

Аналіз регуляторного впливу рішення сесії Конотопської міської ради «Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської територіальної громади»

Цей аналіз регуляторного впливу (далі – Аналіз) розроблений на виконання та з дотриманням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 і визначає правові та організаційні засади реалізації проекту рішення Конотопської міської об'єднаної територіальної громади «Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади» (далі Правила) як регуляторного акту.

I. Визначення проблеми, яку передбачається розв'язати шляхом регулювання

Невідповідність та нерегульованість на місцевому рівні та відсутність регуляторного акту на всю територію Конотопської МТГ може призвести до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства. Суб'єктами, на яких проблема справляє негативний вплив, є розповсюджені реклами та виконавчі органи міської ради, які застосовують норми чинного законодавства з питань зовнішньої реклами. Прийняття рішення з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами створить ще більш прозору систему у наданні (або у відмові) дозволів на розміщення зовнішньої реклами, вдосконалив умови щодо усунення надмірного та неефективного регулювання господарської діяльності і діяльності у сфері зовнішньої реклами малого та середнього бізнесу.

Проблемними залишаються питання відсутності дієвої системи контролю за розміщенням об'єктів зовнішньої реклами; відсутність державного регулювання питань усунення виявлених порушень, що призводить до не санкціонованого використання території Конотопської міської територіальної громади (далі КМТГ) та збільшення випадків розміщення рекламних конструкцій з порушенням вимог діючого законодавства.

Невідповідність порядку розміщення об'єктів зовнішньої реклами, який регулює правові відносини між органами місцевого самоврядування і фізичними та юридичними особами, призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, у зв'язку з чим зазначена проблема не може бути вирішена.

Основні групи, на які проблема справляє вплив:

Групи	Так	Ні
Громадяни	+	-
Орган місцевого самоврядування	+	-
Суб'єкти господарювання	+	-
у т. ч. суб'єкти малого підприємництва*	+	-

Впровадження даного регулювання є доцільним, оскільки регуляторний акт спрямований на досягнення чітко визначеної мети — чітко визначених умов надання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами для всіх суб'єктів господарювання, впорядкування рекламних засобів на території КМТГ. Дія цього регуляторного акта поширюватиметься на всю територію КМТГ, а його вимоги будуть обов'язкові для виконання всіма суб'єктами господарювання, що здійснюють розміщення реклами на території КМТГ.

Зазначена проблема не може бути вирішена за допомогою ринкових механізмів, оскільки частиною першою статті 16 Закону України «Про рекламу» визначено, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад.

Прийняття рішення, яке досконально регламентує порядок отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами надасть можливостей щодо виключення ситуацій, пов'язаних з виникненням заборгованості перед бюджетом міста, прозорості нарахування та отримання плати за право тимчасового розміщення об'єктів зовнішньої реклами, з неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами та створить прозору систему прийняття рішень сесії та виконавчого комітету Конотопської міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Крім того, прийняття зазначеного акту додатково забезпечить можливість оскарження незаконних дій з боку осіб, уповноважених на вчинення відповідних власних повноважень та суб'єктів господарювання.

Таким чином, зазначена проблема потребує усунення шляхом прийняття рішення сесії Конотопської міської територіальної громади «Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської територіальної громади», який є базовим документом та створить сучасне правове поле для подальшого розвитку та впорядкування рекламної сфери на території КМТГ.

II. Цілі державного регулювання

Цілі державного регулювання, безпосередньо пов'язані з розв'язанням проблеми:

Проект регуляторного акта спрямований на розв'язання проблем, визначених у першому розділі аналізу регуляторного впливу як в цілому, так і її окремих складових.

Метою цього регулювання є вдосконалення регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами.

Вказані вимоги впроваджуються через нормативні інструменти, а саме: через затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської територіальної громади.

Основні цілі регулювання:

- забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- врегулювання взаємовідносин, що виникають між Конотопською міською радою та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення на території КМТГ відповідно до вимог чинного законодавства.
- підвищення прозорості дій місцевих органів виконавчої влади шляхом встановлення чіткого порядку та умов надання, внесення змін, продовження строку дії, погодження, переоформлення та припинення дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
- впорядкування розміщення об'єктів зовнішньої реклами;
- створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами;
- створення єдиних умов для діяльності всіх суб'єктів господарської діяльності у сфері зовнішньої реклами;
- збільшення обсягів надходжень грошових коштів до бюджету за рекламні засоби;
- приведення механізму розміщення реклами, визначення розміру плати за тимчасове використання місця для розміщення зовнішньої реклами, порядку проведення демонтажу, обліку, зберігання і реалізації рекламних засобів зовнішньої реклами, яке перебуває у комунальній власності КМТГ;
- надання пріоритету заявника на місце розташування спеціальних конструкцій.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

1. Визначення альтернативних способів

Державне регулювання розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ впроваджується на підставі статті 16 Закону України «Про рекламу» та постанови Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами». Таким чином, спеціальним нормативно-правовим актом у галузі зовнішньої реклами встановлено єдиний законний вид вирішення проблеми, зазначеної у пункті I цього Аналізу – прийняття відповідного рішення сесії Конотопської міської ради. Іншої альтернативні

способи (механізми) досягнення мети не передбачені чинним законодавством.

Залишення ситуації без змін призведе до порушення вимог чинного законодавства, пов'язаного з розповсюдженням реклами та призведе до неможливості розміщення зовнішньої реклами на території на території Конотопської міської територіальної громади.

Крім того, застосування інших засобів розв'язання проблеми, не передбачених чинним законодавством, може бути визнано таким, що суперечить чинному законодавству та є неприпустимим.

В якості альтернативи для досягнення встановлених цілей пропонуються два способи:

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Залишення даної ситуації без змін	Дана альтернатива є непринятною. Не забезпечує досягнення цілей оскільки недосконалість існуючого механізму регулювання розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території КМТГ не відповідає чинному законодавству в частині ЗУ «Про рекламу», постановою Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами».
Альтернатива 2 Прийняття запропонованого рішення	Застосування даної альтернативи ґрунтується прийняття регуляторного акта, що надасть можливість затвердити Порядок розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ для виконання на території громади положень, які передбачені ЗУ «Про рекламу», постановою Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами». Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Забезпечує вдосконалення процедури видачі дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання та упорядковує відносини між органами місцевого самоврядування та суб'єктами господарювання з питань видачі дозволів на встановлення об'єктів зовнішньої реклами

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу органів місцевого самоврядування

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1 Залишення даної ситуації без змін	Економія часу на розробку та прийняття регуляторного акту	Порушення Закону України «Про рекламу» Відсутність надходжень до бюджету. Втрата прозорості дій влади та їх неоднозначність у зв'язку з невідповідністю нормативно-правових документів. Альтернатива є непринятною, оскільки не забезпечує досягнення

		поставленої мети
Альтернатива 2 Прийняття запропонованого рішення	<ul style="list-style-type: none"> • Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів, врегулювання взаємодії Конотопської міської ради з суб'єктами господарювання; • Впорядкування місць та встановлення системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ; • Виконання вимог законодавства. • Покращення прозорості, авторитету влади. • Збільшення надходжень до бюджету. • Чітке визначення повноважень виконавчих органів щодо діяльності пов'язаної з розміщенням зовнішньої реклами <p>Порівняно з існуючою ситуацією цей регуляторний акт дасть змогу більш досконально регламентувати порядок розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ</p>	Витрата часу на розробку та прийняття регуляторного акту. Розповсюдження, публікація та тиражування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1 Залишення даної ситуації без мін	Відсутні	Інформаційна необізнаність громадян щодо товарів та послуг, які виробляють (пропонують) суб'єкти господарювання
Альтернатива 2 Прийняття запропонованого рішення	<ul style="list-style-type: none"> • Врахування інтересів Конотопської територіальної громади; • Дотримання положень чинних нормативних та законодавчих актів; • Отримання інформаційних послуг від реклами; • Врахування вимог безпеки дорожнього руху при розміщенні зовнішньої реклами; 	Реалізація проекту регуляторного акта не потребує додаткових витрат з державного та/або міського бюджету.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	-	-	Юридичні та Фізичні - 30	Юридичні та Фізичні -30
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	-	-	100	100

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	-
Прийняття запропонованого регуляторного акта	Можливість розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ. Отримання чіткого та прозорого механізму та удосконалення порядку отримання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Створення єдиного Порядку видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ. Збереження умови безоплатності надання адміністративної послуги щодо отримання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами.	Для рекламних засобів «Білбордів» 3 освітленням – 840грн. рік 4200 - 5 років

Перша альтернатива не є прийнятною, оскільки це не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері реклами на території КМТГ сплачувати за користування місцями, які перебувають в комунальній власності.

Застосування другої альтернативи надасть можливість врегулювати відносини, які виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території КМТГ, практичної реалізації Закону України «Про рекламу», затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади матиме вплив на продуктивність суб'єктів господарювання, які надають рекламні послуги.

Затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади матиме вплив на продуктивність суб'єктів господарювання, які надають рекламні послуги.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала

Відсутність регулювання	2	У разі залишення існуючої на даний момент ситуації без змін проблема продовжуватиме існувати, що не забезпечить досягнення поставленої мети.
Прийняття запропонованого регуляторного акта	4	Цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде), прийняття регуляторного акта надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. Крім того, положення проекту регуляторного акта, є досить простими та врегульовують відносини суб'єктів, на які поширюється даний акт.

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Відсутні	Цілі не будуть досягнені, оскільки в чинному законодавстві не існує єдиного нормативного акту, який би чітко визначав порядок отримання дозвільних документів та оплати у місцевий у місцевий бюджет у сфері розміщення зовнішньої реклами
Прийняття запропонованого регуляторного акта	Введення в дію запропонованого регуляторного акта спростить процедуру одержання дозвільних документів у сфері розміщення об'єктів зовнішньої реклами для суб'єктів господарювання, забезпечить відкритість інформації про діяльність органів виконавчої влади. Можливість розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ. Збільшення надходжень до бюджету	Витрати часу на розробку та прийняття регуляторного акту, Плата за користування місцем для розміщення рекламного засобу.	Прийняття даного регуляторного акта надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. Єдина суттєва витрата за альтернативою - плата для суб'єктів підприємницької діяльності за користування місцем, але вона не може ігноруватись

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Залишення існуючої ситуації без змін	Залишення ситуації, що склалась, без змін, не забезпечить досягнення поставленої цілі, не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері рекламних послуг отримати на законних підставах дозвіл на розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ. Отже, така альтернатива	X

	є неприйнятною.	
Прийняття запропонованого регуляторного акта	Дана альтернатива є прийнятною, оскільки є найбільш раціональним варіантом врахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив. Забезпечення прозорості процедури розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ, що в свою чергу надасть можливість забезпечення розвитку ринку рекламних послуг	Вплив зовнішніх факторів на дію регуляторного акта. На дію цього регуляторного акта може вплинути зміна чинного законодавства; економічна криза, наслідком якої може стати нестабільне матеріальне становище суб'єктів господарювання та відмова від здійснення господарської діяльності. Змін в оподаткуванні тощо, що можуть зменшити кількість отриманих дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Разом з тим, суб'єкти господарювання – розповсюджувачі реклами можливі збитки від впливу зовнішніх факторів зможуть компенсувати за рахунок прибутку від здійснення їх підприємницької діяльності з надання рекламних послуг.

Реалізація цього регуляторного акта забезпечить дотримання єдиного прозорого механізму взаємодії органів місцевого господарювання та суб'єктів господарювання, на яких поширюється дія регуляторного акта.

Оцінка можливості впровадження та виконання вимог регуляторного акта.
Здійснення контрольного нагляду за додержанням вимог цього регуляторного акта буде здійснюватись постійно відділом містобудування та архітектури Конотопської міської ради.

На даний час немає об'єктивних обставин, які б перешкождали впровадженню та виконанню вимог цього регуляторного акта органами влади, фізичними та юридичними особами, запровадження регуляторного акта не передбачає заподіяння шкоди внаслідок його дії.

Перевагою впровадження регуляторного акта є врегулювання правовідносин між суб'єктами, на яких розповсюджується дія регуляторного акта, та органом місцевого самоврядування, створення умов для реалізації прав суб'єктами у цій сфері.

V. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми

Зазначену проблему планується розв'язати шляхом затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади.

Механізм дії - запропонований регуляторний акт спрямований на безпосереднє розв'язання визначеної проблеми, а саме: Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням об'єктів зовнішньої реклами на території КМТГ та визначають порядок надання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Зокрема визначається повноваження робочого органу, процедура погодження, отримання, продовження дозволу, внесення змін в технологічні схеми, розрахунку плати за тимчасове користування місцем для розміщення рекламних засобів, вимоги до зовнішньої реклами.

Механізм, закладений в основному проекті регуляторного акта, передбачає затвердження та виконання всіма суб'єктами господарювання Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади. Прийняття Правил надасть можливість видавати дозволи на розміщення зовнішньої реклами на території КМТГ, що в свою чергу сприятиме розвитку здорової конкуренції у сфері рекламних послуг на території КМТГ. При цьому уповноважений орган здійснюватиме моніторинг за розміщенням зовнішньої реклами на території КМТГ, а у випадках не виконання розповсюджувачами реклами вимог цього регуляторного акта вживатиме заходи спрямовані на демонтаж самовільно встановлених рекламних засобів.

Організаційні заходи для впровадження регулювання:

- розробка проекту регуляторного акта “ Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади”, обговорення його на засіданнях робочої групи з дотримання принципів державної регуляторної політики ;
- оприлюднення проекту рішення Конотопської міської ради “Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади” та аналізу регуляторного впливу з метою отримання зауважень та пропозицій;
- затвердження проекту регуляторного акта “Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади ” на сесії міської ради;
- оприлюднення даного регуляторного акта.

Реалізація даного механізму та заходів вирішить проблему, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання, та забезпечить високий ступінь ефективності досягнення цілей визначених при розробці регуляторного акта.

6. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги

Для реалізації регуляторного акта органам виконавчої влади не потрібно додаткових витрат з місцевого бюджету.

Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами Конотопська міська рада покладає відповідні функції на відділ містобудування та архітектури Конотопської міської ради.

Підготовка документів не потребує наявності кваліфікаційних або ліцензійних сертифікатів. Передбачаються витрати робочого часу учасників процедури.

Населення територіальної громади буде проінформовано через засоби масової інформації.

У зв'язку з тим, що питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, складає 100%, здійснено розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва М-тест (додаток 1 до аналізу регуляторного впливу).

7. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта.

Даний проєкт регуляторного акта – рішення сесії Конотопської міської ради “Про затвердження Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської територіальної громади” є загальнообов'язковим до застосування та може бути використаним протягом необмеженого строку.

Дія даного акта є необмежена до моменту настання факторів, які можуть вплинути на суттєвий зміст цього акта або на його цілі. Доповнення та зміни до регуляторного акта будуть вноситись після внесення відповідних змін до чинного законодавства України та у разі потреби за підсумками аналізу відстеження його результативності.

8. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Основними показниками результативності регуляторного акта є:

- надходження коштів до місцевого бюджету у зв'язку з безпосередньою дією регуляторного акту;
- Кількість суб'єктів господарювання, що мають діючі дозволи на розміщення зовнішньої реклами;
- рівні умови для всіх розповсюджувачів зовнішньої реклами;
- кількість встановлених рекламних конструкцій - збільшиться.
- рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта, (регуляторний акт розміщено на офіційному сайті Конотопської міської ради, також копія акта надаватиметься на вимогу у разі надходження відповідних звернень) 100%;

Дія регуляторного акта поширюється на суб'єктів господарювання (юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців), які мають намір розмістити об'єкти зовнішньої реклами на території КМТГ.

9. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта

Заходи з відстеження будуть здійснюватись відділом містобудування та архітектури Конотопської міської ради.

Відносно цього регуляторного акта повинно послідовно здійснюватися повторне та періодичне відстеження його результативності. Зокрема:

- повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом або більшістю його положень, якщо рішенням регуляторного органу, який прийняв цей регуляторний акт, не встановлено більш ранній строк;
- періодичне відстеження результативності регуляторного акта здійснюються раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта, у тому числі і в разі, коли дію регуляторного акта, прийнятого на визначений строк, було продовжено після закінчення цього визначеного строку. Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних.

З огляду на показники результативності, визначені в попередньому розділі аналізу регуляторного впливу, відстеження результативності цього регуляторного акта буде здійснюватись статистичним та соціологічним методами. Статистичний - шляхом збору та обробки статистичної інформації відділом містобудування та архітектури Конотопської міської ради, фінансового управління Конотопської міської ради; соціологічний - через опитування. Цільова група осіб, що обиратимуться для участі у відповідному опитування - суб'єкти господарювання – (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які мають намір розмістити об'єкти зовнішньої реклами на території КМТГ.

За результатними проведення відстежень буде можливо порівняти показники результативності дії регуляторного акта. На підставі аналізу звіту про відстеження результативності даного регуляторного акта буде прийматися рішення про скасування, про необхідність залишити даний акт без змін або про його перегляд. У разі виявлення нерегульованих та проблемних питань, вони будуть усунені шляхом внесення відповідних змін до регуляторного акта. Відстеження результативності проводиться розробником регуляторного акта.

Тест
Малого підприємництва (М-тест)

1. Консультації з представниками мікро – та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання
Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначання детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 27.08.2021 по 27.09.2021.

Порядковий номер	Вид консультації (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Робочі наради, зустрічі	2	Найвпевненіше прогнозоване невдоволення щодо тарифів за розташування рекламних засобів, але досягнуто прийнятних результатів.
2	Інтернет консультації,	1	Обговорені вимоги розробленого проекту Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Конотопської міської об'єднаної територіальної громади, орієнтовні витрати часу та коштів на виконання вимог регулювання
3	телефонні розмови із розповсюджувачами зовнішньої реклами	5	Заперечення та зауваження відсутні, регулювання сприймається.

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі): кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 30 (одиниць), у тому числі малого підприємництва 30(одиниць); питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100 (відсотків)

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання.

Порядковий номер	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
Оцінка “прямих” витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання				
1	Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів)	-	-	-
2	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	-	-	-
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали)	-	-	-
4	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	-	-	-
5	Інші процедури (плата за тимчасове користування розташування рекламних засобів), грн. Оплата за місце розташування об'єкту зовнішньої реклами за 1 м ² складає 10,0 грн. Рп = S x Бп , де: Рп – розмір місячної плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності на території КМТГ, грн.; S — площа місця	840	840 (1 суб'єкт господарювання малого підприємництва в середньому займає 7 кв.м.) Білборд	4200

	розташування об'єкта зовнішньої реклами (в кв. м або одиниця); Бп — базова плата, що відповідає виду рекламного засобу та визначається згідно Правил розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території м.Конотоп (грн/місяць); Для односторонніх конструкцій – 1; Для двосторонніх та тих, що мають дві і більше рекламних сторін – 1,5.			
6	Разом, гривень	840	840	4200
7	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць		30	
8	Сумарно, гривень	25200	25200	126000
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування				
9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання Формула: витрати часу на отримання інформації про регулювання (0,5 год.) + отримання необхідних форм та заявок (0,5 год.) X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (36,11 грн./год.*) (*середня заробітна плата станом на 01.01.2021 року)	36,11	-	36,11

10	Процедури організації виконання вимог регулювання Формула: Витрати часу на розроблення та організацію внутрішніх для суб'єкта господарювання процедур впровадження вимог регулювання (2 год. x 36,11 грн. = 72,22 грн.)	72,22	-	72,22
11	Процедури офіційного звітування	-	-	-
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	-	-	-
13	Інші процедури (уточнити)	-	-	-
14	Разом, гривень	108,33	-	108,33
15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	30		
16	Сумарно, гривень	3249,9	-	3249,9
* В середньому дозвіл планується видавати строком на 5 років.				

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва

Розрахунок бюджетних витрат на адміністрування регулювання здійснюється окремо для кожного відповідного органу державної влади чи органу місцевого самоврядування, що залучений до процесу регулювання.

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання:

Виконавчий комітет Конотопської міської ради

(назва органу)

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікро-	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури	Витрати на адміністрування регулювання (за рік), гривень

підприємств)				ри регулюв ання	
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	0,5 год	36,11	1	30	541,65
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:	1	36,11	1	30	1083,3
камеральні	1	36,11	1	30	1083,3
виїзні	-	-	-	-	-
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулюванн	-	-	-	-	-
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	-	-	-	-	-
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	-	-	-	-	-
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	1	36,11	1	30	1083,3

7. Інші адміністративні процедури (уточнити): <u>підготовка</u>		36,11	1	30	
письмових запитів до власників або уповноважених ними органів щодо їх згоди на розміщення зовнішньої реклами ;	1,5				1624,95
проекту рішення виконавчого комітету Конотопської міської ради про видачу, переоформлення дозволу;	2,0				2166,6
проектів рішень виконавчого комітету Конотопської міської ради щодо демонтажу рекламних засобів, розміщених з порушенням вимог, Закону України "Про рекламу" та Типових правил розміщення зовнішньої реклами затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067	1,0				1083,3
<u>додаткових угод до договорів на розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами</u>	1,0				1083,3
					Разом 5958,15
Разом за рік	-	-	-	-	9749,7
Сумарно за п'ять років	-	-	-	-	9749,7

4. Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

Порядковий номер	Показник	Перший рік регулювання (стартовий)	За п'ять років
1	Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	25200	126000
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	3249,9	3249,9
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	28449,9	129249,9
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	9749,7	9749,7
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	66649,5	268249,5

5. Розроблення корегуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання

Корегуючі (пом'якшувальні) заходи не застосовуються.

Корегуючі (пом'якшувальні) заходи передбачаються для суб'єктів підприємництва завдяки скороченню витрат часу суб'єктів малого підприємництва на отримання первинної інформації про вимоги регулювання, отримання погоджень з утримувачами інженерних комунікацій.

**Відділ містобудування та архітектури
Конотопської міської ради**

Сергій ХОЛОДЬОН