

АНАЛІЗ ВПЛИВУ РЕГУЛЯТОРНОГО АКТА

**рішення Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького
«Про внесення змін до рішення виконавчого комітету міської ради
від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення
зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру
плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у
комунальній власності, для розташування рекламних засобів»**

| | |
|----------------------------|--|
| Регуляторний орган | – Виконавчий комітет Міської ради міста Кропивницького |
| Розробник документа | – управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького |
| Поштова адреса | – 25006, м. Кропивницький, вул. Тараса Карпи, 68 |

Аналіз впливу регуляторного акта підготовлено та проведено з урахуванням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 року № 308 «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта (зі змінами).

I. Визначення проблем

На даний час на території міста Кропивницького є чинним рішення виконавчого комітету Кіровоградської міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів» (зі змінами та доповненнями) (далі – Правила та Порядок відповідно).

Відповідно до пункту 1 Порядку плата за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності для розташування рекламних засобів, складається з базових тарифів для спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, які розміщені на комунальній власності міста та коефіцієнтів диференціації базового тарифу (в залежності від місць розміщення зовнішньої реклами), на які послідовно перемножується базовий тариф.

Територію міста Кропивницького поділено на три зони для розміщення рекламних засобів.

До 1-ої зони відноситься наступна територія міста Кропивницького: вул. Велика Перспективна, площа Богдана Хмельницького, площа Соборна, вул. Преображенська (від вул. Пашутінської до вул. Шульгиних), вул. Острівська, пров. Василівський, вул. Пушкіна.

До 2-ої зони відноситься наступна територія міста Кропивницького: вул. Соборна, вул. Поповича, вул. Євгена Маланюка, вул. Полтавська, вул. Романа Шухевича, вул. Вокзальна, вул. Короленка, вул. Кропивницького, вул. Яновського, вул. Євгена Чикаленка, вул. Бобринецький шлях,

вул. Академіка Тамма, вул. Героїв України, вул. Преображенська, вул. Генерала Родимцева, вул. Садова, вул. Велика Пермська, вул. Холодноярська, вул. Юрія Коваленка, вул. Космонавта Попова, вул. Генерала Жадова, вул. Мурманська, вул. Шевченка, шосе Олександрійське, просп. Винниченка, вул. Євгена Тельнова, просп. Університетський, просп. Інженерів.

До 3-ої зони відноситься територія міста Кропивницького, яка не увійшла до 1-ої та 2-ої зони.

Рішенням виконавчого комітету міської ради від 12 вересня 2017 року № 430 затверджено Концепцію комплексного впорядкування розміщення зовнішньої реклами та тимчасових споруд для провадження підприємницької діяльності в м. Кропивницькому (далі – Концепція).

Метою впровадження Концепції є збільшення надходжень до міського бюджету від надання місць, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів.

Оскільки Концепція спрямована на вдосконалення та подальший розвиток нормативно-правової бази організації зовнішнього рекламного оформлення міста на території міста Кропивницького виникла необхідність привести Порядок у відповідність до вимог Концепції.

Зокрема, Концепцією запропоновано обмежити **Першу зону (Центральну) наступними вулицями, провулками, проспектами, бульварами, площами і т.д.:**

вул. Академіка Тамма, вул. Архітектора Паученка, вул. Архангельська, вул. Арсенія Тарковського, площа Богдана Хмельницького, пров. Василівський, просп. Винниченка, вул. Велика Пермська, вул. Велика Перспективна, вул. Верхня Биковська, вул. Віктора Чміленка (в обидва боки від вул. Великої Перспективної до вул. Кавалерійської та вул. Кропивницького), вул. Вокзальна, вул. В'ячеслава Чорновола, вул. Гагаріна, площа Героїв Майдану, вул. Гоголя, вул. Дворцова, вул. Євгена Маланюка, вул. Євгена Чикаленка, вул. Євгена Тельнова, вул. Олексія Єгорова, вул. Ельворті, вул. Кавалерійська, вул. Леоніда Куценка, вул. Михайлівська, вул. Набережна, вул. Острівська, вул. Полтавська, вул. Преображенська (від вул. Шульгиних до вул. Пашутінської), вул. Пушкіна, вул. Соборна, Студентський бульвар, площа Соборна, вул. Тараса Карпи, пров. Училищний, вул. Шевченка.

Другу зону (Середню) обмежено такими вулицями, провулками, проспектами, бульварами, площами і т.д.:

вул. Бобринецький шлях, вул. Руслана Слободянюка, вул. Волкова, вул. Генерала Жадова, вул. Генерала Родимцева, вул. Героїв України, просп. Інженерів, вул. Київська, вул. Короленка, вул. Космонавта Попова, вул. Кропивницького, вул. Миколи Левитського, вул. Холодноярська, вул. Мурманська, вул. Металістів, пров. Об'їзний, шосе Олександрійське, вул. Поповича, вул. Преображенська (окрім території, визначеної першою зоною), вул. Садова, вул. Салтикова-Щедрина, вул. Степняка-Кравчинського, просп. Університетський, вул. Романа Шухевича, вул. Юрія Коваленка, вул. Яновського.

Третьою зоною (Периферійною) визначено територію міста Кропивницького поза межами першої та другої зон.

На даний час існують розбіжності між вимогами Порядку та Концепції у частині закріплення території, що входить до 1, 2 та 3 зон. Це є проблемою, яка потребує вирішення шляхом внесення відповідних змін до Порядку.

Слід зазначити, що на даний час середній розмір щомісячної плати за користування місцем, яке перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів в місті Кропивницькому, не відповідає реальній цінovій політиці, у зв'язку з чим потребує перегляду (примірна плата за розміщення стандартного рекламного щита розміром площини 3,0 х 6,0 м у місті на теперішній час становить близько 450,00 грн.).

Діючим Порядком встановлені наступні базові тарифи для спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, які розміщені на комунальній власності міста:

для стаціонарних спеціальних окремо розміщених конструкцій – 31,2 грн. за 1 кв. м; стандартних рекламних конструкцій, розміщених на будівлях, опорах, огорожах і т.п. – 14,4 грн. за 1 кв. м; проведення рекламних акцій (виставок, шоу, тощо) на відкритих майданчиках – 14,4 грн. за один квадратний метр площі території, яку займає організатор такої акції.

При підготовці проекту регуляторного акта враховано необхідність виконання 11 заходів щодо забезпечення виконання бюджету міста Кропивницького на 2019 рік, затверджених рішенням Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького від 12 березня 2019 року № 131 «Про виконання міського бюджету за 2018 рік та заходи на 2019 рік».

Асоціацією операторів зовнішньої реклами України запропоновано підвищити базові тарифи у 2019 році для стандартних спеціальних окремо розміщених конструкцій до 65,5 грн. за кв.м. та по аналогії для стандартних рекламних конструкцій, розміщених на будівлях, огорожах і т.п., а також проведення рекламних акцій (виставок, шоу тощо) на відкритих майданчиках (береться загальна площа території, яку займає організатор такої акції) до 30,23 грн. за кв.м.

Під час підготовки та опрацювання проекту регуляторного акта розглянуто цінovu ситуацію, яка склалась на ринку послуг з розміщення зовнішньої реклами, що включає в себе аналіз не тільки плати за розміщення рекламних засобів по Україні, а й попит на даний вид послуг, цінovu політику розповсюджувачів зовнішньої реклами стосовно рекламодавців.

29.05.2019 р. на зустрічі-наradі з власниками біл-бордів та сіті-лайтів обговорено питання стосовно підвищення базових тарифів (протокол від 29.05.2019 р.), також проведені додаткові консультації з фінансовим управлінням Міської ради міста Кропивницького. У результаті проведеної наради та консультацій запропонований тариф для стандартних спеціальних окремо розміщених конструкцій має становити 49,92 грн. за кв.м. та по аналогії для стандартних рекламних конструкцій, розміщених на будівлях, огорожах і т.п., а також проведення рекламних акцій (виставок, шоу тощо) на відкритих майданчиках (береться загальна площа території, яку займає організатор такої акції) до 23,04 грн. за кв.м.

**Проблеми, які передбачається
розв'язати шляхом державного регулювання**

1. Приведення Порядку у відповідність до Концепції (усунення розбіжностей у частині закріплення території, що входить до 1, 2 та 3 зон).
2. Недостатня наповнюваність міського бюджету міста Кропивницького, частиною якого є надходження від сплати розповсюджувачами зовнішньої реклами коштів за користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, що унеможливує або перешкоджає реалізації соціально-економічних програм, запроваджених в місті;
3. Низький рівень ефективності використання комунального майна міста Кропивницького внаслідок розміщення зовнішньої реклами;
4. Підвищення ефективності роботи управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького щодо здійснення належного контролю у сфері розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому.
5. Низька плата за договорами щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів надає можливість встановлювати нові рекламні засоби та, як наслідок, перенасичення міста рекламними засобами, невдоволеність містян, зниження туристичної привабливості міста.

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

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

Обраний спосіб правового регулювання відносин у сфері зовнішньої реклами в місті Кропивницькому ґрунтується на принципі імперативності (загальнообов'язковості) рішень Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького, що встановлено статтею 144 Конституції України та статтею 73 Закону України „Про місцеве самоврядування в Україні”.

Таким чином, вирішення вищезазначених питань можливе лише шляхом прийняття рішення Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів».

Інші альтернативні способи (механізми) досягнення вищезазначених цілей не передбачені чинним законодавством.

II. Цілі державного регулювання

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

1. Приведення вимог Порядку у відповідність до Концепції (усунення розбіжностей у частині закріплення території, що входить до 1, 2 та 3 зон).
2. Підвищення ефективності використання комунального майна міста Кропивницького.
3. Збалансованість надходжень до міського бюджету міста Кропивницького внаслідок збільшення надходжень від використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами, та як наслідок – належна реалізація соціально-економічних програм, спрямованих на підвищення рівня життя населення міста Кропивницького (виплата матеріальної допомоги учасникам АТО, малозабезпеченим сім'ям, надання фінансової підтримки військовим частинам тощо), благоустрою міста і т.д., впроваджених в місті Кропивницькому;
4. Підвищення ефективності роботи управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького щодо здійснення належного контролю у сфері розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому.
5. Запобігання перенасиченості міста Кропивницького рекламними засобами, зниження рівня невдоволеності містян та підвищення туристичної привабливості міста.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

1. Визначення альтернативних способів

| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
|---|--|
| Альтернатива 1: Залишення існуючої на даний момент ситуації без змін | У разі, якщо залишити регуляторний акт без змін, поставлених цілей не буде досягнуто. Розбіжності між вимогами Порядку та Концепції, у частині закріплення території, що входить до 1, 2 та 3 зон |

продовжуватимуть існувати. Вимоги, встановлені Порядком продовжуватимуть суперечити Концепції.

Ефективність використання комунального майна залишатиметься на низькому рівні.

Надходження до міського бюджету від плати за розміщення засобів зовнішньої реклами не зміняться. В результаті вимоги пункту 11 заходів щодо забезпечення виконання бюджету міста Кропивницького на 2019 рік, затверджених рішенням Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького від 12 березня 2019 року № 131 «Про виконання міського бюджету за 2018 рік та заходи на 2019 рік» залишаться невиконаними.

Знизиться рівень контролю управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького за надходженнями до міського бюджету від розміщення зовнішньої реклами та знизяться показники контролю за розміщенням зовнішньої реклами.

Ще одним наслідком неврегульованості ситуації буде перенасиченість міста рекламними засобами, що призведе до неефективності їх використання та створення негативного відношення мешканців міста до реклами в цілому. Відповідно, перенасичення рекламою стане не елементом розвитку економіки міста, а елементом її руйнації та подразником для містян. Крім того, туристична привабливість міста буде незначною.

Альтернатива 2:
**Прийняття регуляторного акта
(внесення відповідних змін)**

Альтернатива має беззаперечну перевагу. У разі прийняття регуляторного акта буде досягнуто поставлених цілей в повному

обсязі, а саме:

розбіжності між вимогами Порядку та Концепції, у частині закріплення території, що входить до 1, 2 та 3 зон будуть усунені;

підвищиться ефективність використання комунального майна міста;

доходи міського бюджету від надання в користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів внаслідок збільшення надходжень будуть збалансовані. В результаті вимоги пункту 11 заходів щодо забезпечення виконання бюджету міста Кропивницького на 2019 рік, затверджених рішенням Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького від 12 березня 2019 року № 131 «Про виконання міського бюджету за 2018 рік та заходи на 2019 рік» будуть виконаними;

покращаться контролюючі функції управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького у сфері розміщення зовнішньої реклами;

внаслідок усунення такого чинника, як перенасиченість міста рекламними засобами (зокрема типу «billboard») знизиться рівень невдоволеності містян та підвищиться туристична привабливість міста.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|--------|---------|
|------------------|--------|---------|

Альтернатива 1

Дещо покращиться інвестиційна привабливість міста Кропивницького через низьку плату за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, проте зазначена вигода призведе до візуальної перенасиченості території рекламними засобами та як наслідок невдоволеність ситуацією містян, зниження туристичної привабливості міста.

Розбіжності між вимогами Порядку та Концепції у частині закріплення території, що входить до 1, 2 та 3 зон, продовжуватимуть існувати. Вимоги, встановлені Порядком, продовжуватимуть суперечити Концепції, що призведе до унеможливлення реалізації цілей, встановлених Концепцією;

низький рівень ефективності використання комунального майна;

нарахування у сумі 3 358 396,4 грн. та відповідно надходження до міського бюджету від розміщення рекламних засобів не зміняться, що є неприйнятним, зниження рівня реалізації соціально-економічних програм, спрямованих на підвищення рівня життя населення міста Кропивницького, благоустрою міста і т.д., впроваджених в місті Кропивницькому;

зниження рівня контролю управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького за надходженнями до міського бюджету за розміщенням зовнішньої реклами у результаті недостатнього фінансування та зниження показників контролю за розміщенням зовнішньої реклами, що сприятиме самовільному розміщенню зовнішньої реклами та існуванню заборгованості

| | | |
|-----------------------|---|---|
| | | розповсюджувачів по оплаті за договорами, укладеними з управлінням. |
| Альтернатива 2 | <p>Певні цілі, встановлені Концепцією, будуть реалізовані. Розбіжності між вимогами Порядку та Концепції у частині закріплення території, що входить до 1, 2 та 3 зон, будуть усунені;</p> <p>підвищиться рівень ефективності використання комунального майна;</p> <p>збільшаться надходження до міського бюджету від плати за розміщення засобів зовнішньої реклами, що надасть можливість реалізувати соціально-економічні програми, спрямовані на підвищення рівня життя населення міста Кропивницького, благоустрою міста і т.д., впроваджені в місті Кропивницькому;</p> <p>підвищиться рівень контролю управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького за надходженнями до міського бюджету та за розміщенням зовнішньої реклами;</p> <p>усунення такого чинника, як перенасиченість міста рекламними засобами</p> | Витрати, пов'язані з підготовкою та оприлюдненням проекту регуляторного акту, аналізу регуляторного впливу та М-тесту |

(зокрема типу «billboard»), знизить рівень невдоволеності містян та підвищить туристичну привабливість міста.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|-------------------------|--|---|
| Альтернатива 1 | Можливість реконструкції, реставрації, ремонту рекламних конструкцій за рахунок економії коштів, передбачених для підвищення розміру плати за користування місцями | Низький рівень реалізації соціально-економічних програм, спрямованих на підвищення рівня життя населення міста Кропивницького, благоустрою міста і т.д., впроваджених в місті Кропивницькому; збільшення випадків самовільного встановлення рекламних засобів внаслідок неналежного контролю, що призведе до невдоволення містян та соціальної напруги; Перенасиченість міста рекламними засобами (зокрема типу «billboard») спричинить підвищення рівня невдоволеності містян та зниження туристичної привабливості міста. |
| Альтернатива 2 | Підвищення рівня життя населення міста Кропивницького, благоустрою міста і т.д. в результаті можливості реалізації відповідних соціально-економічних програм, фінансування яких здійснюється за рахунок міського | Витрати відсутні |

| | | |
|--|--|--|
| | бюджету; зниження соціальної напруги | |
|--|--|--|

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Альтернатива 1

| Показник | Великі | Середні | Малі та Мікро | Разом |
|--|--------|---------|---------------|-------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 0 | 0 | 272 | 272 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 0% | 0% | 100% | 100% |

Альтернатива 2

| Показник | Великі | Середні | Малі та Мікро | Разом |
|--|--------|---------|---------------|-------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 0 | 0 | 272 | 272 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 0% | 0% | 100% | 100,% |

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|--|---|
| Альтернатива 1 | Низька плата за договорами щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, сприяє отриманню надприбутків суб'єктами господарювання від здійснення господарської діяльності у сфері розміщення зовнішньої | Плата за договорами на рівні 2018 року, що становить 3 358 396,4 грн. |

| | | |
|----------------|--|---|
| | <p>реклами від розміщення вже існуючих рекламних засобів;</p> <p>Можливість встановлення нових рекламних засобів.</p> | |
| Альтернатива 2 | <p>Дотримання балансу прав та інтересів у взаємовідносинах між органом місцевого самоврядування та суб'єктом господарювання в рамках чинного законодавства;</p> <p>прийняття зазначеного регуляторного акта підвищить конкурентоспроможність власників рекламних конструкцій;</p> <p>розвиток інфраструктури міста, підвищення рівня його благоустрою, реалізація соціально-економічних програм, спрямованих на підвищення рівня життя населення міста Кропивницького.</p> | <p>Внаслідок підвищення плати за користування місцями для розміщення рекламних конструкцій на 2 685 733, 24 грн. може спостерігатися пропорційне зростання цін на надання послуг з розміщення зовнішньої реклами та зменшення попиту на відповідні послуги;</p> <p>соціальна напруга.</p> |

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

| Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми) | Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки) | Коментарі щодо присвоєння відповідного бала |
|---|--|--|
| Альтернатива 1 | 1 - цілі прийняття регуляторного акта не | Деякі цілі Концепції не зможуть бути реалізовані; |

| | | |
|----------------|--|---|
| | <p>можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати)</p> | <p>Ефективність використання комунального майна залишатиметься на низькому рівні;</p> <p>надходження до міського бюджету від плати за розміщення засобів зовнішньої реклами не зміняться. В результаті вимоги пункту 11 заходів щодо забезпечення виконання бюджету міста Кропивницького на 2019 рік, затверджених рішенням Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького від 12 березня 2019 року № 131 «Про виконання міського бюджету за 2018 рік та заходи на 2019 рік» залишаться невиконаними;</p> <p>знизиться рівень контролю управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького за надходженнями до міського бюджету від розміщення зовнішньої реклами та знизяться показники контролю за розміщенням зовнішньої реклами;</p> <p>внаслідок неврегульованості ситуації прослідкуватиметься перенасиченість міста рекламними засобами, що призведе до неефективності їх використання та створення негативного відношення мешканців міста до реклами в цілому. Відповідно перенасичення рекламою стане не елементом розвитку економіки міста, а елементом її руйнації та подразником для містян. Крім того, туристична привабливість міста буде незначною.</p> |
| Альтернатива 2 | 4 - Оптимальний варіант збалансування інтересів держави, громадян та суб'єктів | <p>Альтернатива має беззаперечну перевагу.</p> <p>У разі прийняття регуляторного акта - внесення до нього відповідних</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>господарювання. Цілі прийняття регуляторного акта, на час його провадження, будуть досягнуті повною мірою (проблема на час впровадження регуляторного акта існувати не буде)</p> | <p>змін, буде досягнуто поставлених цілей в повному обсязі, а саме:</p> <p>деякі цілі Концепції будуть реалізовані;</p> <p>підвищиться ефективність використання комунального майна міста;</p> <p>доходи міського бюджету від надання в користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів внаслідок збільшення відповідних надходжень будуть збалансовані. В результаті вимоги пункту 11 заходів щодо забезпечення виконання бюджету міста Кропивницького на 2019 рік, затверджених рішенням Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького від 12 березня 2019 року № 131 «Про виконання міського бюджету за 2018 рік та заходи на 2019 рік» будуть виконані;</p> <p>покращаться контролюючі функції управління містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького у сфері розміщення зовнішньої реклами;</p> <p>внаслідок усунення такого чинника, як перенасиченість міста рекламними засобами (зокрема типу «billboard»), знизиться рівень невдоволеності містян та підвищиться туристична привабливість міста</p> |
|--|---|---|

| | | | |
|---------------------------------|--------------------------|---------------------------|---|
| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумок) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу |
|---------------------------------|--------------------------|---------------------------|---|

| | | | |
|----------------|---|---|--|
| Альтернатива 1 | 1 | 3 | Повністю ігноруються інтереси держави та громадян; частково вигідно суб'єктам господарювання; не враховано інтересів жодної із сторін. |
| Альтернатива 2 | 4 | 2 | Реалізація належним чином владних повноважень, оптимальне врахування інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання. |

| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта |
|----------------|--|--|
| Альтернатива 1 | Не є прийнятною, адже не вирішує жодної з проблем. Аргументи для переваги відсутні. Відмова від цієї альтернативи дозволить досягти всіх поставлених цілей. | - |
| Альтернатива 2 | Регуляторний акт відповідає потребам у розв'язанні всіх зазначених проблем та принципам державної регуляторної політики. Затвердження такого регуляторного акта забезпечить поступове досягнення встановлених цілей. | Має місто ризик впливу зовнішніх чинників на дію даного акта таких як: зміна діючого законодавства, що безпосередньо вплине на фінансово-господарську діяльність, прискорення або уповільнення темпів економічного зростання, соціально-політичні впливи, підвищення рівня інфляції, що тягне за собою чергове підвищення плати і т.д. |

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

Для досягнення цілей, визначених даним аналізом регуляторного впливу, пропонується прийняти рішення Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів», а також здійснити всі організаційні заходи відповідно до вимог Закону України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності", організувати відповідну роботу з розповсюджувачами зовнішньої реклами в м. Кропивницькому щодо внесення відповідних змін до договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, проводити нарахування плати по зазначеним договорам відповідно до прийнятих змін та в подальшому здійснювати контроль за своєчасним надходженням коштів від розповсюджувачів за укладеними договорами.

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 в місті Кропивницькому, перевищує 10 відсотків, розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва здійснено згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва).

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Проект рішення Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів» є регуляторним нормативно-правовим актом, який діє на невизначене коло осіб, є загальнообов'язковим до застосування та виконання на території міста Кропивницького, з необмеженим строком дії та можливістю внесення до нього змін та доповнень.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

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

| № | Назва показника | Од. виміру | За 2018 рік (грн.) | За 2019 рік (грн.) | За 2020 рік (грн.) | За 2021 рік (грн.) |
|---|--|------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 1 | Розмір нарахувань відповідно до договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, пов'язаних з дією регуляторного акта | грн. | 3 358 396,4 | *4 352414,85 | 6 044129,64 | 6 044129,64 |
| 2 | Кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта | од. | 269 | 272 | 272 | 272 |
| 3 | Кількість рекламних щитів типу «billboard» | од. | 605 | 633 | 633 | 633 |
| 4 | Кількість рекламних засобів типу «сіті-лайт» | од. | 152 | 152 | 160 | 160 |

* Нарахування за січень, лютий, березень, квітень, травень, червень – за тарифами 31,2 та 14,4 грн. за 1 кв.м., липень, серпень, вересень, жовтень,

листопад, грудень – за тарифами 65,5, 30,23 грн. за 1 кв.м.)

Усі суб'єкти господарювання будуть проінформовані про даний регуляторний акт через вісник Міської ради міста Кропивницького «Вечірня газета» та офіційну сторінку Міської ради міста Кропивницького в мережі Інтернет у встановленому порядку.

Планується проведення спільної з розповсюджувачами зовнішньої реклами наради, інших інформаційних заходів.

В результаті дії даного регуляторного акта часові витрати суб'єктів підприємницької діяльності на зміняться. Фінансові витрати зміняться відповідно до тарифів, встановлених проектом регуляторного акта (розраховані у М-тесті).

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

При визначенні заходів, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження регуляторного акта, в разі його прийняття, нами визначені строки проведення базового, повторного та періодичного відстеження результативності регуляторного акта. Результативність цього регуляторного акта буде відстежуватись статистичним методом, шляхом аналізу статистичних даних, наданих управлінням містобудування та архітектури Міської ради міста Кропивницького.

Протягом кожних трьох років буде проводитись періодичне відстеження результативності цього акта, де будуть відображені відповідні показники у порівнянні з попереднім відстеженням регуляторного акта.

Додаток до аналізу регуляторного впливу до проекту регуляторного акта – проекту рішення Виконавчого комітету Міської ради міста Кропивницького «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів»

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 20.03.2019 р. по 01.04.2019 р., а також 29.05.2019 р.

| Вид консультації (публічні консультації прями/«круглі столи», наради, робочі зустрічі тощо/, інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити/до підприємців, експертів, науковців тощо/) | Кількість учасників консультацій, осіб | Основні результати консультацій (опис) |
|---|--|--|
| Попереднє ознайомлення учасників ринку зовнішньої реклами з проектом регуляторного акту | 162 | На електронні адреси розповсюджувачів зовнішньої реклами, що уклали договори щодо надання тимчасове користування місць, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, направлено інформацію стосовно підготовки проекту регуляторного акту з метою отримання попередніх пропозицій та зауважень з 20.03.2019 р. по 01.04.2019 р. Від 7 СПД отримано відповідні |

| | | |
|--|-----|---|
| | | пропозиції та зауваження. В цілому регулювання сприймається. Проте зазначено, що збільшення розміру плати більш ніж у два рази негативно вплине не тільки на власників рекламних засобів, а й на надходження до міського бюджету. Пропонують тарифи 65, 5 грн./кв.м. та 30,23 грн./кв.м, зазначені у проекті регулятором акту переглянути у менший бік. |
| Обговорення питання підвищення базових тарифів на зустрічі-наradі 29.05.2019 | 26 | 29.05.2019 р. проведено зустріч-наradу з розповсюджувачами зовнішньої реклами. Обговорювали питання щодо підвищення базових тарифів. В цілому регулювання сприймається. Власники рекламних конструкцій пропонують підвищити тарифи на 20 – 30 % |
| Консультації зі спеціалістами департаменту з питань економічного розвитку, торгівлі та інвестицій Міської ради міста Кропивницького, Головного управління статистики у Кіровоградській області та ДФС у Кіровоградській області, сектору Державної регуляторної служби у Кіровоградській області, начальником фінансового управління Міської ради міста Кропивницького | 6 | Отримано консультації стосовно підготовки Аналізу регуляторного впливу проекту рішення та М-тесту, стосовно суб'єктів господарювання, стосовно підвищення базових тарифів. У результаті отриманих консультацій з начальником фінансового управління Міської ради міста Кропивницького пропонується запровадити базові тарифи 49,92 грн./кв.м та 23,04 грн./кв.м |
| Усього осіб | 194 | |

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

Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 272 (одиниць), у тому числі малого підприємництва: 272 (одиниць).

Питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100% (дивитись таблицю «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання» Аналізу).

Регулювання стосується суб'єктів малого підприємництва, які будуть мати намір використовувати місця, що знаходяться в комунальній власності територіальної громади міста Кропивницького, для розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами. Тому до розрахунку взято кількість всіх суб'єктів малого підприємництва, які використовують місця, що знаходяться в комунальній власності територіальної громади міста Кропивницького, для розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на теперішній час.

| Назва показника | Загальна кількість суб'єктів малого підприємництва (мікро та малі) | |
|---|--|---------------|
| | Всього | Мікро та малі |
| Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання | 272 | 272 |
| Питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив | 100 % | 100 % |

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

| № п/п | Найменування оцінки | У перший рік 2020 (стартовий рік впровадження регулювання) | Періодичні (за наступний та подальші роки) | Витрати за п'ять років |
|--|---|--|--|------------------------|
| Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання | | | | |
| 1 | Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів) | 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 (експлуатаційні витрати — витратні матеріали) | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

| | | | | |
|---|---|---------------------------------------|--------------|---------------|
| 4 | Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування) | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 5 | Інші процедури <i>(витрати по сплаті за договорами щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів)</i> <i>В середньому на одного СМІ, гривень</i> | 22 221,06 | 22 221,06 | 111 105,30 |
| 6 | Разом, гривень Формула: (сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5) | 22 221,06 | 22 221,06 | 111 105,30 |
| 7 | Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 272 | | |
| 8 | Сумарно, гривень | 6 044 129,64 | 6 044 129,64 | 30 220 648,20 |
| Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | | | | |
| 9 | Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання Формула: <i>(витрати часу на отримання інформації про регулювання, а саме пошук регуляторного акта в мережі Інтернет x вартість часу СМІ* x кількість актів, з якими необхідно ознайомитись)</i> | 26,08 грн. (1 година) | 0,00 грн. | 26,08 грн. |
| 10 | Процедура організації виконання вимог регулювання | 234,72 грн. (3 год. x 3 процедури) | 0,00 грн. | 234,72 грн. |

| | | | | |
|----|--|-----------|------|-----------|
| | Кількість процедур – 3 (внутрішні консультації з юристами, облік у бухгалтерії, підписання додаткової угоди уповноваженою особою) Формула: вартість одного часу одного СМП на перевірку та укладення додаткової угоди до договору x витрати часу з урахуванням процедури погодження юристами, бухгалтерією і т.д. x кількість додаткових угод) | | | |
| 11 | Процедури офіційного звітування | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 12 | Процедури щодо забезпечення процесу перевірок | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 13 | Інші процедури (уточнити) | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 14 | Разом, гривень | 260,80 | 0,00 | 260,80 |
| 15 | Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | | 272 | |
| 16 | Сумарно, гривень | 70 937,60 | 0,00 | 70 937,60 |

*Вартість часу СПД розрахована відповідно ст. 8 Закону України «Про державний бюджет України на 2019 рік»: **4173 грн. : 160 год./міс. = 26,08 грн.**

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ
на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва

Державне регулювання рішення не передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу).

Витрати органу місцевого самоврядування міста Кропивницького не передбачаються в результаті реалізації проекту рішення.

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

| Порядковий номер | Показник | Перший рік регулювання (стартовий) | За п'ять років |
|-------------------------|---|---|-----------------------|
| 1 | Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання, тис. грн. | 6 044, 1 | 30 220,6 |
| 2 | Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування, тис. грн. | 70,9 | 70,9 |
| 3 | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання, тис. грн. | 6115,0 | 30 291,5 |
| 4 | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва, тис. грн. | 0,00 | 0,00 |
| 5 | Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання, тис. грн. | 6115,0 | 30 291,5 |

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

Для зменшення навантаження на суб'єктів малого бізнесу Порядком визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів встановлені компенсаторні (пом'якшувальні) механізми, такі як:

при розрахунку розміру плати застосовується коефіцієнт диференціації базового тарифу 0,5;

плата за договором щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, не

справляється протягом терміну розміщення соціальної реклами. Плата за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, які мають кілька рекламних площин, розраховується в пропорційному відношенні, залежно від кількості зайнятих площин рекламного засобу соціальною рекламою.

**Т.в.о. начальника управління
містобудування та архітектури
Міської ради міста Кропивницького –
головного архітектора міста**

І.МАРТИНОВА