

**Аналіз регуляторного впливу до проєкту регуляторного акту –  
рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради  
«Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в місті  
Миколаєві»**

**I. Визначення проблеми**

На даний час у м. Миколаєві є чинними Правила розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві, затверджені рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради від **04.10.2011** № 1015.

Під час практичного застосування Правил, що не переглядалися з моменту прийняття у 2011 році, враховуючи стійку тенденцію до зростання, виникла необхідність у підвищенні плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, із врахуванням актуальних на теперішній час соціально-економічних показників, а саме:

№	Показник	2011 рік	2022 рік
1	Індекс інфляції (режим доступу: <a href="https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/basic/">https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/basic/</a> )	100 %	380,2 %
2	Рівень прожиткового мінімуму (режим доступу: <a href="https://index.minfin.com.ua/ua/labour/wagemin/">https://index.minfin.com.ua/ua/labour/wagemin/</a> )	894 -953 грн	2589 грн
3	Рівень мінімальної заробітної плати (режим доступу: <a href="https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/">https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/</a> )	941 - 1004 грн	6700 грн
4	Офіційний валютний курс НБУ гривні до долара США за даними Міністерства фінансів України	7,97 грн	36,56 грн

та вдосконаленні положень, що стосуються процедури надання адміністративних послуг, а також приведення деяких їх положень у відповідність до вимог чинних нормативно-правових актів станом на теперішній час.

Також слід зазначити, що відповідно до ст. 16 Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів на розміщення зовнішньої реклами, що видаються виконавчими органами міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (зі змінами та доповненнями), що приводить до необхідності затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами, саме рішенням виконавчого органу місцевої ради, яким відповідно до регламенту у місті Миколаєві є виконавчий комітет Миколаївської міської ради. Згідно з абзацом 2 ч. 1 статті 4. Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» порядок проведення дозвільної (погоджувальної) процедури, переоформлення та

анулювання документів дозвільного характеру, що законами України віднесено до повноважень органів місцевого самоврядування, встановлюється їх рішенням, а у випадках, передбачених законом - на підставі типових порядків, затверджених Кабінетом Міністрів України.

Згідно зі ст. 143 Конституції України територіальні громади села, селища, міста безпосередньо або через утворені ними органи місцевого самоврядування вирішують питання місцевого значення, віднесені Законом до їхньої компетенції.

Статтею 29 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначено, що до відання виконавчих органів сільських, селищних, міських рад належать, крім іншого, управління в межах, визначених радою, майном, що належить до комунальної власності відповідних територіальних громад.

Зауважимо, що статтею 319 Цивільного кодексу України (далі – ЦКУ) встановлено, що власник володіє, користується, розпоряджається своїм майном на власний розсуд. Власник має право вчиняти щодо свого майна будь-які дії, які не суперечать закону. Згідно зі ст. 327 цього ж кодексу у комунальній власності є майно, у тому числі грошові кошти, яке належить територіальній громаді. Управління майном, що є у комунальній власності, здійснюють безпосередньо територіальна громада та утворені нею органи місцевого самоврядування.

Прийняття рішення, яке досконально регламентує порядок отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами надасть можливостей щодо виключення ситуацій, пов'язаних з виникненням заборгованості перед бюджетом міста, прозорості нарахування та отримання плати за право тимчасового розміщення об'єктів зовнішньої реклами та створить прозору систему прийняття рішень виконавчого комітету Миколаївської міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Крім того, прийняття зазначеного акту додатково забезпечить можливість оскарження незаконних дій з боку осіб, уповноважених на вчинення відповідних власних повноважень та суб'єктів господарювання.

На підставі всебічного аналізу обставин, які станом на теперішній час склались у галузі розміщення зовнішньої реклами у місті було запропоновано даний регуляторний акт.

**Основні групи (підгрупи), на які справляється вплив при підготовці проєкту:**

<b>Групи (підгрупи)</b>	<b>Так</b>	<b>Ні</b>
Громадяни	<input checked="" type="checkbox"/>	x
Орган місцевого самоврядування	<input checked="" type="checkbox"/>	x
Суб'єкти господарювання	<input checked="" type="checkbox"/>	x
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	<input checked="" type="checkbox"/>	x

Проблеми, які пропонується врегулювати в результаті прийняття даного рішення не можуть бути розв'язані за допомогою ринкових механізмів, оскільки потребують нормативно-правового регулювання.

## **II. Цілі державного регулювання**

Проект регуляторного акта спрямований на розв'язання проблем, визначених у першому розділі аналізу регуляторного впливу як в цілому, так і окремих складових.

Метою цього регулювання є вдосконалення регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами.

Вказані вимоги впроваджуються через нормативні інструменти, а саме: через затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві.

Основні цілі регулювання:

- забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- врегулювання взаємовідносин, що виникають між виконавчим комітетом Миколаївської міської ради та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення на території м. Миколаєва, відповідно до вимог чинного законодавства;
- підвищення прозорості дій місцевих органів виконавчої влади шляхом встановлення чіткого порядку та умов надання, внесення змін, продовження строку дії, погодження, переоформлення та припинення дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
- створення дієвої системи контролю за дотриманням Правил розміщення зовнішньої реклами;
- створення єдиних умов для діяльності всіх суб'єктів господарської діяльності у сфері зовнішньої реклами;
- збільшення обсягів надходжень грошових коштів до бюджету за користування місцями розміщення спеціальних конструкцій, що знаходяться в комунальній власності;
- приведення механізму розміщення реклами, визначення розміру плати за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами, до відповідності чинному законодавству України, станом на теперішній час.

### III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

#### 1. Визначення альтернативних способів:

Вид альтернатив	Опис альтернатив
<b>Альтернатива 1:</b> залишення даної ситуації без мін	Дана альтернатива є неприйнятною: <ul style="list-style-type: none"> <li>- не забезпечує досягнення визначених цілей регулювання;</li> <li>- не відповідає Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» в частині видачі дозвільного документу (ст. 4<sup>1</sup> Основні вимоги до порядку видачі документів дозвільного характеру або відмови в їх видачі, переоформлення, анулювання документів дозвільного характеру)</li> </ul>
<b>Альтернатива 2:</b> прийняття проекту регуляторного акта	Застосування даної альтернативи ґрунтується на прийнятті регуляторного акта, що надає можливість затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами на у м. Миколаєві для виконання положень, які передбачені Законами України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (зі змінами та доповненнями) Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами. Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Забезпечує вдосконалення процедури видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання та упорядковує відносини між органами місцевого самоврядування та суб'єктами господарювання з питань видачі дозволів на встановлення об'єктів зовнішньої реклами.

#### 2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів органу місцевого самоврядування:

Вид альтернатив	Вигоди	Витрати
<b>Альтернатива 1:</b> залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Порушення Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності». Зменшення реальних надходжень до бюджету у зв'язку з інфляцією. Втрата прозорості дій влади та їх неоднозначність у зв'язку з невідповідністю нормативно-правових документів. Альтернатива є неприйнятною, оскільки не забезпечує досягнення визначених цілей.
<b>Альтернатива 2:</b> прийняття проекту регуляторного акта	Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами, врегулювання взаємодії виконавчого органу з суб'єктами господарювання.	Витрата часу на розробку та прийняття регуляторного акту. Розповсюдження, публікація та тиражування прийнятого нормативного документа в засобах масової

	<p>Встановлення чіткої системи контролю за дотриманням Правил розміщення зовнішньої реклами на території міста Миколаєва.</p> <p>Виконання вимог законодавства.</p> <p>Збільшення надходжень до бюджету.</p> <p>Чітке визначення повноважень виконавчих органів щодо діяльності пов'язаної з розміщенням зовнішньої реклами.</p> <p>Порівняно з існуючою ситуацією цей регуляторний акт дасть змогу більш досконально регламентувати порядок отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами на території міста</p>	інформації.
--	--	-------------

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян:

Вид альтернатив	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1: залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Інформаційна необізнаність громадян щодо товарів та послуг, які виробляють (пропонують) суб'єкти господарювання.
Альтернатива 2: прийняття проекту регуляторного акта	Враховання інтересів територіальної громади. Дотримання положень чинних нормативних та законодавчих актів. Отримання інформаційних послуг від реклами.	Реалізація проекту регуляторного акта не потребує додаткових витрат з державного та/або міського бюджету.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання:

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання (юридичні та фізичні особи), одиниць	x	x	39	26	65
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків (%)	x	x	60	40	100

Вид альтернатив	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1: залишення існуючої ситуації без змін	Відсутні	Малі надходження до бюджету міста коштів від розміщення суб'єктами господарювання засобів зовнішньої реклами

<p><b>Альтернатива 2:</b> прийняття проекту регуляторного акта</p>	<p>Збільшення розміру плати за тимчасове використання місць розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на комунальній власності територіальної громади міста. Приведення норм положень Правил у відповідність до чинного законодавства</p>	<p>Відсутні</p>
--	---	-----------------

#### IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей.

<p><b>Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)</b></p>	<p><b>Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)</b></p>	<p><b>Коментарі щодо присвоєння відповідного бала</b></p>	
<p><b>Альтернатива 1:</b> залишення існуючої ситуації без змін</p>	<p>2</p>	<p>У разі залишення існуючої на даний момент ситуації без змін проблема продовжуватиме існувати, що не забезпечить досягнення визначених цілей.</p>	
<p><b>Альтернатива 2:</b> прийняття проекту регуляторного акта</p>	<p>4</p>	<p>Цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою, прийняття регуляторного акта надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. Крім того, положення проекту регуляторного акта, є досить простими та врегульовують відносини суб'єктів, на які поширюється даний акт.</p>	
<p><b>Рейтинг результативності</b></p>	<p><b>Вигоди (підсумок)</b></p>	<p><b>Витрати (підсумок)</b></p>	<p><b>Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу</b></p>
<p><b>Альтернатива 1:</b> залишення існуючої ситуації без змін</p>	<p>Відсутні</p>	<p>Відсутні</p>	<p>Цілі не будуть досягнені, оскільки в чинному законодавстві не існує єдиного нормативного акту, який би чітко визначав порядок отримання дозвільних документів у сфері розміщення зовнішньої реклами.</p>
<p><b>Альтернатива 2:</b> прийняття проекту регуляторного акта</p>	<p>Чітка та прозора процедура отримання дозвільного документа; Наповнення місцевого бюджету</p>	<p>Витрати часу на розробку та прийняття регуляторного акту</p>	<p>Прийняття даного регуляторного акта надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. Єдина суттєва витрата за альтернативою - збільшення плати для суб'єктів підприємницької діяльності за користування місцем, але вона спричинена інфляцією та не може ігноруватись</p>

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
<p><b>Альтернатива 1:</b> залишення існуючої ситуації без змін</p>	<p>Залишення ситуації, що склалась, без змін, не забезпечить досягнення визначених цілей, не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері рекламних послуг отримати на законних підставах дозвіл на розміщення зовнішньої реклами. Отже, така альтернатива є неприйнятною.</p>	<p>Вплив зовнішніх факторів на дію регуляторного акту не очікується</p>
<p><b>Альтернатива 2:</b> прийняття проекту регуляторного акта</p>	<p>Забезпечення повною мірою поставлених цілей: встановлення чіткої та прозорої процедури отримання дозвільного документа; Наповнення місцевого бюджету.</p>	<p>На дію цього регуляторного акта може вплинути зміна чинного законодавства; економічна криза, наслідком якої може стати нестабільне матеріальне становище суб'єктів господарювання та відмова від здійснення господарської діяльності.</p> <p>Зміни 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.</p>

Реалізація цього регуляторного акта забезпечить дотримання єдиного прозорого механізму взаємодії органів місцевого господарювання та суб'єктів господарювання, на яких поширюється дія регуляторного акта.

*Оцінка можливості впровадження та виконання вимог регуляторного акта.*

Здійснення контрольного нагляду за додержанням вимог цього регуляторного акта буде здійснюватись розробником постійно.

На даний час немає об'єктивних обставин, які б перешкождали впровадженню та виконанню вимог цього регуляторного акта органами влади, фізичними та юридичними особами, запровадження регуляторного акта не передбачає заподіяння шкоди внаслідок його дії.

Перевагою впровадження регуляторного акта є врегулювання правовідносин між суб'єктами, на яких розповсюджується дія регуляторного акта, та органом місцевого самоврядування, створення умов для реалізації прав суб'єктами у цій сфері.

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

Зазначену проблему планується розв'язати шляхом затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва.

Механізм дії - запропонований регуляторний акт спрямований на безпосереднє розв'язання визначеної проблеми, а саме: Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням об'єктів зовнішньої реклами на території міста та визначають порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Зокрема визначається повноваження робочого органу, процедура погодження, отримання, продовження дозволу, внесення змін в технологічні схеми, розрахунку плати за тимчасове користування місцем для розміщення рекламних засобів, вимоги до зовнішньої реклами.

Механізм, закладений в основному проєкті регуляторного акта, передбачає затвердження та виконання всіма суб'єктами господарювання положень Правил розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва. Прийняття даного регуляторного акта надасть можливість виконавчому органу видавати дозволи на розміщення зовнішньої реклами на території міста, що в свою чергу сприятиме розвитку здорової конкуренції у сфері рекламних послуг у м. Миколаєві. При цьому робочий орган здійснюватиме моніторинг за розміщенням зовнішньої реклами на території міста, а у випадках не виконання розповсюджувачами реклами вимог цього регуляторного акта вживатиме заходи спрямовані на демонтаж самовільно встановлених рекламних засобів.

Організаційні заходи для впровадження регулювання:

– розробка проєкту регуляторного акта «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві» із методикою визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування засобів зовнішньої реклами;



- оприлюднення проєкту рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у місті Миколаєві» та аналізу регуляторного впливу з метою отримання зауважень та пропозицій від зацікавлених осіб;
- затвердження, відповідно до регламенту, проєкту регуляторного акта «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві» на черговому засіданні виконавчого комітету Миколаївської міської ради;
- оприлюднення даного регуляторного акта у засобах масової інформації.

Реалізація даного механізму та заходів вирішить проблему, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання, та забезпечить високий ступінь ефективності досягнення цілей визначених при розробці регуляторного акта.

#### **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**

Для реалізації регуляторного акта органам виконавчої влади не потрібно додаткових витрат з місцевого бюджету.

Відповідно до Положення про департамент архітектури та містобудування Миколаївської міської ради, затвердженого рішенням Миколаївської міської ради 13.06.2019 № 51/415, повноваження щодо виконання функцій регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві покладено на департамент архітектури та містобудування Миколаївської міської ради.

Підготовка документів не потребує наявності кваліфікаційних або ліцензійних сертифікатів. Передбачаються витрати робочого часу учасників процедури.

Населення міста буде проінформовано через засоби масової інформації.

У зв'язку з тим, що питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, складає 100%, здійснено розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва М-тест (додаток 1 до акту Аналізу регуляторного впливу).

#### **VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта**

Термін дії даного регуляторного акта – постійний (безстроковий).

Водночас у разі внесенні змін до чинного законодавства, що можуть вплинути на дію регуляторного акта, до нього будуть внесені відповідні зміни та доповнення, інші корективи в установленому порядку.

## **VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта**

Прогнозними значеннями показників результативності регуляторного акта є:

- збільшення надходжень до місцевого бюджету за рахунок підвищення розміру плати за право тимчасового використання місць розміщення спеціальних конструкцій зовнішньої реклами на комунальній власності територіальної громади м. Миколаєва.
- кількість поданих заяв про надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
- кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами у місті Миколаєві;
- рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта.

Акт буде розміщений на офіційному сайті Миколаївської міської ради - <https://mkrada.gov.ua/content/proekti-regulyatornih-aktiv.html>

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

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися розробником регуляторного акта відповідно до вимог статті 10 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», та Методики відстеження результативності регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта».

Базове відстеження результативності здійснено на етапі підготовки даного проекту регуляторного акту.

Періодичне відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Відстеження результативності даного акта буде здійснюватися статистичним методом.

Пропозиції і зауваження до проекту рішення приймаються письмово від фізичних і юридичних осіб протягом одного місяця з дня його публікації за адресою: вул. Адміральська, 20, будівля Миколаївської міської ради, а також за електронною адресою: [arc\\_nikolaev@mkrada.gov.ua](mailto:arc_nikolaev@mkrada.gov.ua).

Директор департаменту –  
головний архітектор міста

Андрій ЦИМБАЛ

## ТЕСТ малого підприємництва (М-Тест)

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

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 01.01.2023 по 01.05.2023.

Порядковий номер	Вид консультації (публічні консультації прямі (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прямі (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Робочі зустрічі з представниками малого підприємництва, юридичними та фізичними особами, суб'єктами підприємницької діяльності, телефонні розмови	7	Доведення до відома опитуваних обґрунтування необхідності прийняття проекту регуляторного акту
2		5	
3		6	
4		3	
5		9	
6		5	
7		3	
8		7	

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

кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 65 (одиниць), у тому числі малого підприємництва 39 (одиниць) та мікро підприємництва 26 (одиниць);

питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100 (відсотків) (відповідно до таблиці "Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання" додатка 1 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308).

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

Порядковий номер	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
<b>Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання</b>				
1.	Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів)	x	x	x
2.	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	x	x	x
3.	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати – витратні матеріали)	x	x	x
4.	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	x	x	x
5.	Інші процедури (уточнити): <b>розрахунок плати за <u>одне місце</u> для розміщення зовнішньої реклами, відповідно до Правил розміщення зовнішньої реклами у м. Миколаєві:</b>	x	x	x
	Рекламні засоби (4.0 × 3.0 м / 6.0 × 3.0 м) Розмір базової плати - (120 / 92 / 68 / 52 / 40) грн/м <sup>2</sup> , залежно від місця розміщення рекламної конструкції			
	S = (L + 1.0) × 1.2 – розрахунок площі Z(сплати) = S × тарифна ставка, грн./м <sup>2</sup> Z(сплати/двосторонній) = S × 2 × 0.75 × розмір плати, грн./м <sup>2</sup>			
	Z сплати (4.0 × 3.0 м) = 6 × 120 = 720.00 грн/місяць Z сплати (4.0 × 3.0 м) = 6 × 2 × 0.75 × 120 = 1080.00 грн/місяць	8 640.00 12 096.00	8640.00 12 096.00	43 200.00 60 480.00
	Z сплати (6.0 × 3.0 м) = 8.4 × 120 = 1008.00 грн/місяць Z сплати (6.0 × 3.0 м) = 8.4 × 2 × 0.75 × 120 = 1512.00 грн/місяць	12 096.00 18 144.00	12 096.00 18 144.00	60 480.00 90 720.00

<p>Рекламні засоби (6.0 × 3.0 м / 12.0 × 3.0 м) Розмір базової плати - (120 / 92 / 68 / 52 / 40) грн/м<sup>2</sup>, залежно від місця розміщення рекламної конструкції</p> <p><math>S = (L + 1.0) \times 1.2</math> – розрахунок площі <math>Z(\text{сплати}) = S \times \text{тарифна ставка, грн./м}^2</math> <math>Z(\text{сплати/двосторонній}) = S \times 2 \times 0.75 \times \text{розмір плати, грн./м}^2</math></p> <p><math>Z \text{ сплати (6.0} \times \text{3.0 м)} = 8.4 \times 120 = 1008.00 \text{ грн/місяць}</math> <math>Z \text{ сплати (6.0} \times \text{3.0 м)} = 8.4 \times 2 \times 0.75 \times 120 = 1512.00 \text{ грн/місяць}</math></p> <p><math>Z \text{ сплати (12.0} \times \text{3.0 м)} = 15,6 \times 120 = 1872.00 \text{ грн/місяць}</math> <math>Z \text{ сплати (12.0} \times \text{3.0 м)} = 15,6 \times 2 \times 0.75 \times 120 = 2808.00 \text{ грн/місяць}</math></p>	<p>12 096.00 18 144.00</p> <p>22 464.00 33 696.00</p>	<p>12 096.00 18 144.00</p> <p>22 464.00 33 696.00</p>	<p>60 480.00 90 720.00</p> <p>112 320.00 168 480.00</p>
<p>Рекламні засоби (2.0 × 3.0 м / 1.2 × 1.8 м) Розмір базової плати - (120 / 92 / 68 / 52 / 40) грн/м<sup>2</sup>, залежно від місця розміщення рекламної конструкції</p> <p><math>S = (L + 1.0) \times 1.15</math> – розрахунок площі <math>Z(\text{сплати}) = S \times \text{тарифна ставка, грн./м}^2</math> <math>Z(\text{сплати/двосторонній}) = S \times 2 \times 0.75 \times \text{розмір плати, грн./м}^2</math></p> <p><math>Z \text{ сплати (2.0} \times \text{3.0 м)} = 3.45 \times 120 = 414.00 \text{ грн/місяць}</math> <math>Z \text{ сплати (2.0} \times \text{3.0 м)} = 3.45 \times 2 \times 0.75 \times 120 = 621.00 \text{ грн/місяць}</math></p> <p><math>Z \text{ сплати (1.2} \times \text{1.8 м)} = 2.53 \times 120 = 303.60 \text{ грн/місяць}</math> <math>Z \text{ сплати (1.2} \times \text{1.8 м)} = 2.53 \times 2 \times 0.75 \times 120 = 455.40 \text{ грн/місяць}</math></p>	<p>4968.00 7452.00</p> <p>3643.20 5464.80</p>	<p>4968.00 7452.00</p> <p>3643.20 5464.80</p>	<p>24 840.00 37 260.00</p> <p>18 216.00 27 324.00</p>
<p>Рекламні засоби (1.2 × 1.8 м) Розмір базової плати - (120 / 92 / 68 / 52 / 40) грн/м<sup>2</sup>, залежно від місця розміщення рекламної конструкції</p> <p><math>S = (L + 1.0) \times 1.1</math> – розрахунок площі <math>Z(\text{сплати}) = S \times \text{тарифна ставка, грн./м}^2</math> <math>Z(\text{сплати/двосторонній}) = S \times 2 \times 0.75 \times \text{розмір плати, грн./м}^2</math></p>			

	Z сплати (1.2 × 1.8 м) = 2.42 × 120 = 290.40 грн/місяць	3484.80	3484.80	17 424.00
	Z сплати (1.2 × 1.8 м) = 2.42 × 2 × 0.75 × 120 = 435.60 грн/місяць	5227.20	5227.20	27 216.00
6.	Разом, гривень	x	x	x
7.	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	65		
8.	Сумарно, гривень	x	x	x
<b>Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування</b>				
Розрахунок вартості 1 людино-години:				
Норма робочого часу на 2022 рік становить при 40-годинному робочому тижні – 1987 годин (Норма тривалості робочого часу на 2022 рік. Лист Міністерства економіки України від 12.08.2021 № 47-03/520 «Про розрахунок норми тривалості робочого часу на 2022 рік»).				
Використовується мінімальний розмір заробітної плати на 2022 рік, який становить: з 1 січня – 6500 грн; у погодинному розмірі: з 1 січня – 39,26 грн.				
9.	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання (на отримання інформації про рішення міської ради / виконавчого комітету)	39,26	x	39,26
10.	Процедури організації виконання вимог регулювання (збір інформації про майно, наявність пільг, здійснення оплати податку)	78,52	x	78,52
11.	Процедури офіційного звітування	x	x	x
12.	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	x	x	x
13.	Інші процедури	x	x	x
14.	Разом (сума рядків 9, 10, 11, 12, 13)	117,78	x	117,78
15.	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	65		
16.	Сумарно, гривень	117,78	x	117,78

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва  
 Розрахунок бюджетних витрат на адміністрування регулювання здійснюється окремо для кожного відповідного органу державної влади чи органу місцевого самоврядування, що залучений до процесу регулювання.  
 Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання:

**Департамент архітектури та містобудування Миколаївської міської ради**

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікро-підприємств)	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання* (за рік), гривень
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	X	X	X	X	X
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: камеральні виїзні	X	X	X	X	X
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	X	X	X	X	X
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	X	X	X	X	X
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	X	X	X	X	X
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	X	X	X	X	X
7. Інші адміністративні процедури (уточнити): _____	X	X	X	X	X
Разом за рік	X	X	X	X	X
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	X

\* Вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням процесу регулювання державними органами, визначається шляхом множення фактичних витрат часу персоналу на заробітну плату спеціаліста відповідної кваліфікації та на кількість суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання, та на кількість процедур за рік.

Якщо державне регулювання передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу), необхідно визначити повний запланований річний бюджет нового органу (структурного підрозділу) \_\_\_\_ x 5 років = \_\_\_\_\_ гривень.

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

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	див. пункт 5 таблиці <b>3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання</b>	див. пункт 5 таблиці <b>3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання</b>
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	х	х
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	див. пункт 5 таблиці <b>3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання</b>	див. пункт 5 таблиці <b>3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання</b>
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	х	х
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	див. пункт 5 таблиці <b>3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання</b>	див. пункт 5 таблиці <b>3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання</b>

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