

## АНАЛІЗ

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

Проект рішення виконавчого комітету Кіровоградської міської ради «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету Кіровоградської міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кіровограді та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів» (далі – Проект) розроблено управлінням містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради. Аналіз регуляторного впливу (далі – Аналіз) підготовлено та проведено з урахуванням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», а також інших нормативно-правових актів України. Останній визначає правові та організаційні засади реалізації Проекту, як регуляторного акта.

### 1. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ

Порядком визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, затвердженим рішенням виконавчого комітету Кіровоградської міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кіровограді та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів» встановлені наступні базові тарифи для спеціальних конструкцій зовнішньої реклами, які розміщені на комунальній власності міста: для стаціонарних спеціальних окремо розміщених конструкцій – 26 грн. за 1 кв. м; стандартних рекламних конструкцій, розміщених на будівлях, опорах, огорожах і т.п. – 12 грн. за 1 кв. м; проведення рекламних акцій (виставок, шоу, тощо) на відкритих майданчиках – 12 грн. за один квадратний метр площі території, яку займає організатор такої акції. Протягом семи років з часу прийняття виконавчим комітетом Кіровоградської міської ради зазначеного рішення, тарифи не змінювались. На даний час середній розмір щомісячної плати за користування місцем, яке перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, не відповідає реальній цінній політиці, у зв'язку з чим потребує перегляду (примірна плата за розміщення стандартного рекламного щита розміром площини 3,0 x 6,0 м у місті на теперішній час становить 305,76 грн.).

Розмір тарифу 26 грн. за 1 кв.м площі місця розташування рекламного засобу з урахуванням рівня інфляції з 2009 року по 2016 рік

Роки	Показник рівня інфляції (інформація з інтернет-ресурсів)	Діючий базовий тариф за 1 кв. м.	Прогнозований тариф з урахуванням рівня інфляції
2009	112,3	26	29,20
2010	109,1		31,86
2011	104,6		33,33
2012	99,8		33,26
2013	100,5		33,42
2014	124,9		41,74
2015	143,3		59,81
2016 (10 місяців)	109,4		65,43

Розмір тарифу 12 грн. за 1 кв.м площі місця розташування рекламного засобу з урахуванням рівня інфляції з 2009 року по 2016 рік

Роки	Показник рівня інфляції (інформація з інтернет-ресурсів)	Діючий базовий тариф за 1 кв. м.	Прогнозований тариф з урахуванням рівня інфляції
2009	112,3	12	13,48
2010	109,1		14,71
2011	104,6		15,39
2012	99,8		15,36
2013	100,5		15,44
2014	124,9		19,28
2015	143,3		27,63
2016 (10 місяців)	109,4		30,23

Під час опрацювання Проекту розглянуто цінову ситуацію, яка склалась на ринку послуг з розміщення зовнішньої реклами, що включає в себе аналіз не тільки примірної плати за розміщення рекламних засобів по Україні, а й попит на даний вид послуг, вивчено цінову політику розповсюджувачів зовнішньої реклами стосовно рекламодавців.

Отже, до головних, сучасних проблем, які передбачається розв'язати шляхом державного регулювання, а саме прийняттям зазначеного Проекту, відносяться:

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

2. Занадто низька плата за розміщення рекламних засобів (низькі тарифи) призводять до того, що у місті розміщено забагато естетично та технічно застарілих рекламних засобів, які негативно впливають на пересічних громадян (спричиняють чисельні скарги мешканців міста з даного приводу, або ж можуть завдати іншої шкоди);
3. Розподіл відсотків від надходжень з договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів, потребує перегляду у зв'язку зі збільшенням витрат управління, пов'язаних з виконанням функціональних обов'язків та завдань.

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	
Держави	+	
Суб'єкти господарювання, у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	

Проект розроблено з метою вдосконалення системи у галузі розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому, а саме приведення його у відповідність до чинних нормативно-правових актів України, рішень, розпоряджень місцевого рівня, приведення Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, у відповідність до реальної цінової політики в Україні, підвищення ефективності використання майна комунальної власності міста Кропивницького та збільшення надходжень до міського бюджету.

Постановою Верховної Ради України від 14 липня 2016 року № 1468-VIII «Про приведення назви міста Кіровоград Кіровоградської області у відповідність із вимогами Закону України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки», місто Кіровоград Кіровоградської області перейменовано на місто Кропивницький. Назва «м. Кіровоград», зазначена у чинному регуляторному акті, не відповідає зазначеній вище постанові Верховної Ради України. Також необхідно зазначити, що на виконання вимог вищезазначеного закону на місцевому рівні прийнято низку рішень та розпоряджень щодо перейменування деяких об'єктів топоніміки міста.

Проблеми, які планується врегулювати, в результаті прийняття акта, не можуть бути розв'язані за допомогою ринкових механізмів. У сучасному законодавстві відсутні регуляторні акти, які б вирішували зазначені проблеми.

## **2. ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ.**

Проект є нормативно-правовим актом, розробленим з метою вдосконалення системи в галузі розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому, а саме:

1. Приведення Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, у відповідність до реальної цінової політики, підвищення ефективності використання майна комунальної власності міста, збільшення надходжень від використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами до міського бюджету;

2. Зменшення кількості незаконно розміщеної зовнішньої реклами, рекламних конструкцій, які не відповідають естетичним та технічним вимогам, у зв'язку з чим зменшиться негативний вплив на громаду міста та покращиться благоустрій міста Кропивницького.

3. Забезпечення ефективної роботи управління містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради щодо здійснення належного контролю у сфері розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому.

### **3. ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНКА УСІХ ПРИЙНЯТИХ АЛЬТЕРНАТИВНИХ СПОСОБІВ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ, АРГУМЕНТИ ЩОДО ПЕРЕВАГИ ОБРАНОГО СПОСОБУ.**

#### 1. Визначення альтернативних способів

<b>Вид альтернативи</b>	<b>Опис альтернативи</b>
Альтернатива 1	У разі, якщо <b><u>залишити регуляторний акт без змін</u></b> , поставлених цілей не буде досягнуто.  Ефективність використання комунального майна залишиться на низькому рівні;  надходження до міського бюджету від плати за розміщення засобів зовнішньої реклами не зміняться;  посилиться негативний вплив на громаду міста, що спричиняє стан деяких рекламних конструкцій в місті;  знизиться рівень контролю управління за надходженнями до міського бюджету від розміщення зовнішньої реклами та знизяться показники контролю за розміщенням зовнішньої реклами.
Альтернатива 2	<b><u>Прийняття запропонованого Проекту</u></b> сприятиме досягненню усіх поставлених цілей.

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

Оцінка впливу на сферу інтересів **держави**

<b>Вид альтернативи</b>	<b>Вигоди</b>	<b>Витрати</b>
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	<p>Підвищення іміджу міста;</p> <p>максимально ефективне використання комунального майна міста;</p> <p>збільшення надходжень до міського бюджету від використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів;</p> <p>покращення контролюючих функцій управління містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради у сфері розміщення зовнішньої реклами.</p>	

Оцінка впливу на сферу інтересів **громадян**

<b>Вид альтернативи</b>	<b>Вигоди</b>	<b>Витрати</b>
Альтернатива 1	Не передбачаються	<p>Низький рівень благоустрою міста;</p> <p>негативний вплив на пересічних громадян внаслідок неналежного естетичного та технічного стану деяких носіїв зовнішньої реклами;</p> <p>відсутність можливості реалізації соціально-економічних програм, спрямованих на підвищення рівня життя населення міста Кропивницького</p>

Альтернатива 2	<p>Виконання інтересів територіальної громади міста Кропивницького, що полягає у: підвищенні рівня благоустрою міста Кропивницького;</p> <p>істотному зменшенні негативного впливу носіїв зовнішньої реклами на громаду міста;</p> <p>істотному наповненню міського бюджету від надходжень за користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів з можливістю їх подальшого використання для реалізації багатьох соціально-економічних програм, метою яких є покращення рівня життя населення міста.</p>	Не передбачаються
----------------	---	-------------------

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі та Міро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	X	X	296	296
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	X	X	100%	100%

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Залишення витрат від плати за користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів на тому ж рівні	Відсутні

Альтернатива 2	Створення сприятливих умов для ведення діяльності підприємств, установ та організацій, суб'єктів малого підприємництва; Стимулювання розвитку зовнішньої реклами та впровадження інновацій у даній сфері	Підвищення плати до міського бюджету.
----------------	---	---------------------------------------

Враховуючи, що суб'єкти великого та середнього бізнесу не здійснюють діяльність з розміщення зовнішньої реклами у місті Кропивницькому, розрахунок витрат, які будуть виникати у останніх внаслідок дії регуляторного акта, не проводився.

#### 4. 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	Цілей не досягнуто. Проблемні питання залишаються невирішеними, що спричинить стрімке погіршення ситуації, спостерігатиметься підвищення рівня невдоволеності територіальної громади міста Кропивницького.
Альтернатива 2	4	Оптимальний варіант збалансування інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання

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. Однак у підсумку не враховано інтересів жодної із сторін.

Альтернатива 2	4	2	Реалізація належним чином владних повноважень, оптимальне врахування інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання. Враховуючи значне підвищення розповсюджувачами зовнішньої реклами цін за розміщення реклами на рекламних засобах протягом семи років, запропонований рівень базового тарифу не спричинить значного та суттєвого зменшення прибутку розповсюджувачів зовнішньої реклами від здійснення ними господарської діяльності. Витрати останніх за розміщення рекламних засобів є економічно доцільними.
----------------	---	---	--

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Аргументи для переваги відсутні. Відмова від цієї альтернативи дозволить досягти поставлених цілей.	Х
Альтернатива 2	Причини для відмови від цієї альтернативи відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом врахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив	Підвищення рівня інфляції, що тягне за собою чергове підвищення плати за користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів;  недотримання розповсюджувачами зовнішньої реклами платіжної дисципліни;  зміна чинного законодавства України, а саме прийняття на державному рівні інших умов визначення розміру плати за розміщення зовнішньої реклами



## **5. МЕХАНІЗМИ ТА ЗАХОДИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧАТЬ РОЗВ'ЯЗАННЯ ВИЗНАЧЕНОЇ ПРОБЛЕМИ**

Для досягнення цілей, визначених у другому розділі цього Аналізу регуляторного впливу, Проектом регуляторного акта передбачено внесення змін до Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, затвердженого рішенням виконавчого комітету Кіровоградської міської рад від 09 лютого 2009 року № 195, а також зміну розподілу відсотків від надходжень з договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів.

Насамперед Проект містить норми, які в подальшому сприятимуть підвищенню загального іміджу міста та рівня його благоустрою, максимально ефективному використанню комунального майна міста, збільшенню надходжень до міського бюджету від використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розташовування рекламних засобів, покращенню контролюючих функцій управління містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради у сфері розміщення зовнішньої реклами, істотному зменшенню негативного впливу носіїв зовнішньої реклами на громаду міста.

Для впровадження Проекту, що аналізується, необхідно здійснити всі організаційні заходи відповідно до вимог Закону України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності", а також 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.

## **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**

Для впровадження та виконання вимог регуляторного акта органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи не будуть нести додаткові витрати.

Оскільки питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання у м. Кропивницькому, перевищує 10%, оцінка виконання вимог регуляторного акта проведена у М-Тесті.

## 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 18 листопада 2016 року по 24 листопада 2016 року.

Порядковий номер	Вид консультації (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Робочі зустрічі	3 (представники органів державної влади та місцевого самоврядування)	Отримана інформація про методику підготовки М-тесту, а також інформація про законодавче забезпечення
2	Електронні консультації	20 (розповсюджувачі зовнішньої реклами)	Отримана інформація щодо підготовки АРВ та М-тесту

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

Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 296 (одиниць), у тому числі малого підприємництва та мікропідприємництва 296 (одиниць);

питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100% (відсотків).

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

Порядковий номер	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
------------------	---------------------	---	-------------------------------	------------------------

	Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання			
1	Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів)			
2	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування			
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали)			
4	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)			
5	Інші процедури (уточнити) <b><u>Сплата за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, тис. грн.</u></b>	20,4	20,4	102,0
6	Разом, гривень <i>Формула:</i> <i>(сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5)</i>	20,4	X	102,0
7	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	296		296
8	Сумарно, тисяч гривень	6 038,4	X	30 192,0

	Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування			
9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання <i>Формула (0,5 годин x 43 грн.), грн.</i> <i>Вартість часу СПД розрахована відповідно до інформації, отриманої на сайті work.ua, розділ «статистика зарплат»</i>	21,5	-	21,5
10	Процедури організації виконання вимог регулювання			
11	Процедури офіційного звітування			
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок			
13	Інші процедури (уточнити) <b><u>Переукладення договору щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів з управління містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради</u></b> <b><u>Формула: (2 год. x 43 грн.), грн.</u></b>	86,0	-	86,0
14	Разом, гривень <i>Формула: (сума рядків 9 + 10 + 11 + 12 + 13)</i>	107,5	X	107,5

15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	296		296
16	Сумарно, тисяч гривень	31,82	X	31,82

### 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: **виконавчий комітет Кіровоградської 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 мікропідприємств)	Планові витрати часу на процедуру, год.	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата), грн.	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	0,1	20,0	10 Кількість договорів, що припадає на одного СПД	296	5 920,0
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:	-	-	-	-	-
камеральні					
виїзні					
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	-	-	-	-	-
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	-	-	-	-	-
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	-	-	-	-	-
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	8	20	1	-	160,0
7. Інші адміністративні процедури (уточнити): (підписання додаткової угоди за новими тарифами)	0,7	20	10	296	41 440,0
Разом за рік	X	X	X	X	47 520,0
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	237 600,0

#### 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	6 038 400	30 192 000
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	31 820	31 820
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	6 070 220	30 223 820
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	47 520	237 600
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	6 117 740	30 461 420

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

Для зменшення навантаження від даного регулювання для суб'єктів малого бізнесу пропонується компенсаторні механізми, передбачені Правилами розміщення зовнішньої реклами в м. Кіровограді та Порядком визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, затверджених рішенням виконавчого комітету Кіровоградської міської ради від 09 лютого 2009 року № 195, а саме:

- застосовується коефіцієнт диференціації базового тарифу 0,5.
- плата за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування таких засобів, не справляється протягом терміну розміщення власником рекламного щита соціальної реклами.

## 7. ОБГРУНТУВАННЯ ЗАПРОПОНОВАНОГО СТРОКУ ДІЇ РЕГУЛЯТОРНОГО АКТА

Строк дії запропонованого Проекту регуляторного акту є необмеженим. До регуляторного акта можуть бути внесені зміни за результатами відстеження його ефективності, змін у чинному законодавстві України або інших соціально-економічних чинників.

## 8. ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЇ РЕГУЛЯТОРНОГО АКТА

Найменування показника	Кількісне значення показника у 2017 році	Кількісне значення показника у 2018 році	Кількісне значення показника у 2019 році	Кількісне значення показника у 2020 році
Сума, перерахована від плати щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів до міського бюджету міста за рік, тис. грн..	6 038,4	6 038,4	6 038,4	6 038,4
Кількість СПД на яких буде розповсюджуватись дія акта	296	296	296	296
Кількість чинних договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, укладених з розповсюджувачам зовнішньої реклами	2930	2930	2930	2930
Кількість чинних дозволів на розміщення зовнішньої реклами	1152	1152	1152	1152

Усі суб'єкти господарювання будуть проінформовані про даний регуляторний акт через офіційний сайт Кіровоградської міської ради, офіційний вісник Кіровоградської міської ради «Вечірня газета», засоби масової інформації.

Планується проведення спільних з розповсюджувачами зовнішньої реклами нарад та інших інформаційних заходів.

В результаті дії даного регуляторного акта числові витрати суб'єктів підприємницької діяльності не зміняться. Фінансові витрати зміняться відповідно до тарифів, встановлених даним Проектом (розраховані у М-тесті).

## **9. ВИЗНАЧЕННЯ ЗАХОДІВ, ЗА ДОПОМОГОЮ ЯКИХ ЗДІЙСНЮВАТИМЕТЬСЯ ВІДСТЕЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЇ РЕГУЛЯТОРНОГО АКТА**

Відстеження результативності Проекту здійснюватиметься на підставі порівняння даних за показниками, визначеними у пункті 8 Аналізу.

Базове відстеження результативності регуляторного акта буде проведено до дня набрання чинності даного регуляторного акта.

Повторне відстеження результативності регуляторного акта буде проведено з 01 по 30 вересня 2018 року.

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

Відстеження результативності даного акта буде здійснюватись статистичним методом за даними, наданими управлінням містобудування та архітектури Кіровоградської міської ради, іншими органами державної влади та місцевого самоврядування.

Начальник управління  
містобудування та архітектури  
Кіровоградської міської ради

В.Мездрін