОБУДУВАННЯ  
МИКОЛАЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

вул. Адміральська, 20, м. Миколаїв, 54001, тел.: (0512) 37-02-71

E-mail: arch\_mykolaiv@mkrada.gov.ua, сайт: www.mkrada.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 02498754  
від \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. № \_\_\_\_\_ На № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Зведена інформація**

щодо пропозицій та зауважень до проекту регуляторного акту  
– рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради «Про затвердження  
Вимог до розміщення зовнішньої реклами», які надійшли до департаменту  
архітектури та містобудування Миколаївської міської ради, як робочого органу,  
уповноваженого на регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами

---

*лист ТОВ «Медіа Інформ Груп» від 29.05.2024 № 10*

*(вх. № канцелярії: 8646/12.01-27/7/24)*

---

Пропозицію внести зміни до п. 2.1.12. – прийнято.

**Місце розміщення вивіски** – зовнішня поверхня фасаду першого поверху будинку, будівлі або споруди, біля входу, де юридична або фізична особа займає приміщення, між віконними отворами першого поверху, а також між віконними отворами першого та другого поверхів дво- чи багатоповерхового будинку, будівлі або споруди при умові, що центральна горизонтальна вісь рекламного засобу знаходиться не вище центральної міжвіконної горизонтальної осі, **виділене в паспорті опорядження фасаду.**

Пропозицію внести зміни до п. 4.8. – прийнято.

Якщо у зв'язку із затвердженням комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами виникає потреба у зміні **конструктивного рішення**, технологічної схеми та/або місця розташування рекламного засобу, що розміщується на підставі чинного

дозволу, розповсюджувач зовнішньої реклами подає до робочого органу заяву про внесення відповідних змін до дозволу.

Зазначена заява розглядається, згідно із порядком, встановленим Правилами розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві.

Після внесення таких змін розповсюджувач зовнішньої реклами **змінює конструктивне рішення**, технологічну схему та/або місце розташування рекламного засобу у строк, встановлений робочим органом.

Пропозицію внести зміни до п. 5.1. – *Розміщення зовнішньої реклами у вигляді стаціонарних рекламних засобів у місті проводиться на підставі дозволів на розміщення зовнішньої реклами, відповідно до цих Вимог, Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві, Правил благоустрою, санітарного утримання територій, забезпечення чистоти і порядку в м. Миколаєві, затверджених комплексних схем розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва та інших нормативно-правових актів у сфері зовнішньої реклами.*

*Встановити термін дії дозволу на розміщення зовнішньої реклами в залежності від типу та конструктиву рекламної конструкції:*

- Статичні зображення (білборд, беклайт, сітілайт, пілар, пілон) 5 років;
- Динамічні рекламні конструкції (скроллер, призматрон) 7 - 10 років;
- Рекламні конструкції призначені для відтворення зображення на площині екрану (відеоекран) 10-12 років. – **не прийнято.**

**Обґрунтування:** абз. 1., п. 1., ст. 16. Закону України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР визначає: **«Розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, а поза межами населених пунктів - на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями, а на території Автономної Республіки Крим - Радою міністрів Автономної Республіки Крим, в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.»**

п. 23. Типових правил розміщення зовнішньої реклами (у редакції від 14.06.2012), затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (далі – Типові правила) встановлює: **«Дозвіл надається строком на п'ять років, якщо менший строк не зазначено у заяві.»**



Пропозицію внести зміни до п. 5.11. – прийнято.

Виносні щитові конструкції (штендери) не потребують отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами у разі: якщо вони мають габарити **0.7 × 1.2 метри із розміром рекламної площі не більше 0.7 × 1.0 метр** та виносяться виключно під час роботи суб'єкта господарювання, розміщуються біля входу у приміщення закладу, але не більше ніж на один метр від входу. Не допускається закріплення рекламного засобу до опор міських мереж та дерев механічними засобами (ціпок, трос). Тимчасові виносні рекламні засоби не повинні розміщуватись у пішохідній та зеленій зонах.

Пропозицію внести зміни до п. 6.3. – *Вивіски не повинні перевищувати 3м<sup>2</sup> для зони А, згідно дизайн коду, та 5м<sup>2</sup> для зони Б, згідно дизайн коду* – **не прийнято.**

**Обґрунтування:** п. 48. Типових правил встановлює вимоги до вивісок та табличок:

*«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.».*

Пропозицію внести зміни до п. 6.6. – прийнято.

у вікнах, вітринах та прозорій частині вхідних дверей, займаючи не більше 35 % їх вільної площі та мати прозору підложку, зображення на якій повинно займати 50% від загальної площі **вікон, вітрин, прозорої частини вхідних дверей**. В разі використання плівки чи інших матеріалів, що приклеюються до скла вікон, вітрин чи прозорої частини вхідних дверей, їх наклеювання здійснюється виключно з внутрішнього боку приміщення.

Пропозицію внести зміни до п. 6.7., а саме – додати: *дозволяється розміщення не більше однієї вивіски та одного кронштейну для однієї особи, при комплексному підході до проектування та розміщення вивісок – не прийнято.*

**Обґрунтування:** аналогічне положення вказано у поточній редакції проекту регуляторного акту, а саме: абз. 5., пункту 6.5.: Дозволяється розміщення не більше однієї вивіски та одного кронштейну для однієї особи – суб'єкта господарювання.

Пропозицію внести зміни до п. 6.10. – прийнято.

у вигляді глухого заклеювання скла бічних та фасадних вікон тимчасової споруди для здійснення підприємницької діяльності, **якщо порядок використання споруди не передбачає блокування вітражів фасаду;**

Пропозицію внести зміни до п. 6.12. – прийнято.

розміри вивіски на кронштейні **для зони А: повинні бути не більше 80 × 80 см, товщиною не більше 25 см, для зони Б: повинні бути не більше 130 × 80 см, товщиною не більше 18 см.** Нижній край вивіски на кронштейні повинен розміщуватися на висоті не менше ніж 2,5 метри від рівня мощення.

Пропозицію внести зміни до п. 6.15. – прийнято.

**поточна редакція проекту регуляторного акту:** забороняється облаштовувати динамічне освітлення: пульсуюче світло, мерехтіння, переливання, блимання.

⇒

**замінено за пропозицією:** динамічне освітлення дозволяється, якщо це передбачено свідоцтвом на торговельну марку виданим, відповідно до Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг».

Пропозицію внести зміни до додатку 5. **Схема зонування розміщення засобів зовнішньої реклами, а саме у розділі ЗОНИ (А) – прийнято у наступній редакції:**

Дозволяється розміщення рекламних засобів типу:

- Скроллер
- Сітілайт (тип 2, 3, 4)
- Відеоекран



- Пілар (тип 1, 2)
- Пілон
- Дахові конструкції

Пропозицію внести зміни до додатку 1. Класифікатор типових спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами – прийнято.

Відповідно до даної пропозиції, аналогічні зміни внесено до визначень наведених у тексті проєкту регуляторного акту.

#### Скроллер

Динамічний, окремо стоячий рекламний засіб із зміною зображень. Дозволяє послідовно демонструвати від 3-х до 8-и зображень на одній поверхні, може бути виконаним у вигляді конструкцій з розмірами рекламного зображення [4.0×3.0], [3.14×2.3] та [1.2×1.8] метри, з обов'язковим внутрішнім освітленням.

#### Відеоекран

Стационарна наземна рекламна конструкція з розмірами зображення [5.76×2.88]. [3.072×2.304] та [1.28×1.76] метрів, призначена для відтворення зображення на площині екрану, за рахунок випромінювання світла світлодіодів, ламп інших джерел світла. Може бути встановленим на фасаді будинку та мати площу зображення, що відповідає розміру фасаду.

#### Штендер

Тимчасовий рекламний засіб, розмірами не більше 0.7 × 1.2 метри із розмірами рекламної площі 0.7 × 1.0 метр, який розташовується фізичними або юридичними особами, що рекламують свої товари, продукцію, послуги, виключно під час їх роботи

Також, **внесено** запропоновані Вами зміни до значень розмірів рекламних засобів типів: Беклайт 1; Беклайт 2; Сітілайт 1, 2; Відеоекран 1, 2.

Додано новий тип конструкції «Scroll Format» габаритами 3470×2630×400.

---

лист ГО «Асоціація операторів зовнішньої реклами України»

від 07.06.2024 № 07/06-1

(вх. № канцелярії: 9388/12.01-27/7/24)

---

## I. Зауваження до аналізу регуляторного впливу

**1. Визначення проблеми, яку передбачається розв'язати шляхом регулювання:** До проблем, що пропонується розв'язати шляхом державного регулювання господарських відносин, а саме - шляхом затвердження Вимог до розміщення зовнішньої реклами та вивісок у м. Миколаєві нібито належать:

- створення завідомо небезпечних умов для учасників дорожнього руху – *не зважаючи на те, що зовнішня реклама безпосередньо не є прямим чинником ДТП, вона призводить до інформаційного перевантаження дорожньої обстановки, додаткової фіксації погляду водія і збільшення часу його реакції під час керування автомобілем.*
- безсистемне розміщення зовнішньої реклами, що спричиняє перенасиченість рекламними засобами центральної частини міста – *запропонований проєкт регуляторного акту – має на меті впорядкувати, зокрема розміщення різномірних вивісок та засобів зовнішньої реклами розміщених на фасадах будинків, будівель споруд;*
- порушення прав та законних інтересів громадян;
- частина рекламних конструкцій нібито не відповідає сучасним естетичним та ергономічним нормам – *станом на 01.07.2024 на території м. Миколаєва встановлено 592 рекламних засоби з діючими дозволами на розміщення зовнішньої реклами – з них 349 типу білборд, 200 типу сітілайт. 95 % дозволів на розміщення зовнішньої реклами видано більше ніж 15 років тому. Санітарно-технічний стан рекламних засобів – незадовільний (іржа на металевих конструкціях, видимі з'єднання рекламних засобів типу білборд, елементи зовнішнього оздоблення рекламних засобів не витримують часу).*
- при розміщенні рекламних засобів нібито не враховується режим охоронних зон;
- екранування рекламою пам'яток культурної спадщини та важливих архітектурних об'єктів.

**2. Щодо визначення альтернативних способів досягнення цілей регуляторного акту**



1) Необхідно зазначити, що Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067, Правила розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві, затверджені рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 04.11.2011 № 1015 – визначають адміністративну процедуру видачі (відмову у видачі), переоформлення, анулювання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

В свою чергу запропонований проект регуляторного акту – рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради «Про затвердження Вимог до розміщення засобів зовнішньої реклами та вивісок у м. Миколаєві» встановлює вимоги щодо зовнішнього вигляду рекламних конструкцій та вивісок.

2) Залучення суб'єктів господарювання-розповсюджувачів зовнішньої реклами, громадських організацій, громадян-жителів міста та їх об'єднань відбувається відповідно до ст. 6., 9. Закону України «Про засади державної регуляторної політики» від 11.09.2003 № 1160-IV (далі – Закон № 1160), шляхом публікації проекту регуляторного акту на офіційному сайті Миколаївської міської ради та проведення онлайн заходу з обговорення проекту регуляторного акту.

### **3. Щодо Тесту малого підприємництва**

1) Консультації з місцевими підприємцями проводились як у вказаний період, так і протягом 2023 року в телефонному режимі. Крім цього, про відповідний проект регуляторного акта суб'єктів господарювання повідомляли під час поточних комунікацій щодо питань, пов'язаних з розміщенням зовнішньої реклами та вивісок.

2) Запропоноване регулювання не передбачає прямих витрат суб'єктів господарювання, оскільки безпосередні витрати виникатимуть з прийняттям похідних регуляторних актів. Вимоги до розміщення зовнішньої реклами та вивісок передбачають лише особливості розміщення рекламних засобів на території міста Миколаєва.

3) Проектом регуляторного акту не передбачається перегляд діючих дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

Водночас, відповідно до пп. 5), п. 1. постанови Кабінету Міністрів України від 03.05.2022 № 535 «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану» (посилання для перегляду: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/535-2022-%D0%BF#Text>) встановлено що: *«строки дії діючих строкових ліцензій та документів дозвільного характеру*

*автоматично продовжуються на період воєнного стану та три місяці з дня його припинення чи скасування, а періодичні, чергові платежі за ними відстрочуються на строк, зазначений у цьому підпункті.».*

## **II. Пропозиції до проекту регуляторного акту**

*Пропозицію внести зміни до п. 4.1. – Комплексні схеми розміщення зовнішньої реклами розробляються за участі громадських об'єднань, що представляють суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у сфері зовнішньої реклами, та затверджуються окремими рішеннями виконавчого органу ради. При Розробці комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами утворюється робоча група, персональний та кількісний склад якої затверджується рішенням виконавчого органу ради. – не прийнято.*

**Обґрунтування:** Затверджена рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради комплексна схема з розміщення зовнішньої реклами, розробляється суб'єктами господарювання, що мають сертифікат на здійснення відповідного виду діяльності, на основі дослідження характеру архітектури оточуючої забудови, а також з урахуванням ергономічних, топогеодезичних, містобудівних особливостей міського простору, з метою збереження традиційного характеру історичного середовища, з урахуванням наявності і концентрації об'єктів культурної спадщини, історико-культурних традицій, специфіки природного ландшафту.

Процедура залучення суб'єктів господарювання-розповсюджувачів зовнішньої реклами, громадських організацій, громадян-жителів міста та їх об'єднань, відбувається відповідно до ст. 6, 9 Закон № 1160, шляхом публікації проекту регуляторного акту на офіційному сайті Миколаївської міської ради та проведення онлайн заходу з обговорення проекту регуляторного акту.

Пропозицію додати п. 4.9. – Суб'єкти господарювання, наземні засоби зовнішньої реклами яких розміщені на території розробки схеми відповідно до дозволів, чинних на дату прийняття рішення про її розробку, мають переважне право на одержання дозволів на відповідних місцях такої території, що передбачені схемою. Дозвільний орган зобов'язаний письмово повідомити таких суб'єктів господарювання про початок розробки схеми і запропонувати варіанти місць розміщення засобів зовнішньої реклами у межах території реалізації схеми у кількості, яка:



- дорівнює кількості дозволів, які є чинними у відповідного суб'єкта господарювання у межах такої території на дату прийняття рішення про розробку схеми;

- дорівнює кількості дозволів, зазначених в абзаці другого частини шостої цієї статті, зменшеній пропорційно до скорочення кількості місць розміщення засобів зовнішньої реклами - у разі, якщо в результаті розробки схеми кількість місць розміщення на такій території засобів зовнішньої реклами зменшується по відношенню до кількості дозволів, чинних на дату прийняття рішення про її розробку.

За такими суб'єктами господарювання переважне право зберігається протягом трьох місяців з дня затвердження схеми. Суб'єкт господарювання має право відмовитись від зазначеного переважного права, письмово повідомивши про це дозвільний орган.

Реалізація переважного права на оформлення та одержання дозволів здійснюється згідно вимог типового порядку. – **не прийнято.**

#### **Обґрунтування:**

**юридична сила** - основна властивість правових актів діяти та породжувати правові наслідки: виникнення, зміни, припинення правовідносин.

**закон (законодавчий акт)** - нормативно-правовий акт, який приймається (затверджується) всеукраїнським референдумом, Верховною Радою України, встановлює відповідні засади правового регулювання суспільних відносин, є основою правової системи України;

**норма права (правова норма)** - санкціоноване державою загальнообов'язкове правило поведінки, встановлене у нормативно-правовому акті, що поширюється на визначене у цьому нормативно-правовому акті коло осіб та призначене для тривалого і неодноразового застосування;

**нормативно-правовий акт** - офіційний правовий документ, прийнятий уповноваженим на це суб'єктом у визначеній формі і за встановленою процедурою, який регулює суспільні відносини і містить норми права;

**Виходячи з наведених визначень, законопроект не вважається чинним нормативно-правовим актом та законодавчо не встановлює норми права.**

Пропозицію внести зміни до назви Зони (А) – **прийнято.**

Пропозицію внести зміни до класифікатору типових спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами: 1) за форматами: великий  $\leq 18 \text{ м}^2$ ;

середній  $\geq 12 \text{ м}^2$ ; малий  $\geq 4,32 \text{ м}^2$ ; 2) за типом конструкцій: призматрон, звичайний, скролл, відеоекран згідно кожного формату – **не прийнято**.

**Обґрунтування:** у поточній редакції класифікатор **типових** спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами, кожен рекламний засіб має в собі систематизований перелік рекомендованих для використання **типів** спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами, який містить їх ескізи з конструктивними рішеннями, власну назву та визначений розмір.

Пропозицію внести зміни до п. 3.2.1. Білборд – наземна монолітна рекламна конструкція формату 6.0 x 3.0 метри та більше. Технічно може бути одностороння або двостороння. – **прийнято частково**.

3.2.1. Білборд – стаціонарна наземна рекламна конструкція формату 6.0 × 3.0 метри. Технічно може бути одностороння або двостороння. У випадку, коли конструкція одностороння, виконується зашивання зворотної сторони суцільною площиною.

**Обґрунтування:** моноліт (від грец. — один камінь) – цілісна кам'яна брила. Композиція, яка сприймається як цілісний нерозчленований об'єм та не позбавлена прихованої тектонічності, пластичності і ритмічності. Монолітність притаманна скульптурам, висіченим з одного цільного блока граніту, мармуру та інших каменів, спорудам, які не мають з'єднань.

Пропозицію внести зміни до п. 3.2.14. Прапорна композиція - засіб зовнішньої реклами, що розміщується на відкритій місцевості, має зовнішні поверхні для розміщення реклами (товарні знаки, скорочені найменування тощо) та складається з фундаменту, флагштоку (опорної стійки) та рекламної поверхні не більше 3 м<sup>2</sup>. Висота від поверхні землі до нижнього краю рекламної поверхні має становити не менше 3-х метрів. – **прийнято**.

Пропозицію внести зміни до опису характеристик рекламного засобу Білборд ТИП 1 та ТИП 2 у класифікаторі типових спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами, а саме: додати «виконана з круглої або профільної труби»; видалити формулювання «розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг» з огляду на норми безпеки з метою формування безпечного міського середовища. – **прийнято частково**.



**Обґрунтування: формулювання «розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг»** - є складовою частиною вимоги викладеної в п. 2., ст. 16. Закону України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР.

Пропозицію **передбачити зменшення дозволеної ширини опори сітілайтів ТИП 1 та ТИП 2**, з метою забезпечення безперешкодної видимості при встановленні поблизу доріг (пішохідних переходів тощо) – **прийнято**.

**Обґрунтування:** розміщення рекламних засобів типу сітілайт у м. Миколаєві, відбувається відповідно до ДБН В.2.3 - 5:2018 Вулиці та дороги населених пунктів, який передбачає забезпечення бічної видимості, яку потрібно визначати побудовою трикутника видимості, в зоні якого не допускається розміщення будь-яких перешкод висотою більше ніж 0.5 метрів.

Пропозицію **передбачити опорну стійку рекламного засобу сітілайт ТИП 3 висотою не більше 0.6 – 0.9 метри** – **прийнято**.

**Обґрунтування:** у конструктивному рішенні рекламного засобу сітілайт ТИП 3, визначено довжину опорної стійки рекламного засобу від поверхні мощення до нижнього краю рекламного засобу – 0.7 метри.

Пропозицію **передбачити додатковий тип рекламного засобу сітілайт (ТИП 5)** – **прийнято**.

Пропозицію **замінити колір рекламної конструкції «чорний» на «відтінки сірого»** з метою забезпечення естетичного вигляду міста – **не прийнято**.

Пропозицію **внести зміни до додатку 5. Схема зонування розміщення засобів зовнішньої реклами, а саме у розділі ЗОНИ (А)** – **прийнято у наступній редакції:**

Дозволяється розміщення рекламних засобів типу:

- Скроллер
- Сітілайт (тип 2, 3, 4)
- Відеоекран
- Пілар (тип 1, 2)
- Пілон
- Дахові конструкції

Пропозицію внести зміни до додатку 5. Схема зонування розміщення засобів зовнішньої реклами, а саме у розділі ЗОНИ (Б) – прийнято у наступній редакції:

Забороняється розміщення рекламних засобів типу:

- Білборд
- Дахові конструкції
- Брендмауер

---

*лист ФОП Кучинська І.О. від 07.06.2024*

*(вх. № канцелярії: 9300/02.02.01-19/7/24)*

---

Згідно зі ст. 6., 9. Закону України «Про засади державної регуляторної політики» від 11.09.2003 № 1160-IV, на офіційному сайті Миколаївської міської ради 08.05.2024 опубліковано проект регуляторного акту, також 04.06.2024 проведено онлайн захід щодо громадських обговорень (слухань) проекту регуляторного акту та складено відповідний протокол.

Необхідно зазначити, що саме Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» від 06.09.2005 № 2806-IV, Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР (далі – Закон № 270), Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (далі – Типові правила) та Правила розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві, затверджені рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 04.11.2011 № 1015 (далі – Правила) – визначають адміністративну процедуру видачі (відмову у видачі), переоформлення, анулювання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

В свою чергу **запропонований проект регуляторного акту** – рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради «Про затвердження Вимог до розміщення засобів зовнішньої реклами та вивісок у м. Миколаєві» **встановлює вимоги щодо зовнішнього вигляду рекламних конструкцій та вивісок та не передбачає перегляд діючих дозволів на розміщення зовнішньої реклами у період воєнного стану та три місяці з дня його припинення чи скасування.**

Також необхідно зазначити, що у частині вимог до розміщення вивісок – такі правила поширюються на усіх суб'єктів господарювання, які планують розмістити вивіску на фасаді будинку, будівлі, споруди.



За інформацією Головного управління статистики у Миколаївській області, станом на 01.07.2024 на території Миколаївської міської територіальної громади зареєстровано 58155 юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, однак розраховуючи масштаб регуляторного впливу не надається можливим чітко визначити фактичну кількість юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, що потребують встановлення вивіски та підпадають під дію регуляторного акту.

Проте за майже 9 років існування норми про необхідність узгодження паспорта оздоблення фасаду будівлі для розроблення проекту вивіски (Містобудівні вимоги по розміщенню рекламних засобів у м. Миколаєві, затверджені рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 12.06.2015 №496), таких паспортів було узгоджено лише 70 шт. (що зовсім не відповідає фактичній кількості розміщених вивісок у м. Миколаєві, а також унеможливує коректний обрахунок відповідних витрат щодо виконання Вимог у цій частині). Таким чином, можна зробити висновок про неефективність попереднього регулювання та необхідність вдосконалення відповідної процедури шляхом прийняття запропонованого регуляторного акта, що дозволить в подальшому відслідковувати реальний стан справ щодо розміщення вивісок у місті).

Водночас, у розділі 9. ПРИКІНЦЕВІ ТА ПЕРЕХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ тексту проекту регуляторного акту враховано норми пп. 2) п. 1. постанови Кабінету Міністрів України від 24.06.2022 № 722 «Деякі питання здійснення дозвільних та реєстраційних процедур у будівництві в умовах всенного стану».

Додатково повідомляємо про те, що систему та гарантії місцевого самоврядування в Україні, засади організації та діяльності, правового статусу і відповідальності органів та посадових осіб місцевого самоврядування визначає Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.1997 № 280/97-ВР (далі – Закон № 280).

Статтею 2 Закону № 280 встановлено, що місцеве самоврядування в Україні – це гарантоване державою право та реальна здатність територіальної громади - жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища, міста - самостійно або під відповідальність органів та посадових осіб місцевого самоврядування вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України.

Міське самоврядування здійснюється територіальними громадами сіл, селищ, міст як безпосередньо, так і через сільські, селищні, міські ради та їх виконавчі органи, а також через районні та обласні ради, які представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст.

Згідно з п. 44. ч. 1. ст. 26 Закону № 280 виключно на пленарних засіданнях сільської, селищної, міської ради вирішуються питання встановлення, відповідно до законодавства правил з питань благоустрою території населеного пункту, забезпечення в ньому чистоти і порядку, торгівлі на ринках, додержання тиші в громадських місцях, за порушення яких передбачено адміністративну відповідальність.

Відповідно до пп. 7. п. «а» ч. 1. ст. 30 Закону № 280 до відання виконавчих органів сільських, селищних, міських рад належать власні (самоврядні) повноваження щодо організації благоустрою населених пунктів.

Статтею 4 Європейської хартії місцевого самоврядування від 15.01.1985, ратифікованої Україною 15.07.1997, органи місцевого самоврядування в межах закону мають повне право вільно вирішувати будь-яке питання, яке не вилучене із сфери їхньої компетенції і вирішення якого не доручене жодному іншому органу.

***З наведеного вбачається, що до повноважень виконавчого комітету Миколаївської міської ради віднесено вирішення питання щодо організації благоустрою м. Миколаєва.***

Згідно з абз. 1. ч. 1. ст. 1 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» від 06.09.2005 № 2807-IV (далі – Закон № 2807) благоустрій населених пунктів - це комплекс робіт з інженерного захисту, розчищення, осушення та озеленення території, а також соціально-економічних, організаційно-правових та екологічних заходів з покращання мікроклімату, санітарного очищення, зниження рівня шуму та інше, що здійснюються на території населеного пункту з метою її раціонального використання, належного утримання та охорони, створення умов щодо захисту і відновлення сприятливого для життєдіяльності людини довкілля.

Відповідно до ст. 3. Закону № 2807 система благоустрою населених пунктів включає, зокрема, управління у сфері благоустрою населених пунктів; визначення суб'єктів та об'єктів у сфері благоустрою населених пунктів; організацію благоустрою населених пунктів; стандартизацію і нормування у сфері благоустрою населених пунктів.

Пунктом 9) ч. 1. абз. 11 ч. 2. ст. 21. Закону № 2807 встановлено, що елементами (частинами) об'єктів благоустрою є малі архітектурні форми. До малих архітектурних форм належать інформаційні стенди, дошки, вивіски.

***Отже, Законом № 2807 визначено, що зокрема вивіски є елементом благоустрою.***

Згідно з ч. 1. ст. 22 Закону № 2807 комплексним благоустроєм вважається проведення на визначеній території населеного пункту (мікрорайон, квартал, парк, бульвар, вулиця, провулок, узвіз тощо) комплексу робіт з улаштування



(відновлення) покриття доріг і тротуарів, обладнання пристроями для безпеки руху, озеленення, забезпечення зовнішнього освітлення та зовнішньої реклами, встановлення малих архітектурних форм, здійснення інших заходів, спрямованих на поліпшення інженерно-технічного і санітарного стану території, покращання її естетичного вигляду.

Статтею 31 Закону № 2807 встановлено, що стандартизація і нормування у сфері благоустрою населених пунктів здійснюються з метою формування сприятливого для життєдіяльності людини середовища, в умовах якого забезпечуються захист довкілля, санітарне та епідемічне благополуччя населення, шляхом розроблення комплексу взаємопов'язаних нормативних документів, якими визначаються взаємопогоджені вимоги до об'єктів благоустрою.

До нормативних документів із стандартизації у сфері благоустрою населених пунктів належать документи, які містять: 1) визначення основних понять і термінів; 2) характеристику систем класифікації; 3) методи, методики та способи визначення об'єктів благоустрою населених пунктів; 4) метрологічні норми і вимоги до організації робіт з благоустрою населених пунктів; 5) інші нормативи із стандартизації у цій сфері, передбачені Законом України «Про стандартизацію» від 05.06.2014 № 1315-VII.

**Таким чином приймаючи рішення, яким, зокрема затверджуються вимоги до розміщення вивісок, виконавчий комітет діє в межах повноважень, наданих чинним законодавством.**

Постанова Кабінету Міністрів України від 16.05.1994 № 313 «Про затвердження правил побутового обслуговування населення» на яку Ви посилаєтесь в своєму зверненні – **втратила чинність**, на сьогодні діє постанова Кабінету Міністрів України від 16.06.2023 № 614 «Про затвердження Правил побутового обслуговування населення» (далі – постанова № 614).

Відповідно до п. 5 постанови № 614 та абз. 1. п. 12. постанови Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833 «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів»: **«На фасаді об'єкта надання побутових послуг розміщується вивіска із зазначенням найменування виконавця. Біля входу до об'єкта надання побутових послуг на видному місці розміщується інформація про режим роботи.»**.

Абзац 2. п. 4. постанови № 614, встановлює: **«У разі тимчасового припинення діяльності об'єкта надання побутових послуг для проведення санітарних заходів, ремонту, технічного переобладнання та інших робіт виконавець зобов'язаний інформувати споживача не менш як за три дні до тимчасового припинення діяльності, про дату та строк, протягом якого не буде провадитися діяльність.»**.

*Запропонований проєкт регуляторного акту розроблено з метою поліпшення зовнішнього вигляду міського середовища, забезпечення комплексного благоустрою, захисту культурних та майнових інтересів територіальної громади м. Миколаєва, юридичних і фізичних осіб, у власності чи користуванні яких є будинки, будівлі або споруди, на яких розміщуються засоби зовнішньої реклами та вивіски, впорядкування розміщення різнорозмірних вивісок та засобів зовнішньої реклами розміщених на фасадах будинків, будівель споруд.*

Щодо виключення з проєкту регуляторного акту регулювання вивісок до 3 м<sup>2</sup>, повідомляємо наступне.

Як встановлено ч. 8. ст. 8 Закону № 270 – розміщення інформації про виробника товару та/або товар у місцях, де цей товар реалізується чи надається споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, а також безпосередньо на самому товарі та/або його упаковці, не вважається рекламою.

Згідно з ч. 6. ст. 9. Закону № 270 не вважається рекламою вивіска чи табличка з інформацією про послуги”.

Крім того, п. 48. Типових правил встановлює, що:

*«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.»*

Також, відповідно до ч. 6. ст. 14 Закону України «Про архітектурну діяльність» від 20.05.1999 № 687-XIV: *«Головний архітектор міста, району погоджує містобудівне та архітектурне проєктне рішення об'єктів, розташованих в історичній частині міста, історичних ареалах, на магістралях та площах загальноміського значення.»*

Таким чином, нормами Типових правил закріплено положення, стосовно розміру вивіски.

До категорії вивіски не може відноситись конструкція з площею інформаційної частини більше 3 м<sup>2</sup>, якщо площа перевищує 3 м<sup>2</sup>, вона автоматично



вважатиметься рекламою, в такому випадку розміщення засобів зовнішньої реклами необхідно здійснювати, відповідно до діючого законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами.

Звертаємо увагу, що аналогічні норми стосовно того, що площа поверхні вивіски не повинна перевищувати 3 м<sup>2</sup> закріплено у відповідних Порядках про розміщення вивісок таких міст, як Київ (рішення Київської міської ради від 14.12.2023 № 224/2446), Одеса (рішення виконавчого комітету Одеської міськзї ради від 14.02.2008 № 178 зі змінами), Івано-Франківськ (рішенням виконавчого комітету Івано-Франківської міської ради від 30.12.2016 № 908) та ін.

Враховуючи зазначене, норма щодо розміру вивіски закріплена в проекті регуляторного акту – відповідає вимогам чинного законодавства.

---

*лист ГО «Громадський контроль за дотриманням законодавства з питань розміщення зовнішньої реклами у місті Миколаєві» від 27.05.2024*

*(вх. № канцелярії: 8471/02.02.01-16/7/24)*

---

Необхідно зазначити, що саме Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» від 06.09.2005 № 2806-IV, Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР, Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 та Правила розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві, затверджені рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 04.11.2011 № 1015 – визначають адміністративну процедуру видачі (відмову у видачі), переоформлення, анулювання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

В свою чергу *запропонований проєкт регуляторного акту* – рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради «Про затвердження Вимог до розміщення засобів зовнішньої реклами та вивісок у м. Миколаєві» *встановлює вимоги щодо зовнішнього вигляду рекламних конструкцій та вивісок та не передбачає перегляд діючих дозволів на розміщення зовнішньої реклами у період воєнного стану та три місяці з дня його припинення чи скасування.*

Водночас повідомляємо про те, що у розділі **9. ПРИКІНЦЕВІ ТА ПЕРЕХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ** тексту проєкту регуляторного акту враховано норми пп. 2) п. 1. постанови Кабінету Міністрів України від 24.06.2022 № 722 «Деякі питання здійснення дозвільних та реєстраційних процедур у будівництві в умовах воєнного стану».

---

**лист Експертної-громадської ради Миколаївської міської ради  
від 07.06.2024 № ЕГР/2024-019  
(вх. № канцелярії: 9339/02.02.01-15/14/24)**

---

Згідно зі ст. 6., 9. Закону України «Про засади державної регуляторної політики» від 11.09.2003 № 1160-IV, департаментом архітектури та містобудування Миколаївської міської ради, як робочим органом, уповноваженим на регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами, на офіційному сайті Миколаївської міської ради 08.05.2024 опубліковано проєкт регуляторного акту, також 04.06.2024 проведено онлайн захід щодо громадських обговорень (слухань) проєкту регуляторного акту та складено відповідний протокол.

Директор департаменту –  
головний архітектор міста



Євген ПОЛЯКОВ

Матвієнко +38 0512 37 09 73