

ĐỀ ÁN

**QUY HOẠCH QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BÌNH ĐỊNH
ĐẾN NĂM 2030**

*(kèm theo Quyết định số /QĐ-UBND ngày / /2024
của UBND tỉnh Bình Định)*

Năm 2023

MỤC LỤC

GIẢI THÍCH TỪ NGỮ	trang 1
QUY ƯỚC VIẾT TẮT	trang 3
PHẦN MỞ ĐẦU	trang 5
I. SỰ CẦN THIẾT CỦA VIỆC LẬP QUY HOẠCH	
Sự cần thiết quy hoạch quảng cáo trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2030	
II. CƠ SỞ PHÁP LÝ CỦA VIỆC LẬP QUY HOẠCH.....	trang 6
1. Các văn bản quy phạm pháp luật	
2. Các văn bản khác liên quan đồ án quy hoạch	
3. Các nguồn tài liệu, số liệu, bản đồ	
III. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI VÀ NHIỆM VỤ XÂY DỰNG QUY HOẠCH.....	trang 9
1. Đối tượng quy hoạch	
2. Phạm vi quy hoạch	
3. Nhiệm vụ xây dựng quy hoạch	
IV. MỤC TIÊU, NGUYÊN TẮC LẬP QUY HOẠCH	trang 11
1. Mục tiêu	
2. Nguyên tắc lập quy hoạch	
PHẦN THỨ NHẤT	trang 12
ĐẶC ĐIỂM TỰ NHIÊN, KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH BÌNH ĐỊNH	
1. Đặc điểm tự nhiên	
2. Tình hình kinh tế - xã hội	
3. Cơ sở hạ tầng xã hội	
4. Hệ thống hạ tầng kỹ thuật	
PHẦN THỨ HAI	trang 20
THỰC TRẠNG VÀ DỰ BÁO XU THẾ PHÁT TRIỂN CỦA HOẠT ĐỘNG TUYÊN TRUYỀN TRỰC QUAN VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BÌNH ĐỊNH	
I. HIỆN TRẠNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ...	trang 20
1. Phạm vi khảo sát hiện trạng	
2. Số liệu thống kê hiện trạng	
3. Đánh giá chung hiện trạng	
4. Đánh giá tồn tại các loại hình thức pa nô phổ biến hiện trạng và quan điểm quy hoạch	

II. DỰ BÁO XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TUYÊN TRUYỀN CỔ ĐỘNG TRỰC QUAN PHỤC VỤ NHIỆM VỤ CHÍNH TRỊ VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNHtrang 29

1. Khái quát sự phát triển và xu hướng của quảng cáo ngoài trời ở Việt Nam và trên thế giới.

2. Xu thế phát triển loại hình, phương tiện quảng cáo và nhu cầu tuyên truyền cổ động thực hiện nhiệm vụ chính trị, quảng cáo thương mại.

3. Dự báo phát triển quảng cáo tỉnh Bình Định đến năm 2030.

3.1. Nhu cầu về hình thức chất lượng, loại hình quảng cáo phát triển đa dạng, theo hướng công nghệ cao

3.2. Sự thích ứng về cung và cầu của hoạt động quảng cáo

3.3. Quy mô phát triển đến năm 2030.

PHẦN THỨ BAtrang 33

NỘI DUNG QUY HOẠCH

I. GIẢI PHÁP TỔ CHỨC BẢNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜItrang 33

1. Yêu cầu

2. Giải pháp tổ chức

2.1. Lựa chọn vị trí và loại hình đạt hiệu quả tuyên truyền, quảng cáo

2.2. Tổ chức QCNT đạt yêu cầu về mỹ quan đô thị, nông thôn

2.3. Tổ chức đảm bảo trật tự an toàn giao thông

II. NỘI DUNG QUY HOẠCH HỆ THỐNG BẢNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI trang 35

1. Nguyên tắc bố trí các phương tiện quảng cáo ngoài trời

1.1. Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội

1.2. Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại

1.3. Quảng cáo thương mại

2. Tiêu chí quy hoạch các loại bảng QCNT

3. Các yêu cầu kỹ thuật của bảng QCNT

3.1. Kết cấu

3.2. Vật liệu

3.3. Chiều sáng - Cấp điện - Chống sét

3.4. An toàn cháy

4. Các loại hình tạm thời và các khu vực cấm quảng cáo

4.1. Các hình thức tạm thời	
4.2. Các khu vực cấm quảng cáo	
4.3. Các khu vực hạn chế quảng cáo	
5. Thống kê quy hoạch hệ thống điểm, tuyến đặt bảng QCNT trên địa bàn tỉnh	
5.1. Bảng tổng hợp số lượng bảng QCNT toàn tỉnh	
5.2. Hệ thống điểm, tuyến đặt bảng QCNT cụ thể theo từng huyện, thị xã, thành phố	
5.3. Hệ thống bảng led tại trung tâm các huyện, thị xã, thành phố	
5.4. Thống kê vị trí nhà chờ các tuyến xe buýt trên địa bàn tỉnh	
5.5. Thống kê các tuyến đường treo băng rôn tại các huyện, thị xã, thành phố	
III. DỰ KIẾN DIỆN TÍCH SỬ DỤNG ĐẤT CHO CÁC VỊ TRÍ QUY HOẠCH TUYÊN TRUYỀN TRỰC QUAN VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI	trang 46
PHẦN THỨ TƯ	trang 48
TỔ CHỨC THỰC HIỆN	
I. TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH.....	trang 48
1. Tổ chức tuyên truyền	
2. Tổ chức thực hiện quy hoạch	
2.1. Tổ chức cơ sở hạ tầng	
2.2. Tổ chức địa bàn	
2.3. Tổ chức cơ sở vật chất tài chính	
3. Tổ chức tăng cường quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo	
3.1. Về cơ chế chính sách	
3.2. Về tổ chức quản lý	
3.3. Về đào tạo nâng cao nguồn nhân lực	
II. PHÂN KỲ THỰC HIỆN.....	trang 52
1. Giai đoạn 1 (Từ năm 2023- 2025):	
2. Giai đoạn 2 (Từ năm 2026 - 2030):	
III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN - QUYỀN HẠN VÀ TRÁCH NHIỆM CỦA CÁC SỞ, NGÀNH, ĐỊA PHƯƠNG	trang 53
1. Sở Văn hóa và Thể thao	
2. Sở Xây dựng	
3. Sở Giao thông Vận tải	
4. Sở Tài nguyên Môi trường	

5. Sở Kế hoạch và Đầu tư
6. Sở Tài chính
7. Sở Thông tin và Truyền thông
8. Ban Quản lý Khu kinh tế tỉnh
9. Các sở, ngành liên quan khác của tỉnh
10. UBND các huyện, thị xã, thành phố

PHỤ LỤC

Phụ lục I: (Tập bảng thống kê khổ A4 kèm theo) gồm:

Phụ lục Ia: BẢNG THỐNG KÊ HỆ THỐNG BẢNG LED TẠI TRUNG TÂM CÁC HUYỆN, THỊ XÃ, THÀNH PHỐ

Phụ lục Ib: BẢNG THỐNG KÊ VỊ TRÍ NHÀ CHỜ CÁC TUYẾN XE BUÝT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH

Phụ lục Ic: BẢNG THỐNG KÊ CÁC TUYẾN ĐƯỜNG TREO BĂNG RÔN TẠI CÁC HUYỆN, THỊ XÃ, THÀNH PHỐ

Phụ lục Id: BẢNG THỐNG KÊ CÁC ĐIỂM QUY HOẠCH THEO TỪNG HUYỆN, THỊ XÃ, THÀNH PHỐ

Phụ lục II: CHI TIẾT CÁC ĐIỂM QUY HOẠCH (Tập sách khổ A4 kèm theo)

Phụ lục III: BẢN ĐỒ HỆ THỐNG BẢNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI (Các bản vẽ khổ A0 kèm theo)

GIẢI THÍCH TỪ NGỮ

Trong Quy hoạch này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

- **Quảng cáo** là việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lợi; sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh lợi; tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được giới thiệu, trừ tin thời sự; chính sách xã hội; thông tin cá nhân. Trong quy hoạch này, khái niệm quảng cáo bao gồm cả nội dung tuyên truyền chính trị và quảng cáo thương mại.

- **Quảng cáo ngoài trời** là loại quảng cáo tiếp cận công chúng khi họ ở tại các không gian công cộng bên ngoài nhà.

- **Bảng quảng cáo ngoài trời** (bảng QCNT) trong quy hoạch này được hiểu là các loại bảng cố định (không di động) thực hiện chức năng quảng cáo tại các không gian công cộng bên ngoài nhà.

- **Sản phẩm quảng cáo** bao gồm nội dung và hình thức quảng cáo được thể hiện bằng hình ảnh, âm thanh, tiếng nói, chữ viết, biểu tượng, màu sắc, ánh sáng và các hình thức tương tự.

- **Diện tích quảng cáo** là phần thể hiện các sản phẩm quảng cáo trên mặt báo in, báo hình, báo điện tử, trang thông tin điện tử, xuất bản phẩm, bảng quảng cáo, phương tiện giao thông hoặc trên các phương tiện quảng cáo tương tự.

- **Phương tiện quảng cáo** là phương tiện có chất liệu và kích thước khác nhau để thể hiện các sản phẩm quảng cáo. Bao gồm: bảng quảng cáo, băng rôn, biển hiệu, hộp đèn, màn hình chuyên quảng cáo, phương tiện giao thông, hội chợ, hội thảo....

- **Phương tiện quảng cáo ngoài trời đứng độc lập** là phương tiện quảng cáo được định vị cố định xuống mặt đất/nền đặt ngoài trời.

- **Bảng quảng cáo** là phương tiện để thể hiện các sản phẩm quảng cáo trên nhiều chất liệu và kích thước khác nhau, bao gồm: bảng, biển, hộp đèn được treo, lắp đặt độc lập hoặc gắn vào công trình xây dựng có sẵn.

- **Bảng quảng cáo tấm lớn (bảng lớn, Panô lớn)** là bảng quảng cáo có diện tích một mặt trên 40m². Chủ yếu bố trí theo các tuyến đường QL, TL có mặt cắt lớn, khu vực ngoại thành, ngoại thị.

- **Bảng quảng cáo tấm trung (bảng trung, Panô trung)** là bảng quảng cáo có diện tích một mặt trên 8m² đến 40m². Chủ yếu bố trí trong các khu dân cư, khu chức năng, nội thành, nội thị.

- **Bảng quảng cáo tấm nhỏ (bảng nhỏ, Panô nhỏ)** là bảng quảng cáo có diện tích một mặt đến 8m². Bao gồm các loại bảng có chân trụ độc lập hoặc gắn vào cột

đèn hiện có, nhỏ gọn có thể nằm trong đất giao thông (dải cây xanh phân cách, vỉa hè).

- **Bảng gắn/ốp vào công trình xây dựng sẵn có (bảng ốp tường, Panô ốp tường)** là bảng quảng cáo không có chân trụ độc lập, kết cấu bảng gắn vào mặt bên, mặt trước hoặc mặt sau công trình.

- **Màn hình chuyên quảng cáo (màn hình điện tử)** là phương tiện quảng cáo sử dụng công nghệ điện tử để truyền tải các sản phẩm quảng cáo, bao gồm màn hình LED, LCD và các hình thức tương tự.

- **Hộp đèn** là loại hộp để quảng cáo hình ảnh bằng cách sử dụng đèn để chiếu sáng hình ảnh quảng cáo từ phía bên trong. Đây là sản phẩm quảng cáo phổ biến nhất vào buổi tối cũng như không gian thiếu ánh sáng.

- **Băng rôn** gồm băng rôn ngang, băng rôn dọc (phướn, cờ đuôi nheo). Mặt quảng cáo thường được làm bằng vải, bạt.

- **Biển hiệu** là bảng dùng để viết tên của các cơ sở sản xuất, kinh doanh tại vị trí công trình đặt bảng nhằm giới thiệu tên gọi, địa chỉ giao dịch.

- **Kết cấu bảng quảng cáo** gồm các thành phần (như móng, chân cột, kết cấu khung đỡ, mặt bảng quảng cáo,...) được lắp ráp với nhau để tạo nên một phương tiện quảng cáo ngoài trời.

- **Cụm cảnh quan** được hiểu là không gian một nhóm các trụ sở công trình công cộng liền kề.

- **Đường bộ** gồm đường, cầu đường bộ, hầm đường bộ, bến phà đường bộ.

- **Đất của đường bộ** là phần đất trên đó công trình đường bộ được xây dựng và phần đất dọc hai bên đường bộ để quản lý, bảo trì, bảo vệ công trình đường bộ.

- **Hành lang an toàn đường bộ** là dải đất dọc hai bên đất của đường bộ, tính từ mép ngoài đất của đường bộ ra hai bên để bảo đảm an toàn giao thông đường bộ.

- **Dải phân cách** là bộ phận của đường để phân chia mặt đường thành hai chiều xe chạy riêng biệt hoặc để phân chia phần đường của xe cơ giới và xe thô sơ.

- **Hành lang an toàn lưới điện cao áp** là khoảng không gian giới hạn dọc theo đường dây tải điện hoặc bao quanh trạm điện và được quy định cụ thể theo từng cấp điện áp.

QUY ƯỚC VIẾT TẮT

QCNT: quảng cáo ngoài trời

*** Các quy ước viết tắt được sử dụng trong các bảng thống kê tổng hợp, ký hiệu bản đồ:**

- Về địa danh:

QNN: thành phố Quy Nhơn

ANN: thị xã An Nhơn

HNN: thị xã Hoài Nhơn

TPC: huyện Tuy Phước

VCH: huyện Vân Canh

TSN: huyện Tây Sơn

VTH: huyện Vĩnh Thạnh

PCT: huyện Phù Cát

PMY: huyện Phù Mỹ

HAN: huyện Hoài Ân

ALO: huyện An Lão

- Về nội dung bảng:

TM: quảng cáo thương mại

CT: tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội

CT-TM: tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại

- Về tình trạng quy hoạch:

HT: giữ theo hiện trạng

QH: quy hoạch mới

ĐC: giữ theo hiện trạng, có điều chỉnh

TD: tháo dỡ

- Về loại bảng theo hình thức:

P: bảng tấm lớn, tấm nhỏ

O: bảng ốp vào công trình xây dựng sẵn có

H: hộp đèn

Mled: màn hình điện tử

Br: bảng rôl

- Về thông số kích thước bảng:

Quy ước thứ tự kích thước như sau:

Chiều cao chân - Chiều cao mặt bảng x Chiều rộng mặt bảng (đơn vị mét)

hay: Chân cao - Cao x Rộng (m)

Trong đó Chiều cao chân (chân cao) được tính từ mặt đường đến đáy mặt bảng

Ví dụ: Chân cao - Cao x Rộng (m): 11 - 8 x 16

Nghĩa là: Chiều cao chân tính từ mặt đường đến đáy mặt bảng là 11m,

Chiều cao mặt bảng là 8m,

Chiều rộng (chiều ngang) mặt bảng là 16m.

PHẦN MỞ ĐẦU

I. SỰ CẦN THIẾT LẬP QUY HOẠCH

Sự cần thiết quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2030:

- Nhằm nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo, từng bước đưa hoạt động quảng cáo đi vào nề nếp, bảo đảm trật tự an toàn xã hội và mỹ quan đô thị

Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2030 là việc làm hết sức cần thiết và cấp bách nhằm quản lý thống nhất và có hiệu quả hoạt động tuyên truyền nhiệm vụ chính trị và quảng cáo thương mại, đồng thời là cơ sở pháp lý cần thiết theo quy định của Luật Quảng cáo, để thực hiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo, góp phần lập lại cảnh quan, kiến trúc và văn minh đô thị, trật tự xã hội, an toàn giao thông trên địa bàn tỉnh.

Trên cơ sở quy hoạch được phê duyệt, UBND các huyện, thị xã, thành phố, các ngành chức năng có căn cứ để tổ chức quản lý, thanh tra, kiểm tra, xử lý các trường hợp hoạt động quảng cáo vi phạm pháp luật, vi phạm hành lang an toàn đường bộ, phòng cháy chữa cháy, yêu cầu thoát nạn, yêu cầu cứu hộ cứu nạn, kết cấu xây dựng, chỉ giới xây dựng, trật tự an toàn xã hội và mỹ quan đô thị.

- Quy hoạch phù hợp với nhu cầu và cơ sở hạ tầng xã hội, hạ tầng kỹ thuật trong giai đoạn mới, tạo cơ sở rõ ràng, cụ thể để thực hiện, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, của tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo, góp phần tích cực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân

Từ sau Quy hoạch QCNT được phê duyệt năm 2008, hệ thống đô thị và điểm dân cư nông thôn trên địa bàn tỉnh cùng với hệ thống hạ tầng xã hội, hạ tầng kỹ thuật đã thay đổi rất nhiều, mức độ đô thị hóa tăng nhanh, quy hoạch QCNT để phù hợp với hệ thống đô thị và cơ sở hạ tầng giai đoạn mới.

Thực hiện tốt việc quản lý quy hoạch sẽ từng bước thúc đẩy hoạt động tuyên truyền, cổ động trực quan, quảng cáo thương mại ngoài trời trở thành một ngành kinh tế của địa phương trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế.

Thực hiện tốt và công khai nội dung quy hoạch sẽ góp phần bảo vệ lợi ích cho các doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh hoạt động quảng cáo, tạo môi trường văn hoá, kinh doanh an toàn, đúng pháp luật, tạo nên vẻ đẹp cảnh quan đô thị. Đồng thời quản lý tốt nội dung quảng cáo tại các địa điểm quy hoạch và chấn chỉnh hoạt động quảng cáo không phép, trái phép, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng. Việc xây dựng quy hoạch tuyên truyền và quảng cáo ngoài trời còn tạo thêm một kênh thông tin trực quan sinh động, phản ánh chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến các tầng lớp nhân dân bằng phương thức xã hội hóa, góp phần tiết kiệm cho ngân

sách nhà nước.

- Cập nhật hệ thống cơ sở pháp lý về quản lý QCNT, quy hoạch phù hợp với luật Quảng cáo và hệ thống quy định mới hiện hành đồng thời phù hợp với đặc thù riêng của địa phương

Sau khi Quy hoạch QCNT được phê duyệt năm 2008, Luật Quảng cáo và hàng loạt các văn bản liên quan đến hoạt động quảng cáo ngoài trời được ban hành,

Quy hoạch QCNT cập nhật lại hệ thống văn bản quản lý, xây dựng quy hoạch và các quy định phù hợp với các quy định của UBND tỉnh Bình Định đã ban hành liên quan đến, không trái với Luật Quảng cáo, tuân thủ quy chuẩn xây dựng các công trình quảng cáo ngoài trời của Bộ Xây dựng, Nghị định của Chính phủ quy định về việc sử dụng hành lang an toàn giao thông đường bộ, các quy định an toàn về điện, về phòng cháy, chữa cháy...và các quy định của các luật khác có liên quan.

Ngoài việc cập nhật hóa hệ thống văn bản quy định, quy hoạch QCNT xây dựng định hướng quy hoạch và quản lý phù hợp với tình hình thực tế địa phương, phù hợp với hệ thống cơ sở vật chất tuyên truyền chính trị đã xây dựng, với hệ thống hạ tầng kỹ thuật, đường xá,... thiên nhiên và phong tục tập quán cũng như các yếu tố đặc thù văn hóa - xã hội địa phương.

II. CƠ SỞ PHÁP LÝ CỦA VIỆC LẬP QUY HOẠCH

1. Các văn bản quy phạm pháp luật

** Lĩnh vực quảng cáo:*

- Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ngày 21/6/2012;
- Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo;
- Nghị định số 70/2021/NĐ-CP ngày 27/7/2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo;
- Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo;
- Nghị định số 128/2022/NĐ-CP ngày 30/12/2022 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo đã được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 129/2021/NĐ-CP ngày 30/12/2021 của chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch, thể thao, quyền tác giả, quyền liên quan; văn hoá và quảng cáo;
- Chỉ thị số 17/CT-TTg ngày 09/5/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, chấn chỉnh hoạt động quảng cáo;
- Thông tư số 10/2013/TT-BVHTTDL ngày 06/12/2013 của Bộ Văn hóa,

Thể thao và Du lịch về Quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện một số điều của Luật Quảng cáo và Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/12/2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo;

- Hướng dẫn số 241/HD-BVHTTDL ngày 21/01/2022 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về lập (hoặc điều chỉnh) Quy hoạch quảng cáo ngoài trời.

** Lĩnh vực xây dựng:*

- Luật Xây dựng số 50/2014/QH13 ngày 18/6/2014;

- Luật sửa đổi bổ sung một số điều của Luật Xây dựng số 62/2020/QH14 ngày 17/6/2020;

- Luật Quy hoạch đô thị số 30/2009/QH12 ngày 17/6/2009;

- Nghị định số 37/2010/NĐ-CP ngày 07/4/2010 của Chính phủ về lập, thẩm định, phê duyệt và quản lý quy hoạch đô thị;

- Nghị định số 38/2010/NĐ-CP ngày 07/4/2010 của Chính phủ về quản lý không gian, kiến trúc, cảnh quan đô thị;

- Nghị định số 44/2015/NĐ-CP ngày 06/5/2015 của Chính phủ quy định chi tiết một số nội dung về quy hoạch xây dựng;

- Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20/5/2018 của Bộ Xây dựng ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời - QCVN 17:2018/BXD.

** Lĩnh vực giao thông:*

- Luật Giao thông đường bộ số 23/2008/QH12 ngày 13/11/2008;

- Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24/02/2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

- Nghị định số 100/2013/NĐ-CP ngày 03/9/2013 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24/02/2010 của Chính phủ về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

- Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT ngày 23/9/2015 của Bộ Giao thông vận tải hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24/02/2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

- Thông tư số 35/2017/TT-BGTVT ngày 09/10/2017 của Bộ Giao thông vận tải sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT ngày 23/9/2015 của Bộ Giao thông vận tải hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 11/2010/NĐ-CP ngày 24/02/2010 của Chính phủ quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ;

- Quyết định số 60/2016/QĐ-UBND ngày 25/11/2016 của UBND tỉnh Bình

Định ban hành quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ đối với hệ thống đường địa phương trên địa bàn tỉnh Bình Định;

- Quyết định số 69/QĐ-UBND ngày 21/10/2020 của UBND tỉnh Bình Định về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của quy định về quản lý và bảo vệ kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ đối với hệ thống đường địa phương trên địa bàn tỉnh Bình Định.

** Lĩnh vực tài nguyên và môi trường:*

- Luật Đất đai số 45/2013/QH13 ngày 29/11/2013;

- Nghị định số 53/2017/NĐ-CP ngày 08/5/2017 của Chính phủ Quy định các loại giấy tờ hợp pháp về đất đai để cấp giấy phép xây dựng.

** Lĩnh vực kế hoạch và đầu tư:*

- Luật Đầu tư số 61/2020/QH14 ngày 17/6/2020;

- Luật Quy hoạch số 21/2017/QH14 ngày 24/11/2017;

- Luật số 35/2018/QH14 ngày 20/11/2018 sửa đổi, bổ sung một số điều của 37 Luật có liên quan đến Quy hoạch;

- Nghị định số 99/2006/NĐ-CP ngày 07/9/2006 của Chính phủ về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội;

- Thông tư số 05/2013/TT-BKHĐT ngày 31/10/2013 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư hướng dẫn tổ chức lập, thẩm định, phê duyệt, điều chỉnh và công bố quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội; quy hoạch ngành, lĩnh vực và sản phẩm chủ yếu.

** Các lĩnh vực khác:*

- Luật Quy hoạch số 21/2017/QH14 ngày 24/11/2017;

- Luật sửa đổi bổ sung một số điều của 37 Luật liên quan đến quy hoạch số 35/2018/QH14 ngày 20/11/2018;

- Luật Phòng cháy chữa cháy số 27/2001/QH10 ngày 29/6/2001;

- Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của luật phòng cháy và chữa cháy số 40/2013/QH10 ngày 22/11/2013;

- Thông tư số 02/2021/TT-BXD ngày 19/5/2021 của Bộ Xây dựng ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về an toàn cháy cho nhà và công trình - QCVN 06:2021/BXD;

- Luật Điện lực số 28/2004/QH11 ngày 03/12/2004;

- Nghị định số 04/2008/NĐ-CP ngày 11/01/2008 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 92/2006/NĐ-CP ngày 7/9/2006 của Chính phủ về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội;

- Nghị định số 14/2014/NĐ-CP ngày 26/02/2014 của Chính phủ hướng dẫn Luật Điện lực về an toàn về điện;

- Thông tư số 31/2014/TT-BCT ngày 26/02/2014 của Bộ Công thương quy định chi tiết về an toàn điện.

2. Các văn bản khác liên quan đề án quy hoạch

- Quyết định số 136/QĐ-TTg ngày 28/01/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Nhiệm vụ lập Quy hoạch tỉnh Bình Định thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050;

- Quyết định số 472/QĐ-UBND ngày 28/8/2008 của UBND tỉnh Bình Định về việc phê duyệt Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định;

- Quyết định số 2812/QĐ-UBND ngày 05/7/2021 của UBND tỉnh Bình Định về việc phê duyệt đề cương nhiệm vụ quy hoạch;

- Chỉ thị số 15/CT-UBND ngày 19/10/2022 của UBND tỉnh Bình Định về tăng cường quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn tỉnh.

3. Các nguồn tài liệu, số liệu, bản đồ:

- Các tài liệu về quản lý quảng cáo ngoài trời trên địa bàn của ngành Văn hóa và Thể thao, ngành Xây dựng và các địa phương;

- Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Bình Định;

- Quy hoạch hệ thống giao thông tỉnh Bình Định;

- Quy hoạch đô thị và điểm dân cư nông thôn trên địa bàn tỉnh Bình Định;

- Các bản đồ khác do địa phương cung cấp.

III. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI VÀ NHIỆM VỤ XÂY DỰNG QUY HOẠCH

1. Đối tượng quy hoạch

1.1. Các đối tượng áp dụng:

Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội và quảng cáo thương mại ngoài trời, bao gồm các phương tiện quảng cáo: bảng quảng cáo, hộp đèn; màn hình chuyên quảng cáo; biển hiệu; băng-rôn; phương tiện quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng (logo)....

Để áp dụng thuận lợi trong thực tiễn việc tổ chức quy hoạch hệ thống bảng và công tác quản lý theo chủ thể đầu tư thực hiện, bảng quảng cáo ngoài trời được phân loại theo các cách sau:

Phân loại theo nội dung:

- Tuyên truyền chính trị;

- Quảng cáo thương mại.

Phân loại theo hình thức:

- Bảng lớn (diện tích > 40m²) đứng độc lập;
- Bảng trung (diện tích trên 8m² đến 40m²) đứng độc lập;
- Bảng nhỏ (diện tích đến 8m²) đứng độc lập hoặc kết hợp trụ đèn;
- Bảng gắn/ốp vào công trình xây dựng có sẵn;
- Màn hình điện tử đứng độc lập;
- Hộp đèn nhỏ (diện tích đến 8m²) đứng độc lập hoặc kết hợp trụ đèn;
- Bảng rôn;
- Bảng quảng cáo tại nhà chờ xe buýt;
- Biển hiệu.

1.2. Các đối tượng không áp dụng:

- Quảng cáo trên phương tiện giao thông
- Quảng cáo theo đợt ngắn ngày tại các hội chợ, triển lãm, hội nghị.
- Các phương tiện quảng cáo: Cổng chào; các thành phần kiến trúc nhỏ trang trí theo các tuyến đường (đèn hoa trang trí), cây xanh xếp chữ trang trí, các kiến trúc hình nổi phù điêu dạng bảng là thành phần của công trình xây dựng;

2. Phạm vi quy hoạch

- Về không gian: Trên địa bàn tỉnh Bình Định, tại các trung tâm của tỉnh, trung tâm các huyện, thị xã, thành phố; các trục đường chính cấp quốc gia, cấp tỉnh, cấp huyện trên địa bàn tỉnh; các cụm, khu công nghiệp, khu đô thị và một số điểm đặc biệt tại một số cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và các công trình dân dụng phù hợp các tiêu chí quy hoạch.

- Về thời gian: Từ 2024 đến năm 2030.

3. Nhiệm vụ quy hoạch

- Điều tra, khảo sát, thu thập số liệu, tài liệu đánh giá hiện trạng tình hình hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời tỉnh Bình Định;

- Trao đổi, lấy ý kiến các địa phương và các ban, ngành liên quan về nhu cầu và định hướng quy hoạch;

- Xác định cơ sở khoa học cho Đề án; xác định loại hình và vị trí xây dựng các điểm tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời phù hợp với thực tiễn và quy định pháp luật.

- Lập Đề án, tạo thành sản phẩm của Đề án:

+ Dự thảo Đề án, Thuyết minh tổng hợp và các phụ lục kèm theo;

+ Tập ảnh tư liệu hiện trạng một số bảng tuyên truyền chính trị và quảng cáo ngoài trời ở tỉnh Bình Định;

+ Bản đồ, danh mục vị trí hiện trạng hệ thống bảng tuyên truyền chính trị và quảng cáo ngoài trời tỉnh Bình Định;

+ Bản đồ, danh mục vị trí quy hoạch hệ thống bảng tuyên truyền chính trị và quảng cáo ngoài trời tỉnh Bình Định;

+ Thiết kế mẫu, ma-ket một số hình thức tuyên truyền trực quan và quảng cáo ngoài trời;

- Xây dựng các quy định quản lý kèm theo quy hoạch;

- Báo cáo, trình phê duyệt, công bố thực hiện.

IV. MỤC TIÊU, NGUYÊN TẮC LẬP QUY HOẠCH

1. Mục tiêu

- Sắp xếp, bố trí hệ thống tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời theo hướng hiện đại, đồng bộ, phù hợp với kiến trúc hạ tầng, tốc độ và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

- Xác định cụ thể về nguyên tắc, vị trí đất đai, kích thước, chất liệu, số lượng các phương tiện quảng cáo trên đường quốc lộ, tỉnh lộ, huyện lộ; trong nội thành, nội thị, trên cơ sở đó trình cấp thẩm quyền cấp hoặc thuê đất để sử dụng lâu dài.

- Thực hiện có hiệu quả cơ chế xã hội hóa công tác tuyên truyền, quảng cáo.

- Nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo, từng bước đưa hoạt động quảng cáo đi vào nề nếp, bảo đảm trật tự an toàn xã hội và cảnh quan đô thị.

2. Nguyên tắc lập quy hoạch

- Tuân thủ các quy định của pháp luật về quảng cáo, xây dựng, giao thông, điện lực và các văn bản pháp luật khác có liên quan.

- Phù hợp với quy hoạch xây dựng, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của địa phương; bảo đảm mỹ quan đô thị, an toàn giao thông và trật tự an toàn xã hội;

- Bảo đảm tính ổn định, công khai, minh bạch và khả thi; tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động tuyên truyền, quảng cáo phát triển.

- Bảo đảm sự thống nhất, hài hòa giữa các địa phương tại các điểm tiếp giáp trên trục đường quốc lộ, tỉnh lộ;

- Ưu tiên kế thừa các vị trí quảng cáo phù hợp với quy hoạch đã có trước;

- Đáp ứng nhu cầu tuyên truyền, quảng cáo của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân trên địa bàn tỉnh.

PHẦN THỨ NHẤT

ĐẶC ĐIỂM TỰ NHIÊN, KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH BÌNH ĐỊNH

1. Đặc điểm tự nhiên

1.1. Vị trí địa lý:

Bình Định thuộc vùng duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam, là một trong năm tỉnh của vùng kinh tế trọng điểm miền Trung. Bình Định có diện tích tự nhiên 6066,4km². Phía Bắc giáp tỉnh Quảng Ngãi, phía Nam giáp tỉnh Phú Yên, phía Tây giáp tỉnh Gia Lai, phía Đông giáp Biên Đông, chiều dài bờ biển 134km, cách thủ đô Hà Nội 1.065km về phía Bắc, cách thành phố Hồ Chí Minh 686km về phía Nam.

Bình Định giữ vị trí quan trọng trong giao lưu khu vực và quốc tế, là một trong những đầu mối giao thông quan trọng của khu vực. Bình Định có Quốc lộ 1A, đường sắt Bắc - Nam chạy xuyên suốt chiều dài của tỉnh, Quốc lộ 19 nối cảng Quy Nhơn với các tỉnh Tây Nguyên và các nước tiểu vùng sông Mê Kông, trên trục hành lang Đông - Tây. Với những điều kiện tự nhiên thuận lợi nêu trên, Bình Định được xem là một trong những cửa ngõ ra biển của các tỉnh Tây nguyên và vùng Nam Lào, Đông Bắc Campuchia. Sân bay Phù Cát cách trung tâm thành phố Quy Nhơn khoảng 30km, cảng Quy Nhơn là một trong những cảng biển lớn của Việt Nam, đủ điều kiện để đón tàu 30 ngàn tấn ra vào cảng an toàn. Những yếu tố trên đã tạo cho Bình Định có vị trí chiến lược rất quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của vùng kinh tế trọng điểm miền Trung.

1.2. Đặc điểm khí hậu ảnh hưởng đến hệ thống băng QCNT:

Bình Định có khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa. Có hai mùa rõ rệt, mùa khô từ tháng 1 đến tháng 8 (thường xuất hiện nắng nóng và khô hạn) và mùa mưa từ tháng 9 đến tháng 12, thường gây ra lũ lụt.

Địa hình Bình Định đa dạng với miền núi, đồng bằng, cồn cát ven biển và hải đảo, rất dễ dàng đón các loại gió từ biển vào gây mưa to, ngập lụt. Mặt khác, địa hình vùng núi tiếp giáp với các đồng bằng khá đột ngột nên sông ngòi thường rất ngắn và dốc không có khả năng điều tiết lũ, dòng chảy lũ rất lớn dễ gây sạt lở. Ngoài ra, sự phát triển hạ tầng không bộ, quản lý các trục tiêu, lưu vực sông chưa được quan tâm đúng mực làm cho nguy cơ lũ lụt ngày càng gia tăng.

Mùa mưa thường chịu ảnh hưởng các cơn bão với tần suất trung bình từ 1-2 cơn/năm, ảnh hưởng hoặc trực tiếp hoặc gián tiếp đến Bình Định. Bão thường tập trung vào tháng 9, 10, 11. Nhiều nhất là tháng 10, chiếm 47% tổng số cơn bão đổ bộ. Theo báo cáo của Bộ TNMT (2009, 2012, 2016, 2021), bão mạnh có xu thế gia tăng trong những năm gần đây; dự báo cho thế kỷ 21 cho thấy, số lượng cơn bão không thay đổi, nhưng bão mạnh có xu thế xuất hiện nhiều hơn.

Khu vực đồng bằng dọc theo biển chịu điều kiện gió biển mang hơi nước kèm theo muối có tính oxy hóa, ăn mòn kết cấu kim loại.

Các điều kiện trên ảnh hưởng đến hệ thống bảng QCNT, cần lưu ý khi lựa chọn điểm đặt chân trụ, lựa chọn vật liệu, kết cấu bảng khi thiết kế.

1.3. Đặc điểm cảnh quan tự nhiên và văn hóa:

Địa hình của Bình Định đa dạng gồm có núi, sông, hồ và có 215.295,18 ha rừng tự nhiên tạo nên một bức tranh thiên nhiên đa sắc màu với nhiều cảnh quan thiên nhiên kỳ thú như: Ghềnh Ráng - Tiên Sa, bán đảo Phương Mai, Hàm Hồ, Hồ Núi Một, suối khoáng nóng Hội Vân, chùa Hang, đầm Trà Ổ.

Bình Định có tiềm năng phát triển mạnh loại hình du lịch biển như: Quy Nhơn, Ghềnh Ráng, Quy Hòa, Bãi Dài, bán đảo Phương Mai, đầm Thị Nại, Cù lao Xanh, Hải Giang, Nhơn Lý, Eo Gió, Phú Hậu, Trung Lương, Vĩnh Hội, Tân Thanh, Mũi Rồng - Tân Phụng, Lộ Diêu, Hoài Hương, Tam Quan Bắc... Hầu hết các bãi biển đều tương đối bằng phẳng, cát trắng, nước biển trong xanh, ngập tràn ánh nắng và có cảnh quan đẹp. Các bãi tắm đẹp phân bố nhiều nhất là ở khu vực Quy Nhơn và vùng phụ cận, rất thuận lợi cho việc lập quy hoạch và đầu tư xây dựng thành các cụm, tuyến du lịch biển tập trung, liên hoàn. Bình Định còn có hơn 30 đảo, trong đó nhiều đảo có tiềm năng khai thác du lịch nghỉ dưỡng, du lịch khám phá.

Bình Định có 143 di tích đã được xếp hạng, trong đó có 02 di tích quốc gia đặc biệt (Điện thờ Tây Sơn Tam Kiệt và Tháp Dương Long), 34 di tích cấp quốc gia và 107 di tích cấp tỉnh. Nghệ thuật Bài chòi Trung Bộ Việt Nam (trong đó có Bình Định) được UNESCO công nhận Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại.

Ngoài ra, Bình Định là cái nôi của phong trào Tây Sơn gắn liền với tên tuổi của người anh hùng dân tộc Quang Trung - Nguyễn Huệ, vùng đất kinh đô của nhiều triều đại có bề dày lịch sử truyền thống văn hóa lâu đời với văn hóa Sa Huỳnh, văn hóa Chăm pa... Tiêu biểu nhất là quần thể di tích lịch sử nhà Tây Sơn, thành Đồ Bàn, 8 cụm với 14 tháp Chăm uy nghi cổ kính và khá nguyên vẹn, trong đó tháp Dương Long được cho là cụm tháp gạch còn lại cao, đồ sộ và lớn nhất Đông Nam Á...

Bình Định nổi tiếng với những bộ môn nghệ thuật độc đáo: nghệ thuật Hát bội (Tuồng), Bài chòi. Là miền đất võ, Bình Định vang danh với những làng võ, võ đường và những bài quyền, roi nổi tiếng đã đi vào lịch sử.

Bình Định, nơi hội tụ và giao hòa văn hóa của nhiều dân tộc anh em nên các hình thức văn hóa dân gian và lễ hội truyền thống cũng rất đa dạng và phong phú, là hình thức sinh hoạt văn hóa đặc sắc, phản ánh đời sống tinh thần và tâm linh của các dân tộc như: lễ hội Đồ Giàn, lễ hội Cầu Ngư, lễ hội Đua thuyền, lễ hội chợ Gò...

Bình Định nổi tiếng với những món ăn đặc sản mang nét đặc trưng văn hóa của miền đất võ như: rượu Bàu Đá, nem Chợ Huyện, bánh ít lá gai, bún chả cá Quy Nhơn, bánh hời lòng heo, bún Song Thần.

2. Tình hình kinh tế - xã hội

Hiện nay, toàn tỉnh có 11 đơn vị hành chính cấp huyện (01 thành phố, 02 thị xã và 08 huyện), 159 đơn vị cấp xã, bao gồm: thành phố Quy Nhơn (16 phường, 5 xã), thị xã An Nhơn (5 phường, 10 xã), thị xã Hoài Nhơn (11 phường, 6 xã) và 8 huyện Tuy Phước (2 thị trấn, 11 xã), Phù Cát (2 thị trấn, 16 xã), Phù Mỹ (2 thị trấn, 17 xã), Hoài Ân (1 thị trấn, 14 xã), An Lão (1 thị trấn, 9 xã), Tây Sơn (1 thị trấn, 14 xã), Vân Canh (1 thị trấn, 6 xã), Vĩnh Thạnh (1 thị trấn, 8 xã).

Dân số trung bình tỉnh Bình Định là 1.508.322 người (năm 2021). Mật độ dân số trung bình 245,3 người/km², bằng 89,5% mật độ trung bình của cả nước (274 người/km²); ...

Thành phố Quy Nhơn là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội của tỉnh Bình Định. Thành phố Quy Nhơn là đô thị loại I trực thuộc tỉnh Bình Định, diện tích 284,28 km², dân số 293 nghìn người (năm 2021), được Chính phủ xác định là đô thị trung tâm phía Nam của Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, cùng với Đà Nẵng và Huế là những trung tâm thương mại, dịch vụ và giao dịch quốc tế của cả khu vực miền Trung và Tây Nguyên. Thị xã An Nhơn là đô thị loại 3 trực thuộc tỉnh. Thị xã Hoài Nhơn là đô thị loại 4 trực thuộc tỉnh.

Bình Định có lợi thế hạ tầng giao thông, kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại, với hệ thống cảng hàng không, cảng biển, đường bộ, đường sắt. Thêm vào đó, một lợi thế nữa là Khu kinh tế Nhơn Hội - một trong 19 khu kinh tế của cả nước được hưởng chế độ ưu đãi đặc biệt của Trung ương. Đây là những điều kiện rất tốt để Bình Định nắm bắt cơ hội, hoạch định tương lai phát triển kinh tế - xã hội một cách chủ động.

Với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội định hướng cho cả giai đoạn 2021 - 2030 của tỉnh: dự án cao tốc Quy Nhơn - Pleiku; nâng cấp các tuyến QL19B, QL19C đoạn qua tỉnh Bình Định. Tỉnh Bình Định kiến nghị Trung ương đưa vào kế hoạch đầu tư công trung hạn 2021 - 2025 các dự án đầu tư cầu Thị Nại 2; tuyến đường từ QL19C kết nối cảng Quy Nhơn; đường ven biển (đoạn Cát Tiến - Diêm Vân, tuyến kết nối từ trung tâm thị xã An Nhơn đến đường ven biển phía Tây đầm Thị Nại, tuyến ĐT639 đoạn Quốc lộ 1D - Quốc lộ 19 mới, tuyến kết nối với đường ven biển ĐT639 trên địa bàn thị xã Hoài Nhơn), tuyến kết nối từ đường phía Tây tỉnh ĐT638 đến đường ven biển ĐT639 trên địa bàn huyện Phù Mỹ; đập dâng Phú Phong; cảng cá và khu neo đậu tàu thuyền trú tránh bão Tam Quan...

Đề án quy hoạch xây dựng vùng tỉnh Bình Định đến năm 2035, dự án cao tốc Bắc - Nam, theo quy hoạch phát triển mạng đường bộ cao tốc Việt Nam giai đoạn 2020 - 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, đoạn cao tốc Quảng Ngãi - Bình Định có chiều dài khoảng 170 km (đoạn qua địa bàn Bình Định khoảng 110 km đang triển khai xây dựng) đầu nối với tuyến đường cao tốc Đà Nẵng - Quảng Ngãi và điểm cuối dự kiến nối vào hầm Cù Mông (đã đầu tư hoàn thành và đưa vào sử dụng), với định hướng đầu tư trong giai đoạn 2020 - 2025. Dự án đường ven biển đoạn qua tỉnh Bình Định, từ thành phố Quy Nhơn đến thị

xã Hoàì Nhon có chiều dài 130 km, được chia làm 6 đoạn tuyến để đầu tư theo từng giai đoạn...

3. Cơ sở hạ tầng xã hội

3.1. Hệ thống đô thị:

Đến nay, hệ thống đô thị tỉnh Bình Định có 16 đô thị, được chia thành 2 cấp: đô thị cấp tỉnh và đô thị cấp huyện trong đó: 03 đô thị cấp tỉnh là thành phố Quy Nhơn, thị xã An Nhơn, thị xã Hoàì Nhon và 13 đô thị cấp huyện

Các đơn vị hành chính có tỉ lệ đô thị hóa không đồng đều, đa phần có tỉ lệ đô thị thấp dưới 30%. Chỉ có 3 đơn vị hành chính có tỉ lệ đô thị hóa vượt trội: thành phố Quy Nhơn, thị xã An Nhơn, thị xã Hoàì Nhon.

Bảng: Mức độ đô thị hóa trong tỉnh

STT	Danh mục	Dân số năm 2020	Dân số đô thị năm 2020 (người)	Tỷ lệ đô thị hoá (%)	Phân loại đô thị	Tính chất chức năng đô thị
	Tổng dân số	1.487.903	648.475	43,6%		
1	Thành phố Quy Nhơn	290.255	263.892	90,9%	I	TP trực thuộc tỉnh
2	Thị xã An Nhơn	175.821	78.976	44,9%	IV	Thị xã thuộc tỉnh
3	Huyện An Lão	27.859	4.120	14,8%		
4	Thị trấn An Lão		4.120		V	Trung tâm huyện lỵ
5	Thị xã Hoàì Nhon	208.133	153.780	73,9%	IV	
6	Huyện Hoàì Ân	85.628	7.755	9,1%		
7	Thị trấn Tăng Bạt Hổ		7.755		V	Trung tâm huyện lỵ
8	Huyện Phù Mỹ	161.667	30.560	18,9%		
9	Thị trấn Phù Mỹ	11.262	11.262		V	Trung tâm huyện lỵ
10	Thị trấn Bình Dương	6.758	6.758		V	Thị trấn thuộc huyện
11	Đô thị Mỹ Chánh	12.540	12.540		V	Đô thị chuyên ngành
12	Huyện Vĩnh Thạnh	30.611	6.250	20,4%		
13	Thị trấn Vĩnh Thạnh	6.296	6.250		V	Trung tâm huyện lỵ
11	Huyện Tây Sơn	116.041	29.913	25,8%		
14	Thị trấn Phú Phong	19.689	19.689		IV	Trung tâm huyện lỵ
15	Đô thị Tây Giang	10.224	10.224		V	Đô thị chuyên ngành
16	Huyện Phù Cát	183.557	23.583	12,8%		

17	Thị trấn Ngô Mây	183.557	11.976		V	Trung tâm huyện lỵ
18	Thị trấn Cát Tiến	11.607	11.607		V	Đô thị chuyên ngành
17	Huyện Tuy Phước	180.307	42.905	23,8%		
19	Thị trấn Tuy Phước	14.256	14.256		V	Trung tâm huyện lỵ
20	Thị trấn Diêu Trì	12.590	12.590		V	Thị trấn thuộc huyện
21	Đô thị Phước Lộc	16.059	16.059		V	
22	Huyện Vân Canh	27.895	6.741	24,2%		
23	Thị trấn Vân Canh	6.778	6.741		V	Trung tâm huyện lỵ

3.2. Các khu công nghiệp, cụm công nghiệp trên địa bàn tỉnh:

Khu kinh tế Nhơn Hội:

Được thành lập theo Quyết định số 141/2005/QĐ-TTg ngày 14/6/2005 của Thủ tướng Chính phủ với mục tiêu xây dựng và phát triển từng bước trở thành hạt nhân tăng trưởng, trung tâm đô thị công nghiệp-dịch vụ-du lịch của Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung; là đầu mối giao lưu quốc tế quan trọng, góp phần mở rộng thị trường khu vực Nam Trung bộ, Tây Nguyên và là cầu nối với thị trường Campuchia, Lào và Thái Lan; là khu du lịch quốc gia với vai trò một trong những trung tâm du lịch của vùng Duyên hải miền Trung.

Các khu công nghiệp (KCN):

Theo quy hoạch được duyệt, ngoài KTT Nhơn Hội, trên địa bàn tỉnh Bình Định có 10 KCN. Tại khu kinh tế Nhơn Hội (14.308ha) có 3 KCN gồm: KCN Nhơn Hội – Khu A (394,1ha), KCN Nhơn Hội – Khu B (451,86ha) và KCN Becamex Bình Định (1.000 ha). Đồng thời, có 7 KCN nằm ngoài khu kinh tế gồm: KCN Phú Tài (345,8ha), KCN Long Mỹ (117,67ha), KCN Nhơn Hòa (282ha), KCN Hòa Hội (266,18ha), KCN Bình Nghi (207,67ha), KCN Cát Trinh (368,1ha) và KCN Long Mỹ giai đoạn 2 (109ha). Ngoài ra, còn lập thủ tục để bổ sung KCN Bồng Sơn (S=200ha) vào QH phát triển các Khu công nghiệp. Hiện nay, Ban Quản lý khu kinh tế đang đôn đốc Chủ đầu tư sớm đẩy nhanh tiến độ thi công hạ tầng kỹ thuật, đưa vào hoạt động đối với KCN Becamex Bình Định; triển khai các thủ tục để thành lập KCN Cát Trinh, KCN Bình Nghi, KCN Long Mỹ (giai đoạn 2).

Cụm công nghiệp (CCN):

Đến năm 2020, toàn tỉnh có 61 CCN với tổng diện tích 2.042,9 ha; Tổng diện tích đất công nghiệp các CCN đang hoạt động 909,9 ha; đã có 43/61 CCN đã đi vào hoạt động, thu hút 379 dự án đầu tư sản xuất, kinh doanh với diện tích 528,7 ha đạt tỷ lệ lấp đầy bình quân các CCN đã đi vào hoạt động là 58,1%, giải quyết việc làm cho trên 20.000 lao động. Trong đó, có 10 CCN lấp đầy 100%, 14 CCN lấp đầy trên 50% và 20 CCN lấp đầy dưới 50%.

4. Hệ thống hạ tầng kỹ thuật

4.1. Giao thông:

Bình Định có hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy, đường hàng không và đường biển. Trong đó:

Đường bộ:

Quốc lộ 1A qua tỉnh dài 118 km, xuyên suốt chiều dài của tỉnh.

Quốc lộ 1D qua tỉnh dài 20,7 km nối thành phố Quy Nhơn với huyện Sông Cầu, tỉnh Phú Yên trên tuyến Quốc lộ 1A.

Quốc lộ 19 dài 69,5 km nối liền cảng Quy Nhơn Bình Định với các tỉnh Tây Nguyên, cửa khẩu Bờ Y, tỉnh Kontum sang Nam Lào và cửa khẩu Lệ Thanh, tỉnh Gia Lai sang Đông Bắc Campuchia.

Quốc lộ 19 mới (đoạn từ Cảng Quy Nhơn đến ngã ba giao nhau với Quốc lộ 1A).

Quốc lộ 19B qua Bình Định dài 60 km nối liền cảng nước sâu Nhơn Hội thuộc khu kinh tế Nhơn Hội đến thị trấn Phú Phong, huyện Tây Sơn.

Quốc lộ 19C từ Diêu Trì đi Vân Canh và kết nối với tỉnh Phú Yên, Đaklak

Đường ven biển là con đường phục vụ phát triển du lịch, dịch vụ. Đoạn Tam Quan – Nhơn Hội dài 103,77km cơ bản theo đường ĐT.639 hiện trạng, quy mô đường cấp VI, đoạn Nhơn Hội – Kho xăng dầu Phú Hòa dài 12,1km đi theo đường trong đô thị; đoạn kho xăng dầu Phú Hòa – ranh giới Bình Định, Phú Yên dài 15,0km đi trùng Quốc lộ 1D.

Đường phía Tây của tỉnh dài 112 km từ thị xã An Nhơn đi thị xã Hoài Nhơn, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội.

Toàn tỉnh có 11 tuyến đường tỉnh với chiều dài 506,47km đạt tiêu chuẩn đường cấp IV, V; 53 tuyến đường huyện với tổng chiều dài 542,4km; 653,4 km đường đô thị với quy mô chủ yếu là đường 2,3 làn xe, một số tuyến đường trục có 4 làn xe. Có 09 bến xe, trong đó 1 bến loại 1 (Quy Nhơn), 2 bến loại 3 (An Nhơn, Phú Phong), 4 bến loại 4 (Bình Dương, Hoài Ân, Phù Cát, Bồng Sơn), 2 bến loại 5 (Vĩnh Thạnh, An Lão).

Đường sắt:

Đường sắt Bắc - Nam đi qua Bình Định dài 148 km gồm 11 ga tuyến chính và 1 ga tuyến nhánh, trong đó ga Diêu Trì là ga lớn, là đầu mối của tất cả các loại tàu trên tuyến đường sắt. Ngoài các chuyến tàu Bắc- Nam còn các chuyến tàu nhanh từ Quy Nhơn đi vào các tỉnh khu vực miền Trung đến thành phố Hồ Chí Minh và đi ra đến Nghệ An.

Đường hàng không:

Sân bay Phù Cát được xây dựng trước năm 1975, có đường băng rộng 45 m dài 3.050m, đã và đang được cải tạo, nâng cấp. Sân bay Phù Cát cách thành

phố Quy Nhơn 30 km về phía Tây Bắc, công suất 1,5 triệu hành khách/năm, 1.000 tấn hàng/năm.

Đường biển:

Bình Định có 134 km bờ biển với nhiều đảo, vịnh và cửa biển rất thuận lợi cho việc xây dựng cảng biển. Hiện nay hệ thống cảng biển của Bình Định gồm:

- Cảng Quy Nhơn là một trong 10 cảng biển tổng hợp lớn của Việt Nam, phục vụ phát triển kinh tế khu vực, là đầu mối chuyển tiếp hàng hóa quá cảnh cho một số tỉnh Nam Lào, Đông Bắc Campuchia qua Quốc lộ 19 và Quốc lộ 14. Từ cảng Quy Nhơn có thể đi thẳng các cảng biển lớn trong khu vực Châu Á. Cảng có ưu thế là vùng neo đậu kín gió, có độ sâu luồng 14 m, thủy triều trung bình 2 m, luồng rộng 120 m có thể tiếp nhận tàu trọng tải 50.000DWT, kho bãi rộng. Có 7 cầu cảng với tổng độ dài 1.070 m.

- Cảng Thị Nại nằm gần kề cảng Quy Nhơn là cảng tổng hợp địa phương, có tổng độ dài cầu tàu là 268 m, mực nước sâu từ 4 – 6 m. Vừa được nâng cấp 160m cầu cảng, nạo vét luồng tuyến để tiếp nhận tàu từ 10.000 DWT.

- Tân cảng Quy Nhơn nằm tại phía trái luồng hàng hải Quy Nhơn thuộc địa phận phường Hải Cảng, thành phố Quy Nhơn. Bến cảng có khả năng tiếp nhận tàu chở container và hàng hóa tổng hợp trọng tải đến 30.000DWT.

Tân cảng Miền Trung có tổng diện tích là 50.000m², trong đó tổng diện tích bãi là 40.000m². Hiện có 01 cầu tàu với chiều dài là 175m. Bến cảng có khả năng tiếp nhận tàu trọng tải đến 15.000DWT và khả năng thông qua 300.000 tấn đến 400.000 tấn/năm.

- Cảng Tam Quan: Quy hoạch xây dựng tại thôn Trường Xuân Tây (huyện Hoài Nhơn) có khả năng tiếp nhận tàu 3.000 DWT, công suất cảng khoảng 0,96 triệu tấn/năm.

4.2. Cấp điện:

Trên địa bàn tỉnh có 10 nhà máy thủy điện vừa và nhỏ với tổng công suất 318,9MW; 05 nhà máy điện mặt trời nổi lưới với tổng công suất là 415,5MW và 03 nhà máy điện gió nổi lưới với tổng công suất 107,4 MW, góp phần đáp ứng được nhu cầu phụ tải của tỉnh và khu vực.

Lưới điện truyền tải trên địa bàn tỉnh Bình Định có các cấp điện áp 220kV, 110kV. Hiện tại lưới truyền tải tỉnh Bình Định tải điện từ các nhà máy thủy điện, điện gió và điện mặt trời trên địa bàn tỉnh về trạm 220kV Quy Nhơn, 220kV Phước An, 220kV Phù Mỹ và các trạm 110kV trên địa bàn tỉnh.

4.3. Cấp nước:

Hiện nay, tất cả các đô thị trong tỉnh đều đã có nhà máy cung cấp nước sạch với tổng công suất 93.530m³/ngđ. Các nhà máy nước chủ yếu dùng nguồn nước ngầm và đã sử dụng đạt tới 90-100% công suất thiết kế.

Tỷ lệ dân cư đô thị được cung cấp nước sạch đến năm 2020 đạt trung bình

77%, thành phố Quy Nhơn đạt tới 97%. 93% dân số nông thôn toàn Tỉnh được sử dụng nước hợp vệ sinh, trong đó có khoảng 55% dân số được dùng nước sạch đạt quy chuẩn của Bộ Y Tế, còn lại khoảng 38% dân số sử dụng nguồn nước giếng khoan, giếng đào.

4.4. Bưu chính, viễn thông:

Hạ tầng mạng bưu chính đã phát triển rộng khắp, đảm bảo 100% xã, phường, thị trấn có điểm phục vụ bưu chính; đảm bảo phục vụ nhu cầu bưu chính của Đảng, Nhà nước, các tổ chức, cá nhân trên địa bàn toàn tỉnh. Đến năm 2020, trên địa bàn tỉnh Bình Định có 14 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bưu chính, chuyển phát, với trên 226 điểm phục vụ. Tỷ lệ điểm phục vụ bưu chính triển khai tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ giải quyết thủ tục hành chính đạt 80%. Tỷ lệ xã có điểm phục vụ bưu chính có người phục vụ đạt 100%. Tỷ lệ điểm phục vụ bưu chính có kết nối Internet đạt 88%.

Hạ tầng mạng viễn thông tỉnh Bình Định về cơ bản đáp ứng đầy đủ các nhu cầu phát triển dịch vụ hiện tại, có khả năng nâng cấp để đáp ứng các dịch vụ mới. Có 5 mạng thông tin di động bao gồm Vinaphone, MobiFone, Viettel Mobile, Vietnamobile và Gmobile với tổng số 1.744 vị trí cột thu phát sóng, bán kính phục vụ 1,3km/cột. Các nhà mạng di động đã phủ sóng di động 2G/3G/4G đến 100% các xã, phường, thị trấn trong toàn tỉnh, trạm 2G chiếm tỷ lệ 32%, trạm 3G chiếm tỷ lệ 35% và trạm 4G chiếm tỷ lệ 33%. Theo thống kê, 95% số trạm được lắp đặt thiết bị BTS công nghệ 3G, 4G. Tỷ lệ người dân được phủ sóng 3G, 4G đạt trên 98%.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 05 công trình viễn thông quan trọng liên quan đến an ninh quốc gia. Trong đó, 02 công trình thuộc hệ thống quản lý, điều khiển, định tuyến, chuyển mạch viễn thông quốc tế, đường dài liên tỉnh và khu vực (cáp quang biển và trạm cập bờ; Đài thông tin duyên hải), 03 công trình viễn thông phục vụ sự chỉ đạo điều hành trực tiếp của các cơ quan Đảng, Nhà nước.

Trên địa bàn tỉnh có 11 tuyến truyền dẫn liên tỉnh và khoảng 1.420 tuyến truyền dẫn nội tỉnh. 100% các tuyến sử dụng phương thức truyền dẫn cáp quang.

Điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội và cơ sở hạ tầng xã hội nêu trên đã có tác động, ảnh hưởng tới hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định. Bên cạnh yếu tố thương mại, hệ thống các phương tiện quảng cáo ngoài trời có vai trò quan trọng trong tổng thể cảnh quan đô thị hiện đại, đồng thời hệ thống này sẽ mang lại một hiệu quả to lớn khi sử dụng vào việc tuyên truyền, cổ động phục vụ các nhiệm vụ chính trị.

PHẦN THỨ HAI
THỰC TRẠNG VÀ DỰ BÁO XU THẾ PHÁT TRIỂN
CỦA HOẠT ĐỘNG TUYÊN TRUYỀN TRỰC QUAN VÀ QUẢNG CÁO
NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BÌNH ĐỊNH

I. HIỆN TRẠNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH

1. Phạm vi khảo sát hiện trạng

Các tuyến Quốc lộ, Tỉnh lộ, các Huyện lộ quan trọng, các trục đường chính trong các đô thị.

2. Số liệu thống kê hiện trạng

Qua khảo sát hiện trạng:

- Hệ thống bảng quảng cáo ngoài trời toàn tỉnh có tổng cộng:

+ 317 điểm bảng (bảng lớn, bảng trung, bảng ốp tường, màn hình điện tử), gồm: 222 điểm Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội (CT), 32 điểm Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại (CT-TM), 63 điểm Quảng cáo thương mại (TM).

+ 59 tuyến đường bố trí bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ theo dạng tuyến. (Thời điểm khảo sát không có lễ hội nên không thống kê được đầy đủ các Tuyến bảng rôn), gồm: 19 tuyến bảng CT, 36 tuyến bảng CT-TM, 4 tuyến bảng TM.

Tại các huyện, thị xã, thành phố:

+ Thành phố Quy Nhơn có 71 điểm bảng (gồm 38 CT, 5 CT-TM, 28 TM), 17 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 2 CT, 13 CT-TM, 2 TM).

+ Thị xã An Nhơn có 49 điểm bảng (gồm 31 CT, 6 CT-TM, 12 TM), 4 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 4 CT-TM).

+ Thị xã Hoài Nhơn có 28 điểm bảng (gồm 26 CT, 1 CT-TM, 1 TM), 14 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 8 CT, 5 CT-TM, 1 TM).

+ Huyện Phù Mỹ có 22 điểm bảng (gồm 17 CT, 2 CT-TM, 3 TM), 10 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 5 CT, 5 CT-TM).

+ Huyện Phù Cát có 33 điểm bảng (gồm 24 CT, 1 CT-TM, 8 TM), 1 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 1 CT-TM).

+ Huyện Tuy Phước có 23 điểm bảng (gồm 21 CT, 2 TM), 2 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 2 CT-TM).

+ Huyện Vân Canh có 12 điểm bảng (gồm 11 CT, 1 CT-TM), 1 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 1 CT-TM).

+ Huyện Tây Sơn có 21 điểm bảng (gồm 14 CT, 2 CT-TM, 5 TM), 1 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 1 CT-TM).

+ Huyện Vĩnh Thạnh có 19 điểm bảng (gồm 13 CT, 3 CT-TM, 3 TM), 1 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 1 CT).

+ Huyện Hoài Ân có 27 điểm bảng (gồm 20 CT, 7 CT-TM), 7 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 3 CT, 3 CT-TM, 1 TM).

+ Huyện An Lão có 12 điểm bảng (gồm 7 CT, 4 CT-TM, 1 TM), 1 tuyến bố trí loại hình nhỏ (gồm 1 CT-TM).

3. Đánh giá chung hiện trạng

3.1. Thành tựu:

So với Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định (giai đoạn 2008 - 2020) đã phê duyệt năm 2008: tổng số điểm quy hoạch 91 điểm (36 điểm bảng tuyên truyền chính trị và 55 điểm bảng quảng cáo) và 5 tuyến bảng quảng cáo. Hiện trạng toàn tỉnh, số điểm bảng gấp hơn 3 lần, số tuyến bảng tăng hơn 11 lần. Số liệu cho thấy giai đoạn vừa qua sự phát triển về thông tin, quảng cáo tuyên truyền có sự phát triển đáng kể.

Những bước phát triển trên cho thấy sự phát triển về kinh tế - xã hội của tỉnh, dẫn đến nhu cầu quảng bá sản phẩm, công nghệ in ấn, design quảng cáo phát triển. Các thành phần sản xuất ngày nay đã đánh giá cao các kênh phân phối và thông tin quảng bá. Bên cạnh đó, nhiệm vụ tuyên truyền, cổ động trực quan cũng được quan tâm, ngành Văn hóa, Thông tin đã có những bước chủ động trong việc thực hiện nhiệm vụ chính trị. Các trung tâm văn hóa tại các địa phương cũng thực hiện tốt việc tuyên truyền chính trị, chất lượng được nâng lên, hình thức đa dạng, nội dung phong phú. Bảng tuyên truyền đã được xây dựng thành hệ thống, truyền tải thông tin khắp nơi, đến cả những xã vùng sâu vùng xa, ...

Hệ thống bảng tuyên truyền cổ động chính trị có diện tích 20 - 40m² cùng với hệ thống bảng nhỏ 1,5 - 2m² và hệ thống băng rôn mang tính ổn định lâu dài góp phần xây dựng bộ mặt chính trị phục vụ tốt công tác tuyên truyền trong năm và những ngày lễ hội.

Hệ thống bảng quảng cáo đẹp phát huy hiệu quả quảng cáo nhờ vị trí điểm đặt hợp lý, đúng quy cách, tương xứng hài hòa với tâm mức, quy mô, kiểu dáng, góp phần làm đẹp mỹ quan tại các vị trí dựng đặt nói riêng, cũng như tổng quan chung của đô thị.

Hầu hết các tổ chức, cá nhân có nhu cầu thực hiện quảng cáo trên bảng tầm lớn đều có ý thức chấp hành tốt quy định của pháp luật về quảng cáo, thực hiện thủ tục thông báo sản phẩm quảng cáo, nhạy bén nắm bắt các giải pháp hữu ích, nguyên vật liệu hiện đại, công nghệ tiên tiến.

Hệ thống bảng quảng cáo nhỏ: hộp đèn, các bảng quảng cáo có chân nhỏ được lắp đặt tại các khuôn viên công ty, nhà máy, cửa hàng, cửa hiệu, trên hành lang bảo vệ đường bộ, vỉa hè, trên dải phân cách các tuyến đường đô thị. Nhiều bảng, hộp đèn được đầu tư công nghệ mới, sắp xếp phù hợp và tăng tính thẩm mỹ cũng như hiệu quả quảng cáo cho các thương hiệu, sản phẩm. Một số doanh

nghiệp đã chú trọng áp dụng công nghệ mới, tăng hiệu quả việc nhận diện thương hiệu quảng cáo, góp phần làm đẹp bộ mặt đô thị và cảnh quan chung.

3.2. Những tồn tại, hạn chế:

Tại các tuyến đường trong tỉnh vẫn tồn tại một số bảng tuyên truyền hiện chưa đẹp, chưa hợp lý; kích thước, tiêu chuẩn kỹ thuật chưa khoa học. Các hình thức cổ động còn bó hẹp trong phạm vi địa bàn trung tâm, các tuyến giao thông chính, chưa được mở rộng theo hướng phát triển không gian. Hình thức và kiểu dáng cũ, đơn điệu do xây dựng từ nhiều năm trước chưa áp dụng công nghệ mới - hiện đại, nhiều vị trí đã không phù hợp hoặc bị che khuất bởi các công trình xây dựng, cây xanh, hiệu quả truyền tải thông tin thấp, hình thức chưa tương xứng với nội dung, gây lãng phí ngân sách, tốn nhiều diện tích sử dụng đất, chưa gắn kết giữa hoạt động tuyên truyền phục vụ chính trị với quảng cáo thương mại.

Một số bảng tuyên truyền cổ động chính trị đã cũ, không bảo hành, bảo dưỡng thường xuyên nên bị rách, hoen gỉ, bạc màu và bong tróc; chưa khai thác hợp lý nguồn xã hội hóa, nhà nước vẫn phải chi phí toàn bộ.

Hệ thống bảng tuyên truyền cổ động chính trị trực quan có tính thời vụ do các ngành, đoàn thể thực hiện để tuyên truyền phục vụ các nhiệm vụ chính trị của cơ quan, đơn vị mình và các vấn đề an sinh xã hội như bảng của các ngành Y tế, Giao thông vận tải, Thuế, Lao động - Thương binh và Xã hội, ... có tầm mức nhỏ hơn hệ thống bảng chung do ngành văn hóa triển khai, thường có kích thước từ 10m² đến 30m² và không đồng đều, không theo quy cách chung, gây lộn xộn, kém mỹ quan. Các bảng công bố quy hoạch lớn hơn, không cùng quy cách cũng gây mất thống nhất trong cảnh quan chung.

Việc thực hiện tuyên truyền, quảng cáo các loại hình tuyên truyền, đặc biệt là tuyên truyền phục vụ nhiệm vụ chính trị và các sự kiện văn hóa - thương mại - du lịch của tỉnh, chủ yếu là do các cơ quan nhà nước thực hiện bằng nguồn ngân sách nhà nước. Việc vận dụng và cụ thể hóa chính sách xã hội hóa, các hoạt động văn hóa vào lĩnh vực tuyên truyền còn nhiều hạn chế, chưa huy động tối đa các nguồn vốn của xã hội, đặc biệt là của doanh nghiệp đầu tư thực hiện công tác tuyên truyền cổ động chính trị trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị tại địa phương.

3.3. Nguyên nhân khách quan, chủ quan:

Việc phát triển công nghệ sản xuất và lắp đặt bảng TMNT trải qua nhiều thời kỳ cho ra nhiều loại mẫu mã không thống nhất. Tại địa phương, trình độ thiết kế, sản xuất bảng hiện vẫn chưa theo kịp các thành phố lớn và các nước tiên tiến để sản xuất, phổ biến các bảng đẹp, hiện đại, chắc chắn. Điều này còn bắt nguồn từ nguyên nhân về kinh phí và mức độ phát triển kinh tế địa phương.

Việc triển khai thực hiện quy hoạch xây dựng vẫn còn nhiều dự án khó khả thi và chậm dẫn đến cảnh quan ở trạng thái dở dang trong thời gian dài, ảnh

hưởng nhiều đến việc thực hiện và sự quan tâm các yếu tố phụ thuộc vào nền hạ tầng kỹ thuật. Bảng quảng cáo cũng là một yếu tố phụ thuộc bị ảnh hưởng.

Bên cạnh sự cạnh tranh của kênh quảng cáo trên Internet, sự dịch chuyển về “điểm nóng” địa lý về hiệu quả quảng cáo theo thời gian, một số điểm đặt bảng nội dung quảng cáo qua thời gian trở nên kém hiệu quả, nhà đầu tư khó tìm kiếm đối tác cho thuê quảng cáo nên không tiếp tục cấp kinh phí duy tu bảo dưỡng.

Với các bảng tuyên truyền chính trị, một số ngành thực hiện theo kinh phí phong trào từng đợt, không tiếp tục cấp kinh phí thường xuyên để duy tu, bảo dưỡng. Có lúc hết đợt vẫn không tháo dỡ. Dẫn đến còn tồn tại nhiều bảng hư hỏng xuống cấp, mất thẩm mỹ.

Trong việc thực hiện bảng tuyên truyền, các ngành chưa nhận rõ chức trách nhiệm vụ của ngành văn hóa đối với việc quản lý bảng quảng cáo ngoài trời, chưa có sự phối hợp trong việc lựa chọn điểm đặt, quy cách bảng. Cán bộ ngành văn hóa tại địa phương vẫn chưa thật nghiêm túc, vẫn còn tâm lý vị nể giữa các cơ quan nhà nước trong việc quản lý thực hiện.

4. Đánh giá tồn tại các loại hình thức bảng phổ biến hiện trạng và quan điểm quy hoạch

*** Loại bảng lớn (diện tích trên 40m² đến 200m²)**

Kinh phí lớn, tận dụng được tầm nhìn đẹp trên các tuyến Quốc lộ, Tỉnh lộ, đa phần sử dụng cho nội dung quảng cáo.

Quy cách cơ bản phù hợp với quy hoạch. Tuy nhiên, tồn tại một số kết cấu bảng xây dựng trong giai đoạn đầu 2005 - 2010 đã xuống cấp, gỉ sét, không bao chân trụ, một số bảng không có nội dung để lộ khung xương, gây mất thẩm mỹ.



Hình thức bảng mất thẩm mỹ tại QL1, thị xã An Nhơn

Một số bảng ảnh hưởng đến tầm nhìn và giao thông cần được tháo dỡ.



Vị trí bảng gây mất tập trung quan sát ở nút giao thông phức tạp tại Cầu 1 Hà Thanh, thành phố Quy Nhơn

Quan điểm quy hoạch: Phát triển dạng bảng 1 chân trụ đẹp. Duy tu, cải tạo về hình thức đối với các bảng kém thẩm mỹ.

*** Loại bảng cỡ trung vuông góc với đường** (diện tích trên $8m^2$ đến $40m^2$)

Kinh phí không lớn, tận dụng được tầm nhìn tại các khu vực công cộng nhiều người qua lại, có hiệu quả về tuyên truyền, quảng cáo.

Về vị trí, hiện còn nhiều vị trí vi phạm hoặc ảnh hưởng đến lộ giới đường.

Về quy cách, hiện còn nhiều chỗ bố trí nhiều khổ bảng cao thấp khác nhau cho nhiều lĩnh vực khác nhau ngay trên một mảnh đất, một cụm cảnh quan, gây nên sự không thống nhất, kém mỹ quan. Vài chỗ còn tồn tại xen lẫn các bảng quảng cáo hỗn tạp của tư nhân.

Quan điểm quy hoạch: Tháo dỡ, điều chỉnh các bảng sai quy định theo đúng quy hoạch. Thống nhất quy cách kích thước trong một cụm cảnh quan.

- Đối với các bảng quảng cáo:

+ Tháo dỡ các bảng có vị trí vi phạm quy định tại Thông tư số 50/2015/TT-BGTVT ngày 23/9/2015 của Bộ Giao thông vận tải.

- Đối với các bảng tuyên truyền chính trị:

+ Các bảng ảnh hưởng đến tầm nhìn và an toàn giao thông cần tháo dỡ.

+ Đối với các tuyến đường đã quy hoạch mở rộng lộ giới nhưng chưa thực hiện dự án mở rộng, các bảng có vị trí thuộc hành lang mở rộng của đường tạm thời được tồn tại đến khi thực hiện dự án đường.

*** Loại bảng theo tường rào trụ sở, mặt song song với đường:** trên $8m^2$ đến $40m^2$): áp vào tường rào hoặc có chân độc lập.

Chủ yếu là bảng tuyên truyền chính trị. Kinh phí đầu tư vừa phải, tận dụng được tầm nhìn tại các khu vực công cộng nhiều người qua lại, có hiệu quả về tuyên truyền.

Hiện còn nhiều chỗ bố trí nhiều khổ bảng cao thấp khác nhau cho nhiều lĩnh vực tuyên truyền khác nhau ngay trên một công trình, gây nên sự không thống nhất, kém mỹ quan. Vài chỗ còn tồn tại xen lẫn các bảng quảng cáo hỗn tạp của tư nhân.



Bảng cũ, quy cách khác nhau, không thống nhất, kém mỹ quan tại xã Vĩnh Hòa, huyện Vĩnh Thạnh



Nhiều bảng với quy cách khác nhau, không thống nhất, kém mỹ quan tại xã Cát Nhơn, huyện Phù Cát

Quan điểm quy hoạch: Phù hợp với quy hoạch. Tuy nhiên cần bố trí các bảng thống nhất trong 1 cụm cảnh quan (*được hiểu là không gian 1 nhóm các trụ sở công trình công cộng liền kề*) hoặc ít nhất tại 1 công trình về chiều cao bảng và chiều cao chân bảng so với mặt đường. Ưu tiên các quy cách: Chân cao – Cao x Rộng: 1m – 3m x 6m;

* **Loại bảng xây thấp** (diện tích ~ 6m²): tại nông thôn, và 1 số ít tồn tại tại các thị trấn:

Thuộc loại kiên cố vị trí phù hợp với đường trước kia. Hiện nay không còn phù hợp với mặt cắt đường quy hoạch mới và công nghệ in ấn.

Quan điểm quy hoạch: Triển khai thay thế loại bảng này.

* **Loại bảng vẩy** (diện tích < 3m²): treo theo cột đèn hoặc có 1 chân trụ độc lập.

Nhỏ gọn, phù hợp xen cây vào hạ tầng giao thông. Kinh phí đầu tư ít, bố trí được nhiều bảng ở tầm nhìn gần nên mang lại hiệu quả tuyên truyền, quảng cáo. Nhược điểm: nếu có chân độc lập thì sẽ tăng thêm trụ trên vỉa hè làm vỉa hè ít thoáng, nếu treo vào cột đèn, phải xin ý kiến của cơ quan chủ quản. Các bảng treo vào cột điện gây mất an toàn, cần tháo dỡ.

Quan điểm quy hoạch: Phù hợp trong giai đoạn hiện tại.

* **Loại bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ trong dải phân cách**: (diện tích đến 8m²) treo theo cột đèn chiếu sáng hoặc có chân trụ độc lập.

Nhỏ gọn, phù hợp xen cây vào hạ tầng giao thông, góp phần vào mỹ quan. Kinh phí đầu tư ít, bố trí được nhiều bảng ở tầm nhìn gần nên mang lại hiệu quả tuyên truyền, quảng cáo.

Nhược điểm: bố trí cần phù hợp với cách tổ chức cây xanh trong dải phân cách: hoặc phải né tránh cây, hoặc phải điều chỉnh lại cây xanh để tầm nhìn phù hợp, mỹ quan.



*Cây xanh dải phân cách dày đặc che chắn tầm nhìn
tại đường Hùng Vương, TP Quy Nhơn*
Một số nơi bố trí quá dày gây cảm giác rườm rà, ngột ngột



Bảng bố trí dày gây cảm giác ngột ngột tại thị trấn Phù Mỹ

Quan điểm quy hoạch: Phù hợp và có hiệu quả, đóng góp nhiều cho mỹ quan đô thị. Chọn loại kiểu dáng đẹp, hiện đại. Đề nghị tổ chức cây xanh lại cho phù hợp, đảm bảo độ thoáng tầm nhìn mỹ quan và tầm nhìn cho giao thông.

* **Bảng ốp tường công trình:** Tại các góc giao lộ có tầm nhìn đẹp

Tận dụng được chiều cao kết cấu công trình và các góc đẹp của đô thị. Có hiệu quả trong quảng cáo. Một số bảng bố trí gây lộn xộn mất mỹ quan đô thị, một số không thực hiện đúng quy định về diện tích, chiều cao theo quy chuẩn hiện hành.



Bảng hiệu, bảng quảng cáo tranh chấp với tạo hình và thông tin của công viên gây lộn xộn, mất mỹ quan tại khu vực cửa ngõ thuộc huyện Hoài Nhơn

Quan điểm quy hoạch: Xóa bỏ những điểm gây mất mỹ quan. Điều chỉnh lại các điểm theo quy chuẩn. Không khuyến khích phát triển loại hình này.

* **Màn hình điện tử:** Tại các quảng trường đô thị, các cửa ngõ đô thị

Kiểu dáng thẩm mỹ, bố trí có tính toán đến không gian, làm đẹp cho không gian cảnh quan. Vì bố trí ở những vị trí đẹp, đông người nên hiệu quả cao trong tuyên truyền, quảng cáo

Chi phí xây lắp, vận hành bảo dưỡng cao.



Màn hình điện tử phát huy tính truyền thông, góp phần vào mỹ quan khu vực quảng trường Nguyễn Tất Thành, TP. Quy Nhơn

Quan điểm quy hoạch: Khuyến khích phát triển, có thể áp dụng phương thức xã hội hóa trong đầu tư và vận hành.

* **Quảng cáo tại các nhà chờ xe buýt (trạm xe buýt):**

Kiểu dáng thẩm mỹ, có hiệu quả trong quảng cáo. Một số trạm xuống cấp, cần được duy tu, bảo dưỡng.

Quan điểm quy hoạch: Phù hợp với quy hoạch.

* **Biển hiệu:**

Bố trí tại các cửa hàng, trụ sở doanh nghiệp, cơ sở sản xuất có hiệu quả trong việc thông tin giao dịch, sản xuất và quản lý nhà nước.

Đa phần còn mang tính tự phát, chưa quy củ. Vẫn còn một số loại hình biển hiệu không đúng quy định như:

+ Biển hiệu có chân độc lập đặt trên vỉa hè, biển vẩy kích thước lớn gắn vào công trình nhà ảnh hưởng đến lối đi bộ trên vỉa hè.

+ Một số biển hiệu kích thước lớn hơn quy định, che chắn không gian thoát hiểm, cứu nạn công trình.

Quan điểm quy hoạch: Phù hợp với quy hoạch, cần kiểm soát, yêu cầu thực hiện đúng quy định.

II. DỰ BÁO XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TUYÊN TRUYỀN, CỔ ĐỘNG TRỰC QUAN PHỤC VỤ NHIỆM VỤ CHÍNH TRỊ VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH

1. Khái quát sự phát triển và xu hướng của quảng cáo ngoài trời ở Việt Nam và trên thế giới

1.1. Tác động của mạng xã hội đến quảng cáo ngoài trời Việt Nam:

Trong thời đại truyền thông xã hội, quảng cáo trên mạng xã hội, với tư cách là một hình thức quảng cáo truyền thông trực tuyến mới, có những ưu điểm và giá trị thương mại trong việc truyền tải thông tin như khả năng tiếp cận rộng rãi người tiêu dùng, độ chính xác và mức độ liên quan cao, sự tham gia sâu rộng của người tiêu dùng và bối cảnh xã hội phong phú. Phương tiện truyền thông xã hội sẽ trở thành một lực lượng đáng lưu ý và là một kênh quảng cáo mới, hiệu quả quan trọng, chiến lược hiệu suất trong quá trình phát triển quảng cáo trên mạng xã hội.

Tuy nhiên, quảng cáo ngoài trời lọt vào tầm mắt của người đi đường theo những cách tự nhiên nhất và họ không thể tắt quảng cáo hoặc chuyển kênh như với các hình thức trên. Mọi người thường không có xu hướng tránh né các quảng cáo ngoài trời. Thời gian gần đây, quảng cáo ngoài trời ngày càng được các doanh nghiệp quan tâm và nhu cầu với loại hình quảng cáo này cũng tăng dần đều qua các năm. Bên cạnh yếu tố thương mại, hệ thống các phương tiện quảng cáo ngoài trời còn đóng một vai trò quan trọng trong tổng thể cảnh quan đô thị hiện đại, đồng thời hệ thống này cũng sẽ mang lại một hiệu quả to lớn khi sử dụng vào việc tuyên truyền, cổ động phục vụ các nhiệm vụ chính trị, tác động tích cực đối với quốc phòng, an ninh.

1.2. Những nét đáng chú ý của thế giới có thể tác động đến sự phát triển của Việt Nam nói chung và tỉnh Bình Định nói riêng như sau:

Xu thế vừa hợp tác, vừa cạnh tranh trong quan hệ quốc tế, nhất là giữa các cường quốc, ngày càng rõ nét. Bối cảnh này có thể giúp Bình Định có cơ hội thu hút mạnh mẽ nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), đẩy mạnh chuyển dịch và tái cơ cấu kinh tế.

Kết nối khu vực diễn ra mạnh mẽ ở châu Á – Thái Bình Dương, Đông Nam Á và đạt được những thành tựu quan trọng. Với vị trí chiến lược, tỉnh có cơ hội trở thành một điểm kết nối, trung chuyển quan trọng của khu vực, nâng cao vị thế cạnh tranh thu hút đầu tư, phát triển du lịch, dịch vụ logistics so với các địa phương khác.

Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động ngày càng sâu sắc và nhiều chiều đến các quốc gia và từng địa phương, doanh nghiệp. Điều này tạo cơ hội phát triển

mạnh mẽ cho các địa phương nói chung, tỉnh Bình Định nói riêng trong việc chuyển đổi số, xây dựng chính quyền số, kinh tế số, xã hội số; nâng cao chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh và rút ngắn khoảng cách phát triển so với các địa phương khác; tận dụng công nghệ để tăng cường kết nối với thị trường trong và ngoài nước, khai thác hiệu quả các tiềm năng phát triển, nhất là về thương mại, du lịch, nông nghiệp... Tuy nhiên, Cách mạng công nghiệp 4.0 cũng sẽ đặt một số thách thức về cạnh tranh phát triển, khiến Bình Định tụt hậu so với các địa phương khác, nếu không tận dụng cơ hội, thực hiện chuyển đổi số thành công.

1.3. Hoạt động của các doanh nghiệp:

Quảng cáo là một trong những dịch vụ kinh doanh có tiềm năng đạt được nhiều thành công trong thời gian qua. Cung của ngành quảng cáo luôn là vấn đề được các ngành khác quan tâm cũng như các yếu tố trong ngành chú ý tới. Quảng cáo đang là một ngành có tốc độ tăng trưởng nhanh và cao trong thời gian qua, là một ngành rất quan trọng trong sự nghiệp phát triển kinh tế của các nước hiện nay.

Hoạt động của các doanh nghiệp ngày càng phát triển, được sự chú ý và quan tâm từ các nhà đầu tư cũng như các công ty quảng cáo nước ngoài. Quảng cáo Việt Nam hiện nay đang nỗ lực hết mình nhằm cạnh tranh với các công ty quảng cáo nước ngoài và hoàn thiện hơn nữa dịch vụ quảng cáo Việt Nam. Hiện nay, Việt Nam đã gia nhập WTO nên các nhà quảng cáo nước ngoài tràn vào Việt Nam. Trong xu thế đó hoạt động quảng cáo tại Bình Định cũng khá sôi động (đã có lúc lên đến 70 doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tham gia làm dịch vụ quảng cáo trên địa bàn tỉnh).

2. Xu thế phát triển loại hình, phương tiện quảng cáo và nhu cầu tuyên truyền, cổ động thực hiện nhiệm vụ chính trị, quảng cáo thương mại

Trên cơ sở hạ tầng kiến trúc đô thị, đặc biệt nhờ có lợi thế của hạ tầng giao thông đường bộ, đường sắt, cảng biển và cảng hàng không nên xu thế phát triển loại hình, phương tiện quảng cáo và nhu cầu tuyên truyền, cổ động thực hiện nhiệm vụ chính trị, quảng cáo thương mại như màn hình đèn LED, màn hình LCD, màn hình cảm ứng tương tác (với người tiêu dùng), kỹ thuật chiếu hình 3D vào không gian (holovision)... là tính tất yếu.

3. Dự báo phát triển quảng cáo tỉnh Bình Định đến năm 2030

3.1. Nhu cầu về hình thức chất lượng, loại hình quảng cáo phát triển đa dạng, theo hướng công nghệ cao:

Sự thay đổi về công nghệ ở tất cả các lĩnh vực đời sống đang diễn ra hàng ngày, nó quyết định các phương thức sản xuất cũng như thành phẩm đến tay người tiêu dùng ngày càng chất lượng và dễ dàng trong tiếp cận cũng như sử dụng. Công nghệ quảng cáo ngoài trời cũng vậy, sự thay đổi diễn ra liên tục cả về phương thức, chất liệu cũng như công nghệ nhằm đáp ứng kịp thời xu thế phát triển của xã hội trong mọi lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực quảng cáo. Từ bảng tôn (tole) qua bảng cuốn đến bảng lật ba mặt (trivision), hiện nay đã đến

thế hệ của bảng tích hợp VFX = Visual Effect (F = Eff, X = Ect), kỹ xảo công nghệ tạo hiệu ứng hình ảnh, tích hợp 3D Pyramid Hologram (Công nghệ trình chiếu hình ảnh 3D) và Human Computer Interaction (Công nghệ tương tác giữa người và máy tính) cho các quảng cáo tại sân bay, nhà ga, siêu thị, ...

3.2. Sự thích ứng về cung và cầu của hoạt động quảng cáo:

- Trong những năm tới, cùng với sự tăng trưởng phát triển kinh tế - xã hội, diện mạo các đô thị trên địa bàn tỉnh sẽ nhanh chóng thay đổi, tất yếu các hoạt động thông tin tuyên truyền, quảng cáo thương mại sẽ nở rộ. Việc phát triển quảng cáo ngoài trời trong thời gian tới sẽ đặt vấn đề rất lớn về yếu tố thẩm mỹ và văn minh đô thị. Các loại hình quảng cáo phát triển rộng khắp, gắn liền với không gian cảnh quan đô thị và quy hoạch xây dựng, quy hoạch đô thị.

- Phương tiện quảng cáo bằng bảng tấm lớn ngoài trời (diện tích mặt bảng từ 40m² trở lên) là phương tiện quảng cáo phổ biến và đạt hiệu quả cao nhất hiện nay. Vì vậy, cần những không gian có tầm nhìn rộng tại trung tâm thành phố và ở những trục giao thông chính nằm ngoài đô thị.

- Các phương tiện quảng cáo ngoài trời khác (bảng quảng cáo tấm nhỏ quy mô dưới 40m², bảng hộp đèn neon sign, bảng rôn, phướn, biển, bảng điện tử, các nhà chờ xe buýt, ca-bin điện thoại di động, các phương tiện giao thông...) sẽ phát triển mạnh các loại hình quảng cáo ngoài trời.

3.3. Quy mô phát triển đến năm 2030:

Các khu vực xây dựng công cụ tuyên truyền, quảng cáo ngoài trời có xu thế phát triển mạnh trong thời gian tới bao gồm tuyến đường Quốc lộ 1A, Quốc 19, các tuyến đường liên tỉnh, huyện, xã, địa giới giáp ranh các tỉnh và các huyện, thị xã, thành phố, các trung tâm huyện, thị trấn, xã, phường. Hình thức phát triển nhanh nhất sẽ là tuyên truyền, cổ động trực quan, quảng cáo bằng tấm lớn, trạm bảng tin, bảng rôn, bảng hộp đèn, bảng led điện tử.

Trên một số tuyến đường chính của tỉnh Bình Định chủ yếu là thành phố Quy Nhơn, thị xã An Nhơn, thị xã Hoài Nhơn... và một số trung tâm chính trị, kinh tế, văn hoá của các huyện. Các hình thức quảng cáo bằng hộp đèn, màn hình tuyên truyền, quảng cáo sẽ được phát triển thay thế cho các hình thức không hấp dẫn, cũ kỹ và kém hiệu quả.

Các hình thức xã hội hóa quảng cáo, thông tin tuyên truyền, cổ động trực quan sẽ được quan tâm đầu tư để tận dụng lợi thế của các vị trí nhằm thúc đẩy kinh tế - văn hoá - xã hội của tỉnh phát triển.

Trong những năm tới, tỉnh Bình Định sẽ có nhiều thay đổi, tập trung đầu tư sửa chữa, nâng cấp và xây dựng mới hệ thống kết cấu hạ tầng, kinh tế - xã hội. Do vậy sẽ có rất nhiều đơn vị đầu tư vào Bình Định, ngành quảng cáo trên địa bàn tỉnh Bình Định sẽ có những bước phát triển vượt bậc.

Xu thế của các doanh nghiệp quảng cáo sẽ quan tâm nhiều đến các khu kinh tế, chính trị, văn hoá, nơi tập trung đông dân cư... Vì vậy, đây là một cơ hội

để tỉnh Bình Định thực hiện quy hoạch quảng cáo, tiết kiệm chi phí, hòa nhập xu thế phát triển của quảng cáo trong khu vực.

PHẦN THỨ BA NỘI DUNG QUY HOẠCH

I. GIẢI PHÁP TỔ CHỨC BẢNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI

1. Yêu cầu

- Hiệu quả trong lựa chọn vị trí, loại hình;
- Đạt yêu cầu về mỹ quan. Có tổ chức, trật tự, thống nhất về quy cách; có trọng tâm, trọng điểm trong mối quan hệ với kiến trúc, cảnh quan;
- Bảo đảm trật tự an toàn giao thông, công tác phòng cháy chữa cháy, an toàn sinh mạng, an ninh - trật tự xã hội;
- Chi phí đầu tư phù hợp với hiện trạng kinh tế xã hội từng địa phương. Có tính kế thừa, hợp lý, không lãng phí nhưng phải phù hợp với xu hướng thời đại. Hiện đại hóa từng bước để phù hợp với sự phát triển cảnh quan hiện đại, văn minh;
- Thuận lợi cho tổ chức triển khai, quản lý. Phù hợp quy chuẩn, quy định hiện hành.

2. Giải pháp tổ chức

2.1. Lựa chọn vị trí và loại hình đạt hiệu quả tuyên truyền, quảng cáo:

Để đạt được hiệu quả cao đối với số đông đối tượng cần tuyên truyền nên bố trí các hình thức QCNT ở những khu vực đông dân cư hoặc có tần suất cao đối với việc đi lại, nhìn ngắm. Một số nơi cần quy hoạch để đạt được mục tiêu này như:

- Các đầu mối giao thông của tỉnh: Bến xe, ga đường sắt, cảng hàng không, cảng biển, bến sông, các cửa ngõ địa phương;
- Các khu vực có lưu thông với tần suất cao như một số đoạn dọc theo các tuyến quốc lộ, tỉnh lộ;
- Các đô thị, khu dân cư nông thôn có mật độ dân cư cao;
- Các trung tâm thương mại, dịch vụ, hội chợ triển lãm tỉnh, các chợ;
- Khu vực cửa ngõ đô thị, khu du lịch, các khu, cụm công nghiệp;
- Khu vực quảng trường, trung tâm văn hóa – thể thao, sân vận động;
- Công viên, hoa viên, các nơi có cảnh đẹp, độ cao, điểm nhấn của đô thị hoặc được ưu tiên để lắp đặt panô: vách núi, ven sông, ...

Ngoài yếu tố công năng khu vực, việc chọn hiệu quả vị trí điểm đặt bảng QCNT còn phụ thuộc vào các yếu tố về tầm nhìn, khoảng cách nhìn, loại đường, lưu lượng, tốc độ lưu thông, ...

2.2. Tổ chức QCNT đạt yêu cầu về mỹ quan đô thị, nông thôn:

- *Kiểu dáng hiện đại, không tạm bợ, nhếch nhác*

Đối với các đô thị Quy Nhơn, An Nhơn, Hoài Nhơn và KKT Nhơn Hội, mẫu bảng cần phù hợp với sự phát triển đô thị hiện đại.

Đối với các khu vực miền núi, mức độ đầu tư mẫu bảng phù hợp điều kiện kinh tế giai đoạn hiện tại nhưng phải gọn gàng, thống nhất.

- Phải có chỗ nghỉ mắt, ưu tiên thiên nhiên, kiến trúc:

Không bố trí hoặc hạn chế bố trí tại các khu vực là điểm nghỉ tĩnh, là điểm thoáng cho tầm mắt của đô thị.

- Nên kết hợp với các thành phần khác để gọn gàng, ngăn nắp cho đô thị:

VD: kết hợp với cột đèn, trạm wifi, ...

- Trong đô thị nên các xác định vài khu vực có tính chất trọng tâm, không nên tràn lan:

Xác định khu vực tổ chức bảng QCNT dựa trên quan điểm tổng thể về thiết kế đô thị về cụm, tuyến.

Xác định khu vực thông tin và quảng cáo phù hợp với các khu chức năng đô thị.

- Quan điểm rõ ràng về điểm nhấn chính và phụ theo từng khu vực cảnh quan:

Phương tiện quảng cáo tham gia vào bố cục cảnh quan như là thành phần điểm nhấn, là thành phần phụ hay tham gia vào chi tiết phong nền đặc sắc. Trong bố cục cảnh quan, tùy thuộc vào không gian cảnh quan lớn hay nhỏ mà các loại bảng được xem là lớn, trung hay nhỏ đối với không gian đó. Trong phạm vi quy hoạch này, các pa no tham gia vào bố cục cảnh quan dưới dạng sau:

a. Phương tiện cỡ lớn xuất hiện dưới dạng điểm nhấn đối với khu vực chưa phát triển, hoặc đang thiếu thành phần kiến trúc nhân tạo có vai trò quan trọng:

+ Trên Cao tốc, Quốc lộ, Tỉnh lộ, các khu vực không gian rộng lớn: Bảng nhấn cỡ lớn 2, 3 mặt (120 - 250m²).

+ Khu vực vách núi, ven sông: có thể nhấn bằng cụm nhiều bảng cùng loại (diện tích mỗi bảng 40 - 150m²).

+ Khu vực hoa viên, công viên nội thị, trung tâm xã: Bảng nhấn 2,3 mặt (40 - 150m²)

b. Phương tiện cỡ trung xuất hiện dưới dạng điểm phụ (thành phần kiến trúc) trong cảnh quan:

+ Quốc lộ, Tỉnh lộ ngoài đô thị: bảng 40 - 150m², bố trí thành tuyến với khoảng cách đều thích hợp.

+ Khu vực trong đô thị: loại tấm trên 8m² đến 40m² xác định từng điểm cụ thể

c. Phương tiện cỡ nhỏ xuất hiện dưới dạng thành phần nền (kiến trúc nhỏ) trong cảnh quan:

Các khu vực trong đô thị như công viên, hè phố, dải phân cách giao thông, chọn bảng, hộp đèn đến 8m², bố trí thành tuyến với khoảng cách đều thích hợp.

2.3. Tổ chức đảm bảo trật tự an toàn giao thông:

- Vị trí đặt bảng tuân theo quy định về đất giao thông và hành lang an toàn giao thông theo quy định. Đối với các bảng tuyên truyền chính trị, có thể đặt ở vỉa hè sát chỉ giới đường đỏ nhưng phải đảm bảo chiều rộng cho người đi bộ và tầm nhìn an toàn cho giao thông.

- Tại các dải phân cách giao thông: Khoảng cách mép ngoài của bảng quảng cáo đến bó vỉa dải phân cách tối thiểu là 0,5m. (trường hợp dải phân cách có mặt cắt ngang dưới 2m, chiều ngang của bảng quảng cáo cho phép bằng với mặt cắt dải phân cách).

- Không bố trí tại vị trí các nút giao thông có điểm đen hoặc tốc độ cao, để người tham gia giao thông chú ý quan sát và điều khiển giao thông.

- Tại các điểm vạt góc giao lộ bố trí không được che chắn tầm nhìn. Vị trí bảng phải lùi sau kích thước vạt góc theo quy định. Trường hợp đặc biệt phải bố trí chiều cao chân bảng đảm bảo tầm nhìn tại điểm giao trên Quốc lộ, Tỉnh lộ.

II. NỘI DUNG QUY HOẠCH HỆ THỐNG BẢNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI

1. Nguyên tắc bố trí các phương tiện quảng cáo ngoài trời

1.1. Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội:

- Địa điểm: Ưu tiên bố trí tập trung thành từng cụm tại các khu trung tâm hành chính; quảng trường, nhà văn hóa, trung tâm văn hóa, thể thao; các điểm tiếp giáp trên tuyến giao thông với các tỉnh lân cận và các điểm tiếp giáp trên tuyến giao thông giữa các huyện, thị xã, thành phố; trên các tuyến đường chính đô thị, giải cây xanh; trên thân cột đèn chiếu sáng, áp theo hàng rào các trụ sở cơ quan nhà nước.

- Phương tiện quảng cáo: Màn hình điện tử, bảng lớn, bảng trung, bảng nhỏ, hộp đèn, băng rôn.

- Nguyên tắc tổ chức diện hình theo đường và không gian công cộng:

1.1.1. Trên các tuyến QL, TL, HL khu vực ngoại thành, ngoại thị chủ yếu bố trí các phương tiện sau:

- Bảng lớn: Nằm 2 bên đường, tổ chức theo quy định tại QCVN 17:2018/BXD (xem Bảng 1); kích thước điển hình Ch-CxR= 8-5x10; 11-8x16; 14-10x20 (m); khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng: 200m đối với QL, 150m đối với TL, HL.

- Bảng trung: Nằm 2 bên đường, tổ chức theo quy định tại QCVN 17:2018/BXD (xem Bảng 1), kích thước điển hình Ch-CxR= 2,2-3x6; 2,2-4x8; khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng: 200m đối với QL, 150m đối với TL, HL.

- Bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ: Nằm trên dải phân cách, hè đường, biên bảng cách lòng đường >0,5m; kích thước điển hình CxR=1,6x1,2; 1,2x1,8; 1,8x0,8; khoảng cách tối thiểu 50m.

- Bảng rôn: Chỉ treo theo các sự kiện; nằm trên dải phân cách (nếu có), trên vỉa hè cách lòng đường $>0,5\text{m}$, kích thước điển hình Ch-CxR= 0,8-3x0,6; 1,2-2x0,8; 1,2-2,2x1; khoảng cách tối thiểu 50m.

1.1.2. Trên các tuyến QL, TL, HL và đường chính khu vực nội thành, nội thị bố trí các phương tiện:

- Theo hàng rào các trụ sở cơ quan đảng, nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, các công trình công cộng: Bố trí loại bảng trung, đơn hoặc cụm 2-3 bảng, mặt song song với đường, kích thước điển hình CxR=3x6; 4x8; Ch=1; 2,2

- Dải phân cách (nếu có), vỉa hè có chiều rộng $\geq 4\text{m}$ bố trí các phương tiện:

+ Bảng nhỏ, hộp đèn: Cách lòng đường $\geq 0,5\text{m}$, kích thước điển hình CxR=1,6x1,2; 1,2x1,8; 1,8x0,8; Ch=2,2; khoảng cách tối thiểu 25m.

+ Bảng rôn: Chỉ treo theo các sự kiện; vị trí như loại bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ, kích thước điển hình Ch-CxR= 0,8-3x0,6; 1,2-2x0,8; 1,2-2,2x1; khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng 25m.

1.1.3. Tại các quảng trường bố trí các phương tiện:

- Màn hình điện tử, bảng nhỏ, hộp đèn: Quy cách phù hợp với không gian cảnh quan xung quanh. Vị trí, kích thước theo QH QCNT hoặc theo QHCTXD được phê duyệt hoặc có sự thống nhất của Sở Xây dựng.

- Mặt sau màn hình điện tử có thể bố trí màn hình điện tử hoặc pano cùng kích thước.

- Bảng rôn chỉ treo theo các sự kiện; kích thước và vị trí theo bố cục quảng trường; khoảng cách tối thiểu 25m.

1.1.4. Tại các trung tâm hành chính, trung tâm văn hóa – thể thao, khu vui chơi, ga cảng, bến bãi, công viên, hoa viên, không gian lớn khác bố trí các phương tiện:

- Màn hình điện tử, bảng lớn: Bố trí loại 2 hoặc 3 mặt phù hợp với các hướng nhìn chính và điểm nhấn cho không gian. Vị trí, kích thước phù hợp QH QCNT hoặc theo QHCTXD được phê duyệt hoặc có sự thống nhất của cơ quan quản lý xây dựng địa phương. Mặt sau màn hình điện tử có thể bố trí màn hình điện tử hoặc pano cùng kích thước.

- Bảng trung: Vị trí trong khuôn viên khu đất, không che chắn tầm nhìn chính của không gian, Kích thước điển hình Ch-CxR= 2,2-3x6; 2,2-4x8, khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng 30m.

- Bảng nhỏ, hộp đèn bố trí bên trong theo biên hoặc dọc theo đường nội bộ khu đất, kích thước điển hình CxR=1,6x1,2; 1,2x1,8; 1,8x0,8; Ch=0,8; 1,2; 2,2, khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng 25m.

- Bảng rôn chỉ treo theo các sự kiện; vị trí như loại bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ, kích thước điển hình Ch-CxR= 0,8-3x0,6; 1,2-2x0,8; 1,2-2,2x1; khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng 25m.

1.2. Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại:

Để vận dụng nguồn vốn xã hội hóa, tùy mức độ kinh phí xây dựng, vận hành và yêu cầu chính trị, vận dụng kết hợp nội dung Tuyên truyền cổ động chính trị, phục vụ lợi ích xã hội kết hợp quảng cáo thương mại theo tỉ lệ trình bày theo diện tích hay luân phiên thời gian (gọi tắt loại kết hợp này là CT-TM).

Việc kết hợp tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, phục vụ lợi ích xã hội với quảng cáo thương mại trên cùng một diện tích, một tuyến đường phải có nội dung phù hợp và được thỏa thuận bằng văn bản của cơ quan quản lý nhà nước, trên cơ sở đảm bảo mục tiêu tuyên truyền và lợi ích của doanh nghiệp quảng cáo.

- Địa điểm: Khu trung tâm hành chính; quảng trường, nhà văn hóa, trung tâm văn hóa, thể thao; các trục đường chính; khu vực cửa ngõ các địa phương (trừ các khu vực không quảng cáo thương mại như: di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh đã được xếp hạng; khu vực nghĩa trang liệt sỹ, khuôn viên nơi đặt tượng đài, bia tưởng niệm; bảo tàng; trụ sở cơ quan đảng, nhà nước...).

- Phương tiện quảng cáo: Màn hình điện tử, bảng lớn, bảng trung, bảng nhỏ, hộp đèn, băng rôn.

- Nguyên tắc tổ chức diễn hình theo loại đường và không gian công cộng: (giống như Tuyên truyền cổ động chính trị).

1.3. Quảng cáo thương mại:

- Địa điểm: Bố trí các bảng quảng cáo ngoài phạm vi nội thành, nội thị dọc theo các tuyến đường; khuôn viên trung tâm thương mại, siêu thị, nhà ga, sân bay, bến xe, bãi đỗ xe, trạm dừng nghỉ; các khu, điểm du lịch và một số tuyến đường chính trong nội thành, nội thị; ốp cố định vào mặt ngoài các công trình...

- Các phương tiện quảng cáo: Màn hình điện tử, Bảng lớn, bảng trung, bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ, bảng ốp tường, bảng hiệu, bảng quảng cáo tại các nhà chờ xe buýt.

- Nguyên tắc tổ chức diễn hình theo đường và không gian công cộng:

1.3.1. Trên các tuyến QL, TL, HL khu vực ngoại thành, ngoại thị bố trí các phương tiện sau:

- Bảng lớn: nằm 2 bên đường, tổ chức theo quy định tại QCVN 17:2018/BXD (xem Bảng 1); kích thước diễn hình Ch-CxR= 8-5x10; 11-8x16; 14-10x20(m); khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng: 200m đối với QL, 150m đối với TL, HL

- Bảng trung: nằm 2 bên đường, tổ chức theo quy định tại QCVN 17:2018/BXD (xem Bảng 1), kích thước diễn hình Ch-CxR= 2,2-3x6; 2,2-4x8; khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng: 200m đối với QL, 150m đối với TL, HL.

- Bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ:

+ Trên dải phân cách $\geq 4m$, kích thước diễn hình CxR=2,5x1,5; 3,5x2; khoảng cách tối thiểu 100m.

+ Trên dải phân cách < 4m, kích thước điển hình CxR=1,6x1,2; 1,2x1,8; 1,8x0,8; khoảng cách tối thiểu 50m.

1.3.2. Trên các tuyến QL, TL, HL và đường chính khu vực nội thành, nội thị bố trí các phương tiện:

- Trên vỉa hè, dải phân cách bố trí các bố trí loại bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ như sau:

+ Trên dải phân cách $\geq 4m$, vỉa hè $\geq 7m$; kích thước điển hình CxR=2,5x1,5; 3,5x2; trên vỉa hè Ch>2,2m; khoảng cách tối thiểu 100m.

+ Trên dải phân cách < 4m, vỉa hè < 7m kích thước điển hình CxR=1,6x1,2; 1,2x1,8; 1,8x0,8; trên vỉa hè Ch>2,2m; khoảng cách tối thiểu 25m.

- Tại các dải đất có không gian trồng như dải cây xanh, hoa viên,..dọc theo các tuyến đường bố trí phương tiện nằm trong khu đất theo quy cách tại công viên, hoa viên, không gian lớn khác

- Tại các công trình có vị trí đẹp cuối tầm nhìn giao thông, bố trí loại bảng ốp tường, kích thước phù hợp với công trình và bảo đảm các quy định về phòng cháy thoát hiểm. Quy cách được quy định tại Khoản 2.2.1.7 QCVN 17:2018. Không phát triển thêm số lượng tại các công trình nhà ở gia đình. Được xét cấp mới tại các trung tâm thương mại, chợ nếu đảm bảo về cảnh quan, thông thoáng và yêu cầu thoát hiểm, phòng cháy chữa cháy.

1.3.3. Tại các trung tâm văn hóa – thể thao, khu vui chơi giải trí, ga cảng, bến bãi, công viên, hoa viên, không gian lớn khác bố trí các phương tiện:

- Màn hình điện tử, Bảng lớn: Bố trí loại 2 hoặc 3 mặt phù hợp với các hướng nhìn chính và điểm nhấn cho không gian. Vị trí, kích thước phù hợp QH QCNT hoặc theo QHCTXD được phê duyệt hoặc có sự thống nhất của cơ quan quản lý xây dựng địa phương. Mặt sau màn hình điện tử có thể bố trí màn hình điện tử hoặc pano cùng kích thước.

- Bảng trung: Vị trí trong khuôn viên khu đất, không che chắn tầm nhìn chính của không gian, Kích thước điển hình CxR= 3x6; 4x8; khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng 30m.

- Bảng nhỏ, hộp đèn bố trí bên trong theo biên hoặc dọc theo đường nội bộ khu đất, kích thước điển hình CxR=2,5x1,5; 3,5x2; 1,6x1,2; 1,2x1,8; 1,8x0,8; Ch=0,8; 1,2; 2,2, khoảng cách tối thiểu giữa 2 bảng 25m.

1.3.4. Đối với các phương tiện bảng hiệu, bảng quảng cáo tại các nhà chờ xe buýt

- Bảng hiệu gắn vào trước mặt công trình, kích thước phù hợp với công trình, thực hiện đúng quy định tại điều 34 Luật quảng cáo, không cần cấp phép lắp đặt.

- Bảng quảng cáo tại các nhà chờ xe buýt kết hợp trực tiếp vào mặt trước nhà chờ xe buýt, vị trí nhà chờ theo quy hoạch ngành giao thông tỉnh.

Bảng 1 - Quy định đối với bảng quảng cáo dọc các tuyến đường ngoài đô thị (Theo QCVN 17:2018/BXD):

Loại đường	Diện tích tối đa một mặt bảng quảng cáo, hộp đèn (m ²)	Khoảng cách tối thiểu từ mép đất của đường bộ đến cạnh gần đường nhất của bảng (m)	Chiều cao tối thiểu từ điểm cao nhất của mặt đường giao thông tới mép dưới của bảng (m)	Khoảng cách tối thiểu giữa hai bảng liền kề trên đoạn đường thẳng (m)	Khoảng cách tối thiểu giữa hai bảng liền kề trên đoạn đường cong (m)
Cao tốc	250	25	15	300	200
Cấp I, II, III (Quốc lộ)	200	25	15	200	150
Cấp III, IV, V (Tỉnh lộ)	120	20	13	150	100
Cấp IV, V, VI (Huyện lộ)	100	15	8	100	75

CHÚ THÍCH: Tùy vị trí cụ thể và địa hình của tuyến đường tại từng địa phương, khoảng cách giữa hai bảng liền kề có thể thay đổi, nhưng không vượt quá:

- ±50 m đối với các tuyến đường quốc lộ, cao tốc;
- ±25 m đối các tuyến đường tỉnh lộ;
- ±20 m đối với các tuyến huyện lộ.

2. Tiêu chí quy hoạch các loại bảng QCNT

2.1. Tiêu chí áp dụng loại bảng lớn: (Diện tích bảng > 40m²)

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	2 bên Quốc lộ, Tỉnh lộ 1 vài vị trí đặc biệt trong khu vực không gian lớn của đô thị
Kích thước: Chân cao - Cao x Rộng (m)	Bảng điển hình: 11- 8 x 16 Tại các đường có không gian nhỏ hẹp: 8 – 5 x 10 Bảng nhân: 14 - 10 x 20
Khoảng cách giữa 2 bảng	Trên 150m đối với TL Trên 200m đối với QL

2.2. Tiêu chí áp dụng loại bảng trung: (Diện tích bảng trên 8m² đến 40m²)

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	2 bên Tỉnh lộ, Huyện lộ, đường nội thị, đường trục chính xã
Kích thước: Cao x Rộng (m)	Bảng điển hình: 3 x 6; 4 x 8; Bảng nhẵn: 4 x 8; 5 x 10; Bảng băng dài: Cao 1m - 2,5m, Rộng >8m (có thể có nhiều chân)
Chân cao (m)	>2,2m đối với vị trí gần giao lộ; 1m; 2,2m đối với bảng áp hàng rào, mặt song song với đường.
Khoảng cách giữa 2 điểm bảng (*)	Trên 150m đối với bảng quảng cáo thương mại trên TL

(*) mỗi điểm bảng có thể bố trí cụm bảng gồm 2÷4 bảng sát nhau tùy thuộc vào cảnh quan và công trình (trường hợp áp dụng: các bảng tuyên truyền chính trị tại các công sở)

2.3. Tiêu chí áp dụng loại bảng nhỏ, hộp đèn nhỏ: (Diện tích bảng đến 8m²)

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	Trong dải phân cách đường; Trên vỉa hè; Trong công viên, hoa viên, quảng trường, trung tâm công cộng.
Kích thước: Cao x Rộng (m)	1,6 x 1,2; 1,2 x 1,8; 1,8 x 0,8 2,5 x 1,5; 3,5 x 2 đối với dải phân cách rộng ≥ 4m; 2 x 4 đối với dải phân cách rộng trên 5m
Chân cao (m)	>2,2m đối với vị trí ảnh hưởng tầm nhìn và lối đi; 0,8; 1,2 đối với các vị trí khác
Khoảng cách giữa 2 bảng	≥ 25m đối với đường nội thị; ≥ 50m đối với đường ngoại thị; ≥ 100m đối với các dải phân cách có chiều rộng ≥ 4m

2.4. Tiêu chí áp dụng loại màn hình điện tử

- Đối với Màn hình điện tử có diện tích đến 8m², áp dụng như loại Bảng nhỏ và Hộp đèn nhỏ nhưng không bố trí trong dải phân cách và trên vỉa hè;

- Tiêu chí đối với Màn hình điện tử loại diện tích bảng > 8m²:

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	Trong quảng trường, trung tâm công cộng, công viên, hoa viên;
Kích thước: Chân cao - Cao x Rộng (m); Khoảng cách giữa 2 bảng	Phù hợp với cảnh quan, được phê duyệt theo quy hoạch chi tiết hoặc có sự thống nhất của Sở Xây dựng

2.5. Tiêu chí áp dụng loại bảng rôn:

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	Trong dải phân cách đường; Trên vỉa hè; Trong công viên, hoa viên, quảng trường, trung tâm công cộng.
Kích thước: Chân cao - Cao x Rộng (m);	0,8 – 3 x 0,6; 1,2 – 2 x 0,8; 1,2 – 2,2 x 1.
Khoảng cách giữa 2 điểm bảng rôn	≥ 25m đối với đường nội thị; ≥ 50m đối với đường ngoại thị;

2.6. Tiêu chí áp dụng loại bảng ốp tường:

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	Gắn vào mặt trước, mặt bên, mặt sau công trình. Đa phần tại các công trình gần giao lộ
Kích thước: Cao x Rộng (m);	Phù hợp với công trình, được quy định tại Khoản 2.2.1.7 QCVN 17: 2018
Không phát triển thêm số lượng tại các công trình nhà ở gia đình. Được xét cấp mới tại các trung tâm thương mại, chợ nếu đảm bảo về cảnh quan, thông thoáng và yêu cầu thoát hiểm, phòng cháy chữa cháy	

2.7. Tiêu chí áp dụng loại bảng hiệu:

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	Gắn vào mặt trước công trình.
Kích thước: Cao x Rộng (m);	Phù hợp với công trình, được quy định tại Điều 34 Luật Quảng cáo

Bảng hiệu cần làm đúng quy định, không cần cấp phép lắp đặt.

2.8. Tiêu chí áp dụng loại bảng quảng cáo tại các nhà chờ xe buýt:

Tiêu chí	Nội dung
Vị trí	Gắn vào mặt trước nhà chờ xe buýt.
Kích thước: Cao x Rộng (m);	Phù hợp với kích thước nhà chờ
Vị trí các nhà chờ xe buýt được xác định theo quy hoạch của ngành giao thông tỉnh	

Các bảng tiêu chí quy định các yêu cầu cơ bản và các kích thước điển hình để bố trí quy hoạch hệ thống bảng QCNT xây dựng mới, làm cơ sở điều chỉnh hệ thống bảng hiện trạng tạo thể thống nhất theo quy hoạch.

Đối với các thể loại mới như công nghệ chiếu không gian 3 chiều,.. hoặc các bảng, chữ có diện tích lớn hơn 250m², các trường hợp đặc biệt, do UBND tỉnh xem xét, quyết định trên cơ sở đề xuất của các Sở, ngành có liên quan.

3. Các yêu cầu kỹ thuật của bảng QCNT

3.1. Kết cấu:

- Kết cấu của phương tiện quảng cáo ngoài trời phải được tính toán, thiết kế theo các yếu tố bất lợi nhất tác động lên chúng phù hợp với quy định số liệu tự nhiên trong QCVN 02:2009/BXD và các tiêu chuẩn kỹ thuật được lựa chọn.

- Móng, kết cấu khung đỡ, mặt ngoài phương tiện quảng cáo ngoài trời phải đảm bảo an toàn, bền vững, đáp ứng được các yêu cầu sử dụng phải ổn định trong suốt thời gian thi công và khai thác sử dụng.

- Kết cấu của phương tiện quảng cáo ngoài trời phải được bảo trì, bảo dưỡng và sửa chữa theo quy định của pháp luật về xây dựng hiện hành.

3.2. Vật liệu:

- Vật liệu được sử dụng để chế tạo phương tiện quảng cáo ngoài trời phải đáp ứng yêu cầu kỹ thuật và tuổi thọ của từng phương tiện quảng cáo.

- Vật liệu được sử dụng để chế tạo phương tiện quảng cáo ngoài trời phải đảm bảo không bị biến dạng tự nhiên theo thời gian và các tác động bất lợi của môi trường. Tất cả các bề mặt và cạnh nhìn thấy của phương tiện quảng cáo ngoài trời phải là vật liệu ít bị ăn mòn và không bị ảnh hưởng bởi sự bị ăn mòn lẫn nhau của bất cứ bộ phận nào xung quanh.

- Các chất liệu sơn phủ, mực in, trang trí... và các chất kết dính trên bề mặt của phương tiện quảng cáo ngoài trời phải đảm bảo an toàn, không gây độc hại cho môi trường xung quanh; Phải được sử dụng phù hợp cho vật liệu theo hướng dẫn sử dụng ghi trên bao bì sản phẩm.

- Trường hợp phương tiện quảng cáo ngoài trời được làm từ những vật liệu không đồng chất với độ giãn nở nhiệt khác nhau, phải được tính toán để chừa các khe co giãn phù hợp giữa các cấu kiện không đồng chất.

- Vật liệu của phương tiện quảng cáo ngoài trời phải được kiểm tra thường xuyên để kịp thời bảo trì, bảo dưỡng, sửa chữa hoặc thay thế.

3.3. Chiếu sáng - Cấp điện - Chống sét:

- Chiếu sáng phương tiện quảng cáo ngoài trời phải phù hợp với khu vực được chiếu sáng, đảm bảo an toàn, phòng chống cháy nổ, không được làm Ảnh hưởng đến các hoạt động giao thông và các hoạt động khác của đô thị.

- Các thiết bị chiếu sáng phương tiện quảng cáo ngoài trời phải sử dụng loại thiết bị có hiệu suất năng lượng chiếu sáng cao, tiết kiệm năng lượng, an toàn trong quản lý, vận hành và sử dụng.

- Các thiết bị chiếu sáng phương tiện quảng cáo ngoài trời phải có độ bền và tính ổn định cao; sử dụng các cảm biến hoặc các biện pháp kỹ thuật giảm thiểu ô nhiễm ánh sáng; sử dụng các lá chắn và nắp chụp tránh chập cháy.

- Các thiết bị chiếu sáng phương tiện quảng cáo ngoài trời phải được kiểm tra thường xuyên để kịp thời sửa chữa hoặc thay thế.

- Hệ thống điện chiếu sáng cho phương tiện quảng cáo ngoài trời phải có nguồn cấp riêng và cầu dao, aptomat bảo vệ.

- Hệ thống dây dẫn nguồn cấp điện phải có lớp vỏ cách điện để tránh bị gây chạm, chập điện từ dây nguồn, trong hộp đấu dây kỹ thuật do ảnh hưởng của thời tiết.

- Các mối nối của hệ thống chiếu sáng bên trong phải đảm bảo yêu cầu cách điện, giảm thiểu tác dụng nhiệt tỏa ra từ các loại đèn chiếu sáng làm bắt lửa, gây cháy lan sang các bộ phận liền kề khác.

- Hệ thống điện chiếu sáng cho phương tiện quảng cáo ngoài trời phải được kiểm tra thường xuyên để kịp thời sửa chữa hoặc thay thế.

- Phương tiện quảng cáo ngoài trời phải có hệ thống chống sét phù hợp với các tiêu chuẩn kỹ thuật được lựa chọn.

- Tính toán hệ thống cấp điện chiếu sáng, chống sét phương tiện quảng cáo ngoài trời phải tuân theo quy định trong QCVN 12:2014/BXD và phải chọn đúng cấp bảo vệ của aptomat và tiết diện dây dẫn để tránh sự cố do quá tải,

3.4. An toàn cháy:

- Xây dựng, lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời phải tuân theo các quy định của pháp luật về phòng cháy chữa cháy, cứu hộ cứu nạn hiện hành.

- Phương tiện quảng cáo ngoài trời được gắn ốp vào một ngoài các công trình xây dựng phải đảm bảo các quy định an toàn điện, an toàn về kết cấu, vật liệu xây dựng; Không được gây ảnh hưởng, che lấp hoặc làm cản trở đến các lối thoát nạn và khả năng cứu hộ cứu nạn.

4. Các loại hình tạm thời và các khu vực cấm quảng cáo

4.1. Các hình thức tạm thời:

a. Băng rôn:

Treo theo các khoảng thời gian trong năm. Xác định theo tuyến. Số lượng, quy cách, khoảng cách do Phòng Văn hóa và Thông tin các địa phương thực hiện. Không treo băng rôn ngang qua đường.

b. Băng quảng cáo gắn vào hàng rào che chắn thi công công trình, dự án:

Treo theo thời gian thi công dự án. Các băng phải thống nhất về chiều cao theo hàng rào công trình, dự án.

c. Băng công bố quy hoạch xây dựng:

Thời gian tồn tại từ khi quy hoạch xây dựng được phê duyệt đến khi xây dựng hoàn thành dự án. Có sự thống nhất của Phòng Văn hóa và Thông tin cấp huyện. Quy cách nên có sự thống nhất về chiều cao với các băng trong cùng cụm cảnh quan.

d. Băng được cấp phép tạm thời tại những vị trí chưa thực hiện xây dựng dự án theo quy hoạch:

Được cấp phép xây dựng tạm theo quy định tại phần Tổ chức thực hiện. Thời gian tồn tại băng đến khi dự án triển khai xây dựng theo quy hoạch.

(Được cấp phép xây dựng tạm bởi các đơn vị có thẩm quyền cấp phép xây dựng theo quy định hiện hành của UBND tỉnh, có thỏa thuận của đơn vị quản lý giao thông (nếu thực hiện trong khu vực dự án giao thông chưa thực hiện hoặc liên quan đến hành lang an toàn giao thông của dự án giao thông chưa thực hiện).

Quy cách băng theo quy hoạch băng quảng cáo ngoài trời đã được phê duyệt. Đối với các khu vực mới chưa đề cập trong quy hoạch phải có sự thống nhất của Sở Xây dựng)

4.2. Các khu vực cấm quảng cáo:

- Khu vực bảo vệ di tích lịch sử, văn hóa; hành lang an toàn giao thông, đê điều, lưới điện quốc gia; trụ sở cơ quan Đảng, Nhà nước và các đoàn thể các cấp; doanh trại quân đội, trụ sở cơ quan công an; địa điểm dành riêng cho việc tuyên truyền, cổ động chính trị.

- Quảng cáo giăng ngang qua đường giao thông.

- Nơi che khuất đèn tín hiệu giao thông, bảng chỉ dẫn công cộng.

4.3. Các khu vực hạn chế quảng cáo:

- Trên các công trình xây dựng băng ngang qua đường giao thông (cổng chào, trạm thu phí, bảng chỉ dẫn giao thông).

- Bên trong vòng xoay các giao lộ; mặt đường giao thông; trong hành lang an toàn đối với cầu, đường cao tốc, đất của đường bộ khu vực ngoài đô thị (trừ trường hợp có thỏa thuận với đơn vị quản lý của ngành Giao thông vận tải và phù hợp với Quy hoạch quảng cáo ngoài trời của địa phương).

- Mặt tiền và hai mặt tường bên (phải, trái) công trình các chợ có thiết kế hệ thống cửa sổ, ô lấy ánh sáng và thông gió.

5. Thống kê quy hoạch hệ thống điểm, tuyển đặt bảng QCNT trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2030

5.1. Bảng tổng hợp số lượng bảng QCNT toàn tỉnh:

STT	ĐI A BÀN	VỊ TRÍ / TUYỂN ĐƯỜNG	Số vị trí/ tuyển	Nội dung			TÌNH TRẠNG QUY HOẠCH			
				CT	CT-TM	TM	HT	QH	ĐC	TD
I	TOÀN TỈNH	Vị trí (VT)	611	331	77	203	204	294	85	28
		Tuyển đường (TĐ)	143	20	76	47	45	84	8	6
		Tổng cộng	754	351	153	250	249	378	93	34
1	QUY NHON	Vị trí (VT)	104	43	15	46	51	33	10	10
		Tuyển đường (TĐ)	46	2	22	22	14	29	1	2
		Tổng cộng	150	45	37	68	65	62	11	12
2	AN NHON	Vị trí (VT)	80	40	10	30	33	31	10	6
		Tuyển đường (TĐ)	13	0	9	4	3	9	1	0
		Tổng cộng	93	40	19	34	36	40	11	6
3	HOÀI NHON	Vị trí (VT)	50	34	2	14	23	22	4	1
		Tuyển đường (TĐ)	22	8	7	7	10	8	1	3
		Tổng cộng	72	42	9	21	33	30	5	4
4	PHÙ MỸ	Vị trí (VT)	77	38	7	32	10	55	10	2
		Tuyển đường (TĐ)	22	5	14	3	5	12	4	1
		Tổng cộng	99	43	21	35	15	67	14	3
5	PHÙ CÁT	Vị trí (VT)	65	37	3	25	27	32	5	1
		Tuyển đường (TĐ)	8	0	4	4	1	7	0	0
		Tổng cộng	73	37	7	29	28	39	5	1
6	TUY PHƯỚC	Vị trí (VT)	49	28	3	18	13	26	10	0
		Tuyển đường (TĐ)	7	0	4	3	2	5	0	0
		Tổng cộng	56	28	7	21	15	31	10	0
7	VÂN CANH	Vị trí (VT)	33	24	5	4	9	21	3	0
		Tuyển đường (TĐ)	3	0	3	0	1	2	0	0
		Tổng cộng	36	24	8	4	10	23	3	0
8	TÂY SƠN	Vị trí (VT)	46	26	5	15	11	25	8	2
		Tuyển đường (TĐ)	5	1	4	0	1	4	0	0
		Tổng cộng	51	27	9	15	12	29	8	2
9	VĨNH THẠNH	Vị trí (VT)	39	23	4	12	12	20	4	3
		Tuyển đường (TĐ)	5	1	3	1	1	4	0	0
		Tổng cộng	44	24	7	13	13	24	4	3
10	HOÀI AN	Vị trí (VT)	38	25	11	2	10	11	15	2
		Tuyển đường (TĐ)	9	3	4	2	6	2	1	0
		Tổng cộng	47	28	15	4	16	13	16	2
11	AN LÃO	Vị trí (VT)	30	13	12	5	5	18	6	1
		Tuyển đường (TĐ)	3	0	2	1	1	2	0	0
		Tổng cộng	33	13	14	6	6	20	6	1

5.2. Hệ thống điểm, tuyến đặt bảng QCNT cụ thể theo từng huyện, thị xã, thành phố: (Xem bảng thống kê tại **Phụ lục Id**)

5.3. Hệ thống bảng led tại trung tâm các huyện, thị xã, thành phố: (Xem bảng thống kê tại **Phụ lục Ia**)

5.4. Thống kê vị trí nhà chờ các tuyến xe buýt trên địa bàn tỉnh: (Xem bảng thống kê tại **Phụ lục Ib**)

5.5. Thống kê các tuyến đường treo băng rôn tại các huyện, thị xã, thành phố: (Xem **Phụ lục Ic**)

Ngoài danh sách các điểm nêu trong bảng thống kê tại các khu vực đã thực hiện quy hoạch xây dựng ổn định, trên các tuyến giao thông huyết mạch và giao thông chính nội thị, một số các khu vực chưa đưa được vào quy hoạch lần này như sau:

- Các dự án đang lập dự án đầu tư và dự án đang triển khai giai đoạn đầu như: Dự án Cao tốc Bắc Nam; Dự án ĐT639 đoạn Phù Mỹ - Hoài Nhơn; Dự án Gang thép Long Sơn tại thôn Lộ Diêu, xã Hoài Mỹ (huyện Hoài Nhơn); Dự án tuyến đường kết nối ĐT638 – ĐT639 (huyện Phù Mỹ); Dự án các điểm du lịch tuyến QL1D Quy Nhơn – Sông Cầu; Dự án cải tạo Hoa viên Ngã ba Phú Tài; Dự án Công trình ngầm tại Quảng trường Quy Nhơn; Dự án cải tạo Nhà văn hóa xã Nhơn Lý, Các dự án tại KKT Nhơn Hội (TP Quy Nhơn); Dự án tuyến đường Cát Tiến – Diêm Vân, Tuyến đường kết nối từ trung tâm thị xã An Nhơn đến đầm Thị Nại (huyện Tuy Phước); Dự án KCN Becamex Bình Định (huyện Vân Canh); Dự án Công viên mới tại trung tâm thị trấn Phú Phong (huyện Tây Sơn); Dự án Quảng trường mới phía Nam khu Lâm viên trung tâm huyện (huyện Vĩnh Thạnh)

Các dự án sau khi đã thực hiện xong và đi vào ổn định, quy hoạch QCNT sẽ thực hiện các đợt quy hoạch điều chỉnh, bổ sung phục vụ cho công tác quản lý trong giai đoạn sau

- Tại các tuyến đường phụ của đô thị, các tuyến đường không thuộc các tuyến giao thông huyết mạch của tỉnh, huyện, các phòng Văn hóa và Thông tin chủ động thực hiện tổ chức và quản lý các bảng tuyên truyền chính trị khu vực trước các công trình công cộng theo nhiệm vụ chính trị được giao. Quy cách các bảng thống nhất trong 1 cụm cảnh quan, phù hợp với quy cách điển hình và công trình, cảnh quan thực tế.

III. DỰ KIẾN DIỆN TÍCH SỬ DỤNG ĐẤT CHO CÁC VỊ TRÍ QUY HOẠCH TUYÊN TRUYỀN TRỰC QUAN VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI

1. Bảng quảng cáo tấm lớn; phương tiện quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng; hộp đèn và màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời diện tích trên 40m²: diện tích đất sử dụng tối đa cho mỗi bảng: 100m²

2. Bảng quảng cáo tấm nhỏ; phương tiện quảng cáo dạng chữ, hình, biểu tượng; hộp đèn nhỏ và màn hình chuyên quảng cáo ngoài trời diện tích nhỏ dưới 40m^2 : diện tích đất sử dụng tối đa cho mỗi bảng: 50m^2

3. Bảng rôn ngang, dọc: diện tích đất sử dụng tối đa cho mỗi trụ: 10m^2

PHẦN THỨ TƯ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

I. TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH

1. Tổ chức tuyên truyền

Tiếp tục tuyên truyền, phổ biến Luật Quảng cáo và các văn bản pháp luật có liên quan để tổ chức, cá nhân hiểu được lợi ích của hoạt động quảng cáo đối với đời sống xã hội trong việc phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Công khai Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2030 được UBND tỉnh phê duyệt; hướng dẫn các tổ chức, cá nhân tuyên truyền, cổ động trực quan, quảng cáo ngoài trời nắm bắt những nội dung chủ yếu của quy hoạch: Khu vực dựng bảng, cơ chế chính sách, kích thước các loại bảng để thực thi có hiệu quả.

2. Tổ chức thực hiện quy hoạch

2.1. Tổ chức cơ sở hạ tầng:

2.1.1. Xác định nhu cầu về đất cho tuyên truyền, cổ động trực quan và quảng cáo ngoài trời

Trên cơ sở các vị trí đã quy hoạch dành cho quảng cáo, các địa phương nghiên cứu, bố trí bảo đảm quỹ đất phù hợp và tạo điều kiện để các tổ chức, cá nhân tham gia quảng cáo được thuận lợi.

Trên cơ sở xác định cụ thể các vị trí đất đai, quy mô, kích thước, không gian, chất liệu tạo thành hệ thống bảng cổ động trực quan, quảng cáo ngoài trời, bảng rôn, bảng hộp đèn trên dải phân cách. Đề khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư xây dựng bảng cổ động trực quan, quảng cáo tầm lớn tại các tuyến quốc lộ đã được quy hoạch thu hút các nhà đầu tư xây dựng phương tiện quảng cáo hiện đại, lâu dài.

2.1.2. Đối với tuyên truyền, cổ động trực quan

- Bảng cổ động trực quan: Diện tích đất sử dụng tối đa 150 m²/vị trí.

2.1.3. Đối với quảng cáo thương mại ngoài trời

Bảng quảng cáo ngoài trời: Diện tích đất sử dụng tối đa 200m²/vị trí.

Quảng cáo bằng màn hình điện tử tối đa 100 m²/vị trí (trừ trường hợp đặc biệt là điểm nhân thành phố có thể lớn hơn để phù hợp với cảnh quan).

Việc thuê đất xây dựng bảng quảng cáo của các tổ chức, cá nhân được thực hiện theo quy định của Pháp luật.

2.2. Tổ chức địa bàn:

2.2.1. Đối với các vị trí hiện tại đã có trong quy hoạch

Các tổ chức, cá nhân xây dựng công trình quảng cáo độc lập: Vị trí xây dựng phải được cơ quan nhà nước giao đất hoặc cho thuê đất để làm bảng quảng cáo theo quy định.

Trong trường hợp nhà nước tổ chức đấu thầu hoặc giao cho các đơn vị quản lý khai thác các vị trí quảng cáo theo tuyến đường: Các tổ chức, cá nhân phải có văn bản thông báo kết quả trúng thầu. Hợp đồng hoặc văn bản đồng ý của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Các tổ chức, cá nhân xây dựng công trình bảng quảng cáo gắn với công trình xây dựng có sẵn thực hiện hồ sơ theo quy định của Luật Quảng cáo.

2.2.2. Đối với những vị trí không có trong quy hoạch (hoặc phải thay đổi vị trí trong quy hoạch)

Các tổ chức, cá nhân có nhu cầu quảng cáo mà vị trí không có trong quy hoạch đã duyệt thì phải đề nghị Sở Văn hóa và Thể thao phối hợp với Sở Xây dựng, Sở Giao thông, UBND cấp huyện xem xét, trình UBND tỉnh bổ sung vào Quy hoạch.

2.3. Tổ chức cơ sở vật chất tài chính:

2.3.1. Nhu cầu về vốn và cơ chế huy động vốn

a. Đối với bảng tuyên truyền, cổ động trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị:

Xác định nhu cầu vốn đầu tư cho tuyên truyền, cổ động trực quan và quảng cáo ngoài trời để phân cấp nguồn vốn: Nhà nước, doanh nghiệp để đầu tư vốn thích hợp và có trọng tâm, trọng điểm.

Xây dựng một bảng tuyên truyền, cổ động trực quan nói chung thường bao gồm hai phân chính: Phần mỹ thuật và phần xây dựng cơ bản.

Đối với phần xây dựng cơ bản, dự toán xây dựng hoàn toàn căn cứ vào các nghị định của Chính phủ và thông tư của Bộ Xây dựng.

Đối với phần mỹ thuật, dự toán căn cứ vào một số điểm như sau:

- Căn cứ bảng giá sản phẩm mỹ thuật hiện hành.
- Căn cứ mặt bằng giá các công trình trong những năm gần đây trên cả nước.

Cơ chế huy động vốn:

Các bảng tấm lớn thường xuyên tuyên truyền, cổ động phục vụ nhiệm vụ chính trị, hàng năm Sở Tài chính phối hợp với các sở, UBND các huyện, thị xã, thành phố và các đơn vị trình UBND tỉnh phê duyệt ngân sách thực hiện.

Các bảng tấm lớn còn lại cho phép tổ chức, cá nhân đầu tư 100% kinh phí xây dựng, được hưởng quyền lợi ưu đãi và trách nhiệm như sau:

- Ưu đãi về giá thuê đất, thời hạn thuê đất (sẽ có văn bản thỏa thuận giữa tổ chức, cá nhân và đơn vị quản lý bảng).

Trách nhiệm: Ngoài thời lượng thực hiện quảng cáo đã được cấp giấy phép. Các tổ chức, cá nhân có trách nhiệm phục vụ tuyên truyền nhiệm vụ chính trị của Nhà nước khi có yêu cầu (gồm các ngày lễ, tết, sự kiện chính trị tối đa không quá 15 ngày cho 1 lần tuyên truyền) và hỗ trợ kinh phí in ấn và công thực hiện sản phẩm tuyên truyền.

b. Đối với bảng quảng cáo thương mại ngoài trời:

Tăng nguồn vốn tài trợ và cho phép tổ chức, cá nhân góp vốn đầu tư cho mục đích phát triển quảng cáo.

Nhà nước tạo cơ chế khuyến khích các tổ chức, cá nhân xây dựng các trụ cột để treo băng rôn, quảng cáo rao vặt.

Toàn bộ bảng quảng cáo ngoài trời đều do tổ chức, cá nhân thực hiện theo đúng vị trí quy hoạch và đúng như các tiêu chí như đã nêu ở phần Nội dung quy hoạch.

Tất cả các chi phí liên quan đến việc thực hiện quảng cáo theo như quy định của Pháp luật.

Về lâu dài hoạt động quảng cáo ngoài trời phải trở thành một ngành dịch vụ góp phần vào tăng thu ngân sách. Do vậy căn cứ vào thực tế triển khai và tình hình cụ thể cho từng vị trí quảng cáo và từng loại hình quảng cáo cơ quan chức năng có văn bản hướng dẫn cụ thể và quy định rõ về cơ chế quản lý tài chính về các hoạt động tuyên truyền quảng cáo ngoài trời.

c. Đối với bảng QCNT tuyên truyền, cổ động trực quan kết hợp quảng cáo thương mại theo hình thức xã hội hóa:

Trên cơ sở Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Bình Định đã được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt thực hiện thí điểm một số vị trí cổ động, tuyên truyền chính trị là cửa ngõ vào thành phố, khu trung tâm, băng rôn tại các điểm, tuyến phố, ... kêu gọi các doanh nghiệp cùng đầu tư xây dựng các bảng quảng cáo theo công nghệ mới, hiện đại tập trung cổ động chính trị những ngày lễ lớn trong năm, ngoài ra có thể cho phép quảng cáo thương mại các sản phẩm hàng Việt Nam chất lượng cao, các sản phẩm có uy tín của khu công nghiệp hoặc các sản phẩm khác phù hợp trên cùng vị trí vào các ngày khác trong năm.

Phương thức hoạt động của các bảng thông tin kinh tế chính trị, thương mại này được thống nhất theo thỏa thuận về nội dung, tỉ lệ diện tích, thời lượng trên bảng QCNT. Về vốn đầu tư và vận hành: Ngân sách nhà nước đầu tư $\leq 50\%$, các đơn vị đầu tư để được kết hợp nội dung quảng cáo $\geq 50\%$, cụ thể theo thực tế từng dự án.

**** Áp dụng đấu thầu trong công tác lựa chọn nhà thầu khai thác vị trí quảng cáo:***

Sau khi Đề án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Bình Định được Ủy ban nhân dân tỉnh phê

duyet, sẽ tổ chức đấu thầu khai thác vị trí quảng cáo (Tuân thủ theo điều 18 khoản 5 của Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật quảng cáo).

3. Tổ chức tăng cường quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo

3.1. Về cơ chế chính sách:

Sở Văn hóa và Thể thao tham mưu, đề xuất với Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành cơ chế, chính sách của tỉnh đối với ngành Văn hoá và Thể thao phù hợp với đặc thù hoạt động của ngành, tập trung vào các vấn đề:

Thực hiện triển khai quy hoạch: Trên cơ sở Quy hoạch đã được Ủy ban Nhân dân tỉnh phê duyệt, tiến hành xác định quỹ đất dành cho hệ thống tuyên truyền, cổ động trực quan, không sử dụng các địa điểm đó vào mục đích khác, trường hợp cần thiết phải chuyển đổi mục đích sử dụng thì đồng thời phải xác định địa điểm thay thế tương ứng.

Cơ chế, chính sách: Ban hành các chính sách về cơ chế xã hội hóa nhằm khuyến khích xã hội hóa trong huy động nguồn lực để xây dựng các hệ thống tuyên truyền, cổ động trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị.

Xử lý tồn đọng

Đối với trường hợp quảng cáo có Thông báo thực hiện quảng cáo nhưng không phù hợp về kiểu dáng, kích thước, diện tích, tiêu chuẩn kỹ thuật, mỹ thuật... hoặc không nằm trong quy hoạch mới thì các doanh nghiệp quảng cáo được tiếp tục duy trì đến hết thời hạn ghi trong Thông báo.

Nếu các tổ chức, cá nhân có nhu cầu tiếp tục quảng cáo sẽ phải liên hệ với địa phương và liên hệ cơ quan chức năng thuộc thẩm quyền để tiến hành tự điều chỉnh lại hình thức quảng cáo theo đúng quy định của pháp luật về quảng cáo và các tiêu chí của quy hoạch.

Đối với tổ chức, cá nhân đang thực hiện quảng cáo nằm trong quy hoạch, còn thời hạn thuê vị trí và thời hạn cấp phép nhưng do nhu cầu sử dụng của địa phương vào mục đích chính trị, kinh tế, xã hội thì được giải quyết theo quy định của pháp luật.

Dự kiến kế hoạch, lộ trình thực hiện giải quyết tồn đọng với thời gian là 02 năm kể từ khi quy hoạch được phê duyệt.

3.2. Về tổ chức quản lý:

Rà soát, điều chỉnh, bổ sung, ban hành mới các văn bản quy phạm pháp luật về tuyên truyền và quy chế phối hợp công tác giữa Sở Văn hóa và Thể thao với các sở, ban, ngành liên quan trong công tác quản lý nhà nước về văn hóa, trong đó có lĩnh vực tuyên truyền, quảng cáo theo hướng đẩy mạnh cải cách hành chính, hiệu lực và hiệu quả.

Hàng năm, căn cứ tình hình thực tế, Sở Văn hóa và Thể thao xây dựng kế hoạch, chương trình phối hợp liên ngành với các sở, ban, ngành, địa phương

thực hiện kiểm tra, đánh giá, tổng kết việc thực hiện quy hoạch và quy định của nhà nước về hoạt động tuyên truyền, quảng cáo trên phạm vi toàn tỉnh, đặc biệt chú trọng kiểm tra tại cơ sở.

3.3. Về đào tạo nâng cao nguồn nhân lực:

Tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn phổ biến về đường lối, chủ trương chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước và các kiến thức về nghiệp vụ tuyên truyền, cổ động cho cán bộ quản lý, doanh nghiệp quảng cáo.

Cử cán bộ đi tập huấn tập trung tại một số trung tâm đào tạo chuyên ngành về quản lý, tuyên truyền, quảng cáo.

II. PHÂN KỲ THỰC HIỆN

Đề tăng tính khả thi của quy hoạch, giải pháp phân kỳ đầu tư cần được đặt ra không chỉ có tổng chi phí đầu tư lớn, nó còn là một “cú hích” về văn hoá xã hội cũng như nâng cấp bộ mặt cảnh quan đô thị đến từng địa phương trong tỉnh. Vì vậy, ngoài việc tính toán phân bổ nguồn vốn đầu tư qua từng năm một cách hợp lý, chắc chắn, việc tiến hành chia theo từng giai đoạn, có chọn lọc trước, sau sẽ giúp phát huy tối đa hiệu quả tuyên truyền, cũng như dần rút ra những kinh nghiệm về cách tổ chức thực hiện các dự án thành phần, tránh những lãng phí và sai sót không đáng có.

+ Các nguyên tắc về phân kỳ đầu tư:

Việc phân kỳ đầu tư vốn xây dựng các công trình tuyên truyền, cổ động trực quan theo quy hoạch là vấn đề quan trọng, cần được thiết lập dựa trên một số nguyên tắc cơ bản như sau:

1. Giai đoạn 1 (Từ năm 2023- 2025)

Thực hiện đầu tư quảng cáo trọng tâm, trọng điểm có tính chiến lược, cấp bách (bảng tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, bảng xã hội hóa tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, bảng xã hội hóa tuyên truyền nhiệm vụ chính trị kết hợp quảng cáo thương mại; quảng cáo thương mại) đáp ứng từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội, cơ sở hạ tầng kiến trúc đô thị.

2. Giai đoạn 2 (Từ năm 2026 - 2030)

Hoàn thiện, định hướng và triển khai thực hiện đồng bộ; đồng thời tiếp tục điều chỉnh, bổ sung hệ thống quảng cáo phù hợp với nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh trong giai đoạn mới) của Nhà nước quy định đối với lĩnh vực quảng cáo.

Đảm bảo tính khả thi về vốn dựa trên nguồn vốn ngân sách Nhà nước hàng năm phân bổ cho các ngành và các địa phương.

Ưu tiên những địa phương chưa có hoặc có ít các công trình tuyên truyền, cổ động trực quan được làm trước. Đối với các bảng đã có, ưu tiên nguồn vốn trong giai đoạn đầu để nâng cấp, làm mới nhằm phát huy giá trị công trình, đem

lại hiệu quả tức thì với số vốn đầu tư không cao. Ưu tiên các địa phương được xác định là trọng điểm phát triển du lịch.

Các dự án có quy mô lớn nên được xem xét bố trí thực hiện trong các giai đoạn khác nhau nhằm giảm áp lực về nguồn vốn. Tùy vào từng trường hợp cụ thể đối với các địa phương có khả năng huy động nguồn vốn trong nhân dân, có thể bố trí sắp xếp, điều chỉnh nhằm tránh việc lãng phí nguồn vốn này, tạo tiền đề thúc đẩy và ưu tiên hơn nữa cho các cá nhân khác tham gia đầu tư xây dựng.

Các bảng tuyên truyền, cổ động trực quan bổ sung vào quy hoạch đã được duyệt đề nghị đưa vào quy hoạch giai đoạn tiếp theo.

+ Phân kỳ đầu tư xây dựng:

Phân kỳ đầu tư xây dựng bảng tuyên truyền, cổ động trực quan theo quy hoạch cần được thực hiện theo các nguyên tắc đã được nêu.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN – QUYỀN HẠN VÀ TRÁCH NHIỆM CỦA CÁC SỞ, NGÀNH, ĐỊA PHƯƠNG

1. Sở Văn hóa và Thể thao

Chịu trách nhiệm trước UBND tỉnh thực hiện chức năng quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn tỉnh có nhiệm vụ và quyền hạn sau:

Chủ trì tổ chức thực hiện Quy hoạch quảng cáo.

Có trách nhiệm công khai, tuyên truyền, phổ biến Quy hoạch; phối hợp với Sở Xây dựng và UBND các huyện, thị xã, thành phố trên địa bàn tỉnh Bình Định quản lý Quy hoạch, trực tiếp hướng dẫn, chỉ đạo phòng Văn hoá - Thông tin các huyện, thị xã, thành phố về công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo tại địa phương.

Thực hiện thủ tục hành chính trong việc tiếp nhận và giải quyết hồ sơ thông báo nội dung sản phẩm quảng cáo trên bảng, băng rôn,... của các tổ chức, cá nhân theo quy định của pháp luật hiện hành.

Rà soát, tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành các cơ chế, chính sách huy động tối đa nguồn kinh phí xã hội hóa để thực hiện quy hoạch.

Chủ trì kiểm tra, giám sát, tổng hợp tình hình thực hiện Quy hoạch, báo cáo UBND tỉnh đề xuất biện pháp bổ sung, điều chỉnh Quy hoạch đảm bảo phù hợp sự phát triển kinh tế - xã hội, kịp thời tổng hợp, đề xuất khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện.

2. Sở Xây dựng

Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao triển khai tổ chức thực hiện Quy hoạch quảng cáo đã được phê duyệt. Cung cấp thông tin quy hoạch xây dựng, quy hoạch đô thị và các nội dung liên quan.

Cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo thuộc thẩm quyền theo quy định của pháp luật; thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm pháp luật về xây dựng công trình quảng cáo theo quy định của pháp luật.

Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao trong công tác quản lý hoạt động quảng cáo tuân thủ quy hoạch và các quy định pháp luật liên quan.

3. Sở Giao thông Vận tải

Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở, ngành liên quan và UBND các huyện, thị xã, thành phố có trách nhiệm:

Hỗ trợ các thông tin cần thiết phục vụ cho việc thực hiện Quy hoạch quảng cáo đạt chất lượng tốt, có tính ổn định lâu dài.

Phối hợp với Ủy ban nhân dân các huyện, thị xã, thành phố và các ngành, đơn vị có liên quan xác định phạm vi đất đường bộ, hành lang an toàn đường bộ, phạm vi hành lang bảo vệ luồng đường thủy nội địa của các tuyến giao thông đường bộ, đường thủy nội địa được giao quản lý trên địa bàn tỉnh, làm cơ sở cho các doanh nghiệp đầu tư xây dựng các công trình về quảng cáo cho phù hợp.

Hướng dẫn các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo về thủ tục chấp thuận, cấp phép xây dựng biển quảng cáo tạm thời trong phạm vi hành lang an toàn đường bộ các tuyến đường thuộc phạm vi quản lý.

Thỏa thuận bằng văn bản về vị trí các bảng quảng cáo thuộc thẩm quyền quản lý của Sở, đồng thời yêu cầu các đơn vị quản lý nhà chờ xe buýt có kết hợp quảng cáo phải thực hiện nghiêm chỉnh theo Luật Quảng cáo.

4. Sở Tài nguyên và Môi trường

Hướng dẫn các địa phương lập quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, trong đó cập nhật quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất các dự án quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh trên cơ sở Quy hoạch Quảng cáo ngoài trời được UBND tỉnh phê duyệt, làm cơ sở thực hiện việc giao đất, cho thuê đất theo quy định.

Hướng dẫn các tổ chức lập hồ sơ xin thuê đất theo quy định của pháp luật đất đai hiện hành.

5. Sở Kế hoạch và Đầu tư

Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao và các cơ quan liên quan triển khai thực hiện đề án quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh.

Hướng dẫn đấu thầu hoặc đấu giá các vị trí quảng cáo theo chức năng nhiệm vụ.

6. Sở Tài chính

Trong phạm vi, quyền hạn của mình chủ trì phối hợp với các sở, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố bố trí kinh phí để thực hiện Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh.

Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao tham mưu các cơ chế, chính sách để khuyến khích huy động xã hội hóa thu hút các nguồn vốn từ doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân đầu tư vốn xây dựng hệ thống tuyên truyền cổ động, quảng cáo không có mục đích sinh lợi và quảng cáo thương mại theo quy hoạch.

7. Sở Thông tin và Truyền thông

Chỉ đạo, hướng dẫn các cơ quan báo chí của tỉnh, Công thông tin điện tử tỉnh, hệ thống thông tin cơ sở thực hiện tuyên truyền Quy hoạch quảng cáo đã được phê duyệt; tăng cường tuyên truyền, phổ biến việc thực hiện rà soát, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo ngoài trời theo đúng nội dung quy hoạch.

8. Ban Quản lý Khu kinh tế tỉnh

Cấp Giấy phép xây dựng công trình quảng cáo thuộc phạm vi quản lý của mình theo quy định phân cấp về cấp Giấy phép xây dựng của Ủy ban nhân dân tỉnh và các quy định pháp luật hiện hành

9. Các sở, ngành liên quan của tỉnh

Trong phạm vi, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao thực hiện Quy hoạch và quản lý các hoạt động tuyên truyền, cổ động trực quan và quảng cáo theo quy định của pháp luật hiện hành.

10. UBND các huyện, thị xã, thành phố

Tổ chức tuyên truyền, phổ biến Luật Quảng cáo, các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan trên địa bàn quản lý.

Thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trong phạm vi địa phương theo thẩm quyền. Chịu trách nhiệm trước Ủy ban nhân dân tỉnh về các hoạt động quảng cáo trên địa bàn quản lý.

Tổ chức, quản lý hoạt động tuyên truyền nhiệm vụ chính trị - xã hội của các cơ quan, đơn vị, ban, ngành, đoàn thể cấp huyện; các chương trình xã hội hóa của huyện, thị xã, thành phố; các hình thức bảng quảng cáo tấm nhỏ dưới 20m² trên các tuyến quốc lộ, tỉnh lộ, huyện lộ, các khu công nghiệp, bến xe, bãi đậu xe, trạm nghỉ chân; bảng quảng cáo tấm nhỏ gắn vào công trình, nhà ở riêng lẻ; bảng rôn dọc, quảng cáo rao vặt, biển chỉ dẫn và biển hiệu trên địa bàn quản lý.

Giao phòng Văn hóa và Thông tin chủ trì, phối hợp với các phòng ban xây dựng dự toán kinh phí thực hiện bảng tuyên truyền các nhiệm vụ của địa phương báo cáo UBND cấp huyện xem xét, phê duyệt.

Tổ chức và quản lý treo bảng rôn, quảng cáo rao vặt trên những tuyến phố thuộc địa bàn, ngoài những tuyến phố thực hiện ở cấp thành phố, phù hợp với quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh đã được Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

Chỉ đạo các phòng, đơn vị trực thuộc và Ủy ban nhân dân xã, phường, thị trấn tổ chức việc kiểm tra, phát hiện và xử lý kịp thời vi phạm về hoạt động quảng cáo. Chủ trì tổ chức cưỡng chế tháo dỡ công trình xây dựng là biển hiệu, bảng quảng cáo vi phạm trên địa bàn; giải quyết khiếu nại, tố cáo thuộc phạm vi trách nhiệm theo quy định hiện hành. Chỉ đạo hướng dẫn các hộ kinh doanh thực hiện biển hiệu theo quy định của Luật Quảng cáo khi cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

UBND cấp huyện chỉ đạo phòng Văn hóa Thông tin gửi báo cáo định kỳ 6 tháng, 1 năm việc quản lý quảng cáo trên địa bàn về Sở Văn hóa và Thể thao và báo cáo đột xuất theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.