

Аналіз регуляторного впливу проекту рішення Ужгородської міської ради «Про Положення щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування реklamних засобів».

Регуляторний орган: Ужгородська міська рада.

Розробник документа: Департамент міської інфраструктури Ужгородської міської ради.

Відповідальна особа: директор департаменту міської інфраструктури.

Контактний телефон: (0312) 615311, 614190; e-mail: dmg@rada-uzhgorod.gov.ua

I. Визначення проблеми

Питання здійснення оплати за тимчасове користування місцями розміщення рекламних конструкцій на території м. Ужгород врегульовано рішенням ХХІХ сесії міської ради ІV скликання від 04.06.2004 року №315 яким затверджено Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів зі змінами та доповненнями згідно наступних рішень: рішення ІV сесії міської ради V скликання від 11 січня 2008 року № 587, рішення ХІV сесії міської ради VI скликання 27 вересня 2012 року № 654, рішення ХV сесії міської ради VI скликання 07 грудня 2012 року № 724, рішення ХV сесії міської ради VI скликання 28 грудня 2012 року № 771, рішення ХІХ сесії міської ради VI скликання 20 вересня 2013 року № 1028.

Наразі, затверджений розмір базової місячної ставки платежу за 1 кв. м. рекламного засобу складає: 48, 36, 24 грн. за один квадратний метр на наземні рекламні засоби залежно від зони розміщення, та 18, 12, 6 грн. за 1 кв. м. за наземні та надахові рекламні засоби.

Зазначимо, що на момент прийняття рішення у 2004 році та з моменту останнього внесення змін у 2013 році значно зріс мінімальний прожитковий мінімум: з 1108 грн. у 2013 році (1176 грн. з 01.12.2013 року) поступово збільшувався і у 2024 році для працездатних осіб складає 3028 грн. (з 01.01.2024 року). Рівень мінімальної заробітної плати за відповідний період зріс від 1218 грн. з 01.12.2013 року) до 8000 грн. (станом на 01.04.2024 році).

Враховуючи також затвердження у 2015 році нової нормативно-грошової оцінки землі, зростання рівня коефіцієнту інфляції, що в свою чергу знаходить своє відображення у зростанні вартості оренди земельних ділянок, зростання цін на валютному ринку, в тому числі збільшення офіційного курсу долара у порівнянні з 2013 роком, постає необхідність врегулювання господарчих відносин в частині ціноутворення між розповсюджувачами зовнішньої реклами і органами виконавчої міської влади, яку, в свою чергу, викликала необхідність переходу від екстенсивного використання міської території в частині розміщення зовнішньої реклами до найбільш ефективного використання даного ресурсу з метою поповнення міського бюджету, з

врахуванням містобудівних умов, історичних та природно-географічних аспектів та адміністративного устрою.

*Примітка

Індекс інфляції в Україні у 2012-2018 роках (по роках)

Рік	Індекс інфляції по відношенню до попереднього року, відсотків
2013	100,5
2014	124,9
2015	143,3
2016	112,4
2017	113,7
2018	109,8
2019	104,1
2020	105
2021	110
2022	126,6
2023	105,1

Вказана проблема потребує розв'язання шляхом прийняття рішення сесії міської ради «Про Положення щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів».

До основних сучасних проблем, які передбачається розв'язати шляхом державного регулювання, а саме – прийняттям зазначеного регуляторного акта, належать:

- недостатня наповнюваність міського бюджету, частиною якого є надходження від сплати розповсюджувачами зовнішньої реклами коштів за користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, що унеможливорює або перешкоджає реалізації соціально-економічних програм;

- занадто низька плата за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів призводить до того, що у місті розміщено забагато естетично та технічно застарілих рекламних засобів, які негативно впливають на зовнішній вигляд міста, а також спричиняють численні скарги мешканців з цього приводу;

- порушення майнових прав, передусім територіальної громади міста, оскільки діючі тарифи за користування землями, що перебувають в комунальній власності громади для розміщення зовнішньої реклами не є такими що відповідають умовам сьогодення.

З метою дослідження та розробки методів вирішення визначених проблем були залучені суб'єкти підприємницької діяльності, які займаються розповсюдженням зовнішньої реклами. Ними надано інформацію про показники господарської діяльності та пропозиції щодо удосконалення методів регулювання.

Під час опрацювання проєкта розглянуто цінову ситуацію, яка склалась на ринку послуг з розміщення зовнішньої реклами, що включає в себе аналіз плати за розміщення рекламних засобів по Україні.

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

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

Визначені проблеми не можуть бути розв'язані за допомогою чинного регуляторного акта – Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, затверджено рішенням ХХІХ сесії міської ради ІV скликання від 04.06.2004 року №315 (зі змінами та доповненнями) через те, що існуючий тариф за 1 кв.м. площі місця розміщення рекламних засобів не змінювався з 2013 року і на поточний період є економічно необґрунтованим.

Виходячи з вищенаведеного, на підставі всебічного аналізу обставин, які склалися в галузі розміщення зовнішньої реклами в місті, та пропозицій учасників ринку, пропонується затвердити Положення щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, що відповідає реаліям сьогодення.

II. Цілі державного регулювання

Проєкт регуляторного акта спрямований на розв'язання проблем, визначених у першому розділі аналізу регуляторного впливу.

Оскільки порядок та встановлення розміру плати за право користування місцями для розміщення зовнішньої реклами, що знаходяться у комунальній власності, є власним самоврядним повноваженням органу місцевого самоврядування згідно положень чинного законодавства України, підготовлено відповідний регуляторний акт. Проблеми, які пропонується врегулювати в результаті прийняття регуляторного акта, не можуть бути розв'язані за допомогою ринкових механізмів.

Основні цілі державного регулювання:

- забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;

- забезпечення цілісної та прозорої системи в галузі ціноутворення при оплаті за тимчасове користування місцями для розташування засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної

громади міста Ужгород для всіх суб'єктів господарської діяльності у сфері зовнішньої реклами;

- перехід до більш ефективного використання комунальної власності міста, шляхом впровадження диференційованого підходу щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами, що перебувають у комунальній власності;

- збільшення обсягів надходжень до місцевого бюджету;

- запобігання самочинного та безоплатного розміщення конструкцій зовнішньої реклами на території міста;

- визначення порядку оплати за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами при розміщенні соціальної реклами.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

У відповідності до пункту 32 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003р. № 2067, плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування.

Перевага обраного виду правового регулювання над усіма іншими можливими способами ґрунтується на імперативності (загальнообов'язковості) рішень міської ради для виконання на території міста Ужгород, що передбачено статтею 144 Конституції України та статтею 73 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Вирішення проблем, зазначених у розділі I цього Аналізу можливе лише шляхом прийняття рішення сесії Ужгородської міської ради «Про Положення щодо встановлення розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів». Інші альтернативні способи (механізми) досягнення мети не передбачені чинним законодавством.

Визначені у пункті II цього Аналізу цілі не можуть бути досягнуті за допомогою ринкових механізмів, оскільки останні не мають імперативного характеру та базуються на принципах диспозитивності. Крім того, застосування інших засобів розв'язання проблеми, не передбачених чинним законодавством, може бути визнано таким, що суперечить чинному законодавству та є неприпустимим.

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
-------------------------	--------------------------

1. Альтернатива 1. Залишення існуючої ситуації без змін	Не забезпечує досягнення цілей, оскільки чинне Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів та затверджений ним діючий розмір плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, який не переглядався з 2013 року, є економічно необґрунтованим та не відповідає реаліям сьогодення.
2. Альтернатива 2. Прийняття регуляторного акту	Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання. Ухвалення запропонованого проекту рішення, яким затверджується Положення щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів у новій редакції та встановлюється новий порядок розрахунку плати за користування місцями розташування рекламних засобів, забезпечить збільшення надходжень до бюджету міста, що у свою чергу, забезпечить можливість реалізації необхідних соціально-економічних програм.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Збереження надходжень до бюджету міста за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами на існуючому рівні. Вигоди відсутні.	Чинні рішення міської ради не дають змоги упорядкувати розміщення рекламних засобів на території міста шляхом зменшення формату конструкцій та їх кількості без фінансових втрат до бюджету міста.
Альтернатива 2.	Ухвалення запропонованого проекту дасть змогу упорядкувати розміщення рекламних засобів на території міста шляхом зменшення формату рекламних конструкцій та їх кількості без фінансових втрат до бюджету міста, компенсує збитки бюджету, що виникли внаслідок інфляції, збільшать надходження до міського бюджету.	Реалізація проекту регуляторного акту не потребує додаткових витрат з державного чи міського бюджету крім витрат часу та матеріальних ресурсів для підготовки регуляторного акту та забезпечення виконання його вимог; проведення процедур з відстеження його результативності.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні.	Відсутні. Низький рівень благоустрою міста. Негативний вплив на пересічних громадян внаслідок неналежного естетичного та технічного стану значної кількості розміщених рекламоносіїв.
Альтернатива 2.	Врахування інтересів територіальної громади міста. Прийняття регуляторного акта збільшить надходження до міського бюджету без перенавантаження міського середовища рекламними засобами, покращення загального благоустрою території міста.	Відсутні. Відсутність будь якого негативного впливу на сферу інтересів громадян м. Ужгород.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі в т.ч. мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання	1	9	55	65
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	1,53	13,85	84,62	100

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Фінансові витрати залишаються на рівні та у обсязі, що встановлені діючим рішенням міської ради Вигоди відсутні.	Збільшення конкуренції на ринку зовнішньої реклами у зв'язку з низькою платою за тимчасове користування місцями для розташування засобів зовнішньої реклами, що належать до комунальної власності та загроза незатребуваності рекламних площин через надмірну їх кількість на території міста.
Альтернатива 2.	Застосування диференційованого підходу щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцями розміщення засобів зовнішньої реклами дає можливість суб'єктам підприємницької діяльності самостійно обирати вид та місце розміщення рекламного засобу в залежності від фінансової можливості	Реалізація проекту регуляторного акта не потребує додаткових витрат з державного/та або міського бюджету

ВИТРАТИ

**на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта –
альтернатива 1**

№ п/п	Витрати	За перший рік	За п'ять років
1.	Витрати на придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо, гривень	0,00	0,00
2.	Податки та збори (зміна розміру		

	податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень	0,00	0,00
3.	Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень	0,00	0,00
4.	Витрати, пов'язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/ приписів тощо), гривень	0,00	0,00
5.	Витрати на отримання адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних/обов'язкових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та інших послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо), гривень	0,00	0,00
6.	Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень	0,00	0,00
7.	Витрати, пов'язані із наймом додаткового персоналу, гривень	0,00	0,00
8.	Інше, гривень	0,00	0,00
9.	РАЗОМ (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8), гривень	0,00	0,00
10.	Кількість суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць	10	10
11.	Сумарні витрати суб'єктів	0,00	0,00

	господарювання великого та середнього підприємства, на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 9 x рядок 10), гривень		
--	---	--	--

У випадку застосування альтернативи 1, а саме залишення існуючої на ситуації без змін, суб'єкти господарювання, що здійснюють свою діяльність у сфері зовнішньої реклами, не нестимуть жодних додаткових витрат.

ВИТРАТИ

на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємства, які виникають внаслідок дії регуляторного акта – альтернатива 2

№ п/п	Витрати	За перший рік	За п'ять років
1.	Витрати на придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо, гривень	0,00	0,00
2.	Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень	461038,34	2 305 191,7
3.	Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень	0,00	0,00
4.	Витрати, пов'язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/ приписів тощо), гривень	0,00	0,00
5.	Витрати на отримання адміністративних послуг	0,00	0,00

	(дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних/обов'язкових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та інших послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо), гривень		
6.	Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень	0,00	0,00
7.	Витрати, пов'язані із наймом додаткового персоналу, гривень	0,00	0,00
8.	Інше, гривень	0,00	0,00
8.1.	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання Формула: витрати часу на отримання інформації про регулювання, отримання необхідних форм та заявок X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) x оціночна кількість форм	1 год. (час який витрачається суб'єктами на пошук акта в мережі Інтернет; (за результатами консультацій) ¹ x 42,60 грн. x 1 акт (кількість нормативно - правових актів з якими необхідно ознайомитись = 42,60 грн.	42,60 грн. (витрати на пошук акта в мережі Інтернет у перший рік)+0,00 грн. (витрати на пошук акта в мережі інтернет у наступні роки) x 4 роки=42,60 грн.
8.2	Процедури організації виконання вимог регулювання Формула: витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість внутрішніх процедур	6 год. (час, який витрачається суб'єктами на розроблення та впровадження внутрішніх процедур (за результатами консультацій) ¹ x 42,60 грн. x 2 процедури = 511,2 грн.	6 год.(час, який витрачається суб'єктами у перший рік на розроблення та впровадження внутрішніх процедур (за результатами консультацій) ¹ x 42,60 грн. x 2 процедури + 0,00 грн. (витрати у наступні 4 роки) = 511,2

9.	РАЗОМ (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8), гривень	461592,14	2305745,5
10.	Кількість суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць	10	10
11.	Сумарні витрати суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 9 x рядок 10), гривень	4615921,4	23057455,0

Сумарні витрати за альтернативами	Сума витрат, гривень
Альтернатива 1. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики	0,00
Альтернатива 2. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики	4615921,4

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотири бальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1	1	Цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті, чинні рішення міської ради не дають змоги упорядкувати розміщення

		рекламних засобів та їх кількості без фінансових втрат до бюджету міста.
Альтернатива 2	4	Цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою, прийняття регуляторного акта надасть можливість упорядкувати розміщення рекламних засобів на території міста шляхом зменшення формату рекламних засобів та їх кількості без фінансових втрат для міського бюджету; компенсує збитки бюджету міста, що виникли внаслідок інфляції, та стабілізує його економічні показники, збільшить надходження до міського бюджету без перенавантаження міського середовища рекламними засобами. Застосування диференційованого підходу до встановлення плати за користування місцем розміщення зовнішньої реклами дасть суб'єктам підприємницької діяльності можливість самостійно обирати вид та місце розміщення рекламних конструкцій в залежності від фінансових можливостей

Рейтинг результатив	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у
---------------------	-------------------	--------------------	---

ності			рейтингу
Альтернатива 1 Залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Відсутні	Альтернатива 1 не вирішує поставлених цілей. Залишається не вирішеними проблеми дефіциту надходжень до міського бюджету та невідповідність розміру оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів економічним показникам з урахуванням існуючої інфляції.
Альтернатива 2 Прийняття проекту регуляторного акта	Введення в дію запропонованого регуляторного акта позитивно вплине на імідж міста, компенсує збитки бюджету міста, що виникли внаслідок інфляції, та стабілізує його економічні показники, збільшить надходження до міського бюджету без перенавантаження міського	Відсутні	Прийняття даного регуляторного акта є збалансованим та найсприятливішим рішенням для розв'язання наявних проблем

	середовища рекламними засобами.		
--	---------------------------------------	--	--

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику впливу зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Переваги обраної альтернативи відсутні, оскільки відсутні позитивні зміни у випадку реалізації даної ініціативи	Зміни до чинного законодавства України у сфері зовнішньої реклами, економічні або соціальні кризи, тощо
Альтернатива 2	Дозволить досягнути поставлених цілей належним чином.	На дію даного регуляторного акта може негативно вплинути спад економіки викликаний економічною кризою

V. Механізми та заходи, що пропонуються для розв'язання визначеної проблеми

Механізм, закладений в основу проєкту регуляторного акта, визначає, що основними напрямками реалізації удосконалення регулювання рекламних відносин у місті Ужгород є досягнення мети, цілей і завдань запропонованого регулювання.

Комплекс заходів, що пропонується, спрямовані на створення у місті ефективного механізму: орган місцевого самоврядування (орган виконавчої влади) – суб'єкт господарювання.

Проєктом передбачено затвердження Положення щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для

розташування рекламних засобів та збільшення базового розміру плати за 1 кв. м площі місця розташування рекламних засобів.

Ужгородській міській раді, а також суб'єктам господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами, для реалізації вимог проекту рішення не потрібно буде забезпечувати жодних нових чи відмінних від існуючих процесів, оскільки запропонований проект регуляторного акта буде прийнятий міською радою замість існуючого акта, що регулює ці ж самі відносини.

Запропонований спосіб досягнення цілей є оптимальним шляхом вирішення проблеми й ґрунтується на загальнообов'язковості виконання норм зазначеного рішення всіма учасниками правовідносин у сфері зовнішньої реклами.

Для провадження регуляторного акта, що аналізується, необхідно здійснити організаційні заходи відповідно до вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», а також інші заходи:

- націлені на дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- спрямовані на забезпечення раціонально-ефективного використання комунальної власності міста;
- орієнтовані на зменшення кількості естетично та технічно застарілих рекламних конструкцій та, як наслідок, спрямовані на покращення загального враження від зовнішньої реклами в місті;
- наведені на здійснення поточного аналізу щодо надходження плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, які знаходяться в комунальній власності територіальної громади міста та аналізу щодо надходження плати за збільшення базового розміру плати за 1 кв. м площі місця розташування рекламних засобів;
- направлені на інформування рекламорозповсюджувачів щодо запропонованих змін.

Реалізація такого регуляторного акта сприятиме створенню сучасного правового простору, який буде відповідати реаліям сьогодення та стимулювати розвиток рекламного бізнесу в місті Ужгород.

Запропонований механізм дії даного проекту регуляторного акту відповідає принципам державної регуляторної політики, а саме: доцільності, адекватності, ефективності, прозорості та передбачуваності.

Достатній рівень інформованості суб'єктів господарювання буде забезпечений за рахунок розміщення повідомлення про оприлюднення даного проекту рішення на офіційному сайті Ужгородської міської ради.

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 макropідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, перевищує 10 відсотків, тому проведено розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта М-тест(тест малого підприємництва), що додається.

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Регуляторний акт набере чинності з моменту прийняття рішення Ужгородською міською радою.

Запропонований проєкт регуляторного акта запроваджується на довгостроковий термін дії або до прийняття нових нормативних актів.

У разі потреби, регуляторний акт може бути переглянутий за ініціативою регуляторного органу, який прийняв відповідний регуляторний акт, або на підставі аналізу звіту про відстеження результативності цього регуляторного акта, а також внаслідок змін у чинному законодавстві.

Реалізація регуляторного акта не потребує додаткових матеріальних та фінансових витрат з міського бюджету.

Розроблення регуляторного акта, що аналізується, здійснюється за принципами законності, гласності (відкритості та загальнодоступності), урахування пропозицій рекламозповсюджувачів та аналізу практичного досвіду у сфері розміщення рекламних засобів, економічної обґрунтованості тощо.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Для відстеження результативності дії цього регуляторного акта визначено такі показники:

№ з/п	Показники результативності	2023 рік	За 5 років
1	Кількість суб'єктів господарювання, на яких розповсюджується дія акта,од	65	71,5
2	Кількість поданих заяв про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами	18	90
3	Кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами	7	35
4	Надходження отримані за тимчасове користування	1 827 428, 59	23051917,2

	місцями розташування рекламних засобів, які перебувають в комунальній власності, грн.		
--	---	--	--

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

Відносно цього регуляторного акта повинно послідовно здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності.

Зокрема:

- базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється до набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень. Якщо для визначення значень показників результативності регуляторного акта використовуються виключно статистичні дані, базове відстеження результативності може бути здійснене після набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження результативності цього акта;

- повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом або більшістю його положень, якщо рішенням регуляторного органу, який прийняв цей регуляторний акт, не встановлено більш ранній строк;

- періодичні відстеження результативності регуляторного акта здійснюються раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних. У разі виявлення нерегульованих та проблемних питань за результатами проведеного аналізу показників результативності дії цього регуляторного акта, їх буде врегульовано шляхом внесення відповідних змін.

ТЕСТ 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 визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 20.11.2023 по 23.02.2024 року.

№ п/п	Вид консультації	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1.	Телефонні	14	Отримано інформацію

	консультації		щодо витрат суб'єкта господарювання на виконання вимог регулювання
2.	Розробником проведено консультації з представниками малого підприємництва	4	

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі): кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 55. Питома вага суб'єктів малого (мікро-) підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 84,62 відсотків, у тому числі середнього підприємництва – 13,85 відсотка від загальної кількості.

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

№ п/п	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	0,00	0,00	0,00
2.	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	0,00	0,00	0,00
3.	Процедури експлуатації обладнання	0,00	0,00	0,00
4.	Інші процедури (уточнити)	0,00	0,00	0,00
5.	Разом, гривень	0,00	0,00	0,00

6.	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	55		
7.	Сумарно, гривень	0,00	0,00	0,00
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування				
9.	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання	1 год. (час який витрачається суб'єктами на пошук акта в мережі Інтернет; (за результатами консультацій) ¹ x 42,60 грн. x 1 акт (кількість нормативно - правових актів з якими необхідно ознайомитись = 42,60 грн.	0,00 грн.(відсутні витрати)(припущено, що суб'єкт отримує первинну інформацію про вимоги регулювання в перший рік; за результатами консультацій)	42,60 грн. (витрати на пошук акта в мережі Інтернет у перший рік)+0,00 грн. (витрати на пошук акта в мережі інтернет у наступні роки) x 4 роки=42,60 грн.
10.	Процедури організації виконання вимог регулювання	6 год. (час, який витрачається суб'єктами на розроблення та впровадження внутрішніх процедур (за результатами консультацій) ¹ x 42,60 грн. x 2 процедури = 511,2 грн.	0,00 грн.(відсутні витрати)(припущено, що суб'єкт розробляє та впроваджує внутрішні для себе процедури на впровадження вимог регулювання в перший рік; за результатами консультацій)	6 год.(час, який витрачається суб'єктами у перший рік на розроблення та впровадження внутрішніх процедур (за результатами консультацій) ¹ x 42,60 грн. x 2 процедури + 0,00 грн. (витрати у наступні 4 роки) = 511,2.
11.	Процедури офіційного звітування	Додаткової звітності не потребують	Додаткової звітності не потребують	Додаткової звітності не потребують
12.	Процедури щодо	0,00	0,00	0,00

	забезпечення процесу перевірок			
13.	Інші процедури	0,00	0,00	0,00
14.	Разом, гривень	553,8	0,00	553,8
15.	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	55	55	55
16.	Сумарно, гривень	30459,0	0	30459,0

4. Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва.

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

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання: Департамент міської інфраструктури Ужгородської міської ради.

При визначенні вартості бюджетних витрат на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва взято за основу заробітну плату головного спеціаліста відповідного органу місцевого самоврядування згідно з додатком 51 до постанови Кабінету Міністрів України від 09.03.2006 № 268 (адже планові витрати часу спеціаліста відповідної кваліфікації найбільш оптимально відображають фактичні витрати часу персоналу на виконання процедур регулювання), станом на 01.01.2024 рік – 7 100 грн., у погодинному розмірі – 42,60 грн./год. (при 8 годинному робочому дні).

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

мікро- підприємств а)					
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	0,25 год	42,60 грн.	1	65	692,25
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:	1,0 год	42,60 грн.	1	65	2769,00
Віїзні	-	-	-	-	-
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	0,5 год	42,60 грн.	1	65	1384,5
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	0,25 год	42,60 грн.	1	65	692,25
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	1,5 год	42,60 грн.	1	65	4153,5
6. Підготовка	0,1	42,60 грн.	1	65	276,9

звітності за результатами регулювання					
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	-	-	-	-	-
Разом за рік	X	X	X	X	9968,4
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	49842,0 0

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

№ п/п	Показник	Перший рік регулювання (стартовий)	За п'ять років
1.	Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	0,00	0,00
2.	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	30459,0	30459,0
3.	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	30459,0	30459,0
4.	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	9968,4	49842,0
5.	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	40427,4	80301,0

5. Розроблення коригуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання не передбачається.

Директор департаменту

Віталій ГІЛЬТАЙЧУК

Ярина Свереняк
Вікторія Петрова