

Згодом 57

рішення Київської міської ради

№ _____

Концепція комплексного впорядкування міського простору міста Києва «Комфортне місто»

1. Паспорт Концепції

1	Ініціатор розроблення Концепції	Виконавчий орган Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
2	Розробник Концепції	Департамент містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
3		Окреме доручення першого заступника голови Київської міської державної адміністрації Ніконова І.В.
4	Співрозробники Концепції	ГО «Асоціація велосипедистів Києва», Інститут міського цивільного проектування «Міськцивільпроект», Департамент міського благоустрою та збереження природного середовища виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департамент промисловості та розвитку підприємництва виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
5	Замовник (відповідальний виконавець) Концепції	Департамент містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
6	Учасники (співвиконавці) Концепції	Структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районні в місті Києві державні адміністрації, комунальні підприємства

7	Термін реалізації Концепції	2015 – 2020 роки
8	Перелік місцевих бюджетів, які беруть участь у виконанні Концепції	Буде визначено під час формування міських цільових програм
9	Загальний обсяг фінансових ресурсів для реалізації Концепції	Буде визначено під час формування окремих цільових програм

Концепцію комплексного впорядкування міського простору міста Києва «Комфортне місто» розроблено відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про столицю України – місто-герой Київ», «Про регулювання містобудівної діяльності», «Про благоустрій населених пунктів», «Про рекламу», наказу Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 21 жовтня 2011 року № 244 «Про затвердження Порядку розміщення тимчасових споруд для провадження підприємницької діяльності», зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 22 листопада 2011 року за № 1330/20068, рішення Київської міської ради від 25 грудня 2014 року № 746/746 «Про особливості застосування Порядку розміщення тимчасових споруд торговельного, побутового, соціально-культурного чи іншого призначення для здійснення підприємницької діяльності в м. Києві».

Терміни вживаються у такому значенні:

громадський простір – складова міського простору, яка є відкритою та доступною для мешканців та гостей міста на постійній та безоплатній основі, включає базову інфраструктуру та можливості для проведення часу. До громадських просторів міста входять площі, вулиці, парки, сквери, набережні та прибережні території, рекреаційні території тощо;

інформаційна вивіска чи табличка – мала архітектурна форма, конструктивний елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать цій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи; що розміщена на зовнішній поверхні будинку, будівлі або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де знаходиться 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, яка не містить закликів до придбання товару або іншої інформації, що призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів та їх інтерес щодо такого товару, загальною площею до 2,0 кв. метрів; не є рекламним засобом. У разі, коли площа інформаційної вивіски перевищує 2,0 кв. метри, вона вважається зовнішньою рекламою та потребує отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами відповідно до окремого порядку;

місце розміщення інформаційної вивіски чи таблички – частина площі зовнішньої поверхні будинку, будівлі або споруди, де юридична або фізична особа займає приміщення, на якій розташовується інформаційна вивіска чи табличка;

паспорт на розміщення інформаційної вивіски чи таблички (далі – паспорт) – документ установленної форми, який оформлюється Департаментом містобудування та архітектури і містить інформацію про ознаки інформаційної вивіски, в тому числі технічну характеристику, та місце її розміщення з прив'язкою до паспорту фасаду будинку або споруди;

паспорт фасаду будівлі або споруди – реєстраційний документ, яким фіксується архітектурне та колористичне вирішення (в тому числі при необхідності художнє освітлення усіх фасадів споруди), та розробляється ліцензованою організацією або сертифікованим спеціалістом з дотриманням вимог Державних будівельних норм та правил;

самовільно розміщена інформаційна вивіска – інформаційна вивіска, що розміщується без наявності оформленого у встановленому порядку паспорту;

товар – будь-який предмет господарського обігу, в тому числі продукція, роботи, послуги, цінні папери, об'єкти права інтелектуальної власності;

балансоутримувачі – суб'єкти господарювання всіх форм власності, в тому числі комунальні підприємства транспорту (юридичні особи), на балансі яких знаходяться власні території, будинки, транспортні засоби, споруди, будівлі, устаткування транспорту, що є комунальною власністю територіальної громади міста Києва;

дозвіл – документ установленної форми, виданий розповсюдженню реклами на підставі розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), який дає право на розміщення зовнішньої реклами;

заходи рекламного характеру – заходи з розповсюдження реклами, які передбачають безоплатне розповсюдження зразків товарів, що рекламуються, та/або обмін споживачам однієї кількості чи одного виду товарів, що рекламуються, на інший;

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

КП «Київреклама» – комунальне підприємство виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), підпорядковане Департаменту містобудування та архітектури та уповноважене виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією) виконувати функції з укладення договорів, нарахування та отримання плати за право тимчасового користування місцями (для розміщення рекламного засобу (РЗ), які перебувають у комунальній власності

територіальної громади міста Києва, його районів або повноваження щодо розпоряджень органів місцевого самоврядування м. Києва (далі - комунальна власність територіальної громади міста Києва), здійснювати контроль за надходженням плати за договорами, організовувати або здійснювати власними силами та засобами демонтаж самовільно встановлених рекламних засобів, забезпечувати виготовлення друкованої продукції, розміщення соціальної реклами та інформації соціального спрямування, надавати платні послуги та виконувати інші повноваження, передбачені Статутом підприємства;

місцерозташування рекламного засобу – площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості у межах населеного пункту, що надаються розповсюдженню зовнішньої реклами у тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом;

організатор конкурсу – Департамент економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);

інвестиційний конкурс – конкурс, проведений відповідно до Положення про порядок проведення інвестиційних конкурсів для будівництва, реконструкції, реставрації тощо об'єктів житлового та нежитлового призначення, незавершеного будівництва, інженерно-транспортної інфраструктури міста Києва, затвердженого рішенням Київської міської ради від 24.05.2007 N 528/1189;

погодження на розміщення реклами на транспорті – документ установленної форми, виданий розповсюдженню реклами на підставі наказу дозвільного органу, який дає право на розміщення реклами на транспорті на певний строк та у певному місці;

реклама в ліфтах – реклама, що розміщується на спеціальних конструкціях на внутрішніх поверхнях кабін ліфтів житлових будинків комунальної власності;

реклама на транспорті – реклама, що розміщується на території підприємств транспорту загального користування, метрополітену, споруд підприємств транспорту загального користування і метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів;

рекламні засоби (далі - РЗ) – засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача;

рекламодавець – особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження;

дозвільний орган – Департамент містобудування та архітектури виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), який уповноважено виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією) виконувати покладені на нього функції (у сфері розміщення зовнішньої реклами та реклами на транспорті, у ліфтах комунальної власності територіальної громади міста

Києва), передбачені Положенням про Департамент містобудування та архітектури;

розповсюджувач реклами – особа, яка здійснює розповсюдження зовнішньої реклами, реклами на транспорті, у ліфтах;

самовільно встановлений рекламний засіб – рекламний засіб, що розміщується без наявності виданого у встановленому порядку дозволу; після прийняття виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією) розпорядження про відмову у продовженні терміну дії дозволу або його скасування. Не вважається самовільно встановленим рекламний засіб протягом часу розгляду заяви розповсюджувача реклами про продовження строку дії дозволу до моменту прийняття виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією) відповідного рішення за такою заявою;

самовільно встановлена спеціальна конструкція – спеціальна конструкція, що розміщується на майні або території підприємств комунальної власності або на внутрішній поверхні кабін ліфтів будинків комунальної власності та використовується для розміщення реклами без наявності Дозволу на розміщення реклами. Не вважається самовільно встановленою спеціальна конструкція, що розміщується протягом часу розгляду заяви розповсюджувача реклами про продовження строку дії Дозволу на розміщення реклами;

соціальна реклама – інформація з питань здорового способу життя, охорони здоров'я, охорони природи, збереження енергоресурсів, профілактики правопорушень, соціального захисту, безпеки населення тощо, 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 (конструкції) (світлові та несвітлові, наземні та не наземні, плоскі та об'ємні стенди, лайтбокси, стікери, постери, щити, панно, транспаранти, конструкції на поперечках контактної мережі тролейбусів, таблички, короби, механічні, динамічні, електронні табло, електронні інформаційні носії, проекційні установки, екрани, цифрові фоторамки, панелі, тумби), які монтуються на майні або встановлюються на території підприємств транспорту, на внутрішній поверхні кабін ліфтів житлових будинків комунальної власності з метою подальшого використання для розміщення реклами.

архітектурний тип тимчасової споруди (далі - ТС) – зовнішній архітектурний вигляд тимчасової споруди із розміщенням інформації про її власника (користувача), назви продукції та/або послуг, які надаються. При розташуванні тимчасової споруди відповідно до схеми розміщення тимчасових споруд застосовуються типові тимчасові споруди;

комплексна схема розміщення тимчасових споруд – схема розміщення тимчасових споруд на території населеного пункту або його частині;

паспорт прив'язки тимчасової споруди – комплект документів, у яких визначено місце встановлення ТС на топографо-геодезичній основі М 1:500, схема благоустрою прилеглої території;

пересувна тимчасова споруда – споруда, яка не має закритого приміщення для тимчасового перебування людей, у якій може бути розміщене торговельне обладнання, низькотемпературний прилавок, лоток, ємність, торговельний автомат, інші пристрої для сезонної роздрібної торгівлі та іншої підприємницької діяльності;

схема благоустрою тимчасової споруди – схема, виконана замовником у довільній формі на топографо-геодезичній основі М 1:500 із зазначенням заходів щодо благоустрою та озеленення території, прилеглої до тимчасової споруди (розташування квітників, під'їздів, урн, влаштування дорожнього покриття або мощення фігурними елементами мощення тощо);

стаціонарна тимчасова споруда – споруда, яка має закрите приміщення для тимчасового перебування людей з площею до 30 кв. м по зовнішньому контуру;

типові тимчасові споруди – види тимчасових споруд, виконані за проектами повторного використання;

тимчасова споруда торговельного, побутового, соціально-культурного чи іншого призначення для здійснення підприємницької діяльності (тимчасова споруда) – одноповерхова споруда, що виготовляється з полегшених конструкцій з урахуванням основних вимог до споруд, визначених технічним регламентом будівельних виробів, будівель і споруд, і встановлюється тимчасово, без улаштування фундаменту;

відкритий (літній) майданчик для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства – різновид майданчика для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства, місце для надання послуг з харчування біля стаціонарного (капітального) закладу ресторанного господарства на відкритому повітрі (під тентами, на верандах, у павільйонах легкого типу), що діє щорічно з 01 травня до 31 жовтня відповідного року;

довідка про функціональне призначення майданчика для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства – документ, який видається суб'єкту господарювання відповідно до затвердженого в установленому порядку визначення обсягів пайової участі (внеску) власників тимчасових споруд торговельного, побутового, соціально-культурного чи іншого призначення для здійснення підприємницької діяльності, засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі в утриманні об'єктів благоустрою м. Києва;

заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка провадить виробничо-торговельну діяльність: виробляє та (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва та закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів. Суб'єкти господарювання у сфері ресторанного

господарства при облаштуванні закладу згідно з обраним типом, класом повинні мати необхідні виробничі, торговельні та побутові приміщення, а також обладнання для приготування та продажу продукції. Вимоги до виробничих, торговельних та побутових приміщень закладів ресторанного господарства, обладнання, інвентарю, переліку послуг, технологічних режимів виробництва продукції встановлюються чинним законодавством України;

майданчик для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства – місце для надання послуг з харчування біля стаціонарного (капітального) закладу ресторанного господарства, який відкритий для обслуговування населення на певний сезон року, розміщений на відкритому повітрі (під тентами, на верандах, у павільйонах легкого типу) або виготовлений з полегшених конструкцій з урахуванням основних вимог до споруд, визначених технічним регламентом будівельних виробів, будівель і споруд, та встановлений тимчасово, без улаштування фундаменту, не є капітальною спорудою. У залежності від типу конструкцій, які використовуються для влаштування, та періоду функціонування, майданчики поділяються на відкриті (літні) майданчики та сезонні майданчики;

паспорт прив'язки розміщення сезонного майданчика – комплект документів, у яких визначено місце встановлення сезонного майданчика на топографо-геодезичній основі М 1:500 та схема благоустрою прилеглої території сезонного майданчика;

самовільно встановлений майданчик для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства – майданчик, розміщений:

після повідомлення суб'єкта господарювання про відмову в укладенні договору про сплату пайової участі за наявності підстав для відмови, передбачених Порядком визначення обсягів пайової участі, та/або у разі прийняття комісією з розгляду питань розміщення сезонних майданчиків на території міста Києва рішення щодо неможливості розміщення сезонного майданчика;

без наявності оформленої у встановленому порядку довідки про функціональне призначення (для відкритого (літнього) майданчика) та паспорту прив'язки (для сезонного майданчика);

разі закінчення терміну дії паспорту прив'язки та неподання суб'єктом господарювання за один місяць до його закінчення заяви щодо продовження терміну дії паспорту прив'язки (для сезонного майданчика);

у разі прийняття рішення щодо анулювання довідки про функціональне призначення (для відкритого (літнього) майданчика) та паспорту прив'язки (для сезонного майданчика) до закінчення строку їх дії.

сезонний майданчик для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства – різновид майданчика для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства, місце для надання послуг з харчування біля стаціонарного (капітального) закладу ресторанного господарства, влаштоване з полегшених конструкцій з урахуванням основних

вимог до споруд, визначених технічним регламентом будівельних виробів, будівель і споруд, встановлений тимчасово без улаштування фундаменту, не є капітальною спорудою та може функціонувати в термін, визначений в паспорті прив'язки;

схема благоустрою прилеглої території сезонного майданчика – схема, виконана суб'єктом господарювання у довільній формі на топографо-геодезичній основі М 1:500 із зазначенням заходів щодо благоустрою та озеленення території, прилеглої до сезонного майданчика (розташування квітників, під'їздів, урн, влаштування дорожнього покриття або мощення фігурними елементами тощо);

територія в межах історико-культурних заповідників і зон охорони пам'яток історії та культури – територія міста Києва, визначена розпорядженнями виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та іншими нормативно-правовими актами;

засоби пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі – автомагазини, автокафе, автокав'ярні, авторозвозки, автоцистерни, лавки-автопричеми, візки, спеціальне технологічне обладнання (низькотемпературні лотки – прилавки) тощо;

об'єкти сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі – намети, палатки, лотки, рундуки, в яких здійснюється сезонний (з 01 квітня по 15 жовтня календарного року) продаж безалкогольних напоїв (крім пива), морозива, продовольчих товарів у герметичній упаковці промислового виробництва, плодоовочевої продукції, фруктів, кісточкових плодів, баштанних культур, меду, дитячих та карнавальних іграшок, повітряних кульок, сувенірної продукції (в тому числі сувенірної продукції національної тематики);

торги – відкриті торги, предметом яких є право на розміщення пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єкту сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі відповідно до схеми розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та схеми розміщення об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі на території міста Києва, затверджених розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), та переможцем яких визначається особа, яка запропонувала найвищу ціну за таке право;

крок торгів – мінімальна надбавка, на яку в ході торгів здійснюється підвищення стартової та кожної наступної ціни, але не менш ніж на 10 відсотків вища за попередню ціну.

2. Мета та завдання Концепції

Мета Концепції – формування системи заходів з поліпшення міського простору як максимально зручного і комфортного середовища для перебування людей; зміна пріоритетів розвитку міста на користь громади; перехід від вирішення окремих проблемних питань до системного підходу розвитку міста з

урахуванням інтересів усіх його жителів; впровадження інноваційних технологій; розвиток участі громади у формуванні міського середовища; підвищення надходжень до міського бюджету за рахунок збільшення кількості відрахувань на податки від місцевого бізнесу в результаті активізації витрат користувачів міського простору через підвищення якості міського середовища.

Завдання Концепції – створення київського стандарту міського середовища, регуляторних актів та програми заходів, спрямованих на поліпшення міського простору на засадах гуманізації, доступності та безпеки, формування єдиних правових засад, розвитку відкритих ринкових економічних відносин та дієвої системи відповідальності.

Концепція націлена на поліпшення безпеки та мобільності в місті, розвитку зон відпочинку за принципами універсального дизайну, реалізації заходів з розвитку міського середовища за принципами стійкості та економічної доцільності.

3. Визначення проблем, на розв'язок яких спрямована концепція

3.1. Планування та організація міських просторів.

Преамбула.

Міський простір – це система вільних просторів, які функціонально поділяються на вулиці і дороги – артерії міста, площі, зелені зони, набережні та прибережні території, двори та прибудинкові території.

Оснoву міського простору складає вулично-дорожня мережа, яка формує планувальний каркас міста. Вулично-дорожня мережа забезпечує зв'язок територій, ресурсів та людську комунікацію. Чим щільніша вулично-дорожня мережа в місті, тим компактнішим є місто. При розвинутій вулично-дорожній мережі в місті з'являється більше простору для комунікації людей, а також поліпшується зв'язок територій та ресурсів.

Компактне місто – один з найактуальніших трендів сучасного містобудування – характеризується наявністю розвиненої вулично-дорожньої мережі та компактною забудовою (переважно квартальною). Ці якості міста дозволяють зменшувати витрати часу та фінансів на транспортні перевезення, покращувати мобільність в місті та людську комунікацію, підвищувати енергоефективність міста та його екологічний стан.

Найбільш придатними для життя вважаються «раціональні міста», в яких ефективно вирішено питання балансу між міськими просторами та забудовою.

Київ, порівняно з європейськими столицями, є не дуже компактним містом з огляду на велику кількість мікрорайонів з нещільною забудовою та великою кількістю рекреаційних зон. В деяких місцевостях Києва площа вільних міських просторів навіть більша, ніж площа забудови на відповідній території.

«Місто не терпить пустоти». Будь-які вільні простори дуже швидко забудовуються, ця світова тенденція є наслідком основних властивостей міста. Тому вільні ділянки часто стають ареною боротьби «за міський простір». За

словами Е. Пеньялоси, це – одна з найжорстокіших воєн у світі. Відсоток вільних та доступних територій в місті у вигляді площ та міських рекреацій стає все меншим. Існуючі простори необхідно зберігати та розвивати.

Планування міських просторів має бути одним з найважливіших напрямків міського планування в цілому. У всьому світі відповідальність за планування міських просторів переважним чином бере на себе міська влада.

Сьогодні Київ – місто, яке розвивається у чітко визначених межах. Тож планування відбувається на тих територіях, які вже освоєні містом. Закладені в попередні часи вільні громадські простори захоплюються тимчасовими спорудами, рекламними штендерами, об'єктами несанкціонованої торгівлі або автомобільними парковками. **Існуючі міські простори або не планують, або планують за застарілими принципами та засадами**, базуючись на застарілій законодавчій та нормативній основі та відсутності загального урбаністичного аналізу.

Витоками основних проблем при плануванні міських просторів є **відсутність послідовних дій**: збір статистичних даних – аналіз даних – прогнозування наслідків – планування – збір статистичних даних і т.д. В Києві відсутні фактично всі можливі види статистичних даних, які дозволяють фахово проектувати міські простори: щільність пішохідних / велосипедних / автомобільних / потоків; соціологічні дані по окремих районах / містобудівних комплексах міста; дослідження видів дозвілля, які користуються попитом мешканців міста тощо. Ці та інші складнощі унеможливають якісне планування.

Основні проблеми при плануванні міських просторів:

1) Відсутність системного підходу та стандартних алгоритмів взаємодії зацікавлених сторін у плануванні міських просторів в Києві.

В місті відсутня стратегія розвитку та програма планування міських просторів. Рішення стосовно фінансування певних змін – реконструкції вулиць, парків, рекреаційних зон приймається та вноситься в Програму соціально-економічного розвитку міста балансоутримувачем території безсистемно, без відповідного аналізу пріоритетності та із поверхневою аргументацією доцільності.

2) Узурпованість права на прийняття рішення.

Наявні механізми участі громадян (громадські слухання, обговорення, громадські ради, система прийняття скарг тощо) не забезпечують ефективну реалізацію «права на місто» – права громадян на рівноправну участь у міському розвитку. Відсутня система доступного інформування бізнесу і громадян про їхні права та обов'язки у сфері міських громадських просторів.

Сьогодні, з розвитком демократичних процесів в Україні мешканці міста все більше відчують своє «право на місто», вони хочуть брати участь у прийнятті рішень стосовно подальшої долі міських просторів, однак, з огляду

на відсутність законодавчої бази в напрямку права громади на пряму участь в прийнятті рішень та нерозвинених комунікативних практик, **кияни переважно висловлюють свої права через спротив, а не діалог.**

3) Відсутність сучасної нормативної та законодавчої бази планування міських просторів.

В українській законодавчій базі відсутні основоположні терміни та принципові засади формування просторів, як-то «громадський простір», «інтегрований розвиток», «стала мобільність», принципи «універсального дизайну», розстановка пріоритетів в просторі: «пішохід – велосипедист – громадський транспорт – приватний автотранспорт, що рухається – приватний автотранспорт, що стоїть» тощо. Без введення оновленої нормативної бази рухатися вперед майже неможливо.

4) Низька якість прийнятих проектних рішень.

Урахування інтересів зацікавлених сторін – мешканців, відвідувачів, туристів – мінімальне. Відсутність науково-дослідних інституцій не дозволяє проектантам спиратися на базові дослідження сучасного розвитку територій міста.

Неврахування попиту на послугу «міський простір» призводить до безглузвих проектних рішень таких як прокладання доріжок там, де зазвичай ніхто не ходить тощо.

5) Відсутність сучасних стандартів якості міського простору.

В Києві сьогодні відсутні стандарти якості міського простору, які мають визначати естетичний та якісний рівень елементів благоустрою, озеленення, вуличних меблів, освітлення тощо, що призводить до замовлення та реалізації проектів з низьким рівнем естетичної та функціональної якості.

6) Відсутність прозорого процесу пошуку кращого рішення.

Конкурсна практика у всьому світі є найбільш демократичним шляхом пошуку кращого рішення. На жаль, сьогодні в Києві конкурсна практика майже відсутня, проектні рішення приймаються односторонньо, з опорою на окрему думку замовника. Вибір підрядника при проведенні процедури державних закупівель (як проектанта, будівельної підрядної організації, так і виробника) базується на найнижчій вартості послуг, що аж ніяк не сприяє якості виконання робіт на всіх рівнях. Відсутня практика проектних семінарів (воркшопів) за участі всіх зацікавлених сторін для постановки задачі, формування технічного завдання проектанту.

7) Відсутність механізмів впливу на формування міських просторів з боку міської влади.

Після змін в державному законодавстві в 2011 році міські адміністрації в Україні фактично позбавлені важелів впливу на якість та естетику формування міських просторів та регулювання містобудівної діяльності загалом. Від того сьогодні ми маємо безпрецедентну кількість порушень містобудівного законодавства, захват міських вільних просторів, що негативно впливає на загальний стан якості життя в місті Києві.

Для досягнення позитивних результатів має бути розвинений конкурентний ринок, сформований інститут міської громади та чітко налагоджена система контролю за впровадженням будівельної діяльності в місті.

8) Відсутність фахової експертизи.

З огляду на те, що сьогодні замовник є головним експертом проекту (інститути дорадчих органів – архітектурно-містобудівна рада, фахові професійні спілки займають неактивну позицію або обмежені в праві впливу на ситуацію) якість прийнятих проектних рішень часто є низькою. В суспільстві відсутні фахові обговорення проблематики.

3.2. Створення та експлуатація міських просторів.

Проблеми, притаманні процесу планування та організації міських просторів міста, є характерними і для процесу їх створення та експлуатації.

1) Відсутність чітких і ясних алгоритмів.

З огляду на велику кількість учасників процесу створення міських просторів, наприклад, на окремо взятій вулиці може бути більше 15 балансоутримувачів території. Система їх взаємодії є досить складною та заплутаною. Часто це призводить до ситуації, коли «ліва рука не знає, що робить права». Неузгодженість дій призводить до збільшення фінансових витрат у процесі будівництва та експлуатації міських територій та постійного ремонту.

2) Складність комунікації та узгодженості дій між великою кількістю учасників процесу, відсутність єдиного балансоутримувача окремих важливих громадських просторів.

Розгалуженість відповідальності за певні ділянки міського простору між різними балансоутримувачами призводить до відсутності відчуття «господаря міста». Кожне комунальне підприємство відповідає за окремо взяті ділянки міської території, при цьому спільне бачення напрямку розвитку відсутнє. Як приклад можна навести ситуацію, коли на тротуарі шириною 9 м розташовано літній майданчик ресторану, об'єкт зовнішньої реклами, витяжка метрополітену та автомобільна парковка. У підсумку місце для проходу пішоходів може звузитися до 1 м, хоча кожне комунальне підприємство впроваджувало свою діяльність за чинними правилами та інструкціями.

Внаслідок відсутності комплексного бачення був втрачений сенс самої пішохідної зони.

3) Відсутність пріоритетності просторів.

В місті завжди є більш та менш важливі простори. Вони можуть відрізнятися за функцією, розміром, а головне – за значенням для місцевої громади. В Києві – столиці України - зосереджено ряд об'єктів міського простору, важливих не тільки для міста, а й для всієї країни. Це головні площі країни – Майдан Незалежності, Софійська площа, пам'ятки садово-паркового мистецтва національного значення тощо. Однак на практиці відсутнє розуміння важливості того чи іншого міського простору. Зазвичай діють два принципи: щонайдешевше і щонайскоріше, а ще краще – до певної дати. Безсистемність, відсутність наукового супроводу та відсутність довгострокової стратегії та тактичних заходів призводить до низької якості міських просторів, що створюються.

4) Відсутність реальної конкуренції між будівельними підрядниками та організаціями, відповідальними за утримання територій.

Недосконала процедура державних закупівель призводить до того, що комерційні структури не зацікавлені у роботі з міським бюджетом. Комунальні підприємства, відповідальні за створення або утримання міських просторів, не відчувають конкуренції, від того якісний рівень їх роботи природньо падає.

Система перевірки якості будівельних робіт в місті теж недосконала, від того будівельні організації не відчувають відповідальності за свої дії, в систему оцінки не включені громада та місцевий бізнес.

5) Ігнорування певних нормативних вимог при створенні та експлуатації міських просторів.

Відсутність якісної системи контролю за виконанням як проектної документації, так і будівельних робіт призводить до ігнорування певних нормативних вимог. Особливо це стосується питання доступності та заходів для маломобільних груп населення (наприклад відсутність пандусів при перепадах рельєфу).

3.3. Функціонування сфери та використання ринкових технологій.

У Києві відсутнє комплексне просторове планування. Просторовим розвитком міста займаються різні агенти: органи законодавчої та виконавчої влади, бізнес-структури. Взаємодія між ними нескоординована та, як наслідок неефективна.

Приватні інтереси у міському просторі часто суперечать суспільним і домінують над ними. Процеси прийняття рішень є непрозорими; інформація, яка стосується міського просторового розвитку, часто є недоступною для громадян, що часто приводить до конфліктів.

За відсутності необхідних нормативних документів багато рішень приймаються «в ручному режимі» шляхом розпорядження виконавчого органу КМР (КМДА), відсутня система конкурсних торгів за право оренди міської території під об'єкт зовнішньої реклами або тимчасову споруду для ведення підприємницької діяльності тощо.

3.4. Фінансове забезпечення створення та розвитку міських просторів.

Фінансове забезпечення створення та розвитку міських просторів відбувається шляхом капітальних вкладень, закладених в бюджет міста Києва або до Програми соціально-економічного розвитку м. Києва на поточний рік. Створення та експлуатація просторів на земельних ділянках, які знаходяться в оренді або приватній власності здійснюється за рахунок землекористувачів земельної ділянки.

Надходження до бюджету міста, які потім спрямовуються на благоустрій територій, складаються з відрахувань пайових внесків на ведення підприємницької діяльності в місті на міських територіях, а також відрахувань при порушенні благоустрою, знесенні зелених насаджень при новому будівництві, розміщенні об'єктів реклами, організації паркувального простору тощо. Кількість таких надходжень невелика в масштабі робіт з благоустрою територій та створенні нових міських просторів.

Серед основних проблем, пов'язаних з фінансуванням даної галузі, можна відзначити:

відсутність економічно обґрунтованого розуміння та дослідження процесу повернення капітальних вкладень міського бюджету в міський простір за рахунок підвищення кількості надходжень у вигляді податків місцевих бізнесів;

відсутність механізмів залучення спонсорських та меценатських коштів – залучення коштів приватних осіб (спонсорів та меценатів) для розвитку міського простору не врегульоване і часто відбувається непрозоро. Відсутні міські програми заохочення меценатів і спонсорів та прості механізми здійснення такої діяльності, зокрема, передачі об'єктів на баланс;

відсутність структури розподілу коштів – відсутня система розподілу надходжень: всі кошти повинні автоматично розподілятися по фондам – частина до бюджету, частина – на розвиток галузі, частина на утримання керуючих чи інспектуючих організацій, частина – на формування резервних фондів тощо. Плата за використання міських громадських просторів не спрямовується безпосередньо на їх розвиток;

відсутність автоматизованих систем збору та розподілу коштів – білінгу. Розподіл видатків на утримання об'єктів благоустрою та розвиток міських публічних просторів є непрозорим, відсутні механізми учасницького бюджетування (безпосереднього залучення громади до розподілу бюджетних видатків).

Розвиток міських громадських просторів фінансується за залишковим принципом. При цьому використання коштів відбувається неефективно.

Інвестори не створюють нові громадські простори (пішохідні зони, парки та сквери) та об'єкти благоустрою (окрім прибудинкової інфраструктури), а намагаються використовувати існуючий ресурс задля підвищення вартості нерухомості. Місто не бере участі у формуванні інвестиційної складової для залучення інвесторів з метою створення нових громадських просторів.

3.5. Правове регулювання сфери.

Існуюча система нормативного та правового регулювання питань благоустрою характеризується такими проблемами:

недотримання положень Європейської хартії «Місцевого самоврядування»;

відсутність єдиного документу на рівні рішення Київської міської ради, яке б узагальнювало усі чинні норми та правила в питаннях, пов'язаних з благоустроєм населеного пункту;

надмірна зарегульованість на державному рівні питань використання міського простору комерційними об'єктами: тимчасовими спорудами, рекламними засобами тощо;

недостатня урегульованість або надмірна «зарегульованість» на загальнодержавному рівні питань розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі, об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі, майданчиків для харчування біля стаціонарних закладів ресторанного господарства та дебаркадерів на території об'єктів благоустрою комунальної власності, а також питань сплати пайової участі в утриманні відповідних об'єктів благоустрою;

відсутність можливості згідно із загальнодержавним законодавством створити на рівні районних державних адміністрацій у місті Києві адміністративні комісії для більш ефективної організації роботи щодо притягнення винних осіб до адміністративної відповідальності за порушення «Правил благоустрою міста Києва»;

недостатньо суворі санкції згідно зі ст. 152 Кодексу України про адміністративні правопорушення за порушення правил благоустрою населених пунктів;

існування на загальнодержавному рівні норм, які унеможливають раціональне використання об'єктів водного фонду та рекреаційних зон, і спонукають до передачі цієї частини міського простору у приватні руки;

відсутність на рівні загальнодержавного законодавства механізму спрямування частини штрафів, стягнутих з порушників правил благоустрою населених пунктів, на преміювання представників громадськості, згідно з повідомленнями яких таких порушників було притягнуто до адміністративної відповідальності;

складність процедури прийняття на баланс комунальних підприємств елементів благоустрою, які безкоштовно передаються фізичними чи юридичними особами у комунальну власність (необхідність прийняття Київською міською радою рішення з цього питання);

обтяжливе оподаткування ПДВ плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами;

невідповідність прийнятих у 2008 році Київською міською радою «Правил благоустрою міста Києва» сучасним реаліям розвитку міста;

неврегульованість на рівні Київської міської ради питань розміщення дебаркадерів та сплати пайової участі в утриманні відповідних об'єктів благоустрою;

неврегульованість на рівні Київської міської ради встановлення на території міста атракціонів та малих архітектурних форм, сплати пайової участі за їх встановлення;

неврегульованість на рівні Київської міської ради питання обов'язковості ведення власниками/балансоутримувачами об'єктів благоустрою періодичної паспортизації цих об'єктів із занесенням їх результатів до Містобудівного кадастру міста Києва;

розпорошеність у різних нормативно-правових актах Київської міської ради та Київської міської державної адміністрації правил розміщення різного роду тимчасових споруд та об'єктів пересувної торгівлі, а також правил сплати пайової участі власників таких споруд в утриманні об'єктів благоустрою;

розпорошеність у різних нормативно-правових актах Київської міської ради та Київської міської державної адміністрації правил розміщення зовнішньої реклами, інформаційних вивісок та табличок, які не вважаються рекламою.

3.6. Контроль за створенням та утриманням міських просторів.

Наявні механізми моніторингу стану міського середовища та контролю порушень у сфері міського просторового розвитку неефективні. Існує велика кількість контролюючих органів, однак немає чітких механізмів, критеріїв та стандартів контролю. Відсутні науково обґрунтовані, сучасні системи моніторингу та стандарти якості (комфорту, доступності, безпеки, рівня сервісу) міського середовища, які дозволяли б ефективно оцінювати його стан і розробляти заходи із вирішення проблем за допомогою сучасних електронних засобів та програмного забезпечення.

Функція моніторингу порушень та інформування про них, а також функція покарання (стягнення штрафів, проведення демонтажу) не розведені, що сприяє корупції. Не використовується великий потенціал громадського контролю порушень за допомогою сучасних інформаційних технологій (мобільного додатку, електронного порталу тощо).

Відсутня незалежна оцінка і аналітика міського просторового розвитку, наукового супроводу при формуванні міської політики, визначенні цілей,

показників ефективності, розподілі бюджетних коштів, оцінки результативності, капіталовкладень, коригуванні стратегічних планів та підходів.

4. Об'єкти уваги даної концепції.

Громадський простір – частина міського простору, доступна для мешканців та гостей міста, на постійній та безоплатній основі, яка включає в себе базову інфраструктуру та можливості для проведення часу. В громадському просторі змішуються всі верстви населення міста, що значно збагачує суспільний потенціал як мешканців, так і місто в цілому.

Громадський простір має створюватися за наступними принципами:

- проектування громадського простору відбувається із залученням його користувачів;

- доступність та рівність у праві використання для всіх верств населення, в тому числі осіб з обмеженими можливостями руху;

- пріоритетність пішохідного руху над автомобільним;

- обов'язкова інфраструктура для задоволення первісних потреб;

- чітке зонування та можливість ведення підприємницької діяльності (пересувні та тимчасові засоби торгівлі) у чітко визначених місцях із відповідною інженерною інфраструктурою;

- чітке ознакування простору та розмежування від приватних територій (прибудинкові території, двори тощо) в місті;

- паспортизація – наявність проектної (планувальної) документації, що регламентує життя громадського простору (паспорти, комплексні схеми, тощо).

- при особливому статусі громадського простору (загальнонаціональний, загальноміський рівень) створення керуючої організації, яка забезпечить контроль за експлуатацією громадського простору.

Головні ознаки громадського простору:

- рівність у праві використання;

- безпека;

- задоволення первісних потреб;

- чистота;

- розмаїття видів діяльності / багатофункціональність;

- комфортний мікроклімат;

- естетичність.

Роль міста в громадських просторах – давати можливість генерації пішохідних потоків та можливості витрачання часу та ресурсів для людей. Економічна модель громадських просторів базується на підвищенні кількості надходжень до міського бюджету у вигляді місцевих зборів та податків за рахунок збільшення кількості користувачів громадських просторів. Вкладення, витрачені на громадські простори, є капітальними інвестиціями у підвищення оподаткованої бази.

4.1. Історичні ареали та місцевості.

Величезну цінність громадському простору додають «історії» та «легенди». Як відомо, туристів і мешканців у всьому світі приваблюють міста з давньою історією та традиціями. Однак, документально зафіксованої історії міста недостатньо. Історія має бути проявлена в просторі шляхом архітектурних ансамблів, окремих визначних об'єктів так званих (англ. landmarks), легенд та «міфів». На основі цього в містах створюються бренди окремих районів, ареалів та місцевостей, які приваблюють людей та сприяють проведенню більше дозвілля саме в цих районах.

Київ має історію в більше ніж 1,5 тисячі років. В нашому місті наявні пам'ятки культурної спадщини X - XX ст. Однак, потенціал як окремих об'єктів, так і історичних місцевостей не проявлений.

Для його розкриття необхідно проявляти дух місця (лат. *genius loci*), це дозволить залучити до міста більше відвідувачів, як зі світу, так і з інших міст України.

В Києві історично склалося декілька історичних ареалів - центральна частина міста (Хрещатик, Майдан Незалежності, Бесарабка), Верхнє місто - з найдавнішою історією, Поділ та Печерськ. Кожна з цих місцевостей має певні особливості, які додають багатства сприйняття міста, дозволяють розвивати місцевості як окремі "бренди" міста. Брендування має здійснюватися різними методами - від міської навігації, особливої для кожного району, його логотипу та "фірмового стилю"; максимального проявлення в міському просторі історії місцевості (інформаційні таблички, окремі landmarks) до запровадження окремих, традиційних для даної місцевості, громадських активностей - фестивалів, ярмарок, виставок тощо.

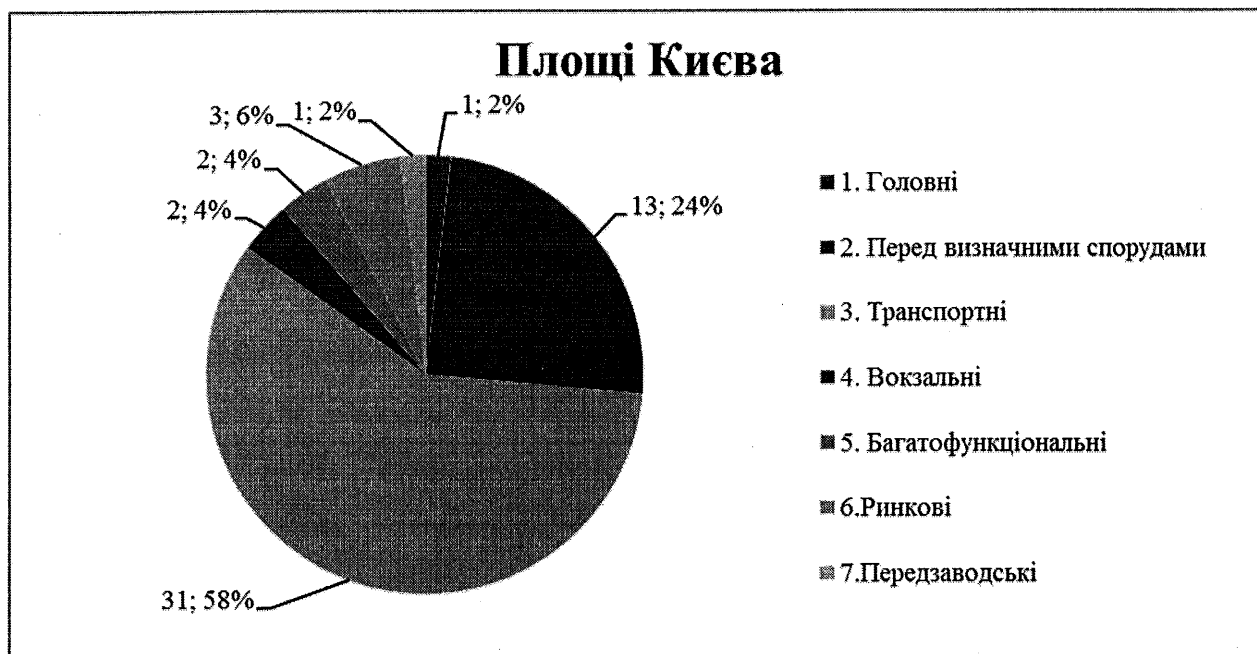
Для певних історичних місцевостей мають бути розроблені обмеження стосовно використання матеріалів та технологій при встановленні міських вуличних меблів, розробки рекламних засобів та інших елементів міського простору.

До прикладу можна привести зонування історичної частини світових столиць, де існують певні історичні райони, які мають свої бренди та специфічні активності (район Йордан, де зосереджено мистецьке життя Амстердаму, район Сохо в Лондоні тощо).

4.2. Площі.

Площа - це найцінніший ресурс громадського простору міста. Якісний простір площі приваблює людей, а це означає, що він приваблює фінансові потоки бізнесу, який розташований на/обабіч площі. Сьогодні площа розглядається, як місце, де можна встановити кіоски, а має розглядатися, як місце для збору людей. Час, який люди проводять на площі конвертується у місцеві збори і податки, які потім йдуть на поліпшення простору тієї ж площі.

Сьогодні переважна більшість площ втратили свої природні функції та виконують функцію транспортної розв'язки. Площі в центральній частині міста (Верхнє місто, Поділ, Печерськ) особливо потерпають від втрати первинних функцій. Маючи величезний потенціал для розвитку – наявність історичної оточуючої забудови, зон зелених насаджень в безпосередній близькості, історичну традицію, - площі не тільки не розвиваються, а фактично зникають. Сьогодні їх простір захоплюється автомобільними парковками, тимчасовими спорудами, об'єктами зовнішньої реклами, несанкціонованою торгівлею тощо.



При реконструкції площ необхідно максимально розвивати пішохідний простір та обмежувати рух автомобілів в пішохідних зонах.

Існуюча класифікація площ не відповідає сучасним функціям, таким як рекреаційні площі, пішохідні площі тощо.

Також треба відзначити, що в Києві існують міські простори, які функціонально виконують роль площ, однак офіційно не носять даного статусу – це такі простори, як колишній «Торжок» - на перетині вул. Десятинної Володимирської та Андріївського узвозу, інші. Необхідно систематизувати «потенційні» площі і надати їм цей статус.

Стан площ є результатом безсистемного підходу. Площа не сприймається відповідальними балансоутримувачами як найцінніший вид міського простору. Йде постійне зазіхання на простір площ, активна комерціалізація простору, відсутність зонування. Пішохідні та автомобільні потоки не розділені, по площах небезпечно пересуватися. Відсутні пішохідні площі. Для пішоходів фактично залишається обмаль простору, кількість тимчасових споруд, паркувальних місць часто переважає.

Проектування площ «закінчилося» в радянські часи. Сьогодні при реконструкції площ найчастіше проектуються підземні торговельні простори,

що формує неоднозначне поняття «площа як дах торговельного центру» і входить в протиріччя з суттю площі як місця збору громади для різних видів діяльності.

Площі необхідно оновлювати для забезпечення сталого розвитку міської спільноти.

4.3. Вулиці.

Законодавчо **вулиця** - це смуга міської або сільської території, обмежена геодезично фіксованими границями – червоними лініями, яка призначена для руху транспортних засобів і пішоходів, з усіма розташованими на ній спорудами – складовими елементами вулиці. До **доріг** же відносяться лише ділянки вуличної мережі з рухом переважно транзитного або вантажного автомобільного транспорту, які проходять у межах перспективної забудови населених пунктів або промислових і комунально-складських зон (ДБН В. 2.3-5-2001).

Вулиця – це упорядкована забудова, обмежена в просторі фасадами будівель. Периметральна забудова Києва кінця ХІХ - поч. ХХ ст., яка складає історичний каркас міста, відрізнялася поділом міста на парцели, які складалися з приватних садиб з фасадною забудовою, дворів, флігелів та забудови в другій та третій лініях та саду. Цей «класичний» каркас Києва дозволяє виділити основні складові вулиці - «фасад вулиці» (фасади забудови першої лінії) та «двір» (вільні простори за першою лінією забудови).

Основні проблеми вуличного простору.

а) Неналежна пріоритетизація безпеки вуличного простору.

Безпека простору залежить від багатьох факторів: чіткі та інтуїтивно зрозумілі межі просторів для різних видів діяльності (пішохід – велосипед – автомобіль – кафе – місце відпочинку тощо); висока концентрація мешканців / користувачів на вулиці, що дає відчуття єдності з міською спільнотою; гарне освітлення в темний час доби тощо.

Й досі потужність освітлення вулиць розраховується з огляду на потужність автомобільного потоку. Натомість освітлення тротуарів найчастіше відходить на другий план, хоча якісне освітлення – одна із заповорок безпеки на вулиці.

б) Відсутнє чітке зонування вуличного простору.

В Києві й досі не чітко розподілені межі приватних та спільних просторів. Відсутня і їх градація. Межі можуть бути як фізичними (фронт забудови, паркан, зелені насадження тощо), так і «ментальними» - мощення, освітлення тощо. Від відсутності чіткого зонування пішоходи не можуть почуватися безпечно навіть на тротуарі – водії автомобілів не тільки паркуються, а іноді й їздять в пішохідних зонах. Відсутність контролю сприяє такій ситуації.

в) Невикористання принципів універсального дизайну.

Універсальний дизайн передбачає дизайн предметів, середовища, програм та послуг, покликаний зробити їх максимально можливою мірою придатними

для використання всіх людей без необхідності адаптації чи спеціального дизайну. Універсальний дизайн не виключає допоміжних пристроїв для конкретних груп із інвалідністю, де це необхідно. Не дивлячись на те, що Україна ратифікувала Конвенцію ООН про права людей із інвалідністю 16 грудня 2009 року (Конвенція набрала чинності для України 6 березня 2010 року), принципи універсального дизайну фактично не втілюються в життя.

7 принципів універсального дизайну:

рівність та доступність використання;

гнучкість використання;

просте та інтуїтивне використання;

доступно викладена інформація;

допуск на помилку;

малі фізичні зусилля;

наявність необхідного розміру, місця, простору.

г) Хаотична комерціалізація вуличного простору.

Київські вулиці захацані засобами для ведення підприємницької діяльності, сезонної торгівлі, рекламними засобами та несанкціонованою торгівлею. Від того якість міського простору та його візуальне сприйняття різко падає. Водночас це сприяє зниженню ефективності пропагування товарів та послуг, розвитку тіньової економіки, насадженню принципів «суспільства споживання» та зниженню психічного здоров'я людей (роздратування неможливістю вільного проходу, роздратування від відчуття недосконалості тощо).

д) Обмеження доступності вуличного простору.

На вулицях міста відсутні спеціальні заходи для маломобільних груп населення, елементи благоустрою часто відзначаються неергономічним дизайном, для перетинання дороги найчастіше необхідно користуватися підземним переходом, незручним для людей похилого віку та маломобільних груп населення.

е) Відсутність комплексного підходу при проектуванні та створенні вуличного простору.

Велика кількість зацікавлених сторін у використанні простором, розгалуженість балансоутримувачів створюють хаотичне розміщення елементів благоустрою та інших елементів вуличного простору. Відсутня вулична навігація, ознакування.

ж) Економічні важелі при створенні та експлуатації вуличного простору.

Київ – місто, в якому на кожного мешканця припадає багато міського простору, включаючи рекреаційні, зелені зони. В ринкових умовах місто не в змозі якісно утримувати велику кількість вільних просторів, закладених в радянські часи. Необхідно запроваджувати нові сценарії розвитку таких місць. Активна участь всіх зацікавлених сторін може стати запорукою успіху. В європейських країнах світу використовуються спеціальні математичні моделі,

які дозволяють розраховувати доцільність вкладення містом коштів в оновлення міських просторів – на кожен євро, інвестований містом в міський простір, приходить 8-9 євро інвестицій бізнесу, розташованого неподалік. Наприклад, при створенні нового парку вартість житла в даному мікрорайоні зростає, від того інвестор, який вкладає в житло, в змозі надати більш комфортні квартири з більш привабливим фасадом та якісною інфраструктурою. В загальному сенсі при оновленні мікрорайону на більш якісному рівні місто становиться більш комфортним для всіх мешканців та туристів. Таким чином, всі отримують прибуток.

з) Проблеми при експлуатації вуличного простору.

При експлуатації вулиць часто порушуються нормативні акти, які регламентують утримання вуличного простору. Неефективною є система сміттєвидалення, неякісно проводяться роботи з поточного ремонту мощення тощо.

4.4. Набережні, прибережні території.

Київ – місто, історія якого тісно пов'язана з рікою. Місто «стояло на п'яти річках», більшість з яких сьогодні протікають в колекторах (Либідь, Глибочиця) або взагалі зникли (Почайна). Саме завдяки зручному розташуванню на річці місто змогло розвинутися в потужний державний центр в X-XIII ст. Річковий порт в XIX ст. на Дніпрі забезпечував розвиток торгівлі та транспортні перевезення.

Наприкінці XX ст. річка перестала відігравати важливу роль в економіці міста, відтоді містобудівні рішення, які приймалися, фактично ігнорували наявність річки в Києві. Сьогодні вихід до правобережної набережної (гідротехнічна споруда 1930-х рр.) ускладнений через пролягання автомобільної магістралі – Набережного шосе з відсутніми наземними пішохідними переходами.

Прибережні території лівого берега Дніпра – Русанівська набережна, Дніпровська набережна – або відрізані від житлових масивів автомагістралями, або відрізняються низьким рівнем благоустрою.

Київські острови (34 зелених острова в межах міста) розвиваються хаотично.

Прибережні території малих водойм та озер користуються попитом у киян для відпочинку у воді, прогулянок тощо. Однак стан прибережних територій часто є незадовільним. Відсутні облаштовані пляжні зони, місця відпочинку. Територія прибережних зон захоплюється незаконним будівництвом.

4.5. Парки, сквери.

Київ по праву вважається однією з найзеленіших столиць світу. В місті розташовано 111 парків та 478 скверів, є велика кількість зелених зон. В місті існують пам'ятки садово-паркового мистецтва національного та місцевого значення, закладені в XIX ст. (Володимирська гірка, Центральний парк

культури і відпочинку, інші), однак переважна більшість київських парків була створена в післявоєнний період (1950-60-ті роки).

На жаль, методи управління парковим господарством з тих часів фактично не змінилися. А відтак вони не працюють в сучасних умовах. Паркове господарство отримує до 10% фінансування від нормативних показників на утримання. Капітальні вкладення в парки – ще менші.

Однією з проблем є відсутність оформлених документів землевідведення, звідси постійне зазіхання на паркові території та відсутність єдиного господаря. Вся паркова інфраструктура поділена між різними балансоутримувачами, що створює складності при її експлуатації та прийнятті рішень.

В парках спостерігається постійне порушення Правил благоустрою м. Києва, нормативних актів: тимчасові споруди устанавлюються в парках самовільно, в деякі парки й досі можна заїхати на автомобілі.

В парках, віддалених від центральної частини міста, найчастіше можна спостерігати нерозвинену інфраструктуру, відсутність або поганий стан елементів благоустрою, відсутність заходів з безпеки тощо, що спричиняє невелику відвідуваність парку та загальний незадовільний стан.

Проекти реконструкції, які розроблялися протягом останніх 20 років, найчастіше передбачають не розвинення існуючої інфраструктури парку, а перетворення його на парки епохи 1950-х років за застарілою радянською ідеологією. Більшість з них не враховують сучасні потреби користувачів – киян, гостей міста: наявність wi-fi, місць для зборів громади, проведення фестивалів, концертів, кіно просто неба, інших міських активностей. Також часто відсутні пропозиції з використання енергозберігаючих технологій для освітлення парку, системи сміттєвидалення тощо.

Не налагоджена система взаємодії з меценатами. В зв'язку з відсутністю нормативної бази для такої взаємодії, процедурні питання участі бізнесу в розвитку парку вирішуються через процедуру інвестиційного конкурсу, що не завжди є доречним і зручним.

Інвестиційні кошти, які мають передаватися на якісне утримання парку, на жаль, не завжди працюють в цьому напрямку.

Сьогодні відчувається великий інтерес територіальних громад до безпосередньої участі в вирішенні питань паркового господарства, формуються громадські та волонтерські організації, готові до участі в програмах, присвячених розвитку парків.

4.6. Прибудинкові території.

Прибудинкові території, двори, що утримуються комунальними службами зазвичай відрізняються незадовільним станом благоустрою. Відсутнє чітке зонування території – невідокремлені території для проїзду автомобілів та проходу пішоходів, відсутня інфраструктура для вразливих верств населення - дітей, осіб похилого віку, маломобільних груп населення. Відкритий транзит автомобільного транспорту через двори.

Зони дитячих майданчиків чітко не відокремлені від інших, відсутні огорожі, іноді паркувальні місця розташовані в безпосередній близькості до дитячих майданчиків. Відсутні спеціальні території для виходу домашніх тварин. Відсутні спортивні зони, зони для відпочинку осіб похилого віку.

Непрозора система використання квартирної плати на утримання прибудинкової території призводить до того, що мешканці не відчують свій двір як територію, що належить їм. Межа приватного закінчується дверима квартири. Особливо це проявляється в мікрорайонах, які мають неквартирну забудову.

Мешканці не беруть участі в прийнятті рішень стосовно благоустрою прибудинкових територій. Європейська практика формування місцевих громад за допомогою ОСББ, ОСН впроваджується повільними темпами, з цієї причини відсутнє конкурентне середовище для організацій, які можуть утримувати території в належному стані.

5. Напрямки та заходи з поліпшення функціонування сфери.

5.1. Території.

При плануванні нових міст громадські простори закладаються в містобудівну документацію в узагальненому вигляді. При деталізації – при наступних проектних стадіях - мають уточнюватися і проектні рішення для типологічно схожих просторів та окремих, унікальних зон.

Сьогодні в місті Києві продовжується створення і наповнення Містобудівного кадастру міста Києва *mkk.kga.gov.ua*, який має стати головним інформаційним ресурсом при плануванні міста. Важливо, що така інформаційна структура, як містобудівний кадастр має майже безмежні можливості пристосування під сьогоденні потреби міста – відкриття нових шарів, можливості узагальнення інформації, статистичних даних, моделювання містобудівних процесів, моніторинг стану території, об'єктів, аналіз містобудівної ситуації тощо.

Містобудівний кадастр м. Києва значно спрощує процес проектування та відкриває нові можливості застосування новітніх технологій (до практичного впровадження автоматизованих систем у процесі втілення запланованого тощо).

При плануванні міського простору необхідно використовувати міжнародний досвід з розробки економічної моделі, за якою цей простір буде далі експлуатуватися, розраховувати економічну доцільність та наслідки, розробляти механізми преференцій та заохочень для місцевого бізнесу.

В місті має діяти чітко визначений механізм врахування думки місцевої спільноти та місцевих бізнесів. В такому випадку будь-які фінансові вкладення в міські простори стають зрозумілими, доцільними та спричиняють підвищенню кількості користувачів простором, а відтоді – і збільшенню коштів, витрачених ними (відвідування кафе, торговельних закладів в перших

поверхах, відвідування фестивалів, концертів просто неба тощо). Збільшення користувачів призводить до збільшення прибутку окремих бізнесів, а це означає збільшення суми податків, сплачених до бюджету міста. Таким чином, врахування інтересів всіх зацікавлених сторін стає економічно вигідним і місту, і громаді, і бізнесу.

Для деяких міських просторів доцільно визначати місцевих операторів для подальшої ефективної експлуатації та моніторингу активностей, що стане запорукою для якісного обслуговування простору та дослідження потреб громади на постійній основі.

Для громадських просторів (площі, сквери, пішохідні вулиці тощо) має бути визначений окремий оператор, в обов'язки якого має увійти не тільки якісна експлуатація просторів, а й узгодження, пошук балансу та впровадження механізму виробки компромісу між всіма учасниками процесу.

Міський простір має бути легким для трансформування, легко змінюватись під потреби сьогодення, таким чином місцеві спільноти та бізнеси завжди зможуть використовувати його максимально ефективно.

Для ефективного розвитку громадських просторів м. Києва необхідно розробити та впровадити Програму розвитку громадських просторів м. Києва, в якій буде визначено типологію міських просторів, їх класифікацію, проблематику, ознаки та принципи розвитку. Також дана програма має надати алгоритми, пов'язані з плануванням, створенням громадських просторів, їх експлуатацією та управлінням. В складі даної програми має бути розроблений принцип економічного обґрунтування розвитку громадського простору, ефективний механізм участі громади, бізнесу та влади.

5.1.1. Реновація та розвиток площ.

З огляду на велику значимість площ як просторів, де формується міська спільнота та культура спілкування, будь-які заходи з реконструкції, реновації та впорядкування площ міста повинні відповідати принципу максимального розвитку громадського простору.

Проектування площ має відбуватися виключно за конкурсним принципом. Унікальність кожної площі міста має бути підкреслена проектними рішеннями.

Якість громадського простору площі вираховується за принципами: доступності та зв'язаності; комфорту та зовнішнього вигляду; можливості активностей та проведення часу; спілкування. Всі проектні рішення для міських площ мають виходити з цих принципів.

На площах необхідно максимально розкривати простір для пішохідного руху, а також можливості велосипедного руху з відповідною інфраструктурою (велопарковки тощо).

Безпека – одна з головних якостей міста, яка має бути максимально проявлена на площах – якісне освітлення, відсутність перепадів рельєфу, спеціальні засоби для виклику швидкої, міліції, відео-нагляд, інші заходи.

Для підвищення привабливості перебування на площах необхідно досліджувати, фіксувати та зберігати окремі видові панорами (вид на архітектурні ансамблі, окремі landmarks, приємні естетичні місця) – так звані фотоспоти. Не можна встановлювати тимчасові споруди, інші елементи, які закривають вид на такі панорами, або спотворюють ансамбль площі.

Для розвитку активностей різного роду на площах необхідно максимально «відкривати» фасади для відвідувачів. Більш якісними вважаються площі, з боків оточені активними першими поверхами з розміщенням кав'ярень, магазинів, лавок, галерей тощо.

Серед першочергових заходів стосовно впорядкування площ необхідно назвати впорядкування паркувальних місць, тимчасових споруд, об'єктів зовнішньої реклами та роздрібної торгівлі.

5.1.2. Розвиток вуличного простору.

Для належного впорядкування вуличного простору м. Києва необхідний цілий ряд заходів, як законодавчого та нормативного характеру, так і заходів фізичного впорядкування.

Потребують змін «Правила благоустрою м. Києва». Необхідно прийняти стандарти міського середовища на кшталт «Довідника з облаштування міського простору», інші законодавчі та нормативні акти.

Потрібно продовжити роботу з розробки Паспортів вулиць міста Києва, проведення досліджень на постійній основі як базису для подальших проектних робіт.

На вулицях необхідно чітко зонування, відокремлення пішохідного простору від автомобільних потоків, впорядкування паркувальних місць тощо.

Вулиці Києва мають стати доступними для всіх верств населення, проектуватися і розбудовуватися за принципами «універсального дизайну» із спеціальними заходами для маломобільних верств населення.

Розвиток велосипедної інфраструктури є важливим не тільки з огляду на покращення мобільності в місті, а й поліпшення здоров'я мешканців, їх фінансового стану (за рахунок економії на транспорті), а також зниження витрат на екологію та утримання автодорожнього полотна. Одним з пріоритетів розвитку вуличного простору є створення повноцінної велосипедної інфраструктури.

Розвиток перших активних поверхів має стати одним із пріоритетних напрямків впорядкування торговельної діяльності в місті. Тимчасові споруди для ведення підприємницької діяльності мають переміститися в перші поверхи. Для цього потрібно впровадити програму прозорого і зручного переведення житлових приміщень в перших поверхах в нежитлові.

Освітлення вулиць має бути націленим не тільки на автодорожнє полотно, а й на тротуарну пішохідну зону. Встановлення ліхтарів з двома світильниками – для дороги та тротуарів – значно поліпшить безпечність пресування пішоходів у темну пору доби.

Вулична навігація має бути створеною і підтримуватись в належному стані. Вона має бути єдиною для всього міста, однак з урахуванням історичних особливостей кожного району / місцевості.

Території вулиць повинні бути чітко розмежовані із відповідним закріпленням за конкретним балансоутримувачем. Також потрібні зміни моделі функціонування таких організацій, зокрема, запровадження нових стандартів якості.

5.1.3. Розвиток парків та скверів

Для ефективного розвитку садово-паркового господарства необхідна розробка стратегії та ряду міських програм.

Стратегія розвитку садово-паркового господарства м. Києва має включати не тільки нормативні розрахунки на утримання та капітальні вкладення в реконструкцію зелених зон міста, а й розробку класифікації парків міста, Паспортів парків, стратегічні підходи до управління, фінансування, залучення до участі в вирішенні питань громадськості, меценатів, волонтерів тощо.

Міський проект реформування «Київські парки» включає в себе принципові зміни до системи управління парками та їх фінансування. На комунальне підприємство «Центр розвитку міського середовища» покладено не тільки формальний розподіл коштів на утримання парків, а й розробка проектної документації, тактичних заходів з реалізації стратегічних цілей, організація участі громадськості та взаємодія з волонтерськими та благодійними організаціями.

Завдяки новим підходам до управління та фінансування парків місто візьме на себе питання капітальних вкладень в парк, а громадськість – питання розвитку активностей. Для утримання парків в належному стані благодійні кошти мають цілеспрямовано надходити і витрачатись в окремо взятому парку за широкої участі фондів громадських організацій тощо.

Формування традиції проведення фестивалів, концертів, інших видів активностей в парках залучить більшу кількість мешканців та гостей міста до відвідування парків Києва.

Для розвитку скверів та інших невеликих громадських просторів місто має залучати іноземні представництва в рамках міського проекту «Київ – місто світу», метою якого є формування громадських просторів для взаємодії та спілкування різних етнічних культур в м. Києві, інтегруючи найцінніші різновиди фольклору до тканини міста.

5.1.4. Розвиток набережних, озер, прибережних територій

За «Стратегією розвитку м. Києва до 2025 року», в Києві діє стратегічна ініціатива «Дніпровська перлина», метою якої є збереження і розвиток прибережних території Дніпра, київських схилів та островів. Має бути закінчено розробку «Загальної концепції реновації долини р. Дніпро, в тому числі островів та Дніпровських схилів».

Унікальний рекреаційний ресурс у вигляді річки Дніпро, прибережних територій, набережних, малих водойм має бути збереженим для прийдешніх поколінь.

Для розвитку даного напрямку необхідно переглянути підходи до містобудівного освоєння прибережних територій, максимально розкривати зв'язок міста з річкою, формувати набережні та втілювати заходи з благоустрою на прибережних територіях малих водойм та островів.

Для їх розвитку необхідно здійснювати заходи з доступності територій, зв'язаності та розвитку функціонального наповнення територій.

Для розвитку зазначених територій та об'єктів необхідно забезпечити їх паспортизацію, та залучати приватні інвестиції.

5.1.5. Розвиток прибудинкових територій.

Для належного впорядкування і подальшого розвитку прибудинкових територій необхідні розробка стратегії та концептуальних засад розвитку прибудинкових територій.

Для подальшого впровадження таких муніципальних програм потрібно активізувати роботу з інформування мешканців про переваги формування ОСББ та ОСН, інших видів самоорганізації населення.

Важливим є вивчення іноземного досвіду та пошук потенційних партнерів – міжнародних організацій, які формують програми взаємодії органів влади з мешканцями для впорядкування міських просторів та прибудинкових територій для отримання відсотку донорських коштів на впровадження програми та використання напрацьованої методології роботи.

На рівні органів самоврядування та виконавчої влади необхідно максимально підтримувати існуючі ініціативи мешканців щодо впорядкування міських просторів шляхом консультацій та допомоги в оформленні необхідних документів.

Застосування принципів універсального дизайну – шлях до підвищення якості середовища, здешевлення робіт, організації, уніфікації, ініціатив мікрогромад.

5.2. Об'єкти.

Протягом останніх десятиріч більшість об'єктів, розташованих у міському просторі, виконують функції, прямо чи опосередковано пов'язані з веденням підприємницької діяльності в місті. Під час проектування міських просторів закладаються окремі об'єкти міського благоустрою – малі архітектурні форми та вуличні меблі, фонтани, скульптури та пам'ятники, лави, урни, квіткові вазони тощо. Однак жодним проектом не передбачено розміщення тимчасових споруд для ведення підприємницької діяльності, об'єктів зовнішньої реклами (окремо розташованих, фасадних та виносних), об'єктів сезонної торгівлі тощо. Таким чином, впорядкування тимчасових споруд відбувається за принципом захвату вільного міського простору, зокрема в місцях скупчення великої

кількості людей: на виходах зі станцій метрополітену, підземних переходів, на площах та на рекреаційних територіях.

Внаслідок відсутності стадії «проектування», такі споруди найчастіше розміщуються на евакуаційних шляхах, а, отже, створюють небезпеку містянам, мають непривабливий вигляд і спотворюють обличчя міста, зокрема в історичній його частині.

Деякі питання впорядкування таких об'єктів вже починають вирішуватися на рівні нормативних та регуляторних актів, але розміщення таких, як літні майданчики закладів громадського харчування, інформаційні носії, дебаркадери, об'єкти сезонної торгівлі – взагалі не врегульовано.

Серед загальних проблем розміщення об'єктів в міському просторі варто відзначити такі:

а) Загроза безпеці людей на вулицях та площах міста – розміщення на евакуаційних шляхах з важливих об'єктів тяжіння.

б). Розміщення на інженерних мережах – перешкода в роботі комунальним службам.

в) Спотворення обличчя міста – розташування в зелених зонах, розташування цілих «торговельних містечок» в історичній частині міста, непривабливий та невпорядкований зовнішній вигляд, відсутність системи сміттєвидалення тощо.

г) Відсутність прозорої системи сплати пайової участі за можливість ведення підприємницької діяльності в місті – збитки міському бюджету та сприяння корупційним схемам.

У Концепції буде приділено увагу актуальнішим питанням сьогодення Києва: впорядкування тимчасових споруд для ведення підприємницької діяльності, об'єктів зовнішньої реклами, фасадів будівель, інформаційних носіїв, сезонної торгівлі, літніх майданчиків та дебаркадерів.

5.2.1. Впорядкування тимчасових споруд для ведення підприємницької діяльності.

Питання розміщення тимчасових споруд на території міста Києва регулюються Законом України «Про регулювання містобудівної діяльності», наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України 21 жовтня 2011 року № 244, рішеннями Київської міської ради від 04 вересня 2014 року № 62/62 «Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 24 лютого 2011 року № 56/5443 «Про затвердження Порядку визначення обсягів пайової участі (внеску) власників тимчасових споруд торговельного, побутового, соціально-культурного чи іншого призначення для здійснення підприємницької діяльності, засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі в утриманні об'єктів благоустрою м. Києва та внесення змін до деяких рішень Київської міської ради» та деяких рішень Київської міської ради», від 25 грудня 2014 № 746/746 «Про особливості застосування Порядку розміщення тимчасових споруд

торговельного, побутового, соціально-культурного чи іншого призначення для здійснення підприємницької діяльності в м. Києві», розпорядженнями виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Проблематика впорядкування тимчасових споруд.

Наявність великої кількості тимчасових споруд (далі - ТС) у столиці є одним із наслідків недостатньо розвинених ринкових відносин у країні. Цей етап розвитку відносин характеризується монополізацією ринку великими підприємствами, виникненням розгалуженої мережі малих підприємств та майже повною відсутністю ланки середнього бізнесу.

Відносна легкість встановлення ТС та її пересування (у разі необхідності), видима «тимчасовість» споруди, невеликий розмір орендної плати (пайовий внесок) порівняно з орендою площ приміщень в будівлях, а також реальна можливість встановлення без дозвільної документації (через фактичну відсутність контролю з боку міських органів влади) спонукають підприємців активно використовувати ресурс міського простору для отримання прибутку від бізнес-діяльності, розташовуючи ТС.

Наявність великої кількості невпорядкованих ТС зумовлює необхідність виділення непередбачених асигнувань з міського бюджету на їх демонтаж та на відновлення зелених зон, на яких самовільно встановлена ТС. Внаслідок незаконних підключень ТС до джерел живлення, спожита ними електроенергія оплачується за рахунок мешканців Києва. Встановлення ТС на інженерних мережах чи в їх охоронних зонах створюють перешкоди в роботі комунальних служб при аварійних ситуаціях.

В європейських країнах тимчасові споруди являють собою чітко визначні типологічні об'єкти для продажу квітів та друкованої періодичної продукції. Всі інші види торгівлі зосереджено в приміщеннях перших поверхів житлових будівель – в невеликих крамничках та лавках.

Відсутність політичної волі, послідовності дій та комплексного підходу протягом останніх років призвели до багатьох невдалих спроб впорядкувати розміщення ТС.

Метою впорядкування ТС є створення зрозумілих та прозорих правил ведення малого бізнесу в інтересах громади Києва.

Основні завдання заходів з впорядкування ТС:

- довгострокові перспективи ведення бізнесу;
- чесний та захищений бізнес;
- вільний та безпечний вуличний простір;
- наповнення бюджету та подолання корупції;
- привабливий зовнішній вигляд довкілля.

Впорядкування ТС потребує комплексного підходу, для вирішення питань різних напрямків на різних рівнях:

впорядкування міського простору та створення сприятливих умов для мешканців через розроблення та затвердження Комплексної схеми

розміщення тимчасових споруд як ефективного інструменту боротьби з тіньовим бізнесом та протидії корупції;

заходи зі спрощення механізму переведення приміщень з житлового до нежитлового фонду в перших поверхах будівель для ефективного ведення підприємницької діяльності;

скорочення кількості ТС - заходи з обмеження кількості ТС до 6 500 од за рахунок демонтажу незаконно розміщених об'єктів.

контроль за розміщенням та функціонуванням ТС – посилення контролю органами міської влади, фінансове та технічне забезпечення з використанням сучасних мультимедійних технологій (3-D сканування міського простору);

виконання зон обмежень розміщення тимчасових споруд:

Об'єкт	Мінімальна відстань
від проїжджої частини вулиць	не менше ніж 5 метрів
від входу виходу з підземного пішохідного переходу	не менше ніж 20 метрів
від входу виходу зі станцій Київського метрополітену	не менше ніж 20 метрів
від перехрестя вулиць	не менше ніж 20 метрів
від зупинки міського транспорту	не менше ніж 20 метрів (в обидва боки по тротуару від встановленого дорожнього знака)
від капітальних споруд	не менше ніж 10 метрів
від об'єктів з пам'ятко-охоронним статусом*	не менше ніж 10 метрів
від дошкільних та загальноосвітніх навчальних закладів	у разі продажу тютюнових та алкогольних виробів – не ближче ніж 200 метрів
від державних та муніципальних установ*	не ближче ніж 50 метрів

* - Не розповсюджуються на визначення місць розміщення ТС з функціональним призначенням «продаж ЗМІ», «громадські вбиральні» та «надання населенню побутових послуг».

Перші кроки (підготовчий етап) до впорядкування, зроблені в 2014-2015 роках.

1. Фіксація існуючих тимчасових споруд на основі ортофотоплану 2013 року, що унеможливило легалізацію нових кіосків.

2. Впровадження нової електронної системи прийому та опрацювання документів (на основі Містобудівного кадастру міста Києва) для прийому та опрацюванню заяв на укладення договорів пайової участі.

3. Затвердження Комплексної схеми розміщення тимчасових споруд.

4. Створення програмного комплексу для обміну даними в онлайн режимі баз даних розміщення тимчасових споруд усіх структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та районних у місті Києві державних адміністрацій.

5. Забезпечення доступу громадськості до інформації про легалізації тимчасових споруд на території міста за допомогою порталу Містобудівного кадастру міста Києва та запровадження QR-кодів на виданих документах (з їхньою прив'язкою до бази даних Містобудівного кадастру).

6. Створення Комісії при в.о. КМР, як інструменту вирішення спірних питань щодо розміщення ТС (засідання якої мають проводитися за участю громадськості із можливістю вільного висловлення власних позицій усіма зацікавленими сторонами).

7. Проведення щорічного лазерного 3-D сканування як інструменту інвентаризації усіх об'єктів міського простору та платформи для прийняття управлінських рішень.

8. Проведення демонтажу незаконно розміщених тимчасових споруд в місті, який планується завершити до кінця поточного року.

9. Визначення зон обмежень розміщення тимчасових споруд в місті на матеріалах єдиної цифрової топографічної основи міста Києва як додаткового інструменту створення умов комфортного та безпечного проживання мешканців.

До кінця поточного року на території міста Києва має бути вирішено питання впорядкування розміщення тимчасових споруд. Для цього потрібно:

1. Внести зміни до Комплексної схеми розміщення тимчасових споруд, якими будуть визначені місця розміщення тимчасових споруд, їх функціональне призначення, затверджені види зовнішнього архітектурного вигляду ТС та зазначені усі наявні зони обмежень.

2. Провести відкритий конкурс на визначення осіб, яким буде надано право на оформлення документів щодо розміщення тимчасових споруд в межах Комплексної схеми.

3. Буде передбачено механізм захисту прав добропорядних підприємців, які тривалий час проводять підприємницьку діяльність в ТС на законних підставах.

4. Запроваджено перші аукціони під час розподілу вільних місць у Комплексній схемі, що в подальшому стане основним механізмом.

5. Започаткувати видачу документів дозвільного характеру на функціонування тимчасових споруд строком на 5 років з можливістю автоматичного подовження.

6. Створити унікальний програмний комплекс прямого діалогу між представниками влади та громадськості з питань контролю за благоустроєм міста, зокрема щодо законності розміщення тимчасових споруд.

7. Впровадження інструментарію порталу Містобудівного кадастру м. Києва «Я – інспектор благоустрою».

5.2.2. Впорядкування зовнішньої реклами.

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

Питання розміщення зовнішньої реклами регулюється Законом України «Про рекламу», Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067, рішеннями Київської міської ради та розпорядженнями виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Проблематика розміщення зовнішньої реклами в м. Києві.

В місті Києві питання розміщення зовнішньої реклами стоїть досить гостро. Їй досі існують розбіжності в термінології, відсутні стандарти та обмеження стосовно розташування зовнішньої реклами.

Цілком зрозумілим є той факт, що дана галузь потребує додаткових заходів із розробки стратегічного бачення, запровадження обмежень його розміру, впровадження нових стандартів та зрозумілих вимог.

Складна та непрозора існуюча процедура отримання дозвільних документів створює штучні перепони для входу нових гравців на рекламний ринок. При цьому рівень візуального шуму тільки збільшується.

Важливим надбанням в даному напрямку стане «Довідник з облаштування міського простору м. Києва», який дасть відповіді на питання стандартів розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Окрім того, Довідник нарешті введе стандартизацію та уніфікацію рекламних конструкцій та вимог до їх розміщення. Запровадження Довідника створить передумови для підвищення рівня гуманізації міського простору, що слугуватиме покращенню якості рекламного середовища.

Перші кроки (підготовчий етап) до впорядкування вже зроблені в 2015 році:

започатковано проведення щорічного проведення лазерного 3-D сканування, як інструменту інвентаризації усіх об'єктів міського простору та платформи для прийняття управлінських рішень;

розпочато проведення демонтажу незаконно розміщених об'єктів зовнішньої реклами, який планується завершити до кінця поточного року;

розпочато процес реформування КП «Київреклама».

Заходи, які необхідно запровадити для вирішення питання впорядкування розміщення об'єктів зовнішньої реклами до кінця поточного року:

впровадження нової електронної системи прийому та опрацювання документів (на основі Містобудівного кадастру міста Києва);

затвердження схем розміщення об'єктів зовнішньої реклами;

забезпечення доступу громадськості до інформації щодо отримання дозвільних документів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території міста за допомогою порталу Містобудівного кадастру міста Києва та запровадження QR-кодів на виданих документах (з їх прив'язкою до бази даних Містобудівного кадастру);

організація проведення відкритих аукціонів на право встановлення рекламних засобів на об'єктах комунальної власності територіальної громади міста Києва, який в подальшому стане основним механізмом;

запуск інструментарію порталу Містобудівного кадастру м. Києва «Я – інспектор благоустрою»;

завершення процесу реформування КП «Київреклама», у тому числі збільшення потужностей з демонтажу незаконно розміщених рекламних засобів;

внесення змін до Порядку розміщення реклами в мсті Києві.

Заходи, що запропоновані в даній Концепції, дадуть змогу оновити міське середовище Києва, виробити ефективний механізм участі всіх зацікавлених сторін в процесі розміщення зовнішньої реклами, забезпечити виконання законодавчих та нормативних актів, що регулюють дану галузь, запровадити відкриті та чесні правила гри для операторів рекламного ринку.

Порядок розміщення реклами в місті Києві затверджується рішенням Київської міської ради.

5.2.3. Впорядкування фасадів будівель, інформаційних носіїв тощо.

Даний розділ Концепції щодо питання розміщення інформаційних вивісок та табличок на фасадах будівель регулюється Законами України «Про рекламу» та «Про благоустрій населених пунктів», Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067, рішенням від 27.11.2003 року № 220/1094 «Про затвердження порядку утримання, ремонту, реконструкції, реставрації фасадів будинків та споруд на території міста Києва» та розпорядженнями виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Інформаційна вивіска чи табличка – мала архітектурна форма, конструктивний елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать цій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщена на зовнішній поверхні будинку, будівлі або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де знаходиться 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, яка не містить закликів до придбання товару або іншої інформації, що призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів та їх інтерес щодо такого товару, загальною площею до 2,0 кв. метрів, **не є рекламним засобом**. У разі, коли площа інформаційної вивіски перевищує 2,0 кв. метри, вона вважається зовнішньою рекламою та потребує отримання дозволу на розміщення відповідно до окремого порядку.

Проблематика.

Сьогодні у місті більшість фасадів будинків знаходяться у незадовільному стані. Вони потребують ремонту, утеплення та впорядкування розміщених на них рекламних та інформаційних вивісок і табличок.

Органи міської влади до 2015 року фактично ігнорували питання необхідності впорядкування фасадів: розміщення об'єктів зовнішньої реклами, застосування балконів на фасадах, що виходять на червону лінію вулиці, розміщення кондиціонерів, інформаційних вивісок та табличок на будинках і спорудах.

Така ситуація викликала цілу низку проблем, а саме:

захаращення фасадів будинків та споруд;

спотворення фасадів об'єктів культурної спадщини;

велика кількість візуального шуму;

відсутність/недосконалість/загубленість серед інших інформаційних носіїв елементів вуличної навігації (назви вулиць та номери будинків);

відсутність систематизованого реєстру кількості та місць розміщення рекламних та інформаційних вивісок та табличок на будинках та спорудах.

Питання зовнішнього вигляду фасадів будівель стосується загального питання «фасаду вулиці», а, отже, і загальної якості міського простору та впливає на загальне сприйняття міського простору.

Існуюча процедура погодження розміщення інформаційних вивісок та табличок не передбачає проведення аналізу та врахування інформації щодо наявності на фасаді будівель чи споруди інших об'єктів зовнішньої реклами, інформаційних вивісок та табличок. Це призводить до негармонійного вигляду фасаду в цілому.

Вирішення зовнішнього вигляду конкретних інформаційних носіїв та табличок наведені в Паспортах опорядження фасадів, які виконуються ліцензованою організацією або сертифікованим спеціалістом.

Заходи з впорядкування фасадів будівель, інформаційних носіїв.

Для вирішення питання впорядкування розміщення на території міста інформаційних вивісок чи табличок будуть вжити наступні заходи:

1) Розробка стандартів, правил та рекомендацій.

У «Довіднику з облаштування міського простору м. Києва» визначений повний перелік вимог та обмежень на розміщення інформаційних вивісок чи табличок на території міста, архітектурні типи;

2) Процедура оформлення документів, електронний документообіг.

Оформлення паспортів інформаційних вивісок чи табличок з прив'язкою до паспорту фасаду будинку чи споруди через портал Містобудівного кадастру місті Києва протягом 7 робочих днів, який буде враховувати:

гармонійне узгодження **розміру елементу** з архітектонікою фасаду (його конструктивними та декоративними елементами) та висоти, на якій розташований елемент;

гармонійне узгодження **форми елементу** з архітектонікою фасаду (його конструктивними та декоративними елементами);

гармонійне **кольорове рішення елементу**, узгоджене з кольоровим рішенням фасаду та оточуючої забудови;

зручність для прочитання **шрифти та їх розмір**, що використовуються на елементі;

гармонійне **підсвічування елементу**, яке не входить в протиріччя з загальним підсвічуванням фасаду та вулиці, в тому числі кольорове рішення підсвічування елементу;

рекомендовані матеріали та конструкції;

взаємне узгодження різних елементів в межах одного фасаду.

Затвердження етапності приведення розміщення інформаційних вивісок та табличок у місті до вимог «Довідника з облаштування міського простору м. Києва».

Створення на базі Містобудівного кадастру місті Києва відкритого для громадськості існуючого реєстру місць розміщення інформаційних вивісок та табличок.

Видача відповідних паспортів буде здійснюватись через районні дозвільні центри за місцем розміщення об'єкту.

Виготовлення КП «Київреклама» паспортів фасадів будинків та споруд розташованих в центральній частині міста, основні магістралі міста з використанням матеріалів щорічного лазерного 3-D сканування, як інструменту інвентаризації усіх об'єктів міського простору та платформи для прийняття управлінських рішень.

3) Моніторинг та контроль.

забезпечення доступу громадськості до інформації щодо отримання дозвільних документів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території міста за допомогою порталу Містобудівного кадастру міста Києва та запровадження QR-кодів на виданих документах (з їх прив'язкою до бази даних Містобудівного кадастру).

Інструменти реалізації.

1. Прийняття Порядку розміщення інформаційних вивісок та табличок у місті Києві як малих архітектурних форм.

Порядок розміщення інформаційних вивісок та табличок у місті Києві додається (Додаток 2).

5.2.4. Впорядкування засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібно роздрібної торговельної мережі.

Проблематика впорядкування об'єктів пересувної та сезонної торгівлі.

Торгівля в містах є важливим рушієм економічного добробуту населення. Перші міста в світі формувалися саме на перетині торговельних шляхів або в місцях, вигідних для оборони (міста-фортеці). Саме слово «місто» ще в XIX ст. використовувалося в значенні «місце для торгівлі». Традиційно торговельні операції відбувалися на площах. Центром середньовічних західноєвропейських міст була Площа Ринок. В Києві, який в давнину складався з трьох відокремлених частин – Верхнє місто, Поділ та Печерськ, таких торговельних площ було декілька: у Верхньому місті - Торжок, Сінна; на Печерську - Печерська (колишня Рибна); в так званому «Новом строении» - Європейська (колишня Кінна), Бессарабська; на Подолі - Житня, Контрактова. Навіть за назвами площ можна прослідкувати розгалуженість торговельної діяльності в місті.

З часом кількість торговельних площ в місті зменшувалася, торгівля переходила до стаціонарних закладів – магазинів та лавок, а згодом (останні 10 років) і до великих супермаркетів, розташованих найчастіше у віддалених від центру міста районах. Ці процеси є наслідком загальної урбанізації та глобалізації економічних відносин. Водночас площі набували нового значення – вікові, транзитні, транспортні тощо.

Не дивлячись на зменшення кількості відкритих ринків в містах, традиція ярмарків, сезонної торгівлі, продажу напоїв є досить міцною. Торгівля на вулиці є привабливою з огляду на давню традицію та можливість спілкування городян, знайомств та поживлення міського життя.

В європейських містах часто проводять тематичні ярмарки та фестивалі вуличної їжі, шоколаду тощо. Такі заходи приваблюють не тільки мешканців, а й туристів. Це – місця, де можна ознайомитися з особливостями культури та менталітету країни.

В Києві, на жаль, вулична торгівля є майже невпорядкованою. Існує велика кількість несанкціонованої торгівлі, яка скупчується в підземних переходах, у виходах зі станцій метрополітену, біля стаціонарних ринків та інших місцях тяжіння. Це пов'язано з низьким рівнем добробуту українців в загальній масі населення.

Торговельна активність, яка ведеться підприємцями, теж не завжди впорядкована. Місця розміщення торговельних наметів перешкоджають пішоходам, скупчення наметів порушують благоустрій, часто відсутнє сміттєвидалення, дизайн наметів та ятків є непривабливим, відсутня стилістична єдність торговельного обладнання. Єдиним привабливим фактором є ціна на товари, яка зазвичай нижча за ціну в магазинах.

Останнім часом в Києві активно розвивається пересувна дрібнороздрібна торгівля, яка пропонує напої, що готуються в автомобілях, обладнаних кавоварками та іншими придатними для цього засобами. В європейських містах

така торгівля є розповсюдженою, однак, розташування подібних пересувних кав'ярень є чітко регламентованим. Культура споживання напоїв на вулиці є одним із видів пожвавлення міського життя, можливості додаткового спілкування та відчуття «сусідства» мешканців. Однак для розвитку комфортного міського простору необхідне її впорядкування.

Водночас слід зазначити, що найпоширенішим товаром вуличної торгівлі в європейських містах є живі квіти та друкована продукція.

Вулична торгівля в Києві, що здійснюється підприємцями, представлена: **засобами пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі** – автомагазини, автокафе, автокав'ярні, авторозвозки, автоцистерни, лавки-автопричепа, візки, спеціальне технологічне обладнання (низькотемпературні лотки-прилавки тощо);

об'єктами сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі – намети, палатки, лотки, рундуки, в яких здійснюється сезонний (з 01 квітня до 15 жовтня календарного року) продаж безалкогольних напоїв (крім пива), морозива, продовольчих товарів в герметичній упаковці промислового виробництва, плодоовочевої продукції, фруктів, кісточкових плодів, баштанних культур, меду, дитячих та карнавальних іграшок, повітряних кульок, сувенірної продукції (в тому числі сувенірної продукції національної тематики).

Кожному з цих видів вуличної торгівлі притаманні певні особливості, однак проблеми є спільними.

Проблематика впорядкування об'єктів сезонної та пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі в м. Києві.

1) **Незручне розташування та небезпека для мешканців** – об'єкти та засоби торгівлі часто розташовуються в місцях скупчення людей – на шляхах евакуації зі станцій метрополітену, біля зупинок громадського транспорту, в інших місцях тяжіння, що є загрозою для безпеки людей. З огляду на мобільність таких об'єктів та можливість легкої зміни їх місцезнаходження, часто вулична торгівля розташовується на інженерних мережах, що може перешкоджати роботі екстрених комунальних служб.

2) **Захаращення міста** – велика кількість об'єктів вуличної торгівлі з непривабливим зовнішнім виглядом створює цілі наметові містечка, які займають вільний міський простір та заважають проходу пішоходів. Розташування у зелених зонах знищує газони та порушує благоустрій. Часто у такої торгівлі відсутня система сміттєвидалення.

3) **Відсутність надходжень до міського бюджету у вигляді пайових внесків** – самочинне розташування об'єктів сезонної та пересувної торгівлі потребує видатків міського бюджету на відновлення благоустрою, однак надходження до бюджету відсутні.

4) **Відсутність конкурентного середовища** при виборі оператора вуличної торгівлі не сприяє розвитку ринкових відносин і є підставою для непрозорих рішень та корупційних схем.

Мета заходів з впорядкування об'єктів сезонної та пересувної торгівлі:

впорядкування міського простору;
спрощення існуючої системи отримання дозвільної документації;
максимальна прозорість при прийнятті рішень.

Правову основу формує Порядок розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі в м. Києві», який затверджений розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 02 квітня 2015 року № 300.

Даний порядок встановлює **прозору процедуру прийняття рішення стосовно операторів вуличної торгівлі** та розвиває конкурентне середовище. Згідно з даним Порядком, право на розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі визначаються на торгах.

Розроблено **зонування розміщення** засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі в м. Києві, за яким визначено форматні зони (0-1-2-3-4), де допускається / не допускається розміщення різних за типологією об'єктів та засобів.

Основними завданнями зонування розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі в місті Києві є:

врахування типології елементів міського середовища, архітектурних, функціонально-планувальних та історико-культурних чинників;

зменшення площі засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі у напрямку від околиць до центральної частини міста.

Зонування розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі в місті Києві складається з текстової та графічної частин.

Зонування розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі містить перелік зон розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі в м. Києві, поділ засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі відповідно до площі та архітипів, перелік об'єктів, вулиць, проспектів, площ, бульварів тощо (вулично-дорожню мережу), що визначають межі зон розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі.

Також розроблений і готується до впровадження єдиний зовнішній вигляд об'єктів та засобів вуличної торгівлі – наметів, палаток відкритого та закритого типу для продажу продовольчих та непродовольчих товарів. Приклади засобів пересувної дрібнороздрібної торгівлі в матеріалах Довідника з облаштування міського простору міста Києва.

Підстава для розміщення.

Засоби пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єкти сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі розміщуються на підставі договору щодо розміщення у відповідності до схеми розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та схеми розміщення об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі на території м. Києва.

Оформлення документів.

Конкурси та залучення ринкових механізмів:

1. Для участі в торгах суб'єкти господарювання подають документи через окремий портал Департаменту промисловості та розвитку підприємництва, який інтегрований із Містобудівним кадастром Києва.

2. Комісія опрацьовує документи, визначає учасників торгів.

3. Торги проводяться на товарній біржі.

4. Комісія оформлює результати торгів протоколом, в якому зазначається переможець торгів.

5. Переможець торгів укладає з КП «Міський магазин» договір щодо розміщення засобу пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єкту сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі. Кошти перенаправляються до міського бюджету.

Основні вимоги до розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі.

Забороняється розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі:

від проїжджої частини вулиць	не менше ніж 5 метрів
від підземного пішохідного переходу	не менше ніж 20 метрів
від входу-виходу зі станцій метрополітену	не менше ніж 20 метрів
від перехрестя вулиць	не менше ніж 20 метрів
від зупинки міського транспорту	не менше ніж 20 метрів
від капітальних споруд	не менше ніж 10 метрів
інженерні мережі	у відповідності до табл. 8.1 ДБН 360-92** «Містобудування. Планування і забудова міських і сільських поселень»
від об'єктів з пам'ятко-	не менше ніж 10 метрів

118

охоронним статусом*	
від дошкільних та загальноосвітніх навчальних закладів*	у разі продажу тютюнових та алкогольних виробів - не ближче ніж 200 метрів
від державних та муніципальних установ*	не ближче ніж 50 метрів

Вирішення спірних питань.

Спирні питання щодо проведення торгів виносяться на розгляд Комісії або вирішуються в судовому порядку.

Демонтаж.

Самовільно розміщені (встановлені) засоби пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єкти сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі підлягають демонтажу.

Порядок розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі та об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі в м. Києві визначається розпорядженням в.о. КМР.

5.2.5. Впорядкування майданчиків стаціонарних закладів харчування.

Проблематика впорядкування майданчиків стаціонарних закладів харчування.

Майданчик для харчування біля стаціонарного закладу ресторанного господарства (далі - майданчик) - місце для надання послуг з харчування біля стаціонарного (капітального) закладу ресторанного господарства, який відкритий для обслуговування населення на певний сезон року, розміщений на відкритому повітрі (під тентами, на верандах, у павільйонах легкого типу) або виготовлений з полегшених конструкцій з урахуванням основних вимог до споруд, визначених технічним регламентом будівельних виробів, будівель і споруд, та встановлений тимчасово, без улаштування фундаменту, не є капітальною спорудою. В залежності від типу конструкцій, які використовуються для влаштування, та періоду функціонування майданчики поділяються на відкриті (літні) майданчики та сезонні майданчики.

Майданчики, що розташовуються біля стаціонарного закладу харчування – кафе, бістро, ресторану – мають бути приємним місцем киян та гостей міста. Можливість провести час на свіжому повітрі за сніданком чи ланчем формує міську традицію спостереження за іншими людьми, що є традиційним для розвинених міст світу, особливо в центральних районах міста.

Відкриті майданчики (відкриті тераси, незабудовані майданчики із розташуванням столиків та парасоль / маркізів) є більш прийнятними, ніж засклені веранди з огляду на те, що такі майданчики «відкривають» перший поверх фасаду будівлі, роблять його більш активним. Це активізує міське

життя, формує культуру спілкування та більшої спорідненості міської спільноти.

В європейських містах найчастіше використовуються відкриті майданчики, на яких розташовано столики, стільці. Іноді такі майданчики накриваються за необхідності маркізами для захисту від дощу та сонця. Визначення території майданчику відбувається за рахунок іншого типу мощення, зелених насаджень в переносних вазонах, покриття тротуару килимом тощо.

Таким чином пішоходи фактично не відокремлюються від відвідувачів кафе, ресторану, простір міста є доступним для будь-якої особи, виконується один з головних принципів комфортного громадського простору – рівність у праві використання.

В м. Києві питання розміщення майданчиків біля закладів громадського харчування є невпорядкованим. Відсутні прозорі та чіткі процедури дозволів на розміщення майданчиків, від того в місті присутня велика кількість самочинно встановлених майданчиків біля закладів громадського харчування. Велика кількість балансоутримувачів міської території не дозволяє приймати рішення стосовно габаритних розмірів майданчиків комплексно. Як наслідок - стають випадки, коли майданчик разом з іншими елементами міського простору – об'єктами зовнішньої реклами, елементами озеленення, паркувальними місцями – перекриває фактично всю частину тротуару, не залишаючи пішоходам вільного проходу.

Частими є випадки самочинного будівництва майданчиків не з легких конструкцій, а капітальним способом, що є серйозним порушенням.

Таким чином, можна виокремити основну **проблематику впорядкування майданчиків стаціонарних закладів харчування:**

1) Невдале розміщення, що може спричинити загрозу для безпеки людей та порушення благоустрою:

розміщення та шляхах евакуації, пожежних проїздах, в проїзних арках тощо;

нехтування принципами добросусідства, обурюючи громаду, сусідів; захват території тротуарів, позбавлення пішоходів вільного місця, вимушене пересування пішоходів автомобільною дорогою;

розміщення на інженерних мережах, що може спричинити перешкоди в роботі екстрених служб;

розміщення на зелених зонах, захват вільних міських територій.

2) Захаращення міста, закриття фасадів об'єктів культурної спадщини:

непривабливий зовнішній вигляд, спричинений неякісними матеріалами, ігноруванням архітектоніки фасаду будівлі;

закриті конструкції, які спричиняють відчуття великої кількості візуального шуму;

спотворення фасадів об'єктів культурної спадщини.

3) Відсутність надходжень до міського бюджету:

відсутність надходжень від сплати пайових внесків до міського бюджету самочинно встановлених майданчиків;

видатки міського бюджету на демонтаж самочинно встановлених майданчиків;

видатки на відновлення благоустрою.

Мета заходів з впорядкування:

впорядкування міського простору;

спрощення існуючої системи отримання дозвільної документації до 8 робочих днів;

максимальна прозорість при прийнятті рішень.

Основні вимоги до розміщення та облаштування майданчиків:

1. Майданчики встановлюються виключно біля стаціонарних (капітальних) закладів ресторанного господарства.

2. При влаштуванні майданчиків на пішохідних доріжках, тротуарах та алеях ширина для проходу пішоходів повинна бути не менше 1,8 м (поза межами парків, скверів, площ), розміщення майданчика не має перешкоджати вільному руху пішоходів.

3. Майданчики розташовуються виключно в межах фасаду стаціонарного (капітального) закладу ресторанного господарства зі збереженням вільних проходів у входні (в'їзні) брами будинків. Збільшення лінійних розмірів майданчика поза межі закладу можливе лише за умови письмової згоди власників (орендарів) сусідніх приміщень.

4. Майданчики встановлюються із забезпеченням безперешкодного доступу для осіб з обмеженими фізичними можливостями та маломобільних груп населення.

5. Освітлювальні прилади (світильники, ліхтарі тощо) встановлюються лише у межах майданчика таким чином, щоб не засліплювати пішоходів, водіїв та не освітлювати вікна мешканців прилеглих житлових будинків.

6. Конструкція майданчика має забезпечувати жорсткість, міцність, стійкість, безпеку при експлуатації, розміщуватися з додержанням правил техніки безпеки та відповідати протипожежним вимогам.

7. Майданчики мають бути розміщені без втручання у несучі конструкції будівлі, легко демонтуватися у разі необхідності проведення робіт, пов'язаних з експлуатацією та ремонтом будівлі.

8. У межах відкритих (літніх) майданчиків можуть бути встановлені лише столики, крісла, лавки, світильники, декоративні елементи, парасольки, урни для сміття, квіткові та ландшафтні композиції, спеціальне обладнання для регулювання температурного режиму, холодильне обладнання.

9. По периметру огорожі відкритих (літніх) майданчиків допускається влаштування легких збірно-розбірних конструкцій висотою до 1 метра, в яких можуть бути оформлені квіткові композиції, світильники.

121

10. Об'ємно-просторове та художньо-естетичне рішення майданчиків, розміщених на території, що знаходиться в межах історико-культурних заповідників і зон охорони пам'яток історії та культури та/або біля будинків, які є пам'ятками культурної спадщини національного чи місцевого значення та/або мають архітектурну цінність, має відповідати контексту сформованому історичним середовищем та відповідати таким вимогам:

10.1. Розміщення майданчиків проводиться з дотриманням структурної побудови, стилістичної єдності фасадів, з урахуванням зовнішнього оздоблення фасаду будинку.

10.2. Розміщення майданчиків не повинно заважати сприйняттю архітектурних деталей та декору фасадів будинків. Забороняється розміщувати майданчики із закриттям автентичних декоративних елементів фасадів, об'єктів монументального мистецтва тощо.

10.3. Сонцезахисні елементи відкритих (літніх) майданчиків можуть бути у вигляді навісних маркіз, що кріпляться до фасаду або на опорах біля фасаду, або навісів у фронтальних межах фасаду за умови, якщо вони не перекривають декоративних елементів фасадів.

11. На відкритих (літніх) майданчиках забороняється встановлення сцен, естрад, танцювальних майданчиків тощо, грилів та мангалів.

12. На відкритих (літніх) майданчиках, розміщених в межах житлової забудови міста, забороняється використовувати живу музику та звуковідтворювальну апаратуру.

13. Майданчики, що розміщуються з боку проїжджої частини, мають бути захищені від випадкового (аварійного) наїзду автотранспорту.

14. В охоронних зонах інженерних комунікацій дозволяється розміщувати сезонні майданчики виключно за погодженням з утримувачами інженерних комунікацій, які експлуатують ці комунікації.

Обмеження розміщення.

Забороняється розміщення майданчиків:

на пішохідних доріжках, тротуарах та алеях, якщо це перешкоджає вільному руху пішоходів;

на проїжджій частині вулиць і доріг;

на зонах зелених насаджень та газонах;

якщо влаштування майданчика створює загрозу для здоров'я та/або життя людей;

в межах півкола радіусом 20 м від площини дверей у напрямку евакуації з центром у середині дверної групи, яка включає всі двері з написом «Вхід» та «Вихід» на станціях метрополітену, або від центра площини краю останньої сходинки на виходах із підземних переходів, які не мають дверей;

на відстані ближче 20 метрів в обидва боки по тротуару від встановленого дорожнього знака, що позначає зупинку громадського транспорту;

182

на штучних спорудах (крім випадків, коли їх розміщення передбачено проектом будівництва або реконструкції, затвердженим в установленому порядку);

на відстані ближче 100 метрів до залізничних переїздів;

на відстані ближче 20 метрів до перехресть вулиць.

5.2.6. Впорядкування прибережних територій, розміщення стоянкових суден.

В економічно розвинених країнах світу питання благоустрою прибережних територій та розміщення на них об'єктів рекреації та відпочинку в контексті створення сприятливих умов для життя мешканців міст є одним з найбільших пріоритетів. Такі міські території мають чітко визначене функціональне спрямування, що визначаються потребами міської громади з урахуванням інтересів усіх груп населення.

У Києві прибережні території та місця відпочинку біля води знаходяться у занедбаному стані, зайняті промисловими об'єктами, або є у приватній власності та недоступні для громадського використання. На сьогодні відсутнє стратегічне бачення подальшого розвитку цих територій, відсутні проектні рішення щодо їх розвитку або консервації, а фінансових ресурсів місцевого бюджету не вистачає навіть на їх утримання. Від цього потерпають усі об'єкти водного фонду, що розташовані на території міста. Центральні зони відпочинку біля води (Труханів острів, Гідропарк) хаотично забудовуються, а території міських озер стають або на чагарники та сміттєзвалищами, або їх перетворюють у приватні закриті майданчики.

На сьогодні, в умовах фінансової кризи, єдиним інструментом реалізації проекту розвитку прибережних територій міста може стати застосування принципу державно-приватного партнерства. Місто має залучати приватний капітал для розвитку певних територій зі створенням сучасних об'єктів дозвілля, відпочинку та рекреації через власну участь (зокрема через КП «Плесо») у реалізації таких проектів.

Обов'язковими умовами реалізації таких проектів мають стати:

схвалення Київською міською радою, за попереднім погодженням громадою міста, стратегії розвитку прибережних зон із чітким визначенням цільового використання по кожній з таких зон;

погоджений з Департаментом містобудування та архітектури проект розвитку певної прибережної території;

передача у постійне користування комунальному підприємству «Плесо», як водогосподарській спеціалізованій організації по утриманню водних об'єктів з прибережними захисними смугами, смугами відведення, береговими смугами водних шляхів та гідротехнічними спорудами, земель водного фонду комунальної власності територіальної громади міста Києва;

проведення відкритих інвестиційних конкурсів на залучення інвесторів до реалізації проектів розвитку прибережних територій.

Однак, реалізація таких проектів неможлива без внесення змін до статі 59 Земельного кодексу України, у якій передбачена можливість передачі у постійне користування земель водного фонду лише державним підприємствам.

При розгляді питання подальшого розвитку прибережних територій неможливо оминати увагою питання розміщення стоянкових суден, як несамохідних плавучих споруд з корпусом понтонного типу або суднового утворення, які, як правило, експлуатуються біля причалів (берегів). До таких суден належать плавучі гуртожитки та готелі, плавучі майстерні та офіси, плавучі судна-склади, причальні понтони, дебаркадери, плавресторани (бари, дискотеки тощо).

Протягом 2006-2012 років у місті Києві були хаотично розміщені десятки таких засобів, які фактично заповнили усю набережну частину р. Дніпра від будівлі річкового вокзалу до мосту ім. Є. Патона. На функціонування цих закладів надходили численні скарги киян, а відсутність прозорої та чіткої процедури отримання дозволів на їх розміщення та чіткої схеми визначення можливих місць розміщення призвели до припинення функціонування таких об'єктів на території міста.

У багатьох зарубіжних країнах розміщення стоянкових суден та їх використання під кафе, ресторани, офіси, готелі та навіть приватні помешкання є звичайним явищем. Останні, серед європейських країн, найбільш популярні у Великобританії, Франції, Італії і Нідерландах, де в післявоєнний період в умовах нестачі якісного житла люди стали використовувати для проживання пришвартовані біля причалів баржі і старенькі кораблі, які пізніше стали сприйматися як стаціонарне житло, а згодом використовуватись для розміщення ресторанів, офісів та готелів.

Сьогодні тільки в Нідерландах налічується понад 10 тисяч таких водних об'єктів.

На території міста Києва, яке має численні водні об'єкти, розміщення ресторанів, офісів та готелів на воді дасть змогу зберегти частину вільного простору для мешканців, не забудовуючи його.

Вирішенням питання розміщення стоянкових суден у місті можливо лише за умови реалізації таких заходів:

Затвердження Порядку розміщення суден, що використовуються в сфері дозвілля, відпочинку та розваг на території міста Києва, і постійно або тимчасово експлуатуються біля причалу (берегу), чи стаціонарно встановлені на березі;

розробки, погодження з міською громадою та затвердження Київською міською державною адміністрацією схеми розміщення на території міста стоянкових суден із визначенням їх цільового використання, регламенту екологічних вимог;

створення належного рівня системи контролю за дотриманням екологічного, водного та містобудівного законодавства, вимог, умов, надання права на встановлення;

проведення відкритих конкурсів щодо визначення суб'єктів господарювання, які розміщатимуть свої стоянкові судна на місцях, визначених схемою розміщення.

Порядок розміщення суден, що використовуються в сфері дозвілля, відпочинку та розваг на території міста Києва, і постійно або тимчасово експлуатуються біля причалу (берегу), чи стаціонарно встановлені на березі додається (Додаток 3);

5.3. Взаємодія суб'єктів сфери.

Міський простір – це місце взаємодії багатьох суб'єктів галузі міського благоустрою. З одного боку, це органи виконавчої міської влади – департаменти Київської міської державної адміністрації, які приймають рішення; комунальні підприємства, які утримують більшість міських вільних просторів. З іншого боку, це балансоутримувачі міських територій, які поділяються на комунальні, приватні та колективні підприємства. Останнім часом все більшу активність в прийнятті рішень стосовно розвитку міського середовища проявляє широка громадськість міста та меценати.

Певні зміни у сприйнятті поняття «право на місто», особливо після революційних подій 2013-2014 років, дозволяють прогнозувати подальший розвиток активності київської громади стосовно прийняття рішень в місті щодо благоустрою та розвитку громадського простору.

З огляду на світовий досвід, особливо – досвід країн з пострадянським минулим, процес демократизації суспільства неодмінно призводить до активного розвитку громадського простору за рахунок збільшення активності громадськості, появи ініціативних громадських проектів з оновлення міського середовища та виборювання права громадськості впливати на рішення, які приймає міська влада.

Ігнорування інтересів різних суб'єктів взаємодії найчастіше призводить до конфліктів та навіть бійок. Як приклад можна навести спротив громадськості, спрямований не тільки на будівництво нових будинків, що ущільнюють забудову, а й на створення нових об'єктів благоустрою або реконструкцію існуючих в нових формах чи габаритах.

Величезна недовіра до органів влади, яка існує сьогодні в українському суспільстві, призводить до конфліктних ситуацій, навіть у випадках ясних і прозорих намірів влади стосовно поліпшення елементів благоустрою.

Сьогодні також спостерігається активізація меценатських зусиль з поліпшення благоустрою міста. На постійній основі працює меценатський проект «KievFashionPark», запущена меценатська програма в рамках міського проекту реструктуризації міського паркового господарства «Київські парки», запущено проект співпраці з іноземними представництвами «Київ – місто світу», існують окремі меценатські ініціативи. Такі ініціативи необхідно підтримувати та розвивати.

З огляду на те, що меценатські проекти проходять першу стадію формування в умовах відсутності нормативної бази та механізму реалізації таких проектів, місто лише вчиться вести комунікацію між всіма зацікавленими сторонами. Брак комунікації або її непрофесійність часто призводить до конфліктних ситуацій з громадськістю, яка сприймає меценатські проекти як нав'язування чужої волі громадськості.

Процес налагодження комунікації між суб'єктами міського життя є тривалим і досить складним. Однак, ігнорувати процеси, які відбуваються в містах України, неможливо. Для гармонійного розвитку даної галузі необхідне формування інституту урбаністичних бюро, залучення до роботи в органах виконавчої влади професійних модераторів, психологів, конфліктологів, спеціалістів з міської комунікації тощо.

Конче необхідна розробка нормативних документів з легалізації врахування думки громадськості стосовно проектів розвитку міського середовища, проведення громадських обговорень та дискусій, опитувань та досліджень.

Важливим є використання іноземного досвіду, спеціальних програм із залучення громади до міських проектів.

Також необхідним є формування нормативної бази із залучення меценатів та спонсорів до розвитку міського середовища.

5.3.1 Розвиток громадсько-муніципальної взаємодії.

Громада міста Києва має право брати участь у міському розвитку та змінювати міський публічний простір як через органи місцевого самоврядування, так і безпосередньо; в тому числі, через громадські ініціативи, які діють за принципами прозорості, підзвітності, відповідальності, професійності та відкритості до співпраці. Жодна громадська ініціатива не може узурпувати право змінювати міський громадський простір.

Також необхідно досліджувати існуючі громадські ініціативи, спрямовані на оновлення благоустрою та розвитку громадського простору м. Києва.

В Києві різко збільшилась кількість подібних громадських ініціатив. Сплеск громадської активності в цьому напрямку відбувся на початку 2014 року і сьогодні його динаміка залишається позитивною. Органи виконавчої влади, районні в місті Києві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування, комунальні підприємства мають надавати ініціативним групам допомогу та сприяння, консультувати та розробляти і реалізовувати спільні проекти.

Важливим для розвитку громадсько-муніципальної взаємодії є розвиток ОСН (орган самоорганізації населення) та ОСББ (~~орган самоорганізації багатоквартирних будинків~~). Необхідно популяризувати переваги таких органів самоорганізації та залучати мешканців Києва до активної участі в долі свого будинку та прибудинкової території.

Для налагодження механізмів постійної співпраці громадян та органів місцевого самоврядування з питань розвитку міського громадського простору, а також удосконалення механізмів участі громадських ініціатив у розвитку міста необхідно розробити та реалізувати програму створення «Офісів розвитку районів міста», для чого виконавчий орган має розробити порядок взаємодії із меценатами, які має врегулювати усі питання, пов'язаних з прийняттям на баланс громади майна меценатів.

Також необхідно запровадити певні зміни до існуючих регуляторних актів з метою обов'язкового врахування думки громадськості при прийнятті рішень стосовно розвитку громадського простору та заходів з благоустрою.

Такі заходи дозволять мешканцям міста відчувати більшу відповідальність за співіснування в місті та розвинути низову демократію, що є першим кроком до демократичного європейського суспільства.

5.3.2. Сприяння меценатам.

Меценатська діяльність в історії Києва відігравала важливу роль при будівництві суспільно значимих міських об'єктів, благоустрою територій та створенні й утриманні міських парків та скверів.

Найбільш плідним періодом меценатства для Києва стало ХІХ ст., зокрема кінець ХІХ-поч. ХХ ст. у цей період активно допомагали розвитку міста М. Терещенко, І. Бродський, Б. Ханенко, інші. Всім відомі «Кокуревські альтанки» на Володимирській гірці, пам'ятники, встановлені коштом киян – пам'ятник Богдану Хмельницькому, Колона Магдебурзького права, пам'ятник О. Пушкіну. Традиція вкладати меценатські кошти в місто є однією з ознак свідомого цивілізованого суспільства.

Як відомо, в європейських містах майже кожен мешканець віддає посильну лепту на розвиток міста. Це є почесним громадським обов'язком та формує відповідальність мешканців за своє місто.

На жаль, в Києві традиція меценатства тільки відроджується. Є окремі особи та підприємства, які намагаються поліпшити благоустрій міста методом прямих інтервенцій в міське середовище, однак процедура проходження погоджень в органах виконавчої влади занадто довга і неефективна, чіткий механізм відсутній, думка громади не враховується, існують проблеми при взятті на баланс об'єкту, дарованого місту меценатом.

За відсутності механізму залучення меценатів такі заходи відбуваються шляхом інвестиційного конкурсу (що не відповідає суті інвестиційної діяльності, при якій вкладені інвестиції мають надати прибуток в майбутньому, на відміну від меценатства, при якому вкладені кошти не приносять прибутку, а працюють на суспільне благо) або шляхом розпорядження КМДА (при цьому завжди виникає питання відповідальності за прийняте рішення міської влади без участі громади). В першому випадку ситуація не врегульована, в другому – зарегульована.

Для сприяння залученню меценатів до розвитку міського громадського простору необхідно:

розробити Порядок залучення меценатів до розвитку міста, який передбачатиме прозору процедуру громадського контролю участі меценатів у зміні громадського простору, формат вшанування та увіковічення меценатів в місті Києві, прийняття об'єктів на баланс містом.

розробити Програму залучення меценатів до розвитку міста та популяризації благодійності, в якій визначити орган, відповідальний за залучення меценатів та спонсорів, який займатиметься пошуком благодійників (організацією публічних заходів, конкурсів, популяризацією благодійності, фандрайзингом тощо), здійснюватиме всю необхідну комунікацію з меценатами від імені міської влади за принципом «єдиного вікна». Залучення меценатів до розвитку міського простору має відбуватись за принципом рівномірного залучення цих коштів для розвитку всіх районів міста.

5.3.3. Розвиток конкурентного середовища.

Для створення чесних правил гри для комерційної діяльності в умовах обмеженого ресурсу міського громадського простору на засадах конкуренції необхідно надавати право на використання міських просторів з метою ведення підприємницької діяльності (право на розміщення об'єктів зовнішньої реклами; оренди об'єктів комунальної власності, які є частиною міського громадського простору; розміщення тимчасових споруд для ведення підприємницької діяльності, дебаркадерів, об'єктів пересувної та сезонної торгівлі) виключно на основі відкритих прозорих конкурсів на кращу пропозицію у вигляді відкритих електронних торгів.

5.4. Систематизація інфраструктури сфери.

5.4.1. Розвиток організаційної інфраструктури, впровадження програмно-цільового методу управління, впровадження інноваційних технологій.

Заходи щодо розвитку організаційної інфраструктури:

Ефективна участь у гармонійному розвитку обмеженого за ємкістю міського простору візуальної інформації шляхом якісного надання послуг при плануванні, впорядкуванні та збору платежів в бюджет.

Впорядкування розміщення об'єктів в міському просторі здійснюється відповідно до затверджених схем розміщення об'єктів.

Використання сучасних інформаційних технологій: запровадження білінгу платежів, електронного документообігу, механізмів контролю з боку громадськості та контролюючих органів.

Запровадження щорічного 3-D сканування міського простору.

Створення та запуск порталу «Я – інспектор благоустрою».

Радикальне спрощення процесів опрацювання документів та створення каскадової за рівнями системи показників ефективності діяльності.

Створення системи зовнішнього аудиту та регулярне оприлюднення його результатів

5.4.2. Фінансове забезпечення, впровадження автоматизованої системи розрахунків, тарифна політика.

Важливим аспектом формування ринку є гармонізація тарифної політики.

Запровадження ринкових механізмів та зняття бар'єрів мають призвести до ситуації визначення ціни не тарифами, а ринком.

Цьому повинні сприяти проведення конкурсів, уніфікація електронних торгів та інших процедур, стандартизація документів, усунення практики залучення третіх осіб для отримання інформації, що є власністю держави, муніципалітету. Впровадження в процедурах опрацювання документів принципу мовчазної згоди при порушенні строків опрацювання документів.

Сучасний рівень інформаційних систем та технологій дають можливість автоматизувати процес розрахунку розмірів сплати та підготовки типових договорів, а також мінімізувати застосування ручної праці при проведенні фінансових та бухгалтерських операцій.

Повинно максимально забезпечити білінг платежів та контроль за виконанням договірних зобов'язань.

Автоматизація процесів та якісне надання послуг повинні призводити до зменшення витрат на адміністрування послуг при високій якості обслуговування у відносній частки залучених коштів.

Відповідні залучені кошти за використання певних територій перед усім повинні спрямовуватись на розвиток цих територій.

Формування прозорих механізмів розподілу таких коштів буде незмінно призводити до підвищення рівня довіри мешканців до влади та до розвитку проектів благоустрою територій за меценаті кошти. Така практика з часом має стати основним конкурентом бюджетних коштів а в деяких проектах основним джерелом фінансування.

5.4.3. Нормативно-правове забезпечення.

Пропонується:

1) Внести до законів України «Про регулювання містобудівної діяльності» та «Про благоустрій населених пунктів» зміни щодо врегулювання питань:

а) врегулювання питання повноважень виконавчим органам сільських, селищних, міських рад в місцевих правилах контролю за благоустроєм визначати порядок отримання погоджень на розміщення суден, що використовуються в сфері дозвілля, відпочинку та розваг на території населених пунктів, і постійно або тимчасово експлуатуються біля причалу (берегу), чи стаціонарно встановлені на березі;

б) врегулювання питання надання повноважень виконавчим органам сільських, селищних, міських рад визначати розмір та порядок сплати пайової участі (внеску) в утриманні об'єктів благоустрою за розміщення:

об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі;
майданчиків для харчування біля стаціонарних закладів ресторанного господарства;

суден, що використовуються в сфері дозвілля, відпочинку та розваг на території населених пунктів, і постійно або тимчасово експлуатуються біля причалу (берегу), чи стаціонарно встановлені на березі;

атракціонів;

малих архітектурних форм.

в) розміщення тимчасових споруд для здійснення підприємницької діяльності, засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі, об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі, майданчиків для харчування біля стаціонарних закладів ресторанного господарства та дебаркадерів на конкурсних засадах;

г) демонтажу вказаних об'єктів у випадку невідповідності їх визначеним вимогам;

2) Внести зміни до законів України «Про рекламу» та «Про благоустрій населених пунктів» щодо врегулювання таких питань:

а) закріплення визначень інформаційних вивісок та інформаційних табличок, встановлення порядку їхнього розміщення та штрафних санкцій за порушення порядку їхнього розміщення, права органів місцевого самоврядування встановлювати плату за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами та інформаційних вивісок;

б) визначення операторів місць розміщення рекламних засобів на конкурсних засадах.

3) Внести до Кодексу України про адміністративні правопорушення зміни щодо можливості створення адміністративних комісій на рівні районних державних адміністрацій у місті Києві.

4) Внести зміни до ст. 152 Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо посилення відповідальності за порушення правил благоустрою населених пунктів.

5) Внести до Кодексу України про адміністративні правопорушення зміни щодо визначення механізму спрямування частини штрафів, стягнутих з осіб, притягнутих до адміністративної відповідальності, на преміювання представників громадськості, згідно з повідомленнями яких таких осіб було притягнуто до адміністративної відповідальності.

6) Внести зміни до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», які б дали можливість місцевим радам уповноважувати свої комунальні підприємства самостійно вирішувати питання про прийняття на баланс елементів благоустрою, які безкоштовно передаються фізичними чи юридичними особами у комунальну власність відповідної територіальної громади.

7) Внесення змін до пункту 3 статті 59 Земельного Кодексу щодо можливості надання органами місцевого самоврядування земель водного фонду в постійне користування комунальним підприємствам територіальних громад.

8) Внести зміни до Податкового кодексу України щодо звільнення від сплати ПДВ за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами та інформаційних вивісок;

9) Затвердити у новій редакції Правила благоустрою міста Києва, де, зокрема, мають бути врегульовані такі питання, як:

а) розміщення засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі, майданчиків для харчування біля стаціонарних закладів ресторанного господарства та дебаркадерів на конкурсних засадах та відповідно до комплексних схем розміщення таких об'єктів, затверджених Київською міською державною адміністрацією;

б) обов'язковість ведення власниками/балансоутримувачами об'єктів благоустрою їх періодичної паспортизації з занесенням відповідної інформації до Містобудівного кадастру міста Києва;

в) розміщення атракціонів та малих архітектурних форм;

г) сплата пайової участі на утримання об'єктів благоустрою при розміщенні тимчасових споруд для здійснення підприємницької діяльності, засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі, об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі, майданчиків для харчування біля стаціонарних закладів ресторанного господарства, дебаркадерів, атракціонів та малих архітектурних форм.

10) Затвердження Київською міською радою єдиного порядку розміщення, демонтажу та сплати пайової участі для тимчасових споруд для здійснення підприємницької діяльності, засобів пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі, об'єктів сезонної дрібнороздрібної торговельної мережі, майданчиків для харчування біля стаціонарних закладів ресторанного господарства та дебаркадерів. Порядок, зокрема, має передбачати:

а) вимоги щодо розміщення вказаних об'єктів на конкурсних засадах та відповідно до комплексних схем розміщення, затверджених Київською міською державною адміністрацією;

б) вимоги до зовнішнього вигляду таких об'єктів відповідно до Довідника з облаштування міського простору міста Києва, розробленого у 2015 році Інститутом міського цивільного проектування.

11) Затвердження Київською міською радою єдиного порядку розміщення зовнішньої реклами, інформаційних вивісок та інформаційних табличок. Порядок, зокрема, має передбачати:

а) вимоги до зовнішнього вигляду таких об'єктів відповідно до Довідника з облаштування міського простору міста Києва, розробленого у 2015 році Інститутом міського цивільного проектування;

б) стягнення плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами та інформаційних вивісок;

в) обов'язок подання для оформлення паспорту інформаційної вивіски паспорту фасаду відповідного будинку.

5.5. Контроль за виконанням заходів, запропонованих в концепції.

5.5.1. Науковий супровід впровадження систем моніторингу та контролю.

Виконавчому органу Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації) розробити науково обґрунтовану систему оцінки ефективності, реалізації заходів із комплексного впорядкування міського простору «Комфортне місто».

Система оцінки має ґрунтуватися на принципах комплексності, простоти, відкритості, своєчасності та порівнянності; відштовхуватися від об'єктів уваги даної концепції, охоплювати всі аспекти міського простору, а також відображати рівень виконання поставлених завдань. Показники мають бути простими у своєму вирахуванні, логічними та інтуїтивними. Стандартизована система показників має забезпечувати можливість наукового порівняння даних у часовому та просторовому розрізі та передбачати можливість відображення нововиявлених характеристик міського простору з метою збереження актуальності показників.

Всі дані, які стосуються міського просторового розвитку Києва, мають бути публічними та доступними.

До реалізації цих завдань має бути залучено наукові школи відповідного спрямування, представників кращих зарубіжних практик.

6. Дорожня карта реалізації концепції.

Має бути розроблена протягом кварталу з моменту схвалення Київською міською радою Концепції комплексного впорядкування міського простору міста Києва «Комфортне місто». Кошти на реалізацію концепції мають бути враховані при складанні бюджету наступного року із залученням профільних комісій або наукових кил, громадськості, відповідальних працівників КМДА, РДА, установ та організацій.

7. Очікувані результати.

Оцінка результатів повинна ґрунтуватись на принципі порівняння «Як було» та «Як стало» та запровадженні комплексної оцінки змін на основі розробки системи ключових показників. Така система повинна передбачати:

запровадження бально-рейтингової системи оцінки змін якісних показників об'єктів міського простору;

запровадження системи моніторингу рівня задоволеності мешканців міста міським простором в розрізі низки показників;

кількісні показники нових реалізованих проектів впорядкування міського простору;

обсяг залученого фінансування з недержавних джерел у проекти впорядкування міського простору;

систему оцінки операційної ефективності утримання об'єктів міського простору у належному стані;

визначення обсягів грошових надходжень від функціонування нових та реконструйованих об'єктів міського простору;

оцінка змін рівня відвідуваності громадських просторів районного та загальноміського значення;

оцінка впливу змін громадського простору на інвестиційну привабливість локацій, що їх оточують.

8. Обґрунтування обсягів та джерел фінансування. Фінансово-ресурсне забезпечення.

Джерела фінансування:

кошти державного та місцевих бюджетів за окремими програмами та проектами;

фінанси господарюючих суб'єктів, що безпосередньо зацікавлені в комплексному впорядкуванні міського простору;

кошти фізичних осіб: колективне фінансування (краудфандінг), меценатство;

кошти громадських організацій;

кошти міжнародних організацій, що фінансують проекти розвитку міської інфраструктури.

Визначення та обґрунтування обсягів фінансування формується на основі реальних затверджених проектів впорядкування міського простору та їх кошторисах.

З метою отримання достатнього обсягу фінансування проектів впорядкування міського простору необхідно передбачити впровадження ефективних моделей державно-приватного партнерства (PPP - private public partnership), які б передбачали економічно обґрунтовані мотиватори участі приватного капіталу в запропонованих містом проектах.

Фінансування проектів повинно передбачати не лише пошук джерел фінансування на створення проекту, але й розробку моделі його перманентної монетизації та формування фінансових джерел утримання такого проекту на належному рівні на постійній основі.

9. Координація та контроль за виконанням заходів концепції.

Для координації та контролю за виконанням заходів концепції має бути створена робоча група під голуванням профільного заступника голови КМДА із залученням представників Київської міської ради, Департаментів Київської міської державної адміністрації, наукових кфл.

Для координації та контролю за виконанням заходів концепції має бути створена робоча група під головуванням профільного заступника голови Київської міської державної адміністрації із залученням представників Київської міської ради, Департаментів Київської міської державної адміністрації, наукових кил.

Організаційне забезпечення робочої групи здійснює Департамент містобудування та архітектури.

10. Прикінцеві положення

10.1. Встановити, що надання, переоформлення, внесення змін та продовження строку дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами та погоджень реклами на транспорті комунальної власності здійснюється з урахуванням вимог Концепції комплексного впорядкування міського простору міста Києва «Комфортне місто» та Посібника з вуличного дизайну міста Києва.

10.2. Вимоги Концепції комплексного впорядкування міського простору міста Києва «Комфортне місто» та Посібника з вуличного дизайну міста Києва не поширюються на рекламні засоби, дозволи на розміщення яких були видані до набрання чинності цього рішення, до затвердження Схеми розміщення рекламних засобів відповідної вулиці, проспекту, бульвару тощо, на якій вони розміщені.

Київський міський голова

В. Кличко

134