

ГОРОДСКАЯ ГАЗЕТА

№ 123 (16998) Четверг, 2 июля 1998 г.

Специальный выпуск администрации г. Ленинска-Кузнецкого

НОВОСТИ

СИТУАЦИЯ - ПОД КОНТРОЛЕМ

217 очагов туберкулеза выявлено на территории нашего города. За три последних года заболеваемость выросла в 1,4 раза и сегодня составляет 86,7 больных на 100 тысяч человек. Это один из высоких показателей по области и России. Такие тревожные данные привела в своем докладе на заседании президиума коллегии городской администрации начальник управления здравоохранения В. Г. Косяк.

Выступившие на заседании внесли свои конкретные предложения по ограничению распространения опасной инфекции. Главные из них - своевременная госпитализация и эффективное лечение больных, раннее выявление эпидемиологической ситуацией рассмотрена и принята программа неотложных мер по защите населения города от туберкулеза на период до 2000 года.

нансирования. Однако из-за постоянного дефицита средств эффективность лечения резко снижается. Так, из предусмотренных за пять месяцев 166 тысяч рублей выделено всего 47,6 тысячи рублей.

ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ПОГАШАЕТСЯ

В шести магазинах, расположенных в разных районах города, задолженность по детским пособиям погашается продуктами. По информации, предоставленной начальником управления социальной защиты Т. Д. Черепановой, на сегодняшний день 1517 человек приобрели продукты на сумму более 132 тысяч рублей.

В ассортименте представлены крупные шести наименований, макаронные изделия, мука, соль, крупяно-мясные консервы. Населе-

ние приобретает продукты активно, ведь цена на них на 12-15 процентов ниже сложившихся в городе.

МЕСЯЧНИК ЗАКОНЧИЛСЯ,

БЛАГОУСТРОЙСТВО ПРОДОЛЖАЕТСЯ

Высокую активность проявили в ходе месячника по благоустройству жильцы домов № 3/7 в седьмом микрорайоне Лесного городка и № 13 по ул. Чехмарева. Они сами завезли грунт для клумб и посадили цветы, поддерживают порядок и чистоту в подъездах.

Этот пример - далеко не единственный. В ходе прошедшего месячника многие предприятия и квартирносъемщики активно участвовали в наведении санитарного порядка. Положительные результаты отмечены в ОГПС-7, МП «Горэлектросеть», училище олимпийского резерва и других. В июне совместно с

участковыми инспекторами проверено 72 предприятия различной формы собственности. По мнению исполняющего обязанности заместителя главы администрации А. И. Терентьева, практику «санитарных» пятниц следует продлить до 1 августа.

НАРУШЕНИЙ - ХОТЬ ОТБАВЛЯЙ

Недавно работники отдела контроля и координации торговли администрации совместно с налоговой полицией, ОБЭП и санитарной службой проверили магазин муниципального предприятия УВКХ.

В ходе рейда было выявлено немало нарушений. Прежде всего, водоканал не имеет документов на право торговли. Помещение, где организована торговля, не соответствует санитарным нормам, не соблюдаются условия хранения товаров. Часть

продуктов - с истекшим сроком реализации, на весь товар нет сертификата качества. У продавца же вообще не было санитарной книжки. По итогам проверки виновные будут наказаны.

Служба новостей.

Недавно в Кемерове состоялась областная конференция женщин Кузбасса. Мне довелось быть в числе ее делегатов. Обсуждалась главная на сегодняшний день проблема: как чувствует себя женщина у нас в Кузбассе? Ответ был отрицательным - плохо она себя чувствует. Ведь на женщинах особенно остро сказывается нынешняя дестабилизация экономической и политической жизни в России.

Большинство женщин сегодня не уверены в завтрашнем дне, не чувствуют себя в безопасности на улицах, не имеют работы вовсе или над ними висит угроза ее потерять. Во всех городах нашей области в силу специфики экономического развития регистрируемая безработица носит женский характер. Портрет безработного сегодня - это женщина в возрасте 30-39 лет, воспитывающая несовершеннолетних детей и не имеющая при этом достаточных средств к существованию.

Главным виновником обрушившихся на страну социальных бед я считаю государство. Ведь было время, когда государство в угольных регионах страны с целью трудоустройства вторых членов семьи строило текстильные, швейные, обувные, трикотажные фабрики, фарфоровые заводы, предприятия пищевой промышленности. Наш город - яркий тому пример. Сегодня эти отрасли лопали в наиболее кризисные зоны. На таких предприятиях ежегодно имеет место спад объемов производства, а некоторые вообще прекратили свое существование. Из-за сокращения бюджетных ассигнований идет постоянное уменьшение численности работающих в социально-культурной сфере: здравоохранении, образовании и культуре. А здесь ведь тоже в основном работают женщины.

Торговля сегодня почти вся частная. И женщины-продавцы, стоящие в службе занятости на учете в качестве безработных, характеризуют эту отрасль так: «Ныче в торговле, как в метро: двери открываются автоматически!» В чем-то хозяину не угодил - и ты уже на улице. В магазинах нередко двойная бухгалтерия. Деньги выдаются по двум ведомостям. Полный беспредел в социально-трудовых отношениях. Нет приказов о приеме на работу и увольнении. Отчисления в страховые и внебюджетные фонды либо вовсе не производятся, либо производятся не со всей суммы заработка. Во многих коммерческих магазинах не оплачивается время болезни, запрещается создание профсоюзных организаций.

Формирование рыночных отношений, как видим, привело к усилению дискриминации женщин в сфере занятости и снижению их экономической активности.

В Ленинске-Кузнецком общее число безработных в 1997 году составило 7095 человек, из них 70,9 процента - это женщины. Общий уровень безработицы составляет у нас 3,1 процента, когда в целом по области - 1,7 процента. Из общего числа женщин, не занятых трудовой деятельностью и состоящих на учете в службе занятости, ежегодно трудоустраиваются только 25 процентов.

Не секрет, что женщинам намного труднее найти подходящую работу, чем мужчинам. Как показывают проведенные исследования, среднее время поиска работы безработными женщинами составляет у нас восемь месяцев. В то же время у мужчин - шесть месяцев.

Работодатели предпочитают брать на работу именно мужчин. На рынке творческого и высокооплачиваемого труда женский труд ценится гораздо ниже. И здесь не-

Женское лицо безработицы

маловажную роль играют такие факторы, как необходимость оплаты отпуска по беременности и родам, по уходу за ребенком и другие меры социальной защиты. А между тем доля женщин-безработных, имеющих высшее и среднее профессиональное образование, в общем числе безработных составляет 43 процента. Доля мужчин же - только 35 процентов. То есть женщина сегодня образованнее.

Существенной причиной отказа в приеме на работу становится возраст клиенток. Работодатель, например, рассматривает сегодня 40-летнюю женщину, находящуюся в самом расцвете интеллектуальных и физических сил, уже как бесперспективного работника.

Большие трудности испытывают женщины в трудоустройстве после окончания учебы. Так, безработных выпускниц у нас в 15 раз больше, чем выпускников. Хотя в так называемых неполных семьях именно матери являются единственными кормилицами.

Женская безработица - это наша социальная беда. Надежды на улучшение ситуации мы связываем, опять-таки, с государством. Ведь, обладая половиной рабочей силы планеты, ценнейшими природными ресурсами, огромными сельскохозяйственными угодьями, необходимо, я считаю, возрождать и развивать именно региональную экономику. Надо не закрывать шахты, а выделять средства на их техническое перевооружение. Надо ориентироваться на отечественные конкурентоспособные изделия текстильной, швейной, пищевой промышленности, имеющие устойчивое лидирующее положение как на внутренних, так и на внешних рынках. Надо заменить импорт зарубежных товаров, часто довольно низкого качества, производством своих товаров и развитием на этой основе рабочих мест.

Мы видим, что в последнее вре-

мя администрации области и города начинают предпринимать попытки скорректировать программу реструктуризации угольной отрасли в нужных направлениях. Прорабатываются, в частности, проекты глубокой переработки угля, что может дать нам новые рабочие места. Делаются попытки поднять текстильную и швейную промышленность. Областная администрация оказала помощь нашему камвольно-суконному комбинату в размере 10 млрд. «старых» рублей. И хотя далеко не все здесь идет гладко, на сегодня к 1000 женских рабочих мест на комбинате прибавилось еще 158. Я считаю, что пришло время оказать посильную помощь и нашей швейной фабрике «Одежда», где сегодня

простаивает современное импортное оборудование. Это в какой-то степени уменьшит напряженность на женском рынке труда в городе.

Пытаясь своими силами снизить социальную напряженность на женском рынке труда, городская служба занятости также разрабатывает и вносит на рассмотрение местных органов власти различные мероприятия. Так, в

1996/97 годах управление занятости оказывало финансовую помощь под сохранение рабочих мест камвольно-суконному комбинату и швейной фабрике «Одежда». Выделялась финансовая помощь на создание женских рабочих мест в ООО «Веснянка». Ежегодно женщины отправляли на досрочную пенсию. Одним из направлений поиска новых форм участия женщин в сфере оплачиваемого труда является поддержка предпринимательской инициативы женщин. Таким городское управление занятости населения оказывает финансовую помощь на самозанятость и открытие собственного дела. Для сглаживания напряженности на женском рынке труда ежегодно выделяются финансовые средства на компенсационные выплаты работникам, находящимся в отпусках без сохранения заработной платы. Причем в первую очередь тем предприятиям, где в основном женский труд.

Стремясь повысить конкурентоспособность женщин на рынке труда, служба занятости осуществляет их переподготовку. Однако, несмотря на предпринимаемые меры, сегодня положение женщин на рынке труда очень сложное. И основным направлением в деле стабилизации занятости женщин я вижу совершенствование законодательства в области женской занятости, усиливающего социальную защиту.

Мы находимся на пороге нового тысячелетия. И на этом историческом рубеже с надеждой смотрим в будущее. Каким оно станет, наше будущее? Ответ на этот вопрос зависит от каждого из нас: политика и просто гражданина, предпринимателя и рабочего. И, конечно, от нас, женщин.

Н. СМОЛЯКОВА.

Начальник управления занятости населения.

КАЖДОЙ РЕКЛАМЕ - СВОЕ МЕСТО

Распоряжение администрации г. Ленинска-Кузнецкого от 11.06.98 г. N 436

Во исполнение Федерального Закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» и Устава города Ленинска-Кузнецкого:

1. Комитету по управлению муниципальным имуществом (Никифорова Г. И.) и Комитету жилищно-коммунального хозяйства (Терентьев А. И.):

1.1. До 15.06.98 г. совместно с муниципальным предприятием «Рекламный центр» закончить инвентаризацию средств художественно-рекламного оформления предприятий торговли, общественного питания и услуг с целью выявления средств рекламы, вывесок, витрин и малых архитектурных форм, требующих улучшения внешнего вида, устранения неисправностей и обеспечения в темное время суток.

1.2. До 15.06.98 г. обеспечить снос самовольно установленной рекламы, вывесок и малых архитектурных форм, не прошедших регистрацию в соответствии с распоряжением администрации города от 13.03.98 N 186 «О порядке и сроках регистрации средств наружной рекламы» и не соответствующих эстетическим требованиям согласно приложению 1.

1.3. Предусматривать при заключении договоров аренды в особых условиях обязательное рекламное-художественное оформление и освещение всех видов рекламы, вывесок, витрин и малых архитектурных форм.

2. Управлению по экономике (Фрошкайзер Т. В.), отделу контроля и координации торговли (Рубан Л. С.), отделу поддержки предпринимательства (Шуваринов Ю. А.) при выдаче лицензии, регистрации и перерегистрации предприятий всех форм собственности, индивидуальных частных предпринимателей, направлять их в муниципальное предприятие «Рекламный центр» для решения вопроса о художественном оформлении и регистрации средств наружной рекламы, вывесок, витрин и малых архитектурных форм.

3. Административному отделу, управлению архитектуры и градостроительства (Германова Н. Б.) обеспечить действенный контроль за состоянием всех видов рекламы на территории города, в полной мере использовать предоставленные законодательством административно-правовые воздействия на предприятия потребительского рынка.

4. Опубликовать данное распоряжение в местных средствах массовой информации.

5. Контроль за исполнением настоящего распоряжения оставляю за собой.

Б. МАМАЕВ,

И. о. главы администрации.

ПЕРЕЧЕНЬ

объектов, подлежащих сносу в первую очередь, как не соответствующих эстетическим требованиям.

Наименование объекта

и его принадлежность: адрес:

- торговые павильоны ч. п. «Санрайс», пр. Текстильщиков, 4/1;
- МНПП «Инфоком», вход в ПКФ им. Горького;
- ч. п. Стукалов, пр. Текстильщиков, 8/1;
- ч. п. Митрохин, пр. Ленина, 63/1;
- ч. п. «Болград», пр. Текстильщиков, 6/1, пр. Кирова, 83, пр. Ленина, 25;
- ч. п. «Шутов и К», пр. Ленина, 53/1, пр. Ленина, 2;
- «Кузбасспечать», пр. Ленина, 26, пр. Кирова, 79, пл. Победы, пр. Кирова, 42, ул. Суворова, 6, ул. Горь-

ПЕРЕЧЕНЬ

средств наружной рекламы, подлежащих сносу, как не соответствующих эстетическим требованиям и не прошедших регистрацию.

- Наименование и местонахождение:
 - «Магазин строительных материалов», «Продукты», «Семена», «Камера хранения», «Автозапчасти», «Аккумуляторы», «Хозтовары», «Маис», «Мебель», «МиОЛ», «Мечта», «Автозапчасти», «Хлеб киоск N 4», территория колхозного рынка;
 - «Магазин» (3 шт.), пл. Кирова, 14;
 - «Магазин N 2 АОЗРБ», «ТПАО магазин N 51», «Хозтовары», пл. Кирова, 10;
 - «Продукты N 61», «Стройматериалы», пл. Кирова, 13;
 - «Мини-магазин ЧП Одиноверцевой», «Изготовление столярных изделий», ограда строящегося здания пл. Кирова, 16;
 - «2-41-41 психологическая помощь», «Изготовление столярных изделий», «Закусочная», территория автостанции «Центральный рынок»;
 - «Семена, удобрения, сажженцы», «Ремонт часов», «Продукты», пл. Кирова, 19;
 - «Аптечный киоск ООО Медайт», пл. Кирова, 17;
 - «Продукты ООО Одисей», перекресток ул. Партизанской и пл. Кирова;

- 38 А; «Хозтовары» (2 шт.), пр. Кирова, 34 (пристройка к к-ту Победа);
- «Березка», «Парикмахерская», «ФОТО», «Меха и кожа», «Кодак», «Локон», «Фотография», пр-т Кирова, 38;
- «Гриль бар», «Продукты», пр-т Кирова, 46;
- «Торговый дом АИЛ», пр-т Кирова, 48;
- «Прачечная самообслуживания», пр-т Кирова, 49;
- «Библиотека им. Беллинского», «Табачные изделия», пр-т Кирова, 54;
- «Колобок», пр-т Кирова, 57;
- «Баня-сауна», пр-т Кирова, 59;
- Стенд ОАО «Сибнефть», пр-т Кирова, район путевода;
- «Магазин Гвоздика» (2 шт.), пр-т Кирова, 88;
- «Фотография», «Парикмахерская», «Обувной магазин», пр-т Кирова, 92;
- «Аптека N 191» (2 шт.), «Трикожадное ателье», «Ателье Велли», «Магазин», пр-т Кирова, 77;
- «Магазин Гуливер», пристройка к дому, пр-т Кирова, 77;
- «Магазин Шик» (2 шт.), пр-т Кирова, 79;
- «Касса Аэрофлота» (4 шт.), пр-т Кирова, 91;
- «Рекламное агентство Техносервис», пр-т Кирова, 108;
- «Бюро международного туризма», «Спутник», пр-т Кирова, 108;
- «Малышка», пр-т Кирова, 114;
- «Автозапчасти», «Юбилейный» (2 шт.), пр-т Кирова, 116;
- «Русское поле», ул. Шишляникова, 14;
- «Автозапчасти», «Парикмахерская» (2 шт.), «Автоаксессуары», «Магазин», «Ателье», ул. Пушкина, 13;
- «Продукты», ул. Пушкина, 2;
- «Ткани», ул. Пушкина, 4;
- «Мебель», ул. Пушкина, 8;
- «Лакомка», «Магазин ОАО-КСК», «Витязь», «Аскопроф» (2 шт.), «Аудио, видео и бытовая техника», ул. Пушкина, 88;
- «Second hand», ул. Пушкина, автостоянка;
- «Аптечный пункт», пр-т

ВЫПИСКА ИЗ «ПОЛОЖЕНИЯ О ПОРЯДКЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В Г. ЛЕНИНСКО-КУЗНЕЦКОМ» (УТВЕРЖДЕНО РЕШЕНИЕМ ГОРОДСКОГО СОВЕТА ОТ 13.11.97 Г. N 98).

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Средства наружной рекламы - технические приспособления и художественные элементы, предназначенные для распространения наружной рекламы.

К средствам наружной рекламы относятся:

- вывески - элементы оформления главных фасадов зданий, в которых расположены организации, содержащие сведения, главным образом о наименовании указанных организаций;
- информационные таблички - средства стационарного информационного обеспечения, несущие подробные сведения о данной организации;
- указатели-элементы оформления прилегающей к организациям территории, содержащие сведения о месте нахождения организаций (объектов);
- кронштейны - двусторонние плоскостные элементы, закрепленные перпендикулярно фасаду зданий, в которых расположены организации, и несущие дополнительную информацию об их наименовании;
- витрины - остекленные проемы (окна, витрины), в которых может быть размещена реклама товаров или услуг, предлагаемых организацией;
- временные выносимые рекламные средства (выносная реклама) - средства наружной рекламы, которые могут выноситься в пределы

- Ленина, 5;
- «Маркет», «Галантерей-трикотаж», пр-т Ленина, 5;
- «Рекламное агентство Техносервис», пр-т Ленина, 7;
- «Магазин» «Стройматериалы», пр-т Ленина, 9;
- «Юридическая консультация», пр-т Ленина, 19;
- «Продукты», пр-т Ленина, 26;
- «Парфюмерия», пр-т Ленина, 29;
- «Кафе «Ассоль», пр-т Ленина, 30;
- «Физиотерапевтическое отделение», пр-т Ленина, 33;
- «Книжки», пр-т Ленина, 39;
- «Ремонт бытовой техники», пр-т Ленина, 43;
- «Фермер», пр-т Ленина, 55/1;
- «Гарант», пр-т Ленина, 57/1;
- «Апогей», пр-т Ленина, 59/1;
- «Дом «Селенга», пр-т Текстильщиков, 8/1;
- «Салон обуви», ЧП Элла магазин, пр-т Текстильщиков, 2/1;
- «Хозтовары», «Продукты», пр-т Текстильщиков, 4/1;
- «Торговый центр ПКФ «Наш дом», «Пельменная», «Кулинария», «Татьяна», «ООО Скрат», «Горячий хлеб», ул. Топкинская, район автобазы;
- «Магазин-парикмахерская», «ООО Тагис. Семена, удобрения, сажженцы», ул. Топкинская, 10/1;
- «Кедр», «Прокат видеокассет», ул. Топкинская, 16;
- «Жиро», бульвар Химиков, 10/1;
- «Парикмахерский салон ШАРМ», бульвар Химиков, 12/1.

Все вывески, указатели, рекламные щиты, выносные средства наружной рекламы, расположенные на осветительных опорах, опорах линий электропередач, деревьях, ограждениях, газонах, тротуарах и возле проезжей части дороги.

Г. НИКИФОРОВА,
Заместитель главы администрации, председатель комитета по управлению муниципальным имуществом.

В. КОНАСОВ,
Главный художник города.

новки для воспроизведения рекламных сообщений на плоскостях стен;

- т) флаги фирм;
- у) световые, электронные и динамические табло и экраны;
- ф) нетрадиционные средства рекламы (воздушные шары, аэростаты, скамейки и др.) с рекламными надписями.

2. Настоящее Положение не распространяется на политическую рекламу, на объявления физических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, а также на информационные таблички функционального и справочного характера, содержащие сведения, определенные Законом РФ «О защите прав потребителей», доводящие до сведения потребителей наименование организации, виды деятельности, режим ее работы, размещение на объекте, находящемся в пользовании данной организации.

Раздел 3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАСПРОСТРАНЕНИЮ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ.

4. Наружная реклама должна обеспечить как дневное, так и вечернее (темное время суток) восприятие.

5. Средства наружной рекламы при их размещении на территории города, зданиях, сооружениях и иных объектах, не должны нарушать единого архитектурно-художественного облика прилегающих улиц, площадей, зданий и сооружений, должны гармонично вписываться в элементы архитектуры, внешнего благоустройства территории, а также элементы озеленения и цветочного оформления города.

6. Недопустимо использование средств наружной рекламы, опасных для жизни и здоровья людей.

7. Наружная реклама по форме и содержанию должна соответствовать требованиям законодательства о рекламе и защите прав потребителей.

8. Организация, размещающая средство наружной рекламы, самостоятельно проводит работы по сбору дополнительных согласований и получению разрешений, связанных с техническими условиями установки рекламного средства.

Раздел 5. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ РАЗРЕШИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ НА РАСПРОСТРАНЕНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ.

Общие требования к порядку оформления разрешительной документации на распространение наружной рекламы.

12. Распространение наружной рекламы на территории г. Ленинска-Кузнецкого допускается только при наличии разрешительной документации в виде распоряжения главы администрации города и договора о предоставлении права распространения наружной рекламы в случае оформления единичного стэнда или договора аренды рекламного места в случае размещения рекламы на муниципальном стэнде. Договор заключается между администрацией города (уполномоченным ею органом) и рекламодателем.

13. Юридическое или физическое лицо, желающее разместить рекламу на территории города, подает заявку установленной формы (приложение 3) на имя главы администрации города. К заявке прилагаются:

- эскизный проект рекламного средства в составе, необходимом для принятия заключения по архитектурно-технической части;
- фотографический снимок будущего рекламного места с прилегающей территорией;
- топографическая съемка территории, на которой предполагается разместить рекламные средства, в мас-

штабе 1:500.

14. Заявление с визой главы администрации направляется в отдел развития и координации новых экономических структур для подтверждения законности статуса предприятия-рекламодателя и рекламируемых товаров и услуг.

17. Согласованную документацию в срок не более одного календарного месяца с момента начала согласования заявитель направляет в управление архитектуры и градостроительства города для подготовки распоряжения администрации города об отводе земельного участка под установку рекламного стэнда или о предоставлении рекламного места. Обязательным приложением к распоряжению администрации является «Паспорт на размещение наружной рекламы».

Распоряжение администрации города и «Паспорт на размещение наружной рекламы» являются основанием для заключения договоров о предоставлении права распространения наружной рекламы (или аренды рекламного места) и аренды земельного участка.

По истечении указанных сроков заявка и проект договора утрачивают силу.

19. Обязательным условием распространения наружной рекламы является наличие на средствах наружной рекламы реквизитов рекламодателя в виде штампа или надписи для прочтения с близкого расстояния с указанием полного названия рекламодателя, его юридического адреса и телефона.

Проект наружной рекламы, размещенной на территориях особого градостроительного значения, подлежит обязательному рассмотрению на заседании градостроительного совета.

36. Любые изменения в наименовании предприятия, отражающиеся на утвержденном ранее средстве наружной рекламы, влекут перерегистрацию.

38. При разработке эскизов или проектов наружной рекламы рекомендуется учитывать основные архитектурные и технические требования:

- к вывеске:
 - вывеска должна располагаться на фасаде организации между оконными проемами или витринами первого этажа и оконными проемами второго этажа;
 - на вывеске должно быть указано наименование организации в соответствии с ее учредительными документами;
 - вывеска должна быть установлена на том фасаде, где расположена витрина;
 - нижний край вывески не должен находиться ниже 2,5 м над уровнем земли;
 - вывеска не должна выступать более чем на 0,3 м от плоскости стены;
 - вывеска не должна располагаться выше нижнего уровня оконных проемов второго этажа;
 - высота букв текста вывески не должна превышать 0,8 м и быть меньше 0,1 м.
- к кронштейну:
 - кронштейн должен размещаться на одном уровне с вывеской организации;
 - на кронштейне не должно быть мигающих источников света;
 - нижний край кронштейна не должен находиться ниже 2,5 м над землей;
 - кронштейн не должен полностью или частично располагаться выше уровня низа оконных проемов второго этажа;
 - толщина кронштейна не должна превышать 0,3 м;
 - кронштейн не должен иметь площадь более 1,3 кв. м, быть шириной более 1,3 м и высотой 1,3 м;
 - кронштейн должен размещаться на фасаде в гра-

(Окончание на 4-й стр.)

