



Україна
Оріхівська міська рада
Запорізької області
Виконавчий комітет

вул.Шевченка,11, м. Оріхів, Запорізька область,70500,тел.: (06141)43221, факс:(06141) 43221, E-mail: mail@ormr.gov.ua Web: [http:// www.ormr.gov.ua](http://www.ormr.gov.ua) Код ЄДРПОУ 04593250

Ор.р.дод № *0509/1604* На № _____ від _____

Державна регуляторна служба
України

вул. Арсенальна, 9/11 Київ, 01011

**Про погодження проекту
регуляторного акту**

На виконання листа Державної регуляторної служби України «Стосовно пропозицій щодо удосконалення проекту регуляторного акта» повідомляємо наступне.

Виконавчим комітетом Оріхівської міської ради враховано пропозиції, зазначенні у даному листі від 29.10.2020 № 7127/0/20-20 та внесено відповідні зміни до проекту регуляторного акту «Правила розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради».

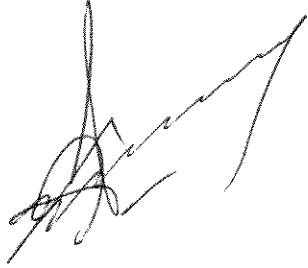
У зв'язку з вищевикладеним, керуючись статтями 21, 34 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», повторно направляє на погодження проект регуляторного акту «Правила розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради».

- Додаток:
1. Проект рішення Оріхівської міської ради «Правила розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради» - на 1 арк. у 1 прим.
 2. Проект регуляторного акту «Правила розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради» - на 6 арк. у 1 прим.
 3. Експертний висновок постійної комісії з питань соціально-економічного розвитку, бюджету, фінансів, підприємництва та регуляторної політики Оріхівської міської ради – на 1 арк. у 1 прим.
 4. Аналіз регуляторного впливу до проекту рішення Оріхівської



- міської ради «Правила розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради» - на 6 арк. у 1 прим.
5. Повідомлення про оприлюднення проекту регуляторного акту «Правила розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради» - на 1 арк. у 1 прим.

Міський голова



Сергій ГЕРАСИМЕНКО



У К Р А Ї Н А
О Р І Х І В С Ь К А М І С Ь К А Р А Д А
З А П О Р І З Ь К О Ї О Б Л А С Т І
С Ъ О М О Г О С К Л И К А Н Н Я
С Е С І Я

ПРОЕКТ РІШЕННЯ

_____ року

№ _____

Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради

Згідно зі ст.25 Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні", ст.7 Закону України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності", Закону України "Про регулювання містобудівної діяльності", Закону України "Про рекламу", Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 "Про затвердження типових правил розміщення зовнішньої реклами", Орхівська міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Правил розміщення зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради (додається).
2. Загальний відділ з питань організації роботи, звернень громадян та забезпечення діяльності виконавчого комітету виконавчого комітету Орхівської міської ради оприлюднити дане рішення в офіційних місцевих засобах масової інформації в 15-денний термін з дня його прийняття.
3. Відповідальність за виконання даного рішення покласти на заступника міського голови з питань діяльності виконавчих органів ради Трифанову О.М.
4. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійну комісію міської ради з питань з питань соціально-економічного розвитку, бюджету, фінансів, підприємництва та регуляторної політики.

Міський голова

Сергій ТЕРАСИМЕНКО

Правила розміщення зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради

I. Загальні положення

1. Дані правила розроблено відповідно до Закону України „Про рекламу”, ст.30 Закону України „Про місцеве самоврядування в Україні”; Закону України „Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності”, Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067, Постанови Кабінету Міністрів України „Про Правила дорожнього руху”, Постанови Кабінету Міністрів України від 30.03.1994 № 198 „Про затвердження Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони”.

2. Цей Правила регулює відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території міста Орхів та сіл Новопавлівка, Новоандріївка та Щербаків, Новоданилівка, Нестерянка, Мирне, Копані (далі - Орхівська міська рада), та визначає порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

3. Зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчим органом міської ради до цього Порядку.

4. Справляння плати за видачу зазначених дозволів виконавчими органами сільських, селищних, міських рад забороняється.

II. Визначення термінів.

2.1. В цьому Порядку терміни вживаються у такому значенні:

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

виконавчий орган ради - виконавчий комітет Орхівської міської ради;

робочий орган – відділ бюджетних відносин виконавчого комітету Орхівської міської ради, яке уповноважено Орхівською міською радою виконувати покладені на нього цим Порядком функції;

дозвіл - документ установленної форми, виданий розповсюдженцю зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого комітету Орхівської міської ради, який дає право на розміщення об'єкта зовнішньої реклами на певний строк та у певному місці;

місце розташування рекламного засобу - площа зовнішньої поверхні будинку, споруди, елемента вуличного обладнання або відведеної території на відкритій місцевості у межах Орхівської міської ради, що надається розповсюдженцю 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 наземні (повітряні), плоскі та об'ємні стенди, щити, панно, транспаранти, тролі, таблички, коробки, механічні, динамічні, електронні табло, екрани, панелі, тумби, складні просторові конструкції, аеростати, повітряні кулі тощо), які використовуються для розміщення реклами;

ввіска чи табличка - елемент на будинку, будівлі або споруді з інформацією про зареєстроване найменування особи, знаки для товарів і послуг, що належать такій особі, від 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, якій не є рекламою.

2.2. Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в Законі України "Про рекламу".

III. Повноваження робочого органу

3.1. Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами Оріхівська міська рада може утворювати відділ, управління, інший виконавчий орган або покласти відповідні функції на існуючий відділ, управління (далі - робочий орган).

Робочий орган не вправі подавати заяву та одержувати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.

Регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами здійснюється відділом бюджетних відносин (далі – робочий орган).

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

3.2. До повноважень робочого органу належать:

3.2.1. розгляд заяв щодо зовнішньої реклами здійснюється відповідно Закону України «Про дозвільну систему» та Закону України «Про рекламу»;

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

3.2.3. підготовка проекту рішення виконавчого органу ради щодо надання дозволу чи про відмову у його наданні;

3.2.4. видача дозволу на підставі рішення виконавчого органу ради;

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

3.2.6. подання територіальним органам спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів в Запорізькій області матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами в разі виникнення таких випадків;

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

3.2.8. робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

IV. Порядок надання дозволу

4.1. Для одержання дозволу заявник подає робочому органу через Центр з надання адміністративних послуг (надалі - ЦНАП) заяву за формою згідно з додатком 1, до якої додаються:

4.1.1. 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.

Прийняття від суб'єкта господарювання документів необхідних для надання адміністративних послуг та повернення документів (результату надання адміністративної послуги) здійснюється виключно адміністратором "ЦНАПу".

4.2. За наявності документів, передбачених пунктом 4.1, цих Правил, відомості про заяву у той же день вносяться робочим органом 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 3.

У разі прийняття рішення про відмову у видачі дозволу робочий орган надіслав заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням підстав, передбачених законом.

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

4.3. Для одержання дозволу заявник подає робочому органу через ЦНАП документи, а 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 3.

4.4. У разі прийняття рішення про відмову у видачі дозволу робочий орган надіслав заявникові вмотивовану відповідь із зазначенням підстав, передбачених законом.

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

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

4.7. 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.

4.8. 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.

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

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

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

4.12. 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).

4.13. 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.

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

4.15. 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 місяці.

V. Порядок погодження дозволу

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

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

5.1.2. органом виконавчої влади Автономної Республіки Крим, обласною, Київською та Севастопольською міськими держадміністраціями - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках місцевого значення, а також в межах зон охорони цих пам'яток;

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

5.1.4. 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.

5.2. 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.

5.3. 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.

VI. Загальні вимоги до розміщення рекламних засобів

6.1. Рекламні засоби повинні відповідати таким вимогам:

6.1.1. розміщуватися з дотриманням вимог техніки безпеки, зазначених у 6.6-6.9 цього Порядку;

6.1.2. розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;

6.1.3. освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;

6.1.4. фундамент наземної зовнішньої реклами, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;

6.1.5. 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;

6.1.6. 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;

6.1.7. у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з покотами будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або

огорожами лінійю.

6.2. 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 дотриманням правил благоустрою територій населених пунктів.

Розташування об'єктів зовнішньої реклами на фасадах будинків та споруд має здійснюватися зі збереженням структурної побудови фасадів без пошкодження елементів архітектури.

6.3. Забороняється розташовувати рекламні засоби:

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

6.3.2. на висоті менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини.

6.4. 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.

6.5. Реклама алкогольних напоїв та потіонових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими виносяться алкогольні напої та потіонові 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 рекламних засобів, встановлений пунктами 6.1.-6.5. цього Порядку, є вичерпним.

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

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

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

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

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

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

VII. Порядок розміщення вивісок та табличок.

7.1. Вивіски чи таблички:

7.1.1. повинні розміщуватися без втручання у несучі конструкції, легко демонтуватися, щоб не створювати перешкоди під час робіт, пов'язаних з експлуатацією та ремонтом будівель і споруд, на яких вони розміщуються;

7.1.2. не повинні відтворювати зображення дорожніх знаків;

7.1.3. не повинні розміщуватися на будинках або спорудах - об'єктах незавершеного будівництва;

7.1.4. площа поверхні не повинна перевищувати 3 кв.метрів.

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

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

7.3.1. припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичної особи - підприємця;

7.3.2. невідповідності розміщення вивіски чи таблички вимогам щодо її розміщення, наданим у визначенні, та архітектурним вимогам, державним нормам, стандартам і правилам, санітарним нормам;

7.3.3. порушення благоустрою території.

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

VIII. Контроль за дотриманням вимог цього Порядку та відповідальність за їх порушення

8.1. Контроль за додержанням цього Порядку здійснює робочий орган виконавчого комітету Оріхівської міської ради та адміністративний відділ виконавчого комітету Оріхівської міської ради.

8.2. У разі порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами робочий орган звертається до власника рекламного засобу з вимогою усунення порушень у визначений термін.

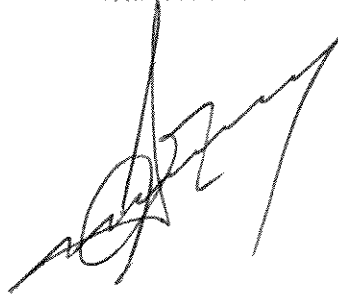
У разі невиконання цієї вимоги орган, який здійснює контроль, подає інформацію спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

У разі невиконання власником зовнішньої реклами вимог згідно з п.9.1 цього Порядку робочий орган готує проект рішення виконавчого комітету Оріхівської міської ради щодо анулювання дозволу на рекламного засобу.

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

8.4. Розповсюджувач зовнішньої реклами, винний у порушенні цього Порядку, несе відповідальність згідно із законодавством.

Міський голова



Сергій ГЕРАСИМЕНКО

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 визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 25.07.2020 по 10.08.2020.

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	8	Надано пропозиції щодо вдосконалення розробленого проекту акта
2	Інтернет консультації	4	Надано пропозиції щодо вдосконалення розробленого проекту акта

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро - та малі):

Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 57 (одиниць), у тому числі малого підприємництва 3 (одиниць) та мікропідприємства 54 (одиниць);

Питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100 (відсотків) (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання» додатка 1 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта).

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

Порядковий номер	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
------------------	---------------------	---	-------------------------------	------------------------

1	Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів) Формула: Кількість необхідних одиниць обладнання X	0	0	0
2	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування Формула: Прямі витрати на процедури перевірки (проведення первинного обстеження) в органі державної влади витрати часу на процедуру обліку (на одиницю обладнання) X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата X оціночна кількість процедур обліку за рік) X кількість необхідних одиниць обладнання одному суб'єкту малого підприємництва	0	0	0
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні	0	0	0

	витрати - матеріали) Формула: оцінка витрат на експлуатацію обладнання (витратні матеріали та ресурси на одиницю обладнання на рік) X кількість необхідних одиниць обладнання одному суб'єкту малого підприємства			
4	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування) Формула: оцінка вартості процедури обслуговування обладнання (на одиницю обладнання) X кількості процедур технічного обслуговування на рік на одиницю обладнання X кількості необхідних одиниць обладнання одному суб'єкту малого підприємства	0	0	0
5	Інші процедури (уточнити)			
6	Разом, гривень Формула: (сума рядків 1+2+3+4+5)	0	0	0
7	Сумарно, гривень Формула: відповідний стовпчик «разом» X кількість суб'єктів малого підприємства, що повинні виконати вимоги регулювання	0	0	0

Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємства щодо виконання регулювання та звітування

9	<p>Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання</p> <p>Формула: <i>Витрати часу на отримання інформації про регулювання (0,5 год.) + отримання необхідних форм та заявок (0,5 год.)</i> X <i>вартість часу суб'єкта малого підприємництва (24,98 грн./год. *)</i> (★мінімальна заробітна плата на території Оріхівської міської ради за 2020 року - 4723 грн. поділити на середню тривалість робочого часу 167 годин/місяць)</p>	28,28		28,28
10	<p>Процедури організації виконання вимог регулювання</p> <p>Формула: <i>Витрати часу на розроблення та організацію внутрішніх для суб'єкта господарювання процедур</i></p> <p><i>впровадження</i></p>	56,56		56,56
	<p><i>вимог регулювання (2 год. x 28,28 грн.)</i></p>			

11	<p>Процедури офіційного звітування</p> <p>Формула: <i>Витрати часу на отримання інформації про порядок звітування щодо регулювання, отримання необхідних форм та визначення органу, що приймає звіти та місця звітності + витрати часу на заповнення звітних форм + витрати часу на передачу звітних форм (окремо за засобами передачі інформації з оцінкою кількості суб'єктів, що користуються формами засобів - окремо електронна звітність, до орган, поштовим зв'язком тощо) + оцінка витрат часу на корегування (оцінка природного рівня помилок) X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата X кількість періодів звітності за рік</i></p>	0	0	0
12	<p>Процедури щодо забезпечення процесу перевірок</p> <p>Формула: <i>Витрати часу на забезпечення процесу на забезпечення</i></p>	0	0	0

	<i>процесу перевірок з боку контролюючої організації (0 год.)</i> <i>вартість часу суб'єкта малого підприємництва (0 грн./год.)</i>			
13	Інші процедури (уточнити)		-	-
14	Разом, гривень Формула: (сума рядків 9 - 10 - 11 - 12 - 13)	84,84		84,84
15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання одиниць	57	57	57
16	Сумарно, гривень Формула: Відповідний стовпчик «разом» X кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 14 X рядок 15)	4836.04		4836.04

*В середньому дозвіл планується видавати на 5 років

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва.

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва за потреби)	Планові витрати часу на процедур У	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата) грн./год.	Оцінка кількості процедур за рік, що надають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що надають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання (за рік), гривень

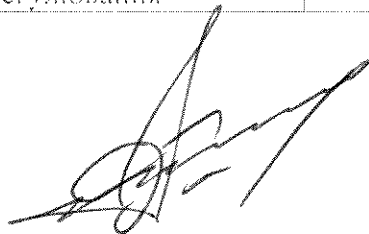
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	0,5 год.	28,28 (мінімальна заробітна плата на території Орхівської міської за 2020 року - 4723 грн. поділити на середню тривалість робочого часу 167 (годин/місяць))	1	57	6344,92 (мінімальна заробітна плата на кількість витрат часу на процедуру X кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання)
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, тому числі: камеральні й виїзні перевірки					
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання					
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання					
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єкта господарювання					
6. Підготовка звітності за результатами регулювання					
7. Інші адм ів істративні і процедури (уточнити):	0	0	0	0	0

Разом за рік	X	X	X	X	6344,92
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	6344,92

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	0	0
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	18069,52	18069,52
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	18069,52	18069,52
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	6344,92	6344,92
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	0	0

Міський голова



Сергій ГЕРАСИМЕНКО

Аналіз регуляторного впливу до проекту рішення Оріхівської міської ради «Правил розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради»

Аналіз розроблений на виконання та дотримання вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 року № 308 зі змінами «Про затвердження методики проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта».

Назва регуляторного акта: «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради».

Регуляторний орган: Оріхівська міська рада.

Розробник документа: юридичний відділ виконавчого комітету Оріхівської міської ради

1. Визначення проблеми

Відповідно до Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). Неврегульованість даного питання призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу чинних Правил про зовнішню рекламу, обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій.

Таким чином, зазначена проблема потребує усунення шляхом прийняття Правил розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради, які перебувають у комунальній власності Оріхівської міської ради, що в свою чергу створить сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери в ОТГ.

В умовах незбалансованого зростання витрат міського бюджету по відношенню до надходжень, складно забезпечити життєдіяльність та розвиток громади, виконувати заплановані важливі соціально-економічні проекти. Тому збільшення доходів бюджету в поєднанні з оптимізацією витрат, підвищенням ефективності цільового використання коштів є пріоритетними завданнями органів місцевого самоврядування.

За рахунок надходжень від плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів здійснюється контроль за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, що забезпечує прийнятне естетичне інтегрування рекламних засобів в селищну інфраструктуру, рівні та прозорі умови для всіх учасників ринку.

Прийняття даного рішення, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, сприятиме збільшенню надходжень до міського бюджету, поліпшить контроль та дозволить впорядкувати розміщення зовнішньої реклами.

Тобто міській раді необхідно врегулювати питання видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради шляхом запровадження єдиних правил.

Отже дана проблема не може бути вирішена за допомогою ринкових механізмів та потребує державного регулювання, що надасть можливість розносеюджувачам реклами на законних підставах розміщувати рекламні засоби на території Оріхівської міської ради.

Державне регулювання пропонується здійснити шляхом запровадження цього регуляторного акта, яким передбачається затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради.

Дія цього регуляторного акта поширюватиметься на всій території Оріхівської міської ради, а його вимоги будуть обов'язкові для виконання всіма суб'єктами господарювання, що

здійснююють розміщення реклами на території Оріхівської міської ради.

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

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

2. Цілі державного регулювання

Прийняття рішення Оріхівської міської ради «Правил розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради» (далі - проект):

- забезпечить удосконалення процедури регулювання надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, недопущення занепаду рекламного ринку на території Оріхівської міської ради;

- забезпечить додержання прав та інтересів суб'єктів господарювання при розміщенні окремих видів реклами шляхом визначення соціально справедливого розміру плати за користування місцем розташування рекламних засобів;

- знизить кількість порушень, які спостерігаються при розміщенні рекламних засобів, з боку суб'єктів господарювання;

- забезпечить отримання додаткових надходжень в бюджет Оріхівської міської ради від плати за користування місцем, яке перебуває у комунальній власності громади, для розташування рекламних засобів;

- вдосконалить відносини між органами місцевого самоврядування (виконкомом селищної ради) та суб'єктами господарювання, пов'язані з отриманням дозволу на розміщенням зовнішньої реклами.

Основною ціллю розробки регуляторного акта є врегулювання взаємовідносин, що виникають між Оріхівською міською та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення на території Оріхівської міської ради відповідно до вимог чинного законодавства.

3. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

В якості альтернативи для досягнення встановлених цілей пропонуються два способи:

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1	відмовитись від державного регулювання
Альтернатива 2	прийняття регуляторного акта, що надасть можливість затвердити Правил розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Порушення Закону України «Про рекламу»

Альтернатива 2	Виродження чіткого механізму з видачі дозволів, врегулювання взаємодії Оріхівської міської ради з суб'єктами господарювання; Впорядкування місць та встановлення постійного контролю щодо розміщення зовнішньої реклами на території міської ради; Виконання вимог законодавства.	6344.92 грн./ 1 рік 6344.92 грн./ 5 років (облік суб'єктів господарювання, що перебувають у сфері господарювання)
----------------	---	---

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	Отримання інформаційних послуг від реклами; Врахування вимог безпеки дорожнього руху при розміщенні зовнішньої реклами поза межами населених пунктів.	Відсутність інформації про товари і послуги.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, підпадають під дію регулювання одиниць	0	0	3	54	57
Питома вага групи у загальній кількості відсотків.	0	0	5.26	94.74	X

Перша альтернатива не є прийнятною, оскільки це не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері реклами отримати на законних підставах дозвіл на розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради.

Застосування другої альтернативи надасть можливість врегулювати відносини, які виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради, практичної реалізації положень статті 16 Закону України «Про рекламу».

Затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради матиме вплив на продуктивність суб'єктів господарювання, які надають рекламні послуги.

4. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною)	Коментарі щодо приєднання Відповідного бала
Альтернатива 1	1	Відсутність порядку, що буде регулювати відносини, які виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради

Альтернатива 2	4	Встановлення чіткої та прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради
----------------	---	---

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Відсутні	0	Проблема продовжує існувати
Альтернатива 2	Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів та врегулювання взаємодії Оріхівської міської ради з суб'єктами господарювання та іншими органами при видачі дозволів; Можливість розміщення зовнішньої реклами на території Оріхівської м.р.; Використання вимог законодавства; Отримання інформаційних послуг від реклами; Врахування вимог безпеки дорожнього руху при розміщенні зовнішньої реклами на території Оріхівської міської ради.	44414,17 грн./рік (6344,92 - витрати держави на виконання вимог регулювання; 38069,52 витрати суб'єктів господарювання на виконання вимог регулювання) 44414,17 грн./рік (6344,92 - витрати держави на виконання вимог регулювання; 38069,52 витрати суб'єктів господарювання на виконання вимог регулювання)	Проблема вирішена
Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи		Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Перша альтернатива не є прийнятною, оскільки це не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері рекламних послуг отримати на законних підставах дозвіл на розміщення зовнішньої реклами на території ОТГ		X

Альтернатива 2	Забезпечення прозорості процедури розміщення зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради, що в свою чергу надасть можливість забезпечення розвитку ринку рекламних послуг	Головними зовнішніми чинниками, які впливатимуть на дію регуляторного акта, можуть бути зміни в законодавчій базі з питань діяльності розповсюджувачів реклами, вимог до розміщення рекламних засобів, інших нормативно-правових актів у сфері надання рекламних послуг. На виконання вимог акта впливатимуть і економічні чинники, зокрема, зростання цін. Змін в оподаткуванні тощо, що можуть зменшити кількість отриманих дозволів на розміщення зовнішньої реклами.
----------------	---	--

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

Для досягнення цілей, визначених у другому розділі цього Аналізу регуляторного впливу, проектом регуляторного акта передбачено прийняття рішення Орхівської міської ради про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради.

Регуляторний акт містить норми, які сприятимуть урегулюванню відносин у сфері розміщення зовнішньої реклами. Для впровадження цього акта необхідно здійснити такі організаційні заходи:

1. Забезпечити інформування громадськості про вимоги регуляторного акта шляхом його оприлюднення в мережі Інтернет - на офіційному веб-сайті Орхівської міської ради.
2. Погодження проекту рішення Державною регуляторною службою України.

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

Механізм, закладений в основному проекті регуляторного акта, передбачає затвердження та виконання всіма суб'єктами господарювання Правил розміщення зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради.

Прийняття даних правил надасть можливість Орхівській міській раді видавати дозволи та розміщення зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради, що в свою чергу сприятиме розвитку здорової конкуренції у сфері рекламних послуг на території ОТГ.

При цьому Орхівська міська рада здійснюватиме моніторинг за розміщенням зовнішньої реклами на території Орхівської міської ради, а у випадках не виконання розповсюджувачами реклами вимог цього регуляторного акта вживатиме заходи спрямовані на демонтаж самовільно встановлених рекламних засобів.

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

Органи виконавчої влади та суб'єкти господарювання будуть нести витрати на виконання вимог регуляторного акта.

Тест малого підприємництва додається.

7. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта.

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

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 акта - надходження коштів до місцевого бюджету не зміниться: кількість фізичних та юридичних осіб, на яких поширюється на 57 суб'єктів господарювання;

- обсяг коштів і часу, що витратяться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з використанням вимог акта - 18069,52/ на 1 рік та 3 год. на отримання одного дозволу (Тест малого підприємництва додається); рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб - середній (регуляторний акт розміщено на офіційному сайті міської ради, а також копія акта надаватиметься на вимогу у разі надходження відповідних звернень);

- кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

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

Відстеження результативності регуляторного акта буде відстежуватися постійною комісією з питань планування соціально-економічного розвитку, бюджету та фінансів, з питань інвестиції та розвитку підприємництва, з питань власності комунального майна та приватизації, шляхом моніторингу статистичних даних отриманих Оріхівською міською радою при виконанні вимог цього акта, а також на підставі соціологічних даних, отриманих шляхом опитування суб'єктів господарювання - розповсюджувачів реклами, а також споживачів послуг.

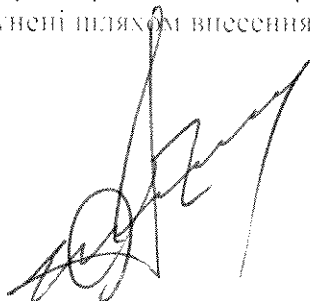
Базове відстеження результативності дії регуляторного акта буде до набрання чинності регуляторним актом.

Повторне відстеження планується провести через рік після набуття чинності регуляторного акта.

Періодичне відстеження планується продовжити один раз на три роки, починаючи від дня закінчення заходів щодо повторного відстеження результативності.

За результатним проведенням відстежень буде можливо порівняти показники результативності дії регуляторного акта. У разі виявлення неврегульованих та проблемних питань, вони будуть усунені шляхом внесення

Міський голова



Сергій ГЕРАСИМЕНКО