

Аналіз регуляторного впливу до проєкту регуляторного акта – проєкту рішення Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади»

Аналіз регуляторного впливу (далі – АРВ) до проєкту рішення Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади» (далі Порядок) підготовлено на виконання та з дотриманням норм Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 №308 «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта» (із змінами).

Регуляторний орган – Краматорська міська рада.

Розробник проєкту регуляторного акта – управління містобудування та архітектури Краматорської міської ради.

I. Визначення проблеми

Діюче по теперішній час на території м. Краматорська рішення міської ради від 13.07.2011 № 7/VI-19 (із змінами) «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Краматорська», до якого рішеннями міської ради вносилися зміни у 2012 році та 2014 році, не відповідає вимогам чинного законодавства. Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання:

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 України, що приводить до необхідності приведення Порядку у відповідність чинному законодавству України. Оскільки, неврегульованість питання призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу чинного Порядку розміщення зовнішньої реклами, обґрунтованості визначення площі місця розташування рекламних засобів.

Таким чином, зазначена проблема потребує усунення шляхом затвердження нового Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади, який буде базовим документом та створить сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери в територіальній громаді.

Отже, до головних проблем, які передбачається розв'язати шляхом державного регулювання, відносяться:

1. Дотримання вимог чинного законодавства щодо розміщення та функціонування об'єктів зовнішньої реклами, їх відповідність технічним та естетичним вимогам;

2. Оновлення порядку визначення плати за тимчасове користування місцем розміщення зовнішньої реклами. Підвищення ефективності використання майна комунальної власності Краматорської територіальної громади.

Аналіз втрат до міського бюджету:

Доходи від сплати за тимчасове користування місцями для розміщення рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності, у 2020 році склали 525 089,00 грн.

У разі відсутності регулювання, плата за тимчасове користування буде нараховуватися за коефіцієнтами диференціації базового тарифу які діють з 2011 року, що спричинить втрати дохідної частини бюджету в розмірі – 90 981,00 гривень. Недоотримання коштів бюджетом матиме негативний вплив на життєдіяльність

територіальної громади, оскільки не буде забезпечено в повному обсязі фінансування соціально важливих місцевих програм.

Підтвердження важливості проблеми:

Важливість проблеми затвердження Порядку та встановлення нових коефіцієнтів диференціації базового тарифу за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами полягає в зміцненні дохідної бази бюджету Краматорської територіальної громади та спрямування отриманих коштів від сплати на вирішення соціальних проблем територіальної громади та покращення інфраструктури населених пунктів.

Враховуючи вищевикладене, Краматорською міською радою розробляється проєкт рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади» в новій редакції та оприлюднюється в засобах масової інформації.

Визначення основних груп (підгруп), на які проблема справляє вплив:

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	-
Органи місцевої влади	+	-
Суб'єкти господарювання, у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	-

Регулятивна функція проєкту рішення Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади» має бути спрямована на правовідносини у галузі зовнішньої реклами та стосується інтересів як суб'єктів господарювання, які здійснюють підприємницьку діяльність у галузі зовнішньої реклами, так і громадян та органів місцевого самоврядування. Обґрунтованість обраних заходів для досягнення наведених цілей наведено в розділі 3 цього Аналізу, в той час як доцільність втручання органів місцевого самоврядування у вирішення наведених проблем продиктовано потребою у захисті прав та законних інтересів мешканців Краматорської територіальної громади та відсутністю реальної можливості їх ефективного вирішення за рахунок виключно ринкових механізмів. Так як, проблеми, які планується врегулювати в результаті прийняття акта, перебувають в площині нормативно-розпорядчих функцій влади і можуть бути вирішені лише прийняттям належного регуляторного акта на місцевому рівні.

Таким чином, зазначена проблема потребує усунення, шляхом прийняття рішення міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади».

II. Цілі державного регулювання

Проєкт є нормативно-правовим актом, розробленим з метою удосконалення та приведення у відповідність до норм чинного законодавства системи в галузі розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади, а саме:

1. Приведення Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади, в тому числі що стосується коефіцієнтів диференціації базового тарифу, у відповідність із Законом України «Про рекламу», Законом України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» та Постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами);

2. Забезпечення ефективної роботи щодо здійснення належного контролю у сфері розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади;

3. Встановлення нових коефіцієнтів диференціації базового тарифу за користування місцями, що належать до комунальної власності, для розміщення зовнішньої реклами;

4. Збалансованість доходності від надання місць, які перебувають у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами;

5. Покращення взаємодії між розповсюджувачами зовнішньої реклами та органами місцевого самоврядування;

6. Забезпечення чіткого та прозорого механізму справляння плати за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами та відповідне наповнення міського бюджету.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Залишення дії чинного рішення без змін	Така альтернатива є неприйнятною у зв'язку з тим, що в даному випадку, відповідно до діючих нормативно-правових актів, виникає ситуація неоднозначного застосування норм чинного законодавства, у зв'язку з невідповідністю нормативно-правових документів. Справляння плати за коефіцієнтами диференціації базового тарифу, які діють з 2011 року, не сприятиме наповненню міського бюджету в можливих обсягах.
Альтернатива 2 Затвердження нового рішення	Прийняття даного рішення міської ради забезпечить досягнення встановлених цілей, а саме: додержання виконання вимог чинного законодавства України у сфері дозвільної системи та надання рекламних послуг; чіткий та прозорий механізм справляння плати за користування місцями та відповідне наповнення міського бюджету. Також цей регуляторний акт відповідає принципам державної регуляторної політики.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави (органів місцевого самоврядування)

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1 Залишення дії чинного рішення без змін	Відсутні	1. Зменшення можливостей для фінансування соціально важливих програм розвитку та інфраструктури громади. 2. Міський бюджет не отримає надходження від надання в тимчасове користування місць для розміщення зовнішньої реклами, що знаходяться в комунальній власності, в розмірі 90,981 тис. грн.
Альтернатива 2 Затвердження нового рішення	1. Забезпечить додержання виконання вимог чинного законодавства України у сфері дозвільної системи та надання	1. Витрати пов'язані з підготовкою регуляторного акту та АРВ в розмірі 1,589 тис. грн.; 2. Оприлюднення регуляторного

	<p>рекламних послуг;</p> <p>2. Сприятиме максимально ефективному використанню комунального майна громади;</p> <p>3. Забезпечить додаткові надходження до міського бюджету від тимчасового використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами, в сумі 90,981 тис. грн.;</p> <p>4. Покращить контроль у галузі розміщення зовнішньої реклами;</p> <p>5. Забезпечить впорядкування місць розміщення зовнішньої реклами.</p>	<p>акту в розмірі 0,108 тис. грн.;</p> <p>3. Проведення відстежень результативності даного регуляторного акта в розмірі 1,156 тис. грн.</p>
--	--	---

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1 Залишення дії чинного рішення без змін	Відсутні	Зменшення можливостей для фінансування соціально важливих програм розвитку громади.
Альтернатива 2 Затвердження нового рішення	<p>1. Забезпечить дотримання вимог чинного законодавства України у сфері дозвільної системи та надання рекламних послуг.</p> <p>2. Сприятиме максимально ефективному використанню комунального майна громади.</p> <p>3. Покращить контроль у галузі розміщення зовнішньої реклами.</p> <p>4. Підвищить надходження до міського бюджету фінансового ресурсу для вирішення соціальних проблем громади, шляхом фінансування окремих соціальних програм.</p>	Відсутні

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі і середні	Малі, в т.ч. мікро-	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	4	15	19

Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	21	79	x
--	----	----	---

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1 Залишення дії чинного рішення без змін	Відсутні	1. Зменшення можливостей для фінансування соціально важливих програм розвитку та інфраструктури громади. 2. Міський бюджет недоотримає надходження від надання в тимчасове користування місць для розміщення зовнішньої реклами, що знаходяться в комунальній власності.
Альтернатива 2 Затвердження нового рішення	1. Забезпечить дотримання вимог чинного законодавства України у сфері дозвільної системи та надання рекламних послуг. 2. Надасть можливість отримання адміністративної послуги. 3. Забезпечить прозорий механізм справляння плати за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами. 4. Забезпечить встановлення чіткої процедури розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади.	Збільшення розміру плати за тимчасове користування місцями для розташування зовнішньої реклами в середньому на 5,20 грн. за 1 м ² на місяць.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

У ході визначення альтернативних способів досягнення поставлених цілей розглянуто наступні:

1. Залишити чинне регулювання і зберегти дану ситуацію без змін.
2. Прийняти запропонований проєкт рішення.

На підставі проведеного аналізу вищезазначених альтернативних способів за допомогою нижченаведених таблиць здійснено вибір оптимального альтернативного способу з урахуванням системи бальної оцінки ступеня досягнення визначених цілей.

Вартість балів визначається за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей, де:

4 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде);

3 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми існувати не будуть);

2 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невирішеними);

1 - цілі прийняття регуляторного акта, які не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1 Залишення дії чинного рішення без змін	1	Цілей не досягнуто в повній мірі. В Порядку не враховано зміни в чинному законодавстві, що регулює відносини, які виникають у зв'язку з розміщенням об'єктів зовнішньої реклами. Вказана альтернатива є неприйнятною.
Альтернатива 2 Затвердження нового рішення	4	Оптимальний варіант збалансування інтересів держави (органів місцевого самоврядування), громадян та суб'єктів господарювання. Встановлення чіткої процедури розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади, додержання принципів державної регуляторної політики та виконання вимог чинного законодавства України у сфері надання рекламних послуг.

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1 Залишення дії чинного рішення без змін	Відсутні	Відсутність в Порядку прийнятих змін до нормативно-правових актів.	Ігноруються інтереси держави та громадян; частково вигідно суб'єктам господарювання. Однак у підсумку не враховано інтересів жодної із сторін.
Альтернатива 2 Затвердження нового рішення	Держава: Дотримання вимог чинного законодавства. Залучення додаткових коштів до міського	Держава: Витрати, пов'язані з прийняттям регуляторного акта, в сумі 2,853 грн. Громадяни:	Є найбільш прийнятною серед запропонованих альтернатив, оскільки дає змогу оптимально

	<p>бюджету. Громадяни: Вирішення соціальних проблем громади за рахунок наповнення дохідної частини міського бюджету. Суб'єкти господарювання: Нарахування та оплата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів відповідно до чинних нормативно-правових актів.</p>	<p>Відсутні. Суб'єкти господарювання: Витрати, пов'язані з оплатою за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами, у середньому, в сумі 71,10 грн. за 1 м² на місяць.</p>	<p>врахувати інтереси держави, громадян та суб'єктів господарювання, досягнути поставлених цілей державного регулювання. Також, враховуючи що коефіцієнти диференціації базового тарифу за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами не коригувалися десять років, запропонований рівень нових коефіцієнтів диференціації базового тарифу не спричинить значного та суттєвого збільшення витрат суб'єктів підприємницької діяльності.</p>
--	---	---	--

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1 Залишення дії чинного рішення без змін	Аргументи для переваги відсутні. Відмова від цієї альтернативи дозволить досягти поставлених цілей.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зміни до чинного законодавства. 2. Недотримання розповсюджувачами зовнішньої реклами платіжної дисципліни. 3. Збільшення/зменшення розповсюджувачів зовнішньої реклами.
Альтернатива 2 Затвердження нового рішення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прийняття даного регуляторного акта забезпечить виконання норм чинного законодавства та залучить додаткові кошти до міського бюджету у розмірі – 90,981 тис. грн. 2. Буде визначено чіткий та 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недотримання розповсюджувачами зовнішньої реклами платіжної дисципліни. 2. Зміни до чинного законодавства України у сфері зовнішньої реклами, а саме прийняття на державному рівні інших умов визначення розміру плати за

	<p>прозорий механізм розрахунку плати за тимчасове користування місцем розміщення зовнішньої реклами, та водночас сприятиме ефективному використанню комунального майна.</p> <p>Причини для відмови від цієї альтернативи відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом врахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив.</p>	розміщення зовнішньої реклами.
--	---	--------------------------------

Таким чином для реалізації обрано Альтернативу 2 – затвердження нового рішення, яке буде відповідати чинному законодавству та встановить коефіцієнти диференціації базового тарифу, які є посилюючими для розповсюджувачів зовнішньої реклами, і забезпечать виконання запланованих надходжень до бюджету громади.

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

Для розв'язання проблеми пропонується прийняти рішення сесії Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади».

Заходи, спрямовані на розв'язання проблеми:

- прийняти рішення сесії Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Краматорської територіальної громади»;
- проводити нарахування плати за використання місць розташування об'єктів зовнішньої реклами згідно з Порядком;
- здійснити необхідні заходи пов'язані з прийняттям рішення, у тому числі щодо приведення договорів на право тимчасового користування місцем для розташування рекламного засобу та є чинними на момент прийняття рішення у відповідність з цим рішенням.

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% (становить 79%), а отже необхідно здійснити розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва) затвердженої постановою Кабінету Міністрів від 11 березня 2004 р. №308 «Про затвердження Методики проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта».

Проект рішення розповсюджується тільки на сферу інтересів суб'єктів господарювання які надають (або мають намір надавати) рекламні послуги або розміщувати рекламу власної господарської діяльності на території Краматорської територіальної громади.

малого підприємництва (М-тест)

1. Консультації з представниками мікро- та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання.

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначання детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 16 березня 2021 року по 16 квітня 2021 року.

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	21	<p>Суб'єктами господарювання надано пропозиції щодо вдосконалення розробленого проекту акта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Додати «Розміщення реклами та/або рекламних засобів на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні (у тому числі опорах) зовнішнього освітлення забороняється». 2. У таблиці в рядку «Відеоекран, що стоїть окремо» додати «використовується для відображення і передачі виключно візуальної інформації (без звукового супроводження)». 3. У таблиці в рядку «Прапор, прапорець, який використовується як рекламоносій, що стоїть окремо» в тексті навести вимоги до висоти флагштоку. 4. Створити зони розташування зовнішньої реклами у м. Краматорськ.
2.	Інтернет-консультації	2	<p>Надано пропозиції щодо вдосконалення розробленого проекту акта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. У таблиці в рядку «Тумба, що

			стоїть окремо» в тексті навести вимоги до площі та висоти тумби. 2. Внести уточнення «базовий тариф 30 (тридцять) гривень на місяць». 3. Додати вимогу щодо технічного обстеження рекламоносіїв.
--	--	--	--

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

кількість суб'єктів малого (в тому числі мікро-) підприємництва, на яких поширюється регулювання, становить 15 (одиниць);

питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 79 (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				
1.	Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів)	0	0	0
2.	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	0	0	0
3.	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати – витратні матеріали)	0	0	0
4.	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	0	0	0
5.	*Інші процедури (уточнити)			
6.	Разом, гривень	0	0	0
7.	Кількість суб'єктів господарювання, що	15	15	15

	повинні виконати вимоги регулювання, одиниць			
8.	Сумарно, гривень	0	0	0
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування Норма робочого часу на 2021 рік становить при 40-годинному робочому тижні – 1994 години. Мінімальна заробітна плата з 01.01.2021 становить 6000 гривень, у погодинному розмірі – 36,11 гривень (6000*12/1994)				
9.	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання (0,5 годин x 36,11 грн.), грн.	18,06	18,06	-
10.	Процедури організації виконання вимог регулювання (2 години x 36,11 грн.), грн.	72,22	72,22	-
11.	Процедури офіційного звітування	-	-	-
12.	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	-	-	-
13.	Інші процедури (уточнити)	-	-	-
14.	Разом, гривень	90,28	90,28	-
15.	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	15	15	15
16.	Сумарно (рядок 14 x рядок 15), гривень	1354,20	1354,20	-

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання:

Виконавчий комітет Краматорської міської ради

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта)	Планові витрати часу на процедури у	Вартість часу співробітників а органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання (за рік), гривень
--	-------------------------------------	---	--	---	--

господарюванн я малого підприємництва		грн./год.			
1. Облік суб'єкта господарюванн я, що перебуває у сфері регулювання	0,5 год.	36,11	1	15	270,83
2. Поточний контроль за суб'єктом господарюванн я, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: камеральні й виїзні перевірки	0,5 год.	36,11	1	15	270,83
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 господарюванн я	-	-	-	-	-
6. Підготовка звітності за результатами регулювання (базове, повторне, періодичне)	120 год.	36,11	-	-	1444,40
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	-	-	-	-	-

Разом за рік, гривень	X	X	X	X	1986,06
Сумарно за п'ять років, гривень	X	X	X	X	7041,50

4. Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимоги 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	1354,20	6771,00
3.	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	1354,20	6771,00
4.	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	1986,06	7041,50
5.	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	4694,43	20583,5

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

Для суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами корегуючими (пом'якшувальними) заходами є:

- застосування коефіцієнтів диференціації базового тарифу в залежності від освітлення рекламного засобу. Так для об'єктів зовнішньої реклами з автономним освітленням діє пом'якшувальний коефіцієнт – 0,8;
- диференційований підхід до визначення розміру плати за право тимчасового користування місцями для розташування об'єктів зовнішньої реклами шляхом встановлення коефіцієнтів диференціації базового тарифу в залежності від місця розташування рекламного засобу та кількості сторін рекламного засобу, на яких розташовано рекламні площини.

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Термін дії запропонованого регуляторного акта необмежений, оскільки нормативно-правові акти загальнодержавного рівня, на виконання яких розроблено акт, мають необмежений термін дії.

При виникненні змін у чинному законодавстві, які можуть вплинути на дію запропонованого регуляторного акта та за результатами здійснення заходів з відстеження результативності регуляторного акту, до нього можуть вноситись відповідні зміни та доповнення.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Назва показника	Кількісне	Кількісне	Кількісне
-----------------	-----------	-----------	-----------

	значення показника у 2020 році	значення показника у 2021 році	значення показника у 2022 році
Надходження в місцевий бюджет плати за право тимчасового користування місцями для розташування об'єктів зовнішньої реклами за рік, грн. (розрахункове)	418 329,00	796 394,00	796 394,00
Кількість суб'єктів господарювання	15	21	21
Розмір коштів і час, що витрачається суб'єктами господарювання або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта	-	90,28/2,5 год.	-
Кількість поданих заяв на розміщення зовнішньої реклами	6	53	55
Кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами	2	47	49
Рівень поінформованості суб'єктів господарювання стосовно основних положень регуляторного акта	Проект рішення оприлюднено на офіційному веб-сайті Краматорської міської ради за посиланням: https://krm.gov.ua/wp-content/uploads/2021/05/proekt_resh_24.05.21_1.pdf		

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

Відстеження результативності проекту регуляторного акту здійснюватиметься на підставі порівняння даних за показниками, визначеними у розділі 8 Аналізу.

Строки проведення відстеження результативності регуляторного акта:

- базове – до дати набрання чинності регуляторним актом;
- повторне – через рік після набрання чинності актом, за результатами якого можливо провести порівняння показників за звітними роками;
- періодичне – раз на три роки з дня виконання заходів з повторного відстеження.

Для відстеження будуть використовуватись статистичні дані органів державної влади, місцевого самоврядування та інших уповноважених суб'єктів за відповідний період, що передує даті початку виконання заходів з відстеження, а для базового відстеження – даті набрання чинності регуляторним актом.

За результатами проведених відстежень результативності регуляторного акта в разі виникнення не врегульованих та проблемних питань буде розглядатись можливість їх усунення (виправлення) шляхом внесення відповідних змін.

Заступник міського голови

С.В. Смирнов

В.о. начальника управління
містобудування та архітектури

І.В. Голосниченко

Головний спеціаліст управління
містобудування та архітектури

О.В. Потримай