

ЗВЯГЕЛЬСЬКА МІСЬКА РАДА

РІШЕННЯ

 сесія восьмого скликання

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади (регуляторний акт) |

Керуючись статтею 25, частинами 5, 11 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», законами України «Про рекламу», «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» зі змінами, з метою упорядкування розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади, міська рада

 ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади згідно додатку.
2. Рішення міської ради від 30.04.2009 № 485 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в місті Новограді-Волинському» визнати таким, що втратило чинність.
3. Рішення набирає чинності з дня його опублікування на офіційному веб – сайті Звягельської міської ради.
4. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійну комісію міської ради з питань житлово-комунального господарства, екології та водних ресурсів та заступника міського голови Якубова В.О.

Міський голова Микола БОРОВЕЦЬ

Додаток до

рішення міської ради

від №

**ПРАВИЛА**

**розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади**

1. **Загальні положення**

Правила розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади (далі - Правила), регулюють відносини, що виникають у зв’язку з розміщенням зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади, та визначають порядок надання дозволів на розміщення реклами.

Предметом регулювання Правил є порядок розміщення об’єктів зовнішньої реклами та отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

Плата за розміщення зовнішньої реклами справляється з місць, що перебувають у комунальній власності шляхом укладання договорів на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу.

Правила розроблені відповідно до Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» від 29.12.2003№ 2067.

1. **Визначення термінів**

У цих Правилах 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 Звягельської міської ради;

**розповсюджувач зовнішньої реклами** – особа, яка здійснює розповсюдження зовнішньої реклами;

**демонтаж** – комплекс заходів, які передбачають відокремлення спеціальної конструкції разом з основою від місця її розташування та транспортування у місце її подальшого зберігання;

**договір про надання у користування місць для розміщення рекламного засобу** – договір між робочим органом та розповсюджувачем реклами, укладений на підставі рішення виконавчого комітету міської ради про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, у якому визначаються права та обов’язки сторін;

**дозвіл** – документ установленої форми, виданий розповсюджувачу зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого комітету міської ради, який дає право на розміщення 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 населеного пункту, що надається розповсюджувачу зовнішньої реклами в тимчасове користування власником або уповноваженим ним органом (особою);

**рекламна площина** – зовнішня сторона рекламного засобу, що використовується для розміщення зовнішньої реклами;

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

**самовільно встановлений рекламний засіб** – рекламний засіб, розміщений без виданого у встановленому порядку дозволу або не демонтований власником після прийняття виконавчим комітетом Звягельської міської ради рішення про його анулювання;

**соціальна реклама** – суспільно корисна інформація, спрямована на розвиток особистості та суспільства, популяризацію загальнолюдських цінностей, здорового способу життя, освіти, науки, культури, історії, розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку та/або не спонукає виборців голосувати за або проти певного суб’єкта виборчого процесу. До соціальної реклами належить інформація про висвітлення державних безкоштовних програм, спрямованих, зокрема, на захист державності, громадського порядку, підвищення обороноздатності тощо;

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

Інші терміни застосовуються у значенні, наведеному в Законі України «Про рекламу».

1. **Робочий орган**

Повноваження щодо регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади здійснює ***управління житлово-комунального господарства та екології Звягельської міської ради***

Робочий орган не може виступати заявником на розміщення зовнішньої реклами та одержувати дозвіл.

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

До повноважень робочого органу належать:

* розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, переоформлення дозволу;
* прийняття рішення про місце розташування рекламного засобу;
* підготовка проекту рішення виконавчого комітету міської ради щодо надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами (у тому числі погодження з органами та особами, зазначеними у п.п. 4.5. цих Правил) чи про відмову у його наданні;
* видача дозволів на розміщення зовнішньої реклами на підставі рішення виконавчого комітету міської ради;
* ведення інформаційного банку даних місць розташування рекламних засобів, плану їх розміщення та надання в установленому порядку інформації для оновлення даних містобудівного кадастру населених пунктів громади;
* подання Головному управлінню Держпродспоживслужби у Житомирській області матеріалів про порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами;
* підготовка і подання виконавчому комітету міської ради пропозицій щодо розмірів плати за надання послуг робочим органом на підставі калькуляції витрат для прийняття відповідного рішення.

Робочий орган здійснює інші повноваження відповідно до законодавства.

1. **Порядок надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами**
	1. Зовнішня реклама на території Звягельської міської територіальної громади розміщується на підставі дозволів та у порядку встановленому виконавчим комітетом міської ради відповідно до цих Правил.
	2. Справляння плати за видачу зазначених дозволів виконавчим комітетом міської ради забороняється.

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

* 1. **Подання документів.**
		1. Для одержання дозволу заявник подає робочому органу заяву за формою згідно з **Додатком 1** до цих Правил, до якої додаються:
* фотокартка або комп’ютерний макет місця (розміром не менш як 6х9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу та ескіз рекламного засобу з конструктивним рішенням **(Додаток3)**;
* письмове погодження власника місця розташування рекламної конструкції (у разі розміщення зовнішньої реклами на об’єктах приватної власності) або уповноваженої ним особи та копії документів, що підтверджують право власності на зазначене місце.
	+ 1. За наявності документів, передбачених п.п. 4.4.1 цих Правил, заява у той же день вноситься робочим органом в журналі реєстрації заяв та дозволів на розміщення зовнішньої реклами ([журнал](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF?find=1&text=%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB" \l "w1_2)у), який ведеться у довільній формі.
		2. Робочий орган протягом двох робочих днів з дати реєстрації заяви перевіряє місце розташування рекламного засобу, зазначене у заяві, на предмет надання на заявлене місце зареєстрованого в установленому порядку дозволу за формою згідно з **Додатком 2**.

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

Строк видачі дозволу з моменту прийняття рішення або надання письмового повідомлення про відмову у його видачі становить 20 робочих днів.

* 1. **Видача дозволу погоджується робочим органом з власником місця(на об’єктах комунальної власності видача дозволу погоджується з управлінням містобудування, архітектури та земельних відносин Звягельської міської ради, на об’єктах приватної власності погоджується з їх власником) або уповноваженим ним органом (особою),а також з:**
* управлінням культури і туризму Звягельської міської ради - у разі розміщення зовнішньої реклами на пам’ятках місцевого значення, а також в межах зон охорони цих пам’яток;
* утримувачем інженерних комунікацій - у разі розміщення зовнішньої реклами в межах охоронних зон цих комунікацій;
* Агентством відновлення або власниками автомобільних доріг та Національною поліцією - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.

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

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

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

У разі ненадання зазначеними органами, протягом п’яти робочих днів з дати звернення заявника погоджень вважається, що видачу дозволу погоджено.

У разі відмови у погодженні дозволу зазначеними органами в абзацах першому – четвертому цього пункту, надсилається вмотивоване повідомлення за підписом уповноваженої особи підприємства, установи та організації у встановлений термін (5 робочих днів).

Відмова у погодженні дозволу може бути оскаржена у порядку, встановленому законодавством.

* + 1. 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.
		2. Виконавчий комітет міської ради приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні.

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

У разі прийняття рішення про надання дозволу керівник робочого органу підписує обидва примірники дозволу та скріплює їх печаткою робочого органу.

Перший примірник дозволу видається заявникові, а другий - залишається робочому органу для обліку та контролю. Видача дозволу реєструється в журналі реєстрації.

* + 1. Належне утримання місць (території) для розміщення рекламного засобу покладається на розповсюджувача реклами або іншу юридичну особу, з якою укладено відповідний договір.
		2. Робочий орган протягом десяти днів з дати реєстрації дозволу надає органам державної податкової служби інформацію про розповсюджувачів зовнішньої реклами, яким надано дозвіл.
		3. Дозвіл надається строком на один рік, якщо менший строк не зазначено у заяві розповсюджувача зовнішньої реклами.
		4. Виданий у встановленому порядку дозвіл є підставою для розміщення зовнішньої реклами та виконання робіт, пов’язаних з розташуванням рекламного засобу.
	1. 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 х 9 сантиметрів).
	2. 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 місце за взаємною згодою. У разі досягнення згоди між розповсюджувачем реклами та робочим органом щодо нового місця розташування рекламного засобу вносяться зміни у дозвіл.

Відшкодування витрат, пов’язаних з демонтажем та монтажем рекламного засобу на новому місці, здійснюється отримувачем технічних умов на реконструкцію та ремонту на цій території.

Плата за надання робочим органом послуг, пов’язаних із зміною місця розташування рекламного засобу, не справляється. Строк дії дозволу продовжується на час, необхідний для вирішення питання про надання рівноцінного місця. Після закінчення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу розповсюджувач зовнішньої реклами має пріоритетне право на розташування рекламного засобу на попередньому місці.

1. **Плата за тимчасове користування місць розташування рекламних засобів**
	1. Плата за тимчасове користування місцями, що перебувають в комунальній власності для розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами або розташування реклами на конструкціях комунальної власності здійснюється на підставі укладеного договору між робочим органом(управління житлово-комунального господарства та екології Звягельської міської ради) та розповсюджувачем реклами здійснюється на підставі дозволу на розміщення реклами.

Розмір платежу визначається відповідно до встановленого порядку виконавчим комітетом міської ради.

Плата за місця, що перебувають у державній або приватній власності здійснюється на договірних засадах з їх власником або уповноваженим ним органом (особою).

При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.

* 1. Розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу не може встановлюватися залежно від змісту реклами.
	2. Підставою для укладання договору на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу є дозвіл на розміщення зовнішньої реклами, виданий в установленому порядку.
	3. При підрахунку площі рекламоносія плата за неповний квадратний метр береться за фактичну площу. Якщо горизонтальна проекція спеціальної конструкції разом із прилеглою ділянкою накладається частково на ділянку, що є в комунальній власності і частково на ділянку, що є в іншій власності, плата за місце розташування спеціальної конструкції встановлюється пропорційно до площі ділянки, що є в комунальній власності.
	4. Розмір площі поверхні спеціальної конструкції, на якій розміщується реклама, визначається конструктивним рішенням цієї конструкції.
	5. Робочий орган надає послугу з утримання місць розташування рекламного засобу, за замовленням розповсюджувача реклами.
1. **Загальні вимоги до розміщення зовнішньої реклами**
	1. Управління містобудування, архітектури та земельних відносин міської ради надає пропозиції щодо місця розміщення рекламних конструкції на території Звягельської міської територіальної громади.
	2. Ескізи рекламної конструкції погоджуються робочим органом з управлінням містобудування, архітектури та земельних відносин міської ради.
	3. Місця розміщення рекламних конструкції на території Звягельської міської територіальної громади визначаються управлінням містобудування, архітектури та земельних відносин міської ради та затверджуються рішенням виконавчого комітету міської ради.
	4. Зміст реклами здійснюється українською мовою.
	5. Розміщення соціальної реклами не є предметом регулювання цих Правил, а регулюється статтею 12 Закону України «Про рекламу».
	6. Розміщення нових рекламних засобів з погіршенням видимості існуючих рекламних засобів заборонено. З метою недопущення перевантаження окремих ділянок та територій рекламними засобами при розгляді питання видачі нових дозволів враховуються всі розташовані поблизу об’єкти зовнішньої реклами.
	7. Розміщення рекламних засобів повинно здійснюватись з врахуванням архітектурних, функціонально-планувальних, історико-культурних чинників, типології елементів міського середовища, з дотриманням Правил благоустрою території громади, відповідно до рекламно-містобудівного зонування міста та вимог законодавства про охорону культурної спадщини. Обов’язковою вимогою встановлення рекламоносіїв є збереження умов цілісного візуального сприйняття архітектурних ансамблів та домінант, культових споруд, міських перспектив, цінних видових картин, ландшафтів та інших містоутворюючих факторів.
	8. Розміщення рекламних засобів повинно здійснюватися з дотриманням вимог їх уніфікації у межах однієї вулиці за типом конструкцій, розмірів, висотою нижнього краю площини від поверхні землі, кутом нахилу площини рекламних засобів до дороги, відстанню місця розташування опори рекламних засобів від дорожнього полотна.
	9. Обов’язок належного утримання рекламних засобів покладається на розповсюджувача рекламного засобу.
	10. Рекламні засоби розміщуються в одну умовну лінію, паралельну до осі вулиці, розташовану з кожного боку вулиці (у тому числі і з кожного боку додаткових смуг руху), на роздільних смугах, алеях тощо.
	11. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:
* розміщуватися із дотриманням вимог техніки безпеки та цих Правил;
* розміщуватися із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;
* освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;
* фундамент наземної зовнішньої реклами, що виступає над поверхнею землі, може бути декоративно оформлений;
* нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною вулиць і доріг, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;
* у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну лінію з фасадами будівель або огорож.
	1. **Забороняється розташовувати рекламні засоби:**
* на пішохідних доріжках, алеях (площа Лесі Українки, міський парк та ін.), пішохідній зоні тротуару;
* на висоті менш як 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини;
* на фасадах будівель окрім реклами назв установ та закладів;
* на підтримуючих, опорних та інших елементах контактної мережі, на засобах та обладнанні (зокрема опорах) зовнішнього освітлення.
	1. 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.
	2. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об’єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби розміщувати на рекламних засобах на території Звягельської міської територіальної громади заборонено.
	3. Розташування дахових рекламних засобів забороняється без попередньої технічної експертизи спеціалізованих підприємств, установ та організацій.
	4. Підключення рекламних засобів до існуючих мереж зовнішнього освітлення здійснюється відповідно до вимог, передбачених законодавством.
	5. Розташування рекламних засобів у межах охоронних зон інженерних комунікацій дозволяється за погодженням з утримувачем зазначених комунікацій.
	6. Розташування рекламних засобів на перехрестях, біля дорожніх знаків, світлофорів, пішохідних переходів та зупинок транспорту загального користування дозволяється за погодженням з уповноваженим підрозділом Національної поліції.
	7. Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений пунктами 6.1.-6.18. цих Правил, є вичерпним.
	8. Відповідальність за технічний стан рекламних засобів, порушення вимог техніки безпеки під час розташування та експлуатації рекламних засобів несе розповсюджувач зовнішньої реклами згідно із законодавством.
1. **Контроль за дотриманням Правил та відповідальність за їх порушення**
	1. Контроль за дотриманням цих Правил здійснюють в межах своїх повноважень робочий орган, інспекція благоустрою при управлінні житлово-комунального господарства та екології міської ради.
	2. Відповідальність за технічний стан та зовнішній вигляд рекламних засобів, розміщенні на них інформаційні та рекламні сюжети, порушення вимог техніки безпеки під час розташування (монтажу), експлуатації та демонтажу рекламних засобів, стан благоустрою місць їх розміщення, несе розповсюджувач зовнішньої реклами згідно з чинним законодавством України. Розповсюджувач зовнішньої реклами повинен за свій рахунок усувати всі дефекти та недоліки, що виникають в процесі експлуатації спеціальних конструкцій.
	3. У разі порушення порядку розпорядження та розміщення реклами уповноважена особа органу, який здійснює контроль за додержанням цих Правил, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень на протязі10 днів з моменту утримання припису.

У разі невиконання цієї вимоги орган, який здійснює контроль, подає інформацію до Головного управління Держпродспоживслужби у Житомирській області у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

1. **Прикінцеві положення**
	1. Відносини, що не врегульовані цими Правилами, вирішуються згідно з чинним законодавством України, а також відповідно до рішень Звягельської міської ради та її виконавчого комітету.
	2. Спори, що виникають при вирішенні питань, пов’язаних із розміщенням зовнішньої реклами, вирішуються у порядку, встановленому законодавством України.

Секретар міської ради Оксана ГВОЗДЕНКО

Додаток 1

до Правил розміщення зовнішньої

реклами на території Звягельської

міської територіальної громади,

від №

|  |
| --- |
| Керівнику робочого органу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (виконавчий орган міської ради) |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### ЗАЯВАпро надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами

Заявник \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
реклами, для фізичної особи - прізвище, ім'я та по батькові)

Адреса заявника \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(для юридичної особи - місцезнаходження, для фізичної особи-
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
місце проживання, паспортні дані)

Ідентифікаційний код юридичної особи
або ідентифікаційний номер фізичної особи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Телефон (телефакс) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Прошу надати дозвіл на розміщення зовнішньої реклами за адресою: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(кількість та вид спеціальної конструкції, повна адреса місця розташування рекламного засобу)

строком на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(літерами)

Перелік документів, що додаються \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заявникабо уповноваженаним особа   |  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(підпис)   |  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(ініціали та прізвище)  |

М. П.

Секретар ради Оксана ГВОЗДЕНКО

Додаток 2

до Правил розміщення зовнішньої

реклами на території Звягельської

міської територіальної громади,

від №

### ДОЗВІЛна розміщення зовнішньої реклами

Виданий \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р. на підставі рішення \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(дата видачі)
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(виконавчий орган міської ради, дата і номер рішення)
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(для юридичної особи - повне найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, для фізичної
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
особи - прізвище, ім'я та по батькові)
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(місцезнаходження (місце проживання), номер телефону (телефаксу), банківські реквізити,
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
ідентифікаційний код (номер)

Адреса місця розташування рекламного засобу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Характеристика (в тому числі технічна) рекламного засобу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(вид, розміри, площа місця розташування рекламного засобу)

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

|  |  |
| --- | --- |
| Ескіз з конструктивнимрішенням рекламного засобу   | Топогеодезичний знімок місцевості (М 1:500) з прив'язкою місця розташування рекламного засобу  |
| Відповідальний за топогеодезичне знімання   | \_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М. П.    (підпис)       (ініціали та прізвище)  |
| Керівник робочого органу | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(підпис) | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(ініціали та прізвище) |

М. П.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Керівник робочого органу  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(підпис) | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(ініціали та прізвище) |

М. П.

Додаток 3

до Правил розміщення зовнішньої

реклами на території Звягельської

міської територіальної громади,

від №

Комп'ютерний макет місця, на якому планується розташування рекламного засобу

за адресою: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, вул.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Фото

Заявник:  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Аналіз**

**регуляторного впливу до проекту рішення Звягельської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади»**

Аналіз регуляторного впливу до проекту рішення Звягельської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади» розроблений на виконання та з дотриманням вимог 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 березня 2004 року №308 «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта» (зі змінами, далі - Методика).

**Регуляторний орган -** Звягельська міська рада.

**Розробник проекту регуляторного акта** - управління житлово-комунального господарства та екології Звягельської міської ради.

1. **Визначення проблеми**

Засади рекламної діяльності в Україні визначає Закон України «Про рекламу», який регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

З дати прийняття рішення міської ради від 30.04.2009 № 485 (зі змінами) «Про порядок регулювання у сфері розміщення зовнішньої реклами», прийнято низку нормативно-правових актів, які регулюють правовідносини у сфері зовнішньої реклами, внесені зміни до чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами. Зокрема, Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 затверджено Типові правила розміщення зовнішньої реклами, відтак, виникла необхідність у прийнятті нових Правил розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади (далі – Правила), що регулюють відносини, що виникають у зв’язку з розміщенням зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади, та визначають порядок надання дозволів на розміщення реклами.

Нині у сфері розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади існує низка проблем, пов’язаних з самовільним розміщенням на вулицях, у парках, скверах, на майданчиках, алеях, електричних опорах, на фасадах будинків та інших об’єктах благоустрою загального користування часто і, як правило, з комерційною метою, різного роду рекламних засобів без дотримань вимог техніки безпеки, що загрожує життю та здоров’ю громадян, створюють небезпеку учасникам дорожнього руху, погіршуються естетичні якості міського середовища та інше.

Зазначені проблеми негативно впливають насамперед на громадян, не забезпечують сприятливий для життєдіяльності простір, збереження об’єктів та елементів благоустрою.

Негативного впливу від зазначених проблем зазнають також суб’єкти господарювання, оскільки порушення Правил призводить до неможливості ефективно здійснювати господарську діяльність.

Таким чином, регламентування норм та правил поведінки у сфері зовнішньої реклами, шляхом прийняття Правил у відповідності до вимог чинного законодавства України, дозволить сформувати сприятливе для життєдіяльності людини середовище, раціонально використовувати ресурси громади.
Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
| Громадяни | + |  |
| Міська рада | + |  |
| Суб’єкти господарювання, у тому числі суб’єкти малого підприємництва | + |  |

1. **Цілі державного регулювання**

Цілями запропонованого проекту рішення є:

* врегулювання взаємовідносин, що виникають між Звягельською міською радою та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення на території Звягельської міської територіальної громади відповідно до вимог чинного законодавства;
* запобігання самовільному розміщенню об'єктів зовнішньої реклами;
* стимулювання інвестиційної і рекламної діяльності на території територіальної громади;
* вдосконалення відносин між виконавчими органами Звягельської міської ради та суб'єктами господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами.
1. **Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей**
	1. В якості альтернативи для досягнення встановлених цілей пропонуються два способи:

|  |  |
| --- | --- |
| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
| **Альтернатива 1.** | Залишення існуючої на даний момент ситуації без змін |
| **Альтернатива 2.** | Прийняття проекту акта, яким буде затверджено Правила розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади, що відповідатимуть вимогам чинного законодавства України |

* 1. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів міської ради

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| **Альтернатива 1.** | Відсутні | Відсутні |
| **Альтернатива 2.**     |  Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів, врегулювання взаємодії Звягельської міської ради з суб’єктами господарювання. Впорядкування місць та встановлення постійного контролю щодо розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади.Виконання вимог законодавства. | Витрати часу на розробку та прийняття регуляторного акта.Витрати, пов’язані з організацією контролю за дотриманням затверджених Правил, утримання менеджера з реклами комунального підприємства «Звягельсервіс» (Орієнтовно 88361 грн/рік). |

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| **Альтернатива 1.** | Відсутні | Відсутні |
| **Альтернатива 2.** | Прийняття запропонованого регуляторного акта призведе до покращення ситуації із розміщенням об'єктів зовнішньої реклами на території Звягельсьої міської територіальної громади.Створить прозору систему прийняття рішень про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення реклами. | Відсутні |

Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показник** | **Великі** | **Середні** | **Малі** | **Мікро** | **Разом** |
| Кількість суб’єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць |  | 2 | 5 | 27 | 34 |
| Питома вага групи узагальній кількості, % |  | 6 | 15 | 79 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1. | Стан речей залишається незмінним, відтак відсутня необхідність внесення змін в діяльність підприємств | Відсутні  |
| Альтернатива 2. Прийняття проекту акта | Дасть можливість створити належні правові та організаційні умови для розвитку діяльності в галузі реклами | Витрати суб’єктів господарювання на: - щомісячну оплату розміщення зовнішньої реклами;-утримання в належному санітарному стані рекламну конструкцію та прилеглу до неї територію. Орієнтовні витрати – 9948 грн/рік. |

|  |  |
| --- | --- |
| **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 проведення аналізу впливу регуляторного акта (рядок 11 таблиці «Витрати на одного суб’єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта») | - |
| **Альтернатива 2.**Сумарні витрати для суб’єктів господарювання великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (рядок 11 таблиці „Витрати на одного суб’єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта“) | 19896 грн./рік |

1. **Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності(досягнення цілей під час вирішення проблеми)** | **Бал****результативності(за чотирибальною системою оцінки)** | **Коментаріщодо присвоєння відповідного бала** |
| **Альтернатива 1** | 1 |  Визначені цілі не досягнуті, відтак проблема залишається не вирішеною |
| **Альтернатива 2** | 4 | У разі прийняття акта задекларовані цілі забезпечать повною мірою досягнення поставленої мети стосовно прийняття Правил розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади у відповідності до вимог чинного законодавства України, при цьому досягнення встановлених цілей є можливим з незначними витратами, які, однак, виправдовуються отриманими вигодами від прийняття регуляторного акта |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності** | **Вигоди (підсумок)** | **Витрати (підсумок)** | **Обґрунтування відповідного****місця альтернативи урейтингу** |
| **Альтернатива 2**Прийняттяпроекту акта                                  | у разі прийняття проекту акта для міської ради вигода полягатиме в забезпечині:- дотримання вимог законодавства щодо затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади;- чіткого визначення порядку надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами на території громади;- розмежування відповідальності між розповсюджувачами зовнішньої реклами та міською радою по всій території громади;- наявність єдиного систематизованого нормативно-правового акту в новій редакції, який визначає Правила розміщення зовнішньої реклами на території громади. | у разі прийняття проекту акта забезпечується збалансованість інтересів розповсюджувачів реклами та міської ради завдяки дотримання Правил розміщення зовнішньої реклами.Однак, потребує витрачанню коштів розповсюджувачами реклами. | у разі прийняття акта задекларовані цілі можуть бути досягнені майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми існувати не будуть), встановить зрозуміле загальне регулювання,зникає неврегульова-ність проблеми, що виникла, у чинному законодавстві. |
| **Альтернатива 1**Залишення існуючої на даний момент ситуації без змін | Відсутні. | Витрати відсутні.Не забезпечується досягнення поставленої мети і вирішення питань про порядок розміщення зовнішньої реклами на території громади. | Визначені цілі не досягнуті, відтак проблемазалишаєтьсяне вирішеною |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг** | **Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від альтернативи** | **Оцінка ризику впливу зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта** |
| **Альтернатива 2**         | Забезпечення прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади, 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 у сфері надання рекламних послуг. На виконання вимог акта впливатимуть і економічні чинники, зокрема, інфляційні процеси, надмірне зростання цін. Змін в оподаткуванні тощо, що можуть зменшити кількість отриманих дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Разом з тим, суб’єкти господарювання – розповсюджувачі реклами можливі збитки від впливу зовнішніх факторів зможуть компенсувати за рахунок прибутку від здійснення їх підприємницької діяльності з надання рекламних послуг. |
|   |  |
| **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  громади у відповідальності до чітко встановлених норм. | X |

1. **Механізми та заходи, які забезпечать розв’язання визначеної проблеми**

Розв’язання визначеної в розділі 1 аналізу регуляторного впливу проблеми буде здійснюватися за допомогою наступних механізмів:

1. Механізм нормотворчої діяльності органів місцевого самоврядування (забезпечить комплексне врегулювання організаційно-правових відносин у сфері зовнішньої реклами).
2. Механізм взаємодії із Звягельською міською територіальною громадою (забезпечить належний доступ до інформації про регуляторний акт; розв’язання процедурних питань, що передбачені регуляторним актом).
3. Механізм контролю (забезпечить належне виконання вимог регуляторного акта).

Розв’язання визначеної проблеми здійснюватиметься за допомогою наступних заходів:

1. Правові заходи, які полягають у розробленні проєкту рішення із застосуванням визначених Законом України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності“ процедур, прийнятті рішення Звягельської міської ради та його оприлюдненні (набрання чинності) у встановленому порядку, що забезпечить розв’язання визначеної проблеми і сприятиме досягненню цілей державного регулювання.
2. Організаційні заходи, які полягають в розгляді звернень суб’єктів господарювання на розміщення зовнішньої реклами. Їх планується здійснювати протягом усього строку дії регуляторного акта.
3. Інформаційні заходи, які полягають у проведенні роз’яснювальної роботи серед суб’єктів господарювання та громадськості, організації публічних зустрічей з суб’єктами господарювання з метою обговорення положень регуляторного акта, проведення письмових консультацій з даного приводу, розміщення інформації про регуляторний акт на офіційному вебсайті Звягельської міської ради. Ці заходи сприяють забезпеченню можливості одержання суб’єктами господарювання та громадянами інформації про регуляторний акт, процедуру його реалізації, наслідки виконання. Вони є необхідними для розв’язання проблемних питань та досягнення цілей державного регулювання.
4. Заходи контролю, які полягають у здійсненні органами місцевого самоврядування контролю за дотриманням вимог регуляторного акта в порядку та межах, установлених чинними нормативними актами, що надасть можливість реалізувати мету регуляторного акта та відстежити його результативність.

Запропонований механізм дії даного проєкту регуляторного акта відповідає принципам державної регуляторної політики, а саме: доцільності, адекватності, ефективності, збалансованості, передбачуваності, прозорості та врахування громадської думки.

Ступінь ефективності зазначених заходів є високим, адже виконавши їх належним чином, поставленої мети буде досягнуто.

**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.

**ВИТРАТИ**

**на одного суб’єкта господарювання середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№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 | **-** | **-** |
| 2. | Податки та збори (зміна розміру податків/зборів,  виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень | **-** | **-** |
| 3. | Витрати, пов’язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень | **-** | **-** |
| 4. | Витрати, пов’язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/ приписів тощо), гривень | **-** | **-** |
| 5. | Витрати на отримання адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних/обов’яз-кових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та інших послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо), гривень | **-** | **-** |
| 6. | Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень | **-** | **-** |
| 7. | Витрати, пов’язані із наймом додаткового персоналу, гривень | **-** | **-** |
| 8. | Інше, (середні витрати за розміщення рекламного засобу ), гривень | 9948 | 49740 |
| 9. | РАЗОМ (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5+ 6 + 7 + 8), гривень | 9948 | 49740 |
| 10. | Кількість суб’єктів господарювання середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць | 2 | 2 |
| 11. | Сумарні витрати суб’єктів господарювання середнього підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 9 х рядок 10), гривень | 19896 | 99480 |

**БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ**

**на адміністрування регулювання для суб’єктів великого і середнього підприємництва**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Процедура регулювання суб’єктів великого і середнього підприємництва (розрахунок на одного типового суб’єкта господарювання) | Плано-ві витрати часу на проце-дуру | Вартість часу співробіт-ника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата) | Оцінка кількості процедур за рік, що припада-ють на одного суб’єкта | Оцінка кількості  суб’єктів, що підпадають під дію процедури регулювання | Витрати на адмініструва-ння регулювання\* (за рік), гривень |
| 1. Облік суб’єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання | 0,5 год | 15,34 грн. |  |  |  |
| 2. Поточний контроль за суб’єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: |  |  |  |  |  |
| камеральні |  |  |  |  |  |
| Виїзні | 30 хв. | 15,34 грн. | 3 | 2 | 92,04 |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | 1 год. | 30,68 грн. | 3 | 2 | 184,08 |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | 30 хв. | 15,34 грн | 3 | 2 | 92,04 |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб’єктами господарювання |  |  |  |  |  |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання |  |  |  |  |  |
| 7. Інші адміністративні процедури (уточнити): |  |  |  |  |  |
| Разом за рік |  |  |  |  | 368,04 |
| Сумарно за п’ять років |  |  |  |  | 1820,2 |

**7. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта**

Строк дії регуляторного акта не обмежений у часі, оскільки його прийняття необхідне для дотримання вимог чинного законодавства на виконання яких розроблено регуляторний акт та які мають необмежений термін дії.

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

**8. Визначення показників результативності дії регуляторного акта**

Основними показниками результативності регуляторного акта є:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показники, які безпосередньо характеризують результативність дії регуляторного акта та які підлягають контролю (відстеження результативності)** | **2021** | **2022** | **1 рік** | **3 роки** |
| Розмір надходжень до місцевого бюджету, пов’язаних з дією акта | 16770,9 | 13251,28 | 16000,00 | 18000,00 |
| Кількість суб’єктів господарювання, що мають діючі дозволи на розміщення зовнішньої реклами. | 34 | 34 | 34 | 34 |
| Кількість виявлених порушень у галузі розміщення зовнішньої реклами | 3 | 3 | 1 | 1 |

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

Заходи щодо відстеження результативності регуляторного акту здійснюються управлінням житлово-комунального господарства та екології Звягельської міської ради. Відстеження цього регуляторного акту здійснюватиметься статистичним методом.

Для відстеження будуть використовуватись дані місцевого самоврядування та інших уповноважених суб’єктів за відповідний період, що передує даті початку виконання заходів з відстеження.

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

Базове відстеження результативності регуляторного акта буде проводитись шляхом здійснення аналізу за основними показниками результативності акта.

Повторне відстеження результативності регуляторного акта буде проведено через рік, але не пізніше ніж через два роки після набрання чинності. Установлені кількісні та якісні значення показників результативності акта порівнюються із значеннями аналогічних показників, що встановлені під час базового відстеження.

Повторне відстеження результативності регуляторного акта буде проводитись шляхом здійснення контролю уповноваженими органами за дотриманням вимог акта, моніторингу звернень громадян з питань, врегульованих актом та аналізу статистичних даних за основними показниками результативності акта (порівнюються із значеннями аналогічних показників, що встановлені під час базового відстеження), та у разі виявлення неврегульованих та проблемних питань буде розглядатись можливість їх виправлення шляхом внесення відповідних змін.

Періодичне відстеження результативності регуляторного акта буде проводитись раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта шляхом порівняння установлених кількісних значень показників результативності акта із значеннями аналогічних показників, що встановлені під час повторного відстеження.

**Додаток**

**до аналізу регуляторного впливу до проекту рішення Зягельської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Звягельської міської територіальної громади»**

**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 у період з жовтень по грудень 2022 року.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Вид консультації** | **Кількість учасниківконсультацій, осіб** | **Основні результати консультацій (опис)** |
| 1. | Надсилання проекту Правил розміщення зовнішньої реклами суб’єктам господарювання, які здійснюють заходи у сфері зовнішньої реклами | 6 | Отримано пропозиції щодо внесення уточнень і доповнень до проекту Правил розміщення зовнішньої реклами |
| 2. | Проведення консультацій з суб’єктами господарювання, що здійснюють заходи у сфері зовнішньої реклами | 5 | Обговорено проблемні питання у сфері благоустрою громади, необхідність прийняття Правил благоустрою, встановлено, щокількість суб’єктів малого підприємництва становить 32 одиниці |
| 3. | Запити до суб’єктів господарювання, що здійснюють заходи у сфері зовнішньої реклами  | 6 | Отримано інформацію від суб’єктів господарювання щодо витрат, які буде понесено внаслідок впровадження в дію регуляторного акта |
| 4. | Проведення наради з суб’єктами господарювання у сфері зовнішньої реклами | 4 | Обговорено питання необхідності прийняття Правил розміщення зовнішньої реклами у відповідності до вимог чинного законодавства України та з урахуванням особливостей території громади, які дозволять врегулювати права та обов’язки суб’єктів у сфері зовнішньої реклами |

1. Вимірювання впливу регулювання на суб’єктів малого підприємництва (мікро- та малі):
* кількість суб’єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання, становить – 32 одиниці, у тому числі малого підприємництва 5 одиниць та мікропідприємництва 27 одиниць;
* питома вага суб’єктів малого підприємництва у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив - 94 %.
1. Розрахунок витрат суб’єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Найменування оцінки** | **У перший рік (стартовий рік впровадженнярегулювання)** | **Періодичні (за наступнийрік)** | **Витрати зап’ять років** |
| Оцінка «прямих» витрат суб’єктів малого підприємництва на виконаннярегулювання |
| 1. | Придбання необхідних засобів для виконання вимог регуляторного акта | - | - | - |
| 2. | Процедури повірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевогосамоврядування | - | - | - |
| 3. | Процедури  експлуатаціїобладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали) | - | - | - |
| 4. | Процедури    обслуговування обладнання   (технічнеобслуговування) | - | - | - |
| 5. | Інші процедури (збільшення плати за користування рекламними засобами) | 9948 | 12435 | 77719 |
| 6. | Разом, гривень | - | - | - |
| 7. | Кількість       суб’єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання,одиниць | 32 | 32 | 32 |
| 8. | Сумарно, гривень | 318336 | 397920 | 2487008 |
| Оцінка вартості адміністративних процедур суб’єктів малого підприємництващодо виконання регулювання та звітування |
| 9. | Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання | 60 хв. х30,68грн./год. | - | 60 хв.х30,68 грн./год |
| 10. | Процедури організації виконання вимог регулювання | 60 хв. х30,68грн./год. | - | 60 хв. х30,68грн./год. |
| 11. | Процедури офіційного звітування | - | - | - |
| 12. | Процедури щодо забезпечення процесу перевірок | - | - | - |
| 13. | Інші процедури (уточнити) | - | - | - |
| 14. | Разом, гривень | 61,36 | - | 61,36 |
| 15. | Кількість суб’єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання,одиниць | 32 | - | 32 |
| 16. | Сумарно, гривень | 1963,52 | - | 9817,6 |

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб’єктів малого підприємництва.

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання: Звягельська міська рада та її виконавчі органи

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Процедура регулюваннясуб’єктів малогопідприємництва (розрахунокна одного типового суб’єктагосподарювання малогопідприємництва** | **План-овівитра-тичасунапроце-дуру** | **Вартість часуспівробітникаорганудержавноївладивідповідноїкатегорії(заробітнаплата)** | **Оцінкакількостіпроцедур зарік, щоприпадають на одногосуб’єкта** | **Оцінкакількостісуб’єктів, щопідпадаютьпід діюпроцедурирегулювання** | **Витратинаадмініст-****руваннярегулювання\* (зарік),гривень** |
| 1. Облік суб’єкта господарювання, щоперебуває у сфері регулювання | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| 2. Поточний контроль за суб’єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| камеральні | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Виїзні | 30 хв. | 15,34 | 3 | 32 |  1472,64 |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | 1 год. | 30,68 | 3 | 32 | 2761,2  |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушеннявимог регулювання | 30 хв. | 15,34 | 3 | 32 | 1472,64 |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб’єктамигосподарювання | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| 6.Підготовка звітності за результатамирегулювання | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| 7. Інші адміністративніпроцедури (уточнити): | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |
| Разом за рік | х | Х | х | Х | 5706,48 |
| Сумарно за п’ятьроків | х | Х | х | Х | 16751,28 |

1. 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 навиконання регулювання | 318336 | 2487008 |
| 2. | Оцінка вартості адміністративних процедурдля суб’єктів малого підприємництва щодовиконання регулювання тазвітування | 1963,52 | 9817,6 |
| 3. | Сумарні витрати малого підприємництва навиконання запланованогорегулювання | 320299,52 | 2496825,6 |
| 4. | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб’єктівмалого підприємництва | 5706,48 | 16751,28 |
| 5. | Сумарні витрати навиконання запланованого регулювання | 326006 | 2513576,88 |

Корегуючі (пом’якшувальні) заходи для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання не розроблялися.

Начальник управління

житлово-комунального

господарства та екології

міської ради                                          Олег ГОДУН