



ГЛУХІВСЬКА МІСЬКА РАДА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ВІДДІЛ МІСТОБУДУВАННЯ ТА АРХІТЕКТУРИ

вул. Спаська, 15, м. Глухів, Сумська область, 41400, тел. (05444) 2-41-74
E-mail: по Україні – arhgl@ukr.net, по області – glh_g@oblmail Код ЄДРПОУ 04058048

09.10.2018 № 130

на № від _____

**Державна регуляторна
служба України**
01011, вул. Арсенальна, 9/11,
м.Київ

Згідно ст.34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» надаємо відредагований 1 проект регуляторного акту з аналізом регуляторного впливу для отримання додаткових рекомендацій щодо удосконалення проекту регуляторного акту.

Додаток на 13 арк.

Начальник відділу

О.ХРЕНОВ



ГЛУХІВСЬКА МІСЬКА РАДА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

.2018

м. Глухів

№ _____

«Про внесення змін до рішення Глухівської міської ради від 05.04.2012 №351 «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами та порядку оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів у місті Глухові»

З метою приведення рішення Глухівської міської ради від 05.04.2012 року №351 «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами та порядку оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів у місті Глухові» у відповідність до Постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (зі змінами) та інших нормативних актів діючого законодавства України та регулювання відносин, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території міста Глухова, визначення порядку надання дозволів на розміщення такої реклами, Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», керуючись статтями 26 і 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», міська рада **ВИРІШИЛА:**

1. Внести зміни до рішення Глухівської міської ради від 05.04.2012 року №351 «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами та порядку оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів у місті Глухові», а саме:

1)правила розміщення зовнішньої реклами та порядок оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів у місті Глухові викласти в новій редакції (додаток 1,2).

2. Організацію виконання цього рішення покласти на відділ містобудування та архітектури міської ради (начальник відділу Хренов О.О.).

3. Контроль за виконанням цього рішення покласти на заступника міського голови з питань діяльності виконавчих органів міської ради Вискуба О.О. та на постійну комісію міської ради з питань містобудування, архітектури, регулювання земельних відносин, екології та власності.

Міський голова

М.Терещенко

ПРАВИЛА **розміщення зовнішньої реклами на території міста Глухова**

1. Ці Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами у місті Глухові, та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

2. У цих Правилах терміни вживаються у такому значенні:

реклама - інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару;

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

алея - дорога в парку, саду, сквері, лісопарку, на бульварі, обсаджена, як правило, з обох боків деревами та чагарниками;

виконавчий орган ради - виконавчий комітет Глухівської міської ради;

місце розташування рекламного засобу - площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості у межах населеного пункту, що надається розповсюдженню зовнішньої реклами в тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом (особою);

пішохідна доріжка - елемент дороги, призначений для руху пішоходів, облаштований у її межах чи поза нею і позначений дорожнім знаком;

спеціальні конструкції - тимчасові та стаціонарні рекламні засоби (світлові та несвітлові, наземні та неназемні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, троли, таблички, короби, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами;

вивіска чи табличка - елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщений на зовнішній поверхні будинку, будівлі або споруди не вище першого поверху або на поверсі, де розташовується власне чи надане у користування особі приміщення (крім, випадків, коли суб'єкту господарювання належить на праві власності або користування вся будівля або споруда), біля входу у таке приміщення, який не є рекламою.

Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в Законі України "Про рекламу" та Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами».

Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в Законі України "Про рекламу" та Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами».

3. Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчим органом ради відповідно до цих Правил.

— Видача (відмова у видачі, переоформлення, анулювання) дозволу на розміщення зовнішньої реклами здійснюється відповідно до Закону України Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності”.

Справляння плати за видачу зазначених дозволів виконавчим органом міської ради забороняється.

4. На територіях, будинках і спорудах зовнішня реклама розміщується за згодою їх власників або уповноважених ними органів (осіб) з урахуванням архітектурних, функціонально-планувальних, історико-культурних чинників, типології елементів місцевого середовища та з додержанням правил благоустрою територій населених пунктів.

5. Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами Глухівська міська рада покладає відповідні функції на відділ містобудування та архітектури (далі - **робочий орган**). Робочий орган не вправі подавати заяву та одержувати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

У процесі регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами робочим органом залучаються на громадських засадах представники галузевих рад підприємців, об'єднань громадян та об'єднань підприємств, які провадять діяльність у сфері реклами.

6. До повноважень робочого органу належать:

розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, переоформлення дозволу (згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами»);

надання у разі потреби розповсюджувачам зовнішньої реклами архітектурно-планувальних завдань на опрацювання проектно-технічної документації для розташування складних (дахових) рекламних засобів;

підготовка проекту рішення виконавчого органу ради щодо надання дозволу (у тому числі погодження з органами та особами, зазначеними у 9 цих Правил) чи про відмову у його наданні;

підготовка дозволу на підставі рішення виконавчого органу ради;

ведення інформаційного банку даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру населених пунктів;

подання територіальним органам спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів в Сумській області матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами;

підготовка і подання виконавчому органу ради пропозицій щодо розмірів плати за надання послуг робочим органом на підставі калькуляції витрат для прийняття відповідного рішення.

Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

7. Для одержання дозволу заявник подає адміністратору у центрі надання адміністративних послуг заяву за формою згідно з додатком 1 до правил розміщення зовнішньої реклами міста Глухова, до якої додаються:

фотокартка або комп'ютерний макет місця (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу, та ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням.

8. За наявності документів, передбачених пунктом 7 цих Правил, відомості про заяву зареєстрований пакет документів у той же день передається до робочого органу до виконання. Робочим органом реєструється до внутрішнього реєстру заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами (журналу), який ведеться у довільній формі.

Робочий орган протягом двох робочих днів з дня реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу за формою згідно з додатком 2 до правил розміщення зовнішньої реклами міста Глухова.

У разі прийняття рішення про відмову у видачі дозволу робочий орган передає адміністратору у центрі надання адміністративних послуг вмотивовану відповідь із зазначенням підстав, передбачених законом яку останній надсилає або віддає особисто замовнику.

Строк видачі дозволу або надання письмового повідомлення про відмову у його видачі становить 10 робочих днів.

9. Видача дозволу погоджується робочим органом з власником місця або уповноваженим ним органом (особою), а також з:

Мінкультури - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного значення, в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць;

органом виконавчої влади Сумської обласною держадміністрацією - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках місцевого значення, а також в межах зон охорони цих пам'яток;

утримувачем інженерних комунікацій - у разі розміщення зовнішньої реклами в межах охоронних зон цих комунікацій;

Укравтодором або власниками автомобільних доріг та Національною поліцією - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.

Перелік органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу, є вичерпним.

Дії щодо отримання зазначених погоджень вчиняються робочим органом без залучення заявника протягом строку, встановленого для отримання дозволу.

Для здійснення погодження робочий орган не пізніше дня, що настає за днем одержання документів від заявника, надсилає їх копії у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді органам, зазначеним в абзацах

першому - п'ятому цього пункту, та встановлює строк розгляду зазначених документів.

За результатами дозвільної (погоджувальної) процедури органи, зазначені в абзацах першому - п'ятому цього пункту, надають погодження, які у паперовому або електронному (шляхом сканування) вигляді надсилаються робочому органу.

У разі ненадання органами, зазначеними в абзацах першому - п'ятому цього пункту, протягом встановленого строку погоджень вважається, що видачу дозволу погоджено.

10. Під час надання дозволу втручання у форму рекламного засобу та зміст реклами забороняється.

11. Робочий орган протягом не більш як двох робочих днів з дати одержання від органів та осіб, з якими погоджується видача дозволу, подає виконавчому органу ради пропозиції та проект відповідного рішення.

12. Виконавчий орган ради протягом одного робочого дня з дати одержання зазначених пропозицій приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

Дозвіл або відмова у його видачі видається не пізніше ніж протягом наступного робочого дня після прийняття відповідного рішення.

13. Робочий орган протягом десяти днів з дати реєстрації дозволу надає органам державної податкової служби інформацію про розповсюджувачів зовнішньої реклами, яким надано дозвіл.

14. Дозвіл надається строком на п'ять років, якщо менший строк не зазначено у заяві.

15. Виданий у встановленому порядку дозвіл є підставою для розміщення зовнішньої реклами та виконання робіт, пов'язаних з розташуванням рекламного засобу.

16. Після розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами у п'ятиденний строк зобов'язаний подати робочому органу фотокартку місця розташування рекламного засобу (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів).

17. У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу, робочий орган у семиденний строк письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами. У десятиденний строк з початку зміни містобудівної ситуації, реконструкції, ремонту, будівництва робочий орган надає розповсюджувачу зовнішньої реклами інформацію про інше рівноцінне місце. У разі досягнення згоди щодо нового місця розташування рекламного засобу вносяться зміни у дозвіл.

Відшкодування витрат, пов'язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу на новому місці, здійснюється відповідно до договору з власником місця розташування рекламного засобу.

Плата за надання робочим органом послуг, пов'язаних із зміною місця розташування рекламного засобу, не справляється. Строк дії дозволу продовжується на час, необхідний для вирішення питання про надання

рівноцінного місця. Після закінчення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами має пріоритетне право на розташування рекламного засобу на попередньому місці.

18. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

- розміщуватися з додержанням вимог техніки безпеки, зазначених у пунктах 22-25 цих Правил;
- розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;
- освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;
- фундамент наземної зовнішньої реклами, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;
- на опорах наземної зовнішньої реклами, що розміщується вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, за вимогою уповноваженого підрозділу Національної поліції наноситься вертикальна дорожня розмітка із світлоповертаючих матеріалів заввишки до 2 метрів від поверхні землі;
- нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;
- у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або огорожами лінію.

19. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

- на пішохідних доріжках та алеях, якщо це перешкоджає вільному руху пішоходів;
- у населених пунктах на висоті менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини.

20. Розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках історії та архітектури і в межах зон охорони таких пам'яток, в межах об'єктів природно-заповідного фонду дозволяється за погодженням з відповідним центральним або місцевим органом виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини та об'єктів природно-заповідного фонду.

21. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, не повинна розміщуватися на рекламних засобах ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років.

Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений пунктами 19-21 цих Правил, є вичерпним.

22. Розроблення необхідної технічної документації, монтаж (демонтаж) рекламного засобу здійснюється спеціалізованими підприємствами, установами та організаціями.

23. Розташування ~~на~~ дахових рекламних засобів ~~забороняється~~ без попередньої технічної експертизи спеціалізованих підприємств, установ та організацій.

24. Підключення рекламних засобів до існуючих мереж зовнішнього освітлення здійснюється відповідно до вимог, передбачених законодавством.

25. Розташування рекламних засобів у межах охоронних зон інженерних комунікацій дозволяється за погодженням з утримувачем зазначених комунікацій.

26. Відповідальність за технічний стан рекламних засобів, порушення вимог техніки безпеки під час розташування та експлуатації рекламних засобів несе розповсюджувач зовнішньої реклами згідно із законодавством.

27. Розташування рекламних засобів на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування дозволяється за погодженням з уповноваженим підрозділом Національної поліції.

28. Рекламні засоби забезпечуються маркуванням із зазначенням на каркасі рекламного засобу найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, номера його телефону, дати видачі дозволу та строку його дії.

29. Контроль за додержанням цих Правил здійснює виконавчий комітет Глухівської міської ради.

30. У разі порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами робочий орган звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у визначений строк.

У разі невиконання цієї вимоги робочий орган, подає інформацію спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

31. Розповсюджувач зовнішньої реклами, винний у порушенні цих Правил, несе відповідальність згідно із законодавством.

32. Вивіски чи таблички:

- повинні розміщуватися без втручання у несучі конструкції, легко демонтуватися, щоб не створювати перешкод під час робіт, пов'язаних з експлуатацією та ремонтом будівель і споруд, на яких вони розміщуються;
- не повинні відтворювати зображення дорожніх знаків;
- не повинні розміщуватися на будинках або спорудах - об'єктах незавершеного будівництва;
- площа поверхні не повинна перевищувати 3 кв. метрів.

Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання будь-які документи для розміщення вивісок чи табличок, не передбачені законодавством.

33. Демонтаж вивісок чи табличок, розміщених з порушенням вимог цих Правил, здійснюється у разі:

- припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичної особи - підприємця;
- невідповідності розміщення вивіски чи таблички вимогам щодо її розміщення, наданим у визначенні, та архітектурним вимогам, державним нормам, стандартам і правилам, санітарним нормам;
- порушення благоустрою території.

Розміщені вивіски чи таблички підлягають демонтажу за рахунок коштів юридичних осіб або фізичних осіб - підприємців, якими вони були встановлені.

Міський голова

М.Терещенко

**Порядок
оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних
засобів у місті Глухів**

1. Загальні положення

Порядок оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів у місті Глухів (далі - Порядок) розроблено відповідно до Закону України «Про рекламу», на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (зі змінами) та визначає порядок оплати розповсюджувачами зовнішньої реклами (юридичними або фізичними особами) за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, які перебувають у комунальній власності.

2. Визначення площі місця розташування рекламних засобів

2.1. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному міською радою, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу.

2.2. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

2.3. Розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу не може встановлюватися залежно від змісту реклами.

**3. Методика обчислення плати за тимчасове користування
місцями розташування рекламних засобів**

3.1. Розмір плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, зазначених у пункті 2.1. цього Порядку, обчислюється за такою формулою:

$$C = P \times S \times K_3 \times K_f, \text{ де}$$

C – річна плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальної конструкції, грн.;

P – базовий розмір плати за 1 м² площі місця розташування спеціальних конструкцій, що дорівнює 1,5 % мінімальної заробітної плати для наземних конструкцій, 0,5% для навісних.

S – площа місця розташування спеціальної конструкції м² згідно з пунктом 2.1 цього Порядку;

Кз – зональний коефіцієнт, який залежить від місця розташування спеціальної конструкції, та дорівнює:

Кз=1,5 – зона території Національного заповідника «Глухів»,

Кз=1,2 – зона території історичного ареалу Національного заповідника «Глухів»,

Кз=1,03 – периферійна зона території.

Кф =2.5– коефіцієнт для реклами комерційного призначення

3.2. Розмір плати за тимчасове користування спеціальних конструкцій зазначених в пункті 2.2. цього Порядку, обчислюється за такою формулою:

$$C = S \times P \times K_z, \text{ де}$$

C – річна плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальної конструкції, грн.;

S – площа місця розташування спеціальної конструкції м² згідно з пунктом 2.2 цього Порядку;

P – базовий розмір плати за 1 м² площі місця розташування спеціальних конструкцій, що дорівнює 1,5 % мінімальної заробітної плати для наземних конструкцій, 0,5% для навісних.:

Кз – зональний коефіцієнт, який залежить від місця розташування спеціальної конструкції, та дорівнює:

Кз=1,5 – зона території Національного заповідника «Глухів»

Кз=1,2 – зона території історичного ареалу Національного заповідника «Глухів».

4. Порядок здійснення оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності міста

4.1. Плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальної конструкції здійснюється розповсюджувачем зовнішньої реклами на підставі договору.

4.2. Плата за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів зараховується до цільового фонду соціально-економічного та культурного розвитку міста.

Міський голова

М.Терещенко

Додаток № 1
до Правил розміщення
зовнішньої реклами міста Глухова

Міському голові

(виконавчий комітет міської ради)

_____ р. N _____

ЗАЯВА
про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами

Заявник _____

(для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої

реклами, для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові)

Адреса заявника _____

(для юридичної особи - місцезнаходження, для фізичної особи -

місце проживання, паспортні дані)

Ідентифікаційний код юридичної особи
або ідентифікаційний номер фізичної особи _____

Телефон (телефакс) _____

Прошу надати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами за
адресою _____

(повна адреса місця розташування рекламного засобу)

строком на _____

(літерами)

Перелік документів, що додаються _____

Заявник
або уповноважена
ним особа

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

М. П.

Додаток №2
до Правил розміщення
зовнішньої реклами міста Глухова

ДОЗВІЛ
на розміщення зовнішньої реклами

Виданий _____ р. на підставі рішення _____
(дата видачі)

_____ (виконавчий орган сільської, селищної, міської ради, дата і номер рішення)

_____ (для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, для фізичної

_____ особи - прізвище, ім'я та по батькові)

_____ (місцезнаходження (місце проживання), номер телефону (телефаксу), банківські реквізити,

_____ ідентифікаційний код (номер)

Адреса місця розташування рекламного засобу _____

Характеристика (в тому числі технічна) рекламного засобу _____

_____ (вид, розміри, площа місця розташування рекламного засобу)

Фотокартка або комп'ютерний макет місця з фрагментом місцевості (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу

Ескіз з конструктивним рішенням рекламного засобу

Топогеодезичний знімок місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу

Відповідальний за топогеодезичне знімання

_____ М. П.
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник робочого органу

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

М. П.

Фотокартка місця (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів) після розташування на ньому рекламного засобу

Керівник робочого органу

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

М. П.

АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

I. Визначення проблеми

Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання:

З метою регулювання правовідносин в сфері реклами, призначеної для розповсюдження та споживання на території України прийнятий Закон України „Про рекламу” від 03.07.96 р. N 270/96-ВР (зі змінами та доповненнями), який надає право органам місцевого самоврядування встановлювати власні Правила розміщення зовнішньої реклами на відповідній території. Крім того, ст.16 цього Закону встановлює, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами міських рад, та в порядку встановленому цими органами на підставі Правил розміщення зовнішньої реклами, виникла потреба щодо приведення Порядку розміщення зовнішньої реклами у місті Глухів, затвердженого рішенням виконавчого комітету Глухівської міської ради від 05.04.2012 № 351 у відповідність до вимог Законів України «Про рекламу». На теперішній час в місті Глухів не врегульовано питання з розміщення зовнішньої реклами, не існує нормативно-правового акту, щодо прозорого механізму для послідовних дій суб'єктів господарювання, яким необхідно оформити дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

| Показники результативності по роках | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|-------|-------|-------|-------|
| Надходження до міського бюджету плати за місце розташування зовнішньої реклами, грн./рік | 40266 | 40266 | 40986 | 40986 |
| Кількість діючих договорів | 35 | 35 | 36 | 36 |

Причини виникнення проблеми:

- Причиною є зміна законодавства в сфері розміщення зовнішньої реклами

Підтвердження важливості проблеми:

Набрала чинності постанова Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1173 „Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо відповідності основним вимогам до дозвільної системи у сфері господарської діяльності”, якою внесено зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 „Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами”

Показники інсування та масштабу проблеми

| Назва показника | Одиниця виміру | Значення | Джерело даних |
|------------------|----------------|----------|---|
| Зовнішня реклама | шт | 36 | відділ містобудування та архітектури міської ради |

Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив:

| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
|---|-----|----|
| Держава | + | - |
| Громадяни | + | - |
| Суб'єкти господарювання | + | - |
| у тому числі суб'єкти малого підприємництва | + | - |

Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою ринкових механізмів:

Розв'язання даної проблеми за допомогою ринкового механізму неможливе, оскільки чинне законодавство чітко регламентує, що саме органи місцевого самоврядування встановлюють правила розміщення та розмір плати за місце розташування зовнішньої реклами.

Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою діючих регуляторних актів:

Проблема не може бути розв'язана за допомогою діючих регуляторних актів тому, що це буде суперечить вимогам Закону України "Про рекламу"

II. Цілі державного регулювання

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

- встановлення чіткого розміру платежів за використання місць, що належать до комунальної власності, для розміщення спеціальних конструкцій;
- - створення єдиної цілісної впорядкованої структурованої та прозорої системи в галузі розміщення зовнішньої реклами у місті Глухів;
- - створення сучасного правового простору, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цього сектору ринку у місті Глухів;
- - врегулювання питання, пов'язані з:
 - 1) організацією взаємодії між розповсюджувачами зовнішньої реклами, оператором та виконавчим комітетом міської ради;
 - 2) встановленням порядку та умов надання, внесення змін, погодження та скасування дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
 - 3) встановленням архітектурних, містобудівних та інших вимог щодо розміщення спеціальних конструкцій у місті Глухів;
 - 4) створенням системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами;
 - 5) визначенням підстав та порядку визначення розмірів плати за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій, які перебувають у комунальній власності;
 - 6) визначенням порядку надання місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

1. Визначення альтернативних способів

| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
|-------------------------|---|
| Альтернатива 1 | Залишити проблему без змін |
| Альтернатива 2 | Видача дозволів та встановлення ціни за місце розташування зовнішньої реклами незалежно від місцевості. |
| Альтернатива 3 | дифференціація оплати за місце розташування зовнішньої реклами в залежності від територіальної зони міста |

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|-------------------------|---------------|----------------|
| Альтернатива 1 | відсутні | відсутні |

| | | |
|----------------|--|---|
| Альтернатива 2 | встановлення сталої ціни для реклами як в центрі міста так і на периферії надасть можливість збільшити надходження до бюджету однаково високі для рекламодавців реклама яких встановлена в центрі міста так і для периферії | відсутні |
| Альтернатива 3 | <ul style="list-style-type: none"> - збільшення надходжень до міського бюджету; - створення прозорої системи прийняття рішень виконавчого комітету Глухівської міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами.; - стимулювання розвитку суб'єктів господарювання, що працюють у сфері зовнішньої реклами. Унеможливлення хаотичного та незаконного розміщення зовнішньої реклами. | Процедура розробки регуляторного акту (витрати робочого часу спеціалістів пов'язані з підготуванням регуляторного акту) |

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|--|----------|
| Альтернатива 1 | відсутні | відсутні |
| Альтернатива 2 | додаткові надходження до бюджету, які спрямовуються на розвиток міста; | відсутні |
| Альтернатива 3 | <ul style="list-style-type: none"> - додаткові надходження до бюджету, які спрямовуються на розвиток міста; - розширення доступу до рекламної інформації | відсутні |

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Альтернатива 1

| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
|--|--------|---------|------|-------|-------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 0 | 0 | 0 | 16 | 16 |

| | | | | | |
|--|----|----|----|------|---------|
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 0% | 0% | 0% | 100% | 100,00% |
|--|----|----|----|------|---------|

Альтернатива 2

| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
|--|--------|---------|------|-------|---------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 0 | 0 | 0 | 16 | 16 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 0% | 0% | 0% | 100% | 100,00% |

Альтернатива 3

| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
|--|--------|---------|------|-------|---------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 0 | 0 | 0 | 16 | 16 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 0% | 0% | 0% | 100% | 100,00% |

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|---|--|
| Альтернатива 1 | відсутні | відсутні |
| Альтернатива 2 | відсутні | збільшення плати за місце розміщення реклами для всіх рекламодавців однакова |
| Альтернатива 3 | Забезпечення прозорості процедури розміщення зовнішньої реклами в межах міста, що в свою чергу надасть можливість. Забезпечення розвитку ринку рекламних послуг | Плата за користування місцем розташування спеціальної конструкції |

Оцінка сумарних витрат за альтернативами

| Сумарні витрати за альтернативами | Сума витрат, гривень |
|-----------------------------------|------------------------------|
| Альтернатива 1 | 0 |
| Альтернатива 2 | 3722,24 |
| Альтернатива 3 | 3351,04 2680,8 2300,96 |

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

| Рейтинг результативності (досягнення цілей під час) | Бал результативності (за чотирибальною системою) | Коментарі щодо присвоєння відповідного |
|---|--|--|
|---|--|--|

| вирішення проблеми) | оцінки) | бала |
|---------------------|---|--|
| Альтернатива 1 | 1 - цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати) | Альтернатива не може бути прийнятою, так як суперечить чинному законодавству |
| Альтернатива 2 | 2 - цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невирішеними) | альтернатива не є прийнятною так як суперечить чинному законодавству, місця та ціни не будуть врегульовані |
| Альтернатива 3 | 4 - цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде) | Встановлення чіткої та прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами в межах міста |

| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумок) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу |
|--------------------------|---|--|---|
| Альтернатива 1 | Держава: відсутні Громадяни: відсутні Суб'єкти господарювання: відсутні | Держава: відсутні Громадяни: відсутні Суб'єкти господарювання: Витрати: відсутні Сумарні витрати, грн: | Ситуація залишена без змін - призведе до порушення вимог чинного законодавства пов'язаного з порядком розміщення зовнішньої реклами та укладенням договорів |
| Альтернатива 2 | Держава: встановлення сталої ціни для реклами як в центрі міста так і на периферії надасть можливість збільшити надходження до бюджету однаково високі для рекламодавців реклама яких встановлена в центрі міста так і для периферії Громадяни: додаткові надходження до | Держава: відсутні Громадяни: відсутні Суб'єкти господарювання: збільшення плати за місце розміщення реклами для всіх рекламодавців однаково Сумарні витрати, грн: 3722,24 | Проблема не вирішена в повному осязі, ціни місця розміщення не врегульовані |

| | | | |
|----------------|--|---|--|
| | бюджету, які спрямовуються на розвиток міста; Суб'єкти господарювання: відсутні | | |
| Альтернатива 3 | <p>Держава: - збільшення надходжень до міського бюджету; - створення прозорої системи прийняття рішень виконавчого комітету Глухівської міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами.; - стимулювання розвитку суб'єктів господарювання, що працюють у сфері зовнішньої реклами. Унеможливлення хаотичного та незаконного розміщення зовнішньої реклами</p> <p>Громадяни: - додаткові надходження до бюджету, які спрямовуються на розвиток міста; - розширення доступу до рекламної інформації</p> <p>Суб'єкти господарювання: Забезпечення прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами в межах міста, що в свою чергу надасть можливість. Забезпечення розвитку ринку рекламних послуг</p> | <p>Держава: Процедура розробки регуляторного акту (витрати робочого часу спеціалістів пов'язані з підготуванням регуляторного акту))</p> <p>Громадяни: відсутні</p> <p>Суб'єкти господарювання: Витрати: Плата за користування місцем розташування спеціальної конструкції</p> <p>Сумарні витрати, грн: 3351,04 2680,8 2300,96</p> | <p>Прийняття даного регуляторного акту суттєво впорядкує роботу органів місцевого самоврядування і покращить порозуміння між цими органами та суб'єктами господарювання. У разі затвердження Правил, очікується зменшення кількості самовільно розміщених об'єктів зовнішньої реклами. Можливість досягнення визначених цілей регуляторного акту забезпечується у разі виконання суб'єктами господарювання, посадовими особами місцевого самоврядування та місцевих дозвільних органів вимог положень запропонованого проекту регуляторного акту</p> |

| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта |
|----------------|--|--|
| Альтернатива 1 | суперечить чинному законодавству | високий |
| Альтернатива 2 | суперечить чинному законодавству | високий |
| Альтернатива 3 | Встановлення чіткої та прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами в межах міста Глухів | низький |

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

Запропоновані механізми регуляторного акта, за допомогою яких можна розв'язати проблему:

- Основними механізмами, які забезпечують визначення проблеми є встановлення чітких правил розміщення зовнішньої реклами в межах міста Глухів, дифференціація ціни в залежності від місця встановлення реклами (центр периферія) зокрема, Розпорядження спрямоване на встановлення правил організації діяльності по видачі, відмові у видачі, переоформленні, видачі дублікату та анулювання дозволів; встановлено механізми демонтажу рекламних засобів, а також вимоги, заборони та обмеження до розміщення зовнішньої реклами, здійснення контролю за дотриманням вимог Порядку тощо

Заходи, які мають здійснити органи влади для впровадження цього регуляторного акта:

- Базове відстеження результативності регуляторного акта буде проводитись на етапі підготовки та затвердження регуляторного акта.

VI. 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

Питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, перевищує 10 відсотків, розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва здійснено згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва).

Витрати на одного суб'єкта господарювання малого підприємництва, що виникають внаслідок дії регуляторного акта

| № з/п | Витрати малого підприємництва | За перший рік | За п'ять років |
|-------|--|---------------|---|
| 1 | Витрати, пов'язані з поданням заяви та документів на конкурс проєктів зі створення нових робочих місць: -вартість проїзду для подачі заявита документів = 6,00 грн. (вартість проїзду в міському пасажирсь- | 9,8 | Потреба в розрахунку на 5 років відсутня. |

| | | | |
|----|---|----------------------------|--|
| | <p>кому транспорті 3,00 грн. x 2 рази (в обидва кінця); - витрати матеріальних ресурсів для надання копії документів = 2 грн. (4 арк. x 0,5 грн.); - витрати часу на подання заяви – 0,08 год. (22,41 грн. x 0,08 год.) = 1,8грн.; - разом витрати 6,00грн. + 2,00 грн. + 1,8грн. = 9,8 грн.</p> | | Документи подаються один раз |
| 2 | <p>Витрати, пов'язані з оформленням договору на установку зовнішньої реклами, грн.: - вартість проїзду для оформлення договору на установку зовнішньої реклами, грн.: (2 раз x 3,00грн. = 6,00 грн.); - витрати часу для отримання договору – 0,33 год. (22,41 грн. x 0,33 год.) = 7,40 грн.; - разом витрати 6,00грн. + 7,40грн. = 13,40грн.</p> | 13,40 | Потреба в розрахунку на 5 років відсутня. Документи оформлюються, видаються-переможцю конкурсу один раз на рік |
| 3 | <p>Оплата за місце розташування 1 м². зовнішньої реклами з дифференціацією території здійснюється за формулою: $C = P \times S \times K_z \times K_f$, де С-місячна плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальної конструкції Р- базовий розмір плати за 1 кв.м площі = 1,5% мінімальної заробітної плати = 55,85грн S- площа місця розташування = 1 K_z – зональний коефіцієнт (територія національного заповідника-1,5; зона історичного ареалу національного заповідника-1,2; периферійна зона- 1,03) K_f – коефіцієнт комерційного призначення -2,5 $C = 55,85 * 1 * 1,5 * 2,5 = 209,44$ (для територія національного заповідника) $C = 55,85 * 1 * 1,2 * 2,5 = 167,55$ (для зони історичного ареалу національного заповідника) $C = 55,85 * 1 * 1,03 * 2,5 = 143,81$ (для периферійної зони)</p> | 209,44 167,55 143,81 | |
| 3 | РАЗОМ (сума рядків: 1+2+3) грн. | 232,64 190,75 167,01 | Потреба в розрахунку на 5 років відсутня |
| 4 | Кількість суб'єктів господарювання малого підприємства, на яких буде поширено регулювання, одиниць | 16 | Розрахунок не можливий |
| 5 | Сумарні витрати суб'єктів господарювання малого підприємства на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 3 x рядок 4), грн. | 3722,24 3052 2672,16 | Потреба в розрахунку на 5 років відсутня |
| ** | Альтернативний варіант | | |
| 6 | Витрати для 1 суб'єкта господарювання малого підприємства, який сплачує за місце розташування зовнішньої реклами не враховуючи дифференціацію території | 232,64 | Додаткових витрат не передбачено |

| | | | |
|----|---|---------|----------------------------------|
| | <p>приймавши коефіцієнт як для національного заповідника -1,5 та не враховуючи понижаючий коефіцієнт для місцевого виробника</p> <p>-вартість проїзду для подачі заявита документів = 6,00 грн. (вартість проїзду в міському пасажирському транспорті 3,00 грн. x 2 рази (в обидва кінця);</p> <p>- витрати матеріальних ресурсів для надання копії документів = 2 грн. (4 арк.х 0,5 грн.);</p> <p>- витрати часу на подання заяви – 0,08 год. (22,41 грн. x 0,08 год.) =1,8грн.;</p> <p>- разом витрати 6,00грн. +2,00 грн. +1,8грн. =9,8 грн.</p> <p>вартість проїзду для оформлення договору на установку зовнішньої реклами, грн.:</p> <p>(2 раз x 3,00грн. =6,00 грн.);</p> <p>- витрати часу для отримання договору – 0,33 год. (22,41 грн. x 0,33год.) =7,40 грн.;</p> <p>- разом витрати 6,00грн. +7,40грн. =13,40грн</p> <p>$C=P \times S \times K_z \times K_f$, де</p> <p>C-місячна плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальної конструкції</p> <p>P- базовий розмір плати за 1кв.м площі =1,5% мінімальної заробітної плати =55,85грн</p> <p>S- площа місця розтошування =1</p> <p>K_z – зональний коефіцієнт (територія національного заповідника-1,5)</p> <p>K_f – коефіцієнт комерційного призначення -2,5</p> <p>$C=55,85 \times 1 \times 1,5 \times 2,5=209,44$ (для територія національного заповідника)</p> <p>Разом витрати 209,44+13,40+9,8=232,64</p> | | |
| 11 | Сумарні витрати суб'єктів господарювання малого підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання), (рядок 4 x рядок 6), грн. | 3722,24 | Додаткових витрат не передбачено |

*Для розрахунку витрат використовується мінімальний розмір заробітної плати. Згідно із Законом України «Про Державний бюджет України 2018 рік» у 2018 році мінімальна заробітна плата з 01.01.2018 становить 3723,00 грн.,у погодинному розмірі – 22,41 грн.

** Витрати на одного суб'єкта господарювання малого підприємництва можуть бути збільшені, якщо не враховувати дифференціацію території та понижаючий коефіцієнт ..

Розрахунок відповідних витрат на одного суб'єкта господарювання

| Вид витрат | Витрати на оплату проїзду, грн. | Витрати на виготовлення копії документів, грн. | Вартість часу на подання заяви, грн. | Разом за рік | Витрати за п'ять років, грн. |
|------------|---------------------------------|--|--------------------------------------|--------------|------------------------------|
|------------|---------------------------------|--|--------------------------------------|--------------|------------------------------|

| | | | | | |
|---|------|------|------|------|--|
| Витрати, пов'язані з поданням заяви та документів на конкурс проектів зі створення нових робочих місць, грн.: -вартість проїзду для подачі заявита документів = 6,00 грн. (вартість проїзду в міському пасажирському транспорті 3,00 грн. x 2 рази (в обидва кінця); - витрати матеріальних ресурсів для надання копії документів = 2 грн. (4 арк.х 0,5 грн.); - витрати часу на подання заяви – 0,08 год. (22,41грн. x0,08 год.) =1,80 грн. | 6,00 | 2,00 | 1,80 | 9,80 | Потреба в розрахунку на 5 років відсутня. Документи подаються один раз |
|---|------|------|------|------|--|

| Вид витрат | Витрати на оплату проїзду, грн. | Витрати на виготовлення копії документів, грн. | Вартість часу на отримання кредитного договору, грн. | Разом за рік | Витрати за п'ять років, грн. |
|--|---------------------------------|--|--|--------------|--|
| Витрати, пов'язані з оформленням договору на встановлення зовнішньої реклами суб'єктами господарювання, грн.: -вартість проїзду для оформлення договору =6,00 грн. (2 раз x 3,00грн. = 6,00 грн.); - витрати часу для отримання договору,– 0,33 год. (22,41 грн. x0,33 год.) = 7,40 грн. | 6,00 | 0,00 | 7,40 | 13,40 | Потреба в розрахунку на 5 років відсутня. Документи оформлюються, раз на рік |

VII. ТЕСТ малого підприємництва (М-Тест)

1. Консультації з представниками малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та детального переліку процедур, виконання яких необхідне для здійснення регулювання.

| № з/п | Вид консультації (публічні консультації прями («круглі столи», наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити /до підприємців, експертів, науковців тощо) | Чисельність учасників консультацій | Основні результати консультацій (опис) |
|-------|--|------------------------------------|--|
| 1 | Засідання тимчасової робочої групи з питань | 5 | Доцільність ухва- |

| | | | |
|--------------------|--|-----------|---|
| | встановлення зовнішньої реклами суб'єктам господарювання | | лення рішення про затвердження Порядку та пропозиції до нього, розрахунків відповідних витрат суб'єктів господарювання, органів місцевого самоврядування на запровадження регулювання |
| 2 | Нарада з суб'єктами господарювання малого й середнього бізнесу міста (підприємці міста які мають встановлену зовнішню рекламу) | 16 | |
| УСЬОГО ОСІБ | | 21 | |

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва

Чисельність суб'єктів мікропідприємництва – 16, на яких поширюється регулювання.

Чисельність зазначених суб'єктів господарювання може змінюватися в залежності від кількості залучених нових рекламодавців, або скасування діючих дозволів.

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

Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва включає витрати, пов'язані з поданням заяви на розгляд виконавчого комітету Глухівської міської ради, та оформленням дозволу на встановлення зовнішньої реклами.

ВИТРАТИ

на одного суб'єкта господарювання малого підприємництва, що виникають унаслідок дії регуляторного акта

| № з/п | Витрати | За перший рік | Періодичні (за наступний рік) | За п'ять років |
|-------|--|---------------|--|--|
| 1 | Витрати, пов'язані з поданням заяви та документів на видачу дозволу -вартість проїзду для подачі заявита документів =6,00 грн. (вартість проїзду в міському пасажирському транспорті 3,00 грн. x 2 рази (в обидва кінця); - витрати матеріальних ресурсів для надання копії документів (4 арк.x 0,50 грн.) = 2,00 грн.; - витрати часу подання заяви – 0,08 год. (22,41 грн. x0,08 год.) = 1,80 грн.; - разом витрати 6,00 грн.+ 2,00 грн.+ 1,80грн.=9,80 грн. | 9,80 | Потреба в розрахунку відсутня. Документи подаються один раз | Потреба в розрахунку відсутня. Документи подаються один раз |
| 2 | Витрати, пов'язані з оформленням дозволу на встановлення зовнішньої реклами суб'єктами господарювання, грн.: -вартість проїзду для оформлення договору =6,00 грн. (2 раз x3,00грн.=6,00 грн.); - витрати часу для отримання дозволу – 0,33 год. (22,41 грн. x0,33 год.) = 7,40 грн.; - разом витрати 6,00 грн. + 7,40 грн.=13,40 грн. | 13,40 | Потреба в розрахунку відсутня. Документи оформлюються, видаються один раз на рік | Потреба в розрахунку відсутня. Документи оформлюються, видаються один раз на рік |
| 7 | РАЗОМ (сума рядків: 1+2) грн. | 23,20 | Додаткових витрат не передбачено | Додаткових витрат не передбачено |

| | | | | |
|----|--|---------|----------------------------------|----------------------------------|
| 8 | Кількість суб'єктів господарювання малого підприємництва, на яких поширюється регулювання, одиниць | 16 | x | x |
| 9 | Сумарні витрати суб'єктів господарювання малого підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання), (рядок 7 x рядок 8), грн. | 371,20 | Додаткових витрат не передбачено | Додаткових витрат не передбачено |
| ** | Альтернативний варіант | | | |
| 10 | <p>Витрати для 1 суб'єкта господарювання малого підприємництва, який сплачує за місце розташування зовнішньої реклами не враховуючи дифференціацію території прийнявши коефіцієнт як для національного заповідника -1,5 та не враховуючи понижуючий коефіцієнт для місцевого виробника</p> <p>-вартість проїзду для подачі заявки документів = 6,00 грн. (вартість проїзду в міському пасажирському транспорті 3,00 грн. x 2 рази (в обидва кінця);</p> <p>- витрати матеріальних ресурсів для надання копії документів = 2 грн. (4 арк.x 0,5 грн.);</p> <p>- витрати часу на подання заяви – 0,08 год. (22,41 грн. x 0,08 год.) =1,8грн.;</p> <p>- разом витрати 6,00грн.+2,00 грн.+1,8грн.=9,8 грн.</p> <p>вартість проїзду для оформлення договору на установку зовнішньої реклами, грн.: (2 раз x 3,00грн.=6,00 грн.);</p> <p>- витрати часу для отримання договору – 0,33 год. (22,41 грн. x 0,33год.) =7,40 грн.;</p> <p>- разом витрати 6,00грн.+7,40грн.=13,40грн</p> <p>$C = P \times S \times K_z \times K_f$, де</p> <p>C-місячна плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальної конструкції</p> <p>P- базовий розмір плати за 1кв.м площі =1,5% мінімальної заробітної плати =55,85грн</p> <p>S- площа місця розтошування =1</p> <p>K_z – зональний коефіцієнт (територія національного заповідника-1,5)</p> <p>K_f – коефіцієнт комерційного призначення -2,5</p> <p>$C = 55,85 * 1 * 1,5 * 2,5 = 209,44$ (для територія національного заповідника)</p> <p>Разом витрати 209,44+13,40+9,8=232,64</p> | 232,64 | Додаткових витрат не передбачено | Додаткових витрат не передбачено |
| 11 | Сумарні витрати суб'єктів господарювання малого підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання), (рядок 8 x рядок 10), грн. | 3722,24 | Додаткових витрат не передбачено | Додаткових витрат не передбачено |

* Для розрахунку витрат використовується мінімальний розмір заробітної плати. Згідно із Законом України «Про Державний бюджет України на 2018 рік» у 2018 році мінімальна заробітна плата з 01.01.2018 становить 3723,00 грн., у погодинному розмірі – 22,41 грн.

** Витрати на одного суб'єкта господарювання малого підприємництва можуть бути збільшені, якщо не враховувати дифференціацію території та понижаючий коефіцієнт ..

4. Розроблення коригуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запровадження регулювання

На основі оцінки сумарних витрат малого підприємництва на виконання запланованого регулювання (за перший рік регулювання та за п'ять років) передбачається запровадження дифференціації території на зони та ввід понижаючого коефіцієнту

VIII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Термін дії запропонованого регуляторного акта не обмежується певним проміжком часу.

IX. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Кількісні показники результативності дії регуляторного акта будуть обчислені при проведенні відстежень його результативності.

При відстеженні результативності дії регуляторного акта будуть використані такі показники:

| № з/п | Показники результативності | Перший рік запровадження | За п'ять років |
|-------|--|--|---|
| 1 | Кількість складених договорів, одиниць | 36 | 36 (за умови незмінної кількості рекламодавців та рекламних установок) |
| 2 | Розмір надходжень до міського бюджету від сплати суб'єктами господарювання: оплата за місце розташування 1 м ² . зовнішньої реклами з дифференціацією території здійснюється за формулою: $C = P \times S \times K_z \times K_f$, де С-місячна плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальної конструкції Р- базовий розмір плати за 1 кв.м площі = 1,5% мінімальної заробітної плати = 55,85 грн S- площа місця розташування = 1 K _z – зональний коефіцієнт (територія національного заповідника-1,5; зона історичного ареалу національного заповідника-1,2; периферійна зона- 1,03) K _f – коефіцієнт комерційного призначення -2,5 $C = 55,85 \times 1 \times 1,5 \times 2,5 = 209,44$ (для територія національного заповідника) $C = 55,85 \times 1 \times 1,2 \times 2,5 = 167,55$ (для зони історичного ареалу національного заповідника) $C = 55,85 \times 1 \times 1,03 \times 2,5 = 143,81$ (для периферійної зони) ; - 36 x 209,44 грн. x 12 місяців = 90478,08 грн. 36 x 167,55. грн. x 12 місяців = 72381,6 грн 36 x 143,81 грн. x 12 місяців = 62125,92 грн – за | 90478,08 грн. 72381,6 грн 62125,92 грн | 452390,4 грн 361908 грн 310629,6 грн |

| | | | |
|---|---|---------|---------|
| | перший рік ; - 36 x 209,44 грн. x 60 місяців = 452390,4 грн. 36 x 167,55. грн. x 60 місяців = 361908 грн 36 x 143,81 грн. x 60 місяців = 310629,6 грн - за п'ять років | | |
| 3 | Рівень поінформованості суб'єктів господарювання, пов'язаних з регулюванням | Високий | Високий |

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Запропонований термін дії акта:

безстроково

Обґрунтування запропонованого терміну дії акта:

Строк дії Порядку необмежений. Регуляторний акт може втратити чинність у зв'язку із змінами в законодавстві України.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Досягнення цілі державного регулювання, задля якого пропонується акт, може бути охарактеризовано наступними кількісними та якісними показниками, значення яких має змінитися за вимірюваний період:

| № | Назва показника | Одиниця виміру | Зараз | 6 місяців | 1 рік | 3 роки |
|---|---|----------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 1 | Розмір надходжень до державного бюджету, пов'язаних з дією акта | грн. | - | - | - | - |
| 2 | Розмір надходжень до місцевих бюджетів, пов'язаних з дією акта | грн. | - | - | - | - |
| 3 | Розмір надходжень до цільового фонду, пов'язаних з дією акта | грн. | 209,44 167,55 143,81 | 1256,64 987,3 862,86 | 2513,28 2010,6 1725,72 | 7539,84 6031,8 5177,16 |
| 4 | Кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта | од. | 16 | не відомо | не відомо | не відомо |
| 5 | Розмір коштів, що витратимуться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта | грн. | 232,64 190,75 167,01 | 1395,84 1144,5 1002,06 | 2791,68 2289 2004,12 | 8375,04 6867 6012,36 |
| 6 | Час, що витратиметься | год. | 13,40 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | | |
|---|--|---|-----|-----|-----|-----|
| | суб`єктами господарювання та/або фізичними особами, пов`язаними з виконанням вимог акта | | | | | |
| 7 | Рівень поінформованості суб`єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта | % | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 8 | | | | | | |

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

Строки проведення базового відстеження результативності регуляторного акта:

Базове відстеження результативності регуляторного акта буде здійснено напередодні набрання чинності регуляторного акта шляхом збору пропозицій і зауважень та їх аналізу у відповідності до Методики відстеження результативності регуляторного акта.

Строки проведення повторного відстеження результативності регуляторного акта:

Повторне відстеження проводитиметься через рік з дня набрання чинності актом.

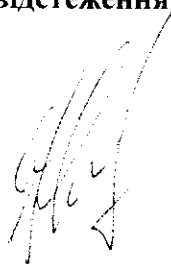
Метод проведення відстеження результативності:

Статистичний

Вид даних, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності:

Статистичні

Начальник відділу містобудування та архітектури



О.ХРЕНОВ



ГЛУХІВСЬКА МІСЬКА РАДА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ВІДДІЛ МІСТОБУДУВАННЯ ТА АРХІТЕКТУРИ

вул. Спаська, 15, м. Глухів, Сумська область, 41400, тел. (05444) 2-41-74

E-mail: по Україні – arhgl@ukr.net, по області – glh_g@oblmail Код ЄДРПОУ 04058048

09.10.2018 № 230

на № від _____

**Державна регуляторна
служба України**
01011, вул. Арсенальна, 9/11,
м.Київ

Згідно ст.34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» надаємо відредагований 1 проект регуляторного акту з аналізом регуляторного впливу для отримання додаткових рекомендацій щодо удосконалення проекту регуляторного акту.

Додаток на 13 арк.

Начальник відділу

О.ХРЕНОВ