



# УЖГОРОДСЬКА МІСЬКА РАДА



\_\_ сесія VIII скликання

## Р І Ш Е Н Н Я *ПРОЄКТ №* \_\_\_\_\_

м. Ужгород

**Про тимчасовий Порядок  
визначення розміру плати  
за тимчасове користування місцями  
комунальної власності  
для розташування рекламних засобів**

Відповідно до статей 26, 28 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», статей 12, 16 Закону України «Про рекламу», керуючись пунктом 32 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України 29.12.2003 № 2067, з метою встановлення плати за тимчасове користування місцями для розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності територіальної громади,

### **міська рада ВИРІШИЛА:**

1. Затвердити тимчасовий Порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів згідно з додатком.

2. Вважати такими, що втратили чинність рішення XXIX сесії міської ради IV скликання від 04 червня 2004 року № 315 (зі змінами згідно з рішенням IV сесії міської ради V скликання від 11 січня 2008 року № 587, рішенням XIV сесії міської ради VI скликання 27 вересня 2012 року № 654, рішенням XV сесії міської ради VI скликання 07 грудня 2012 року № 724, рішенням XV сесії міської ради VI скликання 28 грудня 2012 року № 771, рішенням XIX сесії міської ради VI скликання 20 вересня 2013 року № 1028).

3. Контроль за виконанням рішення покласти на заступника міського голови Ю. Рахівського та на постійну комісію з питань соціально-економічного розвитку, бюджету, фінансів, оподаткування, інвестиційної та регуляторної політики.

**Міський голова**

**Богдан АНДРІЇВ**

**Додаток**  
**до рішення \_\_\_\_ сесії**  
**міської ради VIII скликання**  
**\_\_\_\_\_ 2022 року № \_\_\_\_\_**

**Тимчасовий Порядок**  
**визначення розміру плати за тимчасове користування місцями**  
**комунальної власності для розташування рекламних засобів**

**1. Загальні положення**

1.1. Цей тимчасовий Порядок розроблено відповідно до Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», постанови Кабінету Міністрів України 29.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами».

1.2. Тимчасовий Порядок регулює фінансово-правові відносини між Ужгородською міською радою та фізичними і юридичними (незалежно від форми власності та підпорядкованості) особами, що виникають у процесі розміщення зовнішньої реклами на об'єктах, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород.

1.3. У цьому тимчасовому Порядку наведені нижче терміни вживаються у наступних значеннях:

дозвіл – документ установленої форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого органу сільської, селищної, міської ради, який дає право на розміщення зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці;

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

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

особа – фізична особа, в тому числі фізична особа-підприємець, юридична особа будь-якої форми власності, представництво нерезидента в Україні;

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

робочий орган – спеціально уповноважений орган по регулюванню діяльності з розміщення зовнішньої реклами Ужгородської міської ради;

розповсюджувач реклами – особа, яка здійснює розповсюдження реклами;

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

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

Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному у Законі України «Про рекламу», Типових правилах розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України 29.12.2003 № 2067.

1.4. Підставою для нарахування плати за тимчасове користування місцями для розташування засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород та внесення розповсюджувачем реклами відповідної плати є укладений Договір тимчасового користування місцями розміщення засобів зовнішньої реклами (далі – договір).

## 2. Визначення розміру плати

2.1. Площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проєкції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проєкції цього засобу.

Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проєкції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

2.2. Розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, що знаходиться в комунальній власності, визначається за формулою:

$$P = S \times B \times K_1 \times K_2 \times K_3$$

де: **P** – розмір місячної плати за тимчасове користування місцем, що знаходиться в комунальній власності, грн/міс.;

**S** – площа місця розташування рекламного засобу, кв.м.;

**B** – базовий тариф, що встановлюється як 1% від мінімальної заробітної плати, грн/міс.;

**K<sub>1</sub>** – коефіцієнт зонування, що враховує місце розташування рекламного засобу, відповідно до затвердженої схеми економіко-планувального зонування території м. Ужгорода, затвердженої рішенням IV сесії міської ради V скликання від 21 березня 2008 р. № 654 (з доповненнями), та наведений у таблиці 1.

**K<sub>2</sub>** – коефіцієнт диференціації базового тарифу в залежності від сторонності рекламної конструкції (для односторонніх – 1; для двосторонніх – 2,0; для тристоронніх – 3). При розміщенні наземних рекламних конструкцій формату «сітілайт», «лайтпостер», «лайтбокс», «стела», «пілон», «рекламна

тумба» завжди застосовується коефіцієнт диференціації базового тарифу в залежності від сторонності рекламної конструкції – 2,0.

Вказаний коефіцієнт не застосовується для неназемних та надахових рекламних засобів.

$K_3 = 1,5$  – корелятивний коефіцієнт. Встановити що відповідний коефіцієнт підлягає застосуванню через 180 днів після набрання чинності даним Порядком

Таблиця 1

№ п/п	Назва зони	$K_1$
1.	Центральна зона	1,5
2.	Серединна зона	1,1
3.	Периферійна зона	0,7

2.3. Протягом строку дії пріоритету на місце розташування рекламного засобу розмір плати визначається за формулою:  $P = S \times B \times K_1 \times K_2 \times K_3 \times 0,25$ .

### 3. Порядок оплати

3.1. Оплата за тимчасове користування місцем розміщення рекламного засобу, що знаходиться у комунальній власності, здійснюється на підставі та згідно з умовами договору, укладеного між розповсюджувачем зовнішньої реклами та робочим органом.

3.2. Місячний розмір плати, визначений згідно розділу 2 цього Положення, зазначається у договорі.

3.3. Терміни, порядок здійснення платежів та інші істотні умови встановлюються договором.

3.4. Розповсюджувач зовнішньої реклами не звільняється від плати за тимчасове користування місцями для розміщення рекламного засобу при відсутності рекламної конструкції.

3.5. Плата за тимчасове користування місцями розміщення рекламних засобів, перераховується розповсюджувачем зовнішньої реклами на розрахунковий рахунок міського бюджету і витрачається відповідно до рішення міської ради про бюджет Ужгородської міської територіальної громади на поточний рік.

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

3.7. У випадку розміщення соціальної реклами, розповсюджувач зовнішньої реклами, звільняється від сплати за тимчасове користування місцем розміщення рекламного засобу на період експозиції соціального сюжету на підставі рішення виконавчого комітету міської ради.

Секретар ради

Арсен МЕЛКУМЯН



**Супровідна записка до проєкту рішення  
«Про тимчасовий Порядок визначення розміру плати  
за тимчасове користування місцями комунальної власності  
для розташування рекламних засобів»**

Відповідно до пункту 32 постанови Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування. Відповідно, рішенням ХХІІІ сесії міської ради ІV скликання від 04 червня 2004 року № 315 було затверджено Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів. Розмір відповідної плати переглядався протягом дії вказаного Положення у 2008 році та у 2013 році.

Так, для прикладу, вартість розміщення реклами на одній стороні щитової конструкції типу «білборд» розміром 3м\*6м у м. Ужгороді становить в середньому від 3,3 до 6,5 тис. грн. та на сітілайтах — від 1,5 до 2,5 тис. грн. в залежності від зони та сторонності розміщення згідно інформації розміщеної на інтернет сторінках Outdoor online ([outdoor-online.com.ua/resourcer/search](http://outdoor-online.com.ua/resourcer/search)), Billboards (<https://billboards.com.ua/ua/board/uzhgorod>).

Запроваджена максимальна місячна плата (без ПДВ) за тимчасове користування місцями для розміщення наземних рекламних засобів у 2013 році за один метр квадратний рекламної площі у периферійній зоні становила 24 гривні, у серединній — 36 гривень та у центральній — 48 гривень.

Подібний стан речей призвів до ситуації коли місто стало перенасиченим рекламними засобами, що негативно впливає на загальне сприйняття міського середовища та порушує зону комфорту мешканців, адже існуюча кількість рекламних конструкцій в місті є настільки великою, що відповідні конструкції стали домінантами у міському просторі.

Відтак, на виконання доручення, даного на засіданні виконавчого комітету Ужгородської міської ради від 28.09.2022 року № ДГ – 26, враховуючи відсутність приросту доходів загального фонду бюджету міста, що негативно впливає на можливість задовільного фінансування видатків міського бюджету, які щорічно збільшуються, на підставі всебічного аналізу обставин, які склалися у сфері розміщення зовнішньої реклами в місті, департаментом міської інфраструктури підготовлено на розгляд сесії міської ради відповідний проєкт рішення.

Директор департаменту

Віталій ГІЛЬТАЙЧУК