**Наружная реклама – братская могила экономического развития**

 90% фасадных вывесок и конструкций нужно узаканивать как наружную рекламу. Что это значит и как это делается сейчас в рамках законодательства?

Зачем нужны изменения к Закону о рекламе?

 Сегодня при узаконении фасадных конструкций и вывесок существует безусловная зависимость от того, хороший или плохой чиновник возглавляет систему. Ее можно сделать идеальной и для бизнеса, и для громады даже в нынешних реалиях, если этого хотеть, а можно почти законно или, нарушая закон без последствий, делать большие деньги. Не слышала, что хотя бы одного чиновника от наружной рекламы в Украине посадили. А есть за что. При этом законодательство дает чиновникам и депутатам все шансы поставить на поток полуузаконенное вымогательство и монополизировать рынок. Примеров полно.

 Все 25 лет разрешительная система в сфере наружной рекламы и фасадных вывесок не преследует стратегическую цель экономического развития страны, а, как правило, тупо трактуя и без последствий нарушая законодательство, ставит мелкие второстепенные цели, которые ведут к угнетению бизнеса. Даже не будем говорить о прямых коррупционных схемах и обычных взятках. Посмотрим, что творится, если действовать по существующим законодательным актам.

 Для начала - два примитивных, тривиальных, общеизвестных постулата - специально для чиновников:

**Торговля – двигатель прогресса. Реклама - двигатель торговли.**

Торговля – конечный этап, от которого зависит объем производства, предоставляемых услуг. От объемов производства зависит количество рабочих мест и уровень заработной платы. От последних зависит покупательная способность и т.д, и т.п. согласно экономических законов. И даже если наворовавшийся чиновник от рекламы создает свое предприятие и обеспечит зарплатой некоторое число человек, это не сравнимо с уроном, который он нанес огромному числу предпринимателей и громаде в целом.

 Ну, пока никакими реформами на рекламном рынке, понятное дело, не пахнет, хотя Яценюк когда-то пытался изменить постановление Кабмина в этой сфере. Бизнес эти потуги не принял и отменил в судебном порядке. Сама идея была благая – освободить предпринимателей от сложносочиненной и многомесячной системы согласований, тормозящей и обворовывающей бизнес, но изобиловала многими погрешностями с далеко идущими негативными последствиями. Так что дерегуляция не удалась, ею просто занимались дилетанты с шашкой наголо. Правда, и без этих изменений в некоторых городах упростили разрешительную систему, облегчили жизнь предпринимателям. Но глобальных изменений нет. Почему? Даже не потому, что мэр города плохой или взяточник, а потому, что так устроено законодательство. В первую очередь, местное, которое зачастую во многом противоречит Закону о рекламе и Постановлению Кабмина. На это никто не обращает внимание, и этим пользуются любители легкой наживы во многих городах, особенно под благовидным предлогом «навести порядок». Вот только никак не наведут за 25 лет, потому что на самом деле деньги приносит сам беспорядок.

 Законодательство о рекламе тормозит экономическое развитие городов в угоду эфемерной, субъективной идее эстетики и так называемым «деньгам в бюджет», которые особо никто не контролирует, а громады их наличие не ощущают, как не замечают они и эстетики в сфере наружной рекламы. Пресловутая идея «денег в бюджет» несмотря на четкую норму законодательства о прямых платежах за размещение наружной рекламы в бюджет, которая подтверждена судебными решениями, во многих городах игнорируется. Деньги собирают коммунальные предприятия, отчисляя сложно высчитываемый процент от дохода в бюджеты городов.

Как вы знаете, чистый доход зависит от расходов. Отсюда и ноги растут у всей этой хромой системы. Если познакомиться с проголосованными на сессиях местных советов уставами или положениями про коммунальные предприятия, на чьи плечи возложен сбор денег за размещение наружной рекламы, то становится понятно, что они заинтересованы в увеличении не только доходов, но и расходов. От доходов КП имеют очень даже большую долю, а расходы уменьшают бюджетные отчисления за размещение наружной рекламы и фасадных конструкций. И какие это расходы, в чьих интересах они делаются, невозможно разобраться, так как они завуалированы, да и КП – хозяйствующий субъект, который, если хочет – предоставляет громаде полную информацию о своих закупках и затратах, а хочет – нет. Т.е, в ряде городов схема такова: на счета созданного КП в нарушение законодательства собираются деньги с предпринимателей за размещение наружной рекламы, за какие-то услуги, демонтажи, хранение. Как они тратятся, кулуарно решает кучка чиновников и депутатов. Например, так: <http://zabeba.li/news/strannaya-arifmetika-kp-atu>

В 2015 г. мы получили первичные данные по таким затратам в Днепропетровске, хотя чиновники в 2014-2016гг. даже балансы не опубликовали. Вот странные закупки, которые бросаються в глаза своей ненужностью громаде, но посажены на затраты, а значит уменьшают отчисления КП в бюджет города: душевая кабина, несколько телевизоров, огромное количество мобильных телефонов, сложная техника для непонятных целей, полиграфическая и рекламная продукции для афиллированных фирм или у афиллированных фирм, оплаченная, но отсутствующая социальная реклама, бензин, объемы закупок которого зашкаливают, автомобили, неисчислимое количество канцтоваров, 8 000 000 грн заработной платы из собранных с предпринимателей 26,4 млн грн и т.д. естественно эти закупки производятся за деньги, которые перечисляют предприниматели за размещение наружной рекламы на территории города. При этом в бюджет города было перечислено около 2,5 миллионов. Какую пользу получила от этих затрат громада города, выплатив 1/3 часть от собранных с предпринимателей средств на зарплату чиновникам? И за что им такая зарплата? Город остался в рекламном хаосе, на рынке появились новые операторы, подвинув с места старых.

В этих аферах никто не копается. Да и документы руководство находящегося в стадии ликвидации днепропетровского КП «АТУ» не отдает проверяющим органам без боя с использованием газовых баллончиков, баррикад и выпрыгивая из окон второго этажа.

Лично я не понимаю, почему должна работать за себя и за того парня, который не пенсионер, не ребенок и не инвалид, а вполне здоровый трудоспособный детина? Пусть тоже попробует производить товары и услуги, а не занимается отбором десятины в собственный карман под прикрытием законодательства. Или хотя бы пусть создаст сервисную службу для бизнеса, чтобы помогать ему развиваться. Это, конечно, сложнее, чем отбирать, прикрываясь законодательством.

Кстати, таких парней в разрешительной системе в сфере наружной рекламы в разных городах работает разное количество. Самый пик, по нашей информации. в 2015г в Днепропетровске – около 100 человек, и это еще без подрядных организаций и не считая заинтересованных депутатов.

**То, что деньги чиновниками ставятся во главу угла, и является основой проблем развития бизнеса и многочисленных манипуляций.**

Вопрос не стоит о том, чтобы создать сервисную службу по сертифицированию наружной рекламы, с объективными критериями и видением перспектив экономического и архитектурного развития городов. В наше время, когда Илон Маск планирует полеты на Марс, электронная почта есть у каждого второго, а карты ПРИВАТБАНКА практически у всех, документы для узаконения наружной рекламы **сдаются лично в бумажном виде, на что тратится несколько месяцев**, ведь законодательство требует столько глупых подтверждений. Если чиновник их не получит, он рискует, как минимум, своим местом.

А что с эстетикой? Это отдельная больная тема, которая базируется, в основном, на субъективных мнениях отдельных лиц и кулуарных решениях. Такие решения существуют даже там, где приняты концепции размещения наружной рекламы и фасадных вывесок с графическими материалами. Все концепции далеко не совершенны, часто мешают развитию бизнеса средствами наружной рекламы.

Все это основа для закоренелой коррупции. А если система на выдвигает наверх порядочных профессионалов с видением общественно необходимых целей, то коррупция на этой почве всегда найдет, как процвести. И это не обязательно деньги в конверте. Система мимикрировала. Законодательство позволяет ей официально зарабатывать. Депутаты и исполкомы напринимали столько решений в пользу бедных чиновников, что теперь не нужно брать взятки, а просто нужно обеспечить себя премиями, зарплатами, иметь возможность обмануть ПРОЗОРРО (что делается, кстати, легко и непринужденно), обеспечить подрядами афиллированные фирмы. Ну, налогов больше заплатишь с расчетного счета КП, но деньги-то все равно с неба падают… Тем более, что убедить завтра депутатов повысить тарифы – плевое дело. Готовьте решение, сессия проголосует. Это же всего гривен на 30 за м кВ!

**Как работает система с нарушителями?**

Инспектор КП, который обычно получает премию за выявленного нарушителя законодательства о наружной рекламе (в Запорожье недавно такой обиженный плакался, что не дают ему предприниматели своим незаконным узаконением премию получить!), после череды действий приносит предпринимателю предписание на устранение **нарушений путем демонтажа в течение 3х дней**. Предприниматель- нарушитель, если реагирует на это предписание, получает молчаливый бонус от чиновников – время в пару и даже больше месяцев на получение разрешения на размещение наружной рекламы. Так сказать, все негласно закрывают глаза. И это хорошо, хотя не имеет никакого подтверждения в законодательстве, а есть только устное мировое соглашение чиновников и бизнеса, которое благополучно нарушают обе стороны.

 Реклама и вывески тех предприятий и предпринимателей, которые не реагируют на предписание, через решения исполкомов демонтируются обычно силами КП или нанятых КП структур. Списки для рабочего органа готовит КП, крайне заинтересованное в демонтажах. Дальше вступает в силу механизм получения денег от нарушителя: оплата демонтажа, хранения, в каких-то городах – штрафы. Вроде, нормальная схема, не придерешься.

Но к существующему Закону о рекламе и Постановлению Кабмина она не имеет прямого отношения, так как там прописана совершенно иная процедура. Статьи 26-27 Закона о рекламе полностью игнорируются на местном уровне, как и нормы Типових правил. Нет комиссий, которые бы выступали третейскими судьями в спорных вопросах, решения чиновников мэрии тайны и безапелляционны, хотя узаконены самими же чиновниками на уровне решений исполкомов и сессиями горсоветов. Просто потом ставят предпринимателей перед фактом. Чужая собственность отбирается без решений судов, и, чтобы ее возвратить, владелец должен оплатить в КП и/или другие структуры очень даже большие деньги. Так КП обеспечивают себя высокооплачиваемой работой. При этом в ряде городов объемы этой работы никогда не иссякнут, так как сами разрешения оформить невозможно. Те же чиновники выдают незаконные отказы на уровне получения приоритета на место или на заявки на узаконение фасадных вывесок меньше 3х м (есть такие города, где вывески нужно узаканивать все). И что это значит? Что, нарушая свои функциональные обязанности, рабочий орган создает для своего КП новых и новых нарушителей –плательщиков.

 В этом процессе скрываются тенденции, которые никогда не принесут искомый результат облагораживания городов и развития бизнеса, так как решают узкую проблему примитивными методами. И это, как видим, методы запугивания, а еще набившая оскомину позиция чиновников: «незнание законов не освобождает от ответственности», которую по нескольку раз цитируют всем ссылающимся на объективно-субъективные причины невольным нарушителям. Что чиновники и сами сплошь и рядом нарушают законодательство, а местные регуляторные акты противоречат Постановлению Кабмина и Закону о рекламе – не считается. У них же цели благие – сделать города красивыми и богатыми.

 Предприниматели же у нас - люди, естественно, безответственные, рубят бабло любыми методами, да и в художественных академиях не обучались, в красоте ничего не понимают, вешают и ставят себе все, где хотят и как хотят, лишь бы уровень продаж повысить. Тотальное уничтожение всего ими навороченного – единственный метод борьбы мэрий за эстетику городов. С чистого листа, так сказать. Сколько это в денежном эквиваленте, расскажем потом.

 Но мы вот считаем, что метод не единственный. И что штрафами и демонтажами вопросы эстетики не решишь. И при существующей системе бюджетные отчисления многократно не увеличить. Да и не виноваты предприниматели чаще всего.

 Прошедшие 20 лет система работала на самообеспечение, напринимала решений для этого. Законодательные акты местные чиновники сделали для собственных интересов, прикрываясь благой идеей денег в бюджет и борьбой за субъективно понимаемую эстетику. Правда, как все мы видим, это все равно, что отапливать космос. Система позволяет себе безнаказанно нарушать все и вся, при этом качество принимаемых решений зависит от того, моральный чиновник ее возглавляет или нет, уж про спецов не говорю (например, так <http://corr-icps.com.ua/kuda-v-dnepre-ukhodyat-myllyony-ot-naruzhnoy-reklamy>), и принимаются ли его идеи громадой.

Цели этой системы определены неправильно. Она не работает на экономическое развитие в целом, а работает на экономическое развитие отдельно взятой кучки людей, ну, в лучшем случае, эти люди просто не видят за горизонт, а в худшем – пользуются безграничними возможностями феодального строя в этой системе.

Как правило, нет ни объективных критериев назначения чиновников на должности, ни дальнейшего профессионального контроля и объективной оценки принимаемых решений. Практически везде нарушается п. 5 Постановления Кабинета министров Украины «Типови правила розміщення зовнішньої реклами» , который позволял бы хоть сколько-нибудь контролировать и регулировать процесс:

 «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.»

Подстраховка чиновников от возникающих претензий становится совершеннее, для чего максимально усложняется выдача разрешительных документов, сроки ее зашкаливают, и часто выходят далеко за рамки оговоренных в законодательстве 6-ти месяцев действия приоритета. Правда, зачастую и не придерешься. Справки, документы, которые требуется прилагать для получения писем о приоритете и разрешений, объективно оказываются нужны, мотивированы сопутствующими законодательными актами. А то, что они не описаны в требованиях Типових правил розміщення зовнішньої реклами, - так нельзя же все описать, в конце концов!

 Вот очень мне нравится, например, то, что в Днепре информация о зданиях в коммунальной собственности - собственности громады города – толи отсутствует, толи засекречена. Но доступа к реестру коммунального майна у чиновников управления рекламы нет, не говоря уже о предпринимателях. Да и самого реестра коммунальной собственности, похоже, в полном объеме нет. И, чтобы доказать частную собственность многих зданий (без этого заявку на получение письма о приоритете не принимают), предпринимателям приходится обращаться в Департамент по работе с активами ДМР. После того, как через месяц (!) чиновники департамента перенесут заявление на получение справки о собственности здания со второго этажа на первый, где работает их КП «Бюро майнових прав…», вы подпишите договор о получении платных услуг общей стоимостью около 1200 грн , а после громко поругаетесь, чтобы КП со своей стороны поставили печати на бланк договора и выдали счет на оплату, иначе еще пройдет месяц. Потом еще не меньше месяца пройдет, чтобы искомую информацию вам оформили в виде небольшой справки, которую нужно приложить к документам на получение письма о приоритете. Ну, а чтобы повесить вывеску над своим магазином и речи еще не идет. После письма о приоритете вам нужно начать оформление разрешения: получить подпись балансодержателя, что будет быстро только у частного владельца здания или в Жилсервисе-2, который за это берет деньги. Другие Жилсервисы потребуют у Вас (хоть вы тут не причем – арендатор, к примеру) подписанный хозяином помещения и оплаченный договор на оказание коммунальных услуг, а еще, в связи с новыми реалиями, переподписать договор и оплатить услуги обслуживающего теперь Жилсервиса, хотя балансодержателем остался старый Жилсервис. Зпутались? Не вы - один. Пока будете вникать, потеряете еще много-много времени.

 Но самое веселое – трактовки. В законодательстве требуется подпись собственника места размещения. Во многих городах считается, чье помещение за стеной, тот и собственник места, он и подписывает. В каких-то городах есть общий коммунальный орган, который ставит печати, отвечая за все здания, не снятые с баланса коммунальной собственности. В Днепре это Жилсервисы, которые просто являются обслуживающими организациями, и полномочия собственника им не делегированы. В-общем, кто как видит, тот так и усложняет задачу.

 Кстати, дальше проблемы только нарастают. Например, в Днепре ГлавАПУ готовит концепцию размещения вывесок и рекламы на фасадах. А это ой как сложно при таком разнообразии зданий и минимальном штате сотрудников! С 2014 года не согласовываются, например, конструкции на Привокзальной площади, так как нет этой самой концепции. Концепции – вообще дело неблагодарное, так как спорное. Например, как соотнести требования архитектуры минимизировать фасадные конструкции и сделать их основы под цвет здания, если они таким образом 1) теряют свою рекламную сущность, прекращают привлекать клиентов, 2) вдруг зарегистрированная торговая марка имеет другой фон – не в цвет здания?

 Пока идут споры об эстетике, КП строчит письма на демонтаж, исполкомы подписывают решения. Поэтому все предприниматели должны работать только с вывесками меньше 3х м, расположенными не выше плиты перекрытия 1-го этажа, которые не оплачиваются в бюджет и не согласовываются в ряде городов вообще, при этом могут нести ограниченную информацию - зарегистрированное название лица и вид деятельности, т.е. **ФОП ФИО/ТОВ Название, непродовольственные товары(к примеру).** А как производить продажи, увеличивать обороты магазинов пошаговой доступности, архитекторов не интересует. Они в таких магазинах свои проекты не продают, пешеходов не завлекают.

 Незарегистрированные названия типа магазин «Метизный мир», ресторан «Чеширский кот» потребуют пройти все семь кругов ада получения разрешений на размещение наружной рекламы. А если он находится в охранной зоне архитектурного наследия – ареале №1, то Дозвіл нужно еще будет подписать в Киеве в департаменте по охране архитектурного наследия Министерства культуры Украины (иногда – в структурах обладминистраций). Вообще-то, из Минкульта выходит минимум документов ( в Днепр с 2014 г из сотен отосланных возвратились несколько десятков), чиновники полностью игнорируют сроки, так как лоббировать интересы предпринимателей в Минкульте сегодня некому, представителей в городах нет, работают они только с рабочими органами, которым не до Минкульта. И еще Минкульт требует перед узаконением демонтировать все вывески на фасадах (живите без вывесок, пока разрешение не получите) и только потом принимает решение, иначе – нарушение законодательства! Ну и, понятное дело, мнение чиновников Минкульта сугубо субъективное – ну, они так видят. Как в прочем, и архитекторы. И ничего не попишешь. Не получишь Дозвіл, начинай всю процедуру по-новой. А это примерно еще полгода и, возможно, с тем же результатом.

 Бизнес так не работает. Магазин открывается за месяц. Но без вывески он функционировать не может. Он не может ждать, пока чиновники примут хотя бы мало-мальски устраивающие его концепции размещения фасадных конструкций. Предприниматель сделает так, чтобы бизнес приносил деньги, и как можно быстрее. И это правильно.

 90% вывесок и рекламных конструкций на фасадах, которые теперь нужно согласовывать в соответствии с изменениями от 23.05.2012г. Типових правил розміщення зовнішньої реклами, очень даже влияют на уровень продаж, а значит, обороты, зарплаты, доходы и налоги тех предприятий, которые используют наружную рекламу, особенно банков, магазинов, пунктов услуг так называемой пошаговой доступности.

И бизнес не виноват в том, например, что с мая 2012 года разрешительная система в Днепре успела относительно нормально поработать примерно полгода в 2013 г, когда были внесены изменения в местный регуляторній акт 1148, а вот после февраля 2014 узаканивались только те конструкции, которые приносили деньги в карманы чиновников разрешительной системы и их сюзеренам-депутатам, что резко затормошило процесс узаконения. Тут, конечно, за деньги на естетикуглаза закривали, а добровольно-принудительный договор с КП «АТУ» предполагал 100% предоплату без обязательств результата, т.е. получения Разрешения. Так тысячи предприятий и остались не узаконенными. Огромное число документов не возвратилось из Минкульта (это вообще отдельная тема), огромное - утеряно в самом горисполкоме, а переименование города и смена чиновников вообще свело все на нет для тех, кто прошел сложную часть пути, но не имеет Дозвіл, так как не было решений исполкома с декабря 2015г!.

Только война за ликвидацию явно коррупционного тандема отдела по вопросам рекламы ДМР и КП «АТУ», которое еще и сегодня «в стадии ликвидации», отобрала полтора года. Таким образом, с 23 мая 2012 года получать разрешения на установку наружной рекламы и фасадних вывесок свыше 3х м кВ можно было в более-менее нормальном режиме **немногим более года.**

Но бизнес не может ждать, пока чиновники себе там начнут работать. Он, понятное дело, магазины-банки-рестораны –ломбарды открывал, вывески и рекламу размещал. И все как-то больше 3х м, выше этажа, где занимает помещения, да еще и с незарегистрированными названими и рекламной информацией… Вот и поимели предприниматели проблемы на свои головы. Все по закону – под демонтаж!

**Эстетика и демонтажи. Как неправильно.**

Эстетика и безопасность вообще отдельная тема. Это пока не получается оптимизировать практически нигде. Например, в Днепре с апреля 2017 (решение сессии, после которого ничего не мешало начать работу Управлению рекламы) нет ответственного в ГлавАПУ, который «вот-вот» приходит уже 6-й месяц. В городе кризис кадров, нет креативно мыслящих талантливых профессионалов, готовых взять на себя ответственность за эстетическую составляющую. Правда, со дня на день надеемся познакомиться, появился камикадзе, «оформляет документы».

Поэтому сейчас вопросом эстетики фасадов зданий занимается тот же начальник Департамента торговли и рекламы Руслан Мороз, у которого нет ни законодательных полномочий для этого, ни соответствующего образования. И не смотря на все возможные самые хорошие основания для его решений – может, душа болит за город или жизнь бизнесу упростить пытается, - на этом будет основана первая волна назревающего конфликта против откровенного нарушения законодательства. Или, что позволено Юпитеру без профильного образования, не позволено быку? Так замечу в скобках, на этом нарушении все коррупционные схемы 20 лет и строились. Так что, как бы не быть Юпитеру козлом отпущения.

**За подписью Мороза выходят письма об отказе в установлении приоритета на основании п.3, п.7 и 8 местного регуляторного акта 1148. А это прямое нарушение Постановления Кабинета министров Украины от 29.12.2003г №2067 "Про затвердження Типових правив розміщення зовнішньої реклами" {Із змінами, внесеними згідно з Постановами КМ № 968 від 09.09.2009 № 495 від 23.05.2012} .**

**Читаем полномочия руководителя рабочего органа в Постановлении Кабинета Министров Украины. П.10 описывает причины отказа в установлении приоритета:**

***«У разі прийняття рішення про відмову у встановленні пріоритету робочий орган протягом трьох днів надсилає заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням дати встановлення пріоритету іншого заявника на заявлене місце розташування рекламного засобу або дати і номера рішення виконавчого органу ради про надання дозволу на заявлене місце іншій особі та повертає всі подані заявником документи.»***

**Отказы в приоритете возможны только при том, что есть письменное подтверждение, что место занято.**

**П.3.ип.7 из местного регуляторного акта 1148 вообще не имеют отношения к деятельности рабочего органа, описанной в постановлении Кабмина.**

Ну правда, не будем же мы принимать всерьез отказ в выдаче разрешений на основании того, что начальник Департамента торговли и рекламы ДМР без профильного образования считает, что ***нет «збереження візуальної цілостності рекламного простору» или реклама не соответствует требованиям: «образна, стільова та декоративна виразність», или «цілісність композиційного та об”емно-пластичного вирішення», или «масштабність стосовно людини та елементів міського середовища» или «естетична гармонізація з візуальними характерістиками середовища» и т.п.***

 Хотя, нарушая законодательство, Руслан Мороз делает большое одолжение многим предпринимателям. Они не проходят те семь кругов ада разрешительной системы, которые просто отнимают время и деньги. На самом деле, сами отказы на начальном этапе перед узаконеним - это хорошо, только нужно для этого изменить законодательство и разрешить простую добровольную процедуру предварительного согласования, от которой некоторые архитекторы отказываются. Например, получать заключение специалиста департамента архитектуры по электронной почте – согласуют ли департамент такую фасадную конструкцію или нет? Ввязываться в процедуру согласований с такой конструкцией или не стоит?

Правда, с учетом огромного количества неузаконенных фасадних конструкций, в которых бизнес нуждается, отказы в приоритиете дают возможность чиновникам для следующего шага – решения исполкома о демонтаже. А это – деньги за работу и за хранение на счета КП и со счетов КП, что, впрочем, выгодно КП одинаково.

 И мы бы против такой постановки вопроса не возражали, другое дело, что сами решения непрозрачны, не имеют мотивации, не объясняются законодательством, принимаются комиссией в непонятном составе. А то же Постановление Кабмина по наружной рекламе предполагает участие в **процессе общественных советов (п.5),**  и при этом отказы на стадии приоритета так же остаются незаконними, но такое участие снимает все подозрения в субъективизме чиновников и минимизирует коррупционную составляющую. Хотя, тоже вилами по воде писано. Есть города Украины, где борьба с коррупцией - не просто красивые слова. Работу с общественным советом в сфере наружной рекламы введена как норма, решения принимаются гласно, под. объективами телекамер. Днепропетровск сделал попытку работы с общественным советом, притом, удачную и бесконфликтную, при прошлом руководстве управления рекламы в 2016г., но она ограничилась созданием концепции размещения отдельностоящих конструкций, под. ними и похоронена. Причины, естественно, никто не объясняет.

 Но все это приводит к глобальному – в несколько раз - увеличению средств на счета КП за счет хранения демонтированных конструкций и пополняет счета фирмы, выигравшей тендер ПРОЗОРРО и осуществляющей демонтажи.

Система окупает сама себя, работает сама на себя: за размещение наружной рекламы собираются деньги в КП, тратятся на демонтажи, на которых зарабатывает либо само КП, либо афиллированная фирма. Затраты растут, просто уменьшаются отчисления в бюджет города. Т.е., КП выгодно как узаконенная, так и неузаконенная реклама.

О! А как впечатляют цифры за демонтаж и хранение! А в некоторых городах это еще и штрафы в структуры ст.26 Закона о рекламе!

**Как работает штрафная система.**

Вот пример. Дважды пытался узаконить фасадные вывески и рекламные конструкции на своих местах продаж украинский производитель ФЛП Бондаревский. Получив подписи ответственных лиц весной 2016г, внезапно отказалось, что отдел по вопросам рекламы ДМР почил в бозе вместе с документами, которые толи прокуратура забрала, толи потеряны чиновниками. И ответить некому. В общем, в июле 2017г., когда ДМР начала прием документов на узаконение наружной рекламы, законопослушный Бондаревский начинает оформление заново. Пока в рабочем органе меняют бланки, бракуют ракурсы фотографий, не регистрируя обращения и заявки, от КП «Земград» приезжает фирма и демонтирует все фасадные конструкции предпринимателя. Основания не предъявляются. Устно продавца отсылают в интернет посмотреть решение горисполкома о демонтажах. Неизвестными людьми без предъявления документов, не составляя акт изъятия и под охраной муниципальной полиции демонтируется все принадлежащие Бондаревскому вывески и рекламные конструкции и вывозятся в неизвестном направлении. Бондаревский хотел их выкупить, но оказалось, что стоимость демонтажа и хранения за 1 день конструкций стоимостью около 5000 грн составила свыше 12 000 грн. Через месяц стоимость с учетом хранения составила около 60 000 грн. По формулам расчета, принятым Днепропетровским горсоветом.

Убивать производство, оплачивая такие суммы за проблемы, которые сами чиновники же и создали, не имеет смысла. Тем более, что продаж в магазине больше нет, а значит, производство останавливается. Предприниматель переносит пункты реализации продукции в другие города, где нет такого вандального отношения, а значит, Днепр лишается рабочих мест, теряет ЕСВ.

Та ладно, одним ЕСВ больше, одним ЕСВ меньше! Это же самовосстанавливающийся механизм, на место Бондаревского придут другие ФОПы. Зато многие платят за демонтаж и хранение, а это многократно пополняет бюджет КП. Но цыплят по осени считают. В решениях исполкома ДМР с мая 2017г. уже, наверное, свыше тысячи адресов под демонтаж. Посмотрим, каков будет баланс за год: сколько от этого получит громада города, куда будут израсходованы средства.

КП – это бесконтрольная трата денег, большой процент которых остается в КП официально, И только от доброй воли чиновников зависит, показывать ли баланс и делать прозрачной свою бухгалтерию или нет. За 2014-2015гг баланс КП «АТУ» ДМР на сайте не вывешен. 2016 тоже не попадался. Система заинтересована в нарушителях, пользуясь прогалинами в законодательстве, покрывательством и попустительством властей, может бесконтрольно как хозяйствующий субъект тратить собираемые налоги и сборы и ни перед кем из плательщиков в этом не отчитываться. И только от доброй воли чиновников зависит, показывать ли, сколько собрано и на что потрачено, или нет. А я не понимаю, почему я должна работать на обеспечение безбедной жизни вполне еще трудоспособных ребят возрастом от 30 до 50? Почему нарушается прямая норма законодательства о поступлении денег в бюджет, о которой есть соответствующие решения судов. Хотим, игнорируем нормы, хотим, нет. При этом система отказов в приоритете целенаправленно делает из тысяч предпринимателей нарушителей, с которых потом легко получать деньги или недоплачивать деньги в бюджет за счет затрат КП.

**Как на самом деле должна работать система?**

Разрешительная системе в сфере наружной рекламы должна стать сервисной службой, заинтересованной в балансе интересов горожан и бизнеса.

И что для этого нужно сделать? Десяток несложных шагов:

1. Исключительно следовать существующему законодательству Украины, привести в соответствие с украинским законодательством местные регуляторные акты. Осуществлять платежи за размещение наружной рекламы в бюджет городов и сел, как это недвусмысленно написано в законодательстве Украины.
2. Упростить разрешительную систему простыми решениями, например, о сроках рассмотрения документов. Месяц на каждую службу - это, извините, ни в какие ворота. Все легко сделать за 1 неделю, если этого захотеть.
3. Создать простую систему подачи заявок через интернет. Да и согласование легко проводить через электронные системы, ведь у всех структур и частных лиц есть электронные подписи или идентификационные номера через ID-Вank.
4. Связать архитектурные концепции и индивидуальный подход к каждому дому - в департаментах архитектуры при рассмотрении конкретной вывески рассматривать здание целиком. Указывать места и габариты размещения конструкций на всем здании сразу простыми четырехугольниками, ничего сложного и долгого. Ведь практически все здания отличаются друг от друга, невозможно найти даже двух одинаковых «хрущовок». Так что, единых норм быть не может. Да это и обеднит города, затормозит продажи. Такое пообъектное рассмотрение зданий вовлечет предпринимателей как помощников, чем поможет архитекторам и рабочим органам. Т.е., инспектор КП или первый предприниматель, кто обращается за узаконением, делает фотографию здания целиком, ответственные в департаменте архитектуры и градостроительства указывают возможные места размещения фасадных конструкций. Делается электронный банк данных. Для всех остальных предпринимателей уже будет готовое решение, которое ускорит подписание документов – до 1-го дня.
5. Предварительное согласование с архитектурой тоже очень важно, иначе предприниматели втягиваются в сложный и длительный процесс узаконения, который рискует оборваться на мнении главного архитектора… И тогда в чем смысл всех проделанных телодвижений? Простые вопросы ответственному за согласование в департаменте архитектуры – как можно разместить на этом здании конструкции? – решит огромное число вопросов. Тогда не будет такого пародоксального ответа на заявки о приоритете, который выдумали в Днепре.
6. Изменить законодательство о согласовании фасадных конструкций в ареале охранной зоны архитектурного наследия №1 в министерстве культуры Украины, оставив им на утверждение только здания архитектурной ценности национального значения. Иначе происходит вот что: Минкульт, который не знает истинного положения дел в городах, должен принимать решения по фотографиям, а в лучшем случае, направляя своих специалистов в командировки, так как представителей на местах не осталось. Это глупо, трудоемко и долго. В городах есть специалисты в сфере охраны архитектурного наследия, которые уж точно знают город лучше чиновников из Киева. Если на них нельзя переложить полномочия по принятию решений, то нужно изменить законодательство или границы ареалов. Какой выход из этого исхода предпочтительнее, не важно. Бизнес и громады устроит любой, лишь бы система работала и работала быстро.
7. Вовлечь в работу общественный совет, объединить его с админкомиссиями, сделать принятие решений гласными и понятными. Все решения, фотографии и документы вывешивать на специальном сайте с общим доступом.
8. Концепции размещения фасадных конструкций и наружной рекламы утверждать как регуляторный акт.

Ну, и еще много деталей, которые можно оговаривать отдельно.

**А уж если совсем делать комфортные условия для развития бизнеса, то это так:**

 Без двусмысленных трактовок описать понятие «вывеска» в законе. Разрешить бизнесу бесплатно размещать не просто зарегистрированное название и вид деятельности, а незарегистрированные названия, которые не несут рекламной информации («Снежинка», «Цветик» «Черный кот», «Каша» и т.д) и согласно Закону о правах потребителей соблюсти нормы информирования потребителей, т.е., что реализует данный магазин или пункт услуг (Одежда европейских производителей/ Торты, конфеты и мороженное/ детский клуб – Дни рождения, английский язык, мини детский сад/ Удобрения и семена и т.п.)

Инспекторская служба КП готовит фотографии и организовывает паспорта фасадов. Просто подает через электронную почту, не нужно ходить! для рассмотрения в архитектурные органы фотографии фасадов, получает оттуда с очерченными местами размещения фасадных конструкций и передает их предпринимателям.

Владельцы мест размещения просто ставятся в известность о вариантах размещения фасадных конструкций. Если они не имеют претензий, разрешение считается полученным. При этом, рабочий орган не занимается проверкой согласований владельцами на зданиях в частной, областной, государственной собственности, так как это личные взаимоотношения владельцев конструкций и владельцев зданий. Чиновники мэрии тут – лишнее звено, вмешиваться могут только тогда, когда возникают претензии собственников. Так и на зданиях в коммунальной собственности чиновники явно непонятно зачем сами для себя ставят печати. Есть претензии жильцов – разбирайтесь. Нет, автоматически разрешайте.

Мнение архитекторов может быть оспорено на общественном совете, объединенным с админкомиссией, где решение по вариантам размещения принимается большинством голосов. При этом на ней может присутствовать любой желающий, в том числе - представители заинтересованных сторон – архитектурных управлений, предприниматели, чиновники, жильцы домов.

Паспорт дома согласовывается. Предпринимателям предлагается срок для замены конструкций - от 6 месяцев до года. Данное решение по каждому зданию подписывается актом админкомиссии и общественного совета.

С момента принятия паспорта фасадных конструкций данного здания предпринимателям выписываются счета за размещение существующих конструкций с учетом штрафов, возможно, в пятикратном размере от стоимости размещения согласно существующим расценкам. Стимулировать узаконение на зданиях некоммунальной собственности - через такие же штрафные санкции, оплата за место размещения, которая прекращается после оформления разрешения.

Данные решение принимаются сессией горсовета.

Демонтажи по решению исполкома возможно проводить только при наличии таких паспортов, увозить конструкции на склады КП разрешается только при наличии решения суда, или бесхозные.

КП могут зарабатывать, оказывая услуги бизнесу. Их процент за остальные реботы фиксирован. Например, 10% от оборота. Тогда у КП не будет желания увеличивать штат, зарплату которому платят все предприниматели города, и увеличивать затраты предприятия.

Как-то так - вкратце.