

## АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

### Проекту рішення Долинської міської ради «Про порядок розміщення зовнішньої реклами на території Долинської міської територіальної громади»

#### I. Визначення проблеми

##### Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання:

Проектом рішення Долинської міської ради «Про порядок розміщення зовнішньої реклами на території Долинської міської територіальної громади» затверджується порядок розміщення зовнішньої реклами на території Долинської міської територіальної громади, дозвіл на розміщення зовнішньої реклами (додаток 1), розрахунок розміру оплати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу (додаток 2) та рекомендовані зони для розміщення зовнішньої реклами у м. Долина (додатки 3, 4, 5). Розроблений регуляторний акт стане нормативно-правовим документом, який впорядкує розміщення зовнішньої реклами та створить механізм оплати за тимчасове розташування рекламних засобів на території Долинської міської територіальної громади.

##### Причини виникнення проблеми:

- Відсутність регуляторного акта;
- Відсутність механізму визначення оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів на території Долинської міської територіальної громади;
- Розвиток стихійного розміщення зовнішньої реклами на території громади.

##### Підтвердження важливості проблеми:

Врегулювання питань, пов'язаних з:

- а) організацією взаємодії між розповсюджувачами зовнішньої реклами та міською радою;
- б) встановлення вимог щодо розміщення спеціальних конструкцій на території громади;
- в) створення системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами.

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

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

##### Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою ринкових механізмів:

Визначена проблема не може вирішитися ринком, оскільки перебуває у площині нормативно-правового регулювання Закону України «Про рекламу» і може бути вирішена лише шляхом прийняття відповідного регуляторного акта на місцевому рівні.

##### Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою діючих регуляторних актів:

У Долинській міській раді відсутні регуляторні акти, які відповідають діючому законодавству.

#### II. Цілі державного регулювання

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



- Основною ціллю розробки регуляторного акта є врегулювання відносин, що виникають між Долинською міською радою та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення на території Долинської територіальної громади відповідно до вимог чинного законодавства на виконання умов положень Постанови КМУ від 29.12.03 № 2067 «Про затвердження типових правил розміщення зовнішньої реклами» та законів України «Про рекламу» та «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»;
- Формування єдиної політики у сфері зовнішньої реклами;
- Забезпечення отримання додаткових надходжень у бюджет;
- Розвиток рекламної діяльності та впорядкування розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Долинської територіальної громади;
- Протягом дії регуляторного акта планується привести до вимог чинного законодавства розміщення існуючих рекламоносіїв та встановлення нових виключно з додержанням вимог, передбачених законодавством про дозвільну систему в сфері господарської діяльності та про рекламу.

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

#### 1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1	Існуюча ситуація, тобто залишення все без змін та відмова від впровадження запропонованого регулювання, суперечить чинному законодавству.
Альтернатива 2	Впровадити регулювання, аналізується – проект регуляторного акта (рішення Долинської міської ради «Про порядок розміщення зовнішньої реклами на території Долинської міської територіальної громади»). Прийняття запланованого регуляторного акта буде відповідати вимогам Закону України «Про рекламу» та Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження типових правил розміщення зовнішньої реклами» (зі змінами) та надасть змогу суб'єктам господарювання більш динамічно розвивати свій бізнес, а територіальній громаді – більш ефективно використовувати комунальні місця громади.

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

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Порушення ЗУ «Про рекламу»
Альтернатива 2	Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів, врегулювання взаємодії Долинської міської ради з суб'єктами господарювання; впорядкування місць та встановлення постійного контролю щодо розміщення зовнішньої реклами на території Долинської територіальної громади; виконання вимог законодавства	Відсутні

### Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	Отримання інформаційних послуг від реклами; врахування вимог безпеки дорожнього руху при розміщенні зовнішньої реклами	Відсутні

### Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

#### Альтернатива 1

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

#### Альтернатива 2

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	2	23	60	1460	1545
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	0,13%	1,49%	3,88%	94,50%	100 %

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	Забезпечення можливості отримання дозволів для розміщення об'єктів зовнішньої реклами, що призведе до активного розвитку бізнесу та збільшення проінформованості громадян про товари та послуги, які надаються суб'єктами господарювання; сприяння розвитку рекламного бізнесу у громаді.	Придбання та обслуговування обладнання – 40 000грн. у стартовий рік. Сплата коштів за розміщення зовнішньої реклами – 3 000грн. Сумарні витрати в перший рік для великого і середнього підприємництва складатимуть 1 075 000 грн. На одного суб'єкта господарювання в перший рік – 43 000 грн.



#### Оцінка сумарних витрат за альтернативами

Сумарні витрати за альтернативами	Сума витрат, гривень
Альтернатива 1	-
Альтернатива 2	1 075 000 грн.

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

Здійснити вибір оптимального альтернативного способу з урахуванням системи бальної оцінки ступеня досягнення визначених цілей.

Вартість балів визначається за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей, де:

4 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде);

3 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми існувати не будуть);

2 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невирішеними);

1 - цілі прийняття регуляторного акта, які не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).

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 можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати)	Перша альтернатива не є прийнятною, оскільки це не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері реклами отримати на законних підставах дозвіл на розміщення зовнішньої реклами на території Долинської територіальної громади.
Альтернатива 2	4 - цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде)	Прийняття регуляторного акта надасть змогу суб'єктам господарювання більш динамічно розвивати свій бізнес, а територіальній громаді – більш ефективно використовувати комунальні місця громади.
Альтернатива 3	1- цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати)	Альтернатива 3 відсутня.

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 2	<p><b>Держава:</b> Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів, врегулювання взаємодії Долинської міської ради з суб'єктами господарювання; впорядкування зовнішньої реклами та встановлення постійного контролю щодо розміщення зовнішньої реклами на території Долинської міської територіальної громади; виконання вимог законодавства.</p> <p><b>Громадяни:</b> отримання інформаційних послуг від реклами; врахування вимог безпеки дорожнього руху при розміщенні зовнішньої реклами.</p> <p><b>Суб'єкти господарювання:</b> забезпечення можливості отримання дозволів для розміщення об'єктів зовнішньої</p>	<p><b>Держава:</b> відсутні.</p> <p><b>Громадяни:</b> відсутні.</p> <p><b>Суб'єкти господарювання:</b> Придбання та обслуговування обладнання – 40 000грн. у стартовий рік. Сплата коштів за розміщення зовнішньої реклами – 3 000грн. Сумарні витрати в перший рік для великого і середнього підприємництва складатимуть 1 075 000 грн. На одного суб'єкта господарювання в перший рік – 43 000 грн. Сумарні витрати: <b>1 075 000 грн.</b></p>	<p>Прийнятий регуляторний акт буде нормативно-правовим документом, що дасть можливість спростити, удосконалити та зробити прозорий механізм отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами на територіях населених пунктів громади.</p>



	реклами, що призведе до активного розвитку бізнесу та збільшення поінформованості громадян про товари та послуги, які надаються суб'єктами господарювання; сприяння розвитку рекламного бізнесу у громаді.		
Альтернатива 1	<b>Держава:</b> відсутні. <b>Громадяни:</b> відсутні. Витрати: відсутні. <b>Суб'єкти господарювання:</b> відсутні.	<b>Держава:</b> порушення ЗУ «Про рекламу». <b>Громадяни:</b> відсутні. <b>Суб'єкти господарювання:</b> відсутні. <b>Сумарні витрати, грн:</b> -	Існуюча ситуація суперечить чинному законодавству.

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 2	Створення єдиної цілісної впорядкованої структурованої та прозорої системи в галузі розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Долинської міської ТГ	Ризики відсутні, оскільки прийнятий регуляторний акт забезпечить прозорі відносини між розповсюджувачами реклами та органом місцевого самоврядування.
Альтернатива 1	Причиною відмови є відсутність можливостей щодо врегулювання відносин між розповсюджувачами зовнішньої реклами та органом місцевого самоврядування, а також використання комунальних територій для наповнення місцевого бюджету.	Неврегульовані відносини між розповсюджувачами зовнішньої реклами та органом місцевого самоврядування.

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

Запропоновані механізми регуляторного акта, за допомогою яких можна розв'язати проблему:

- Механізм, закладений в проєкт регуляторного акта, передбачає затвердження та виконання всіма суб'єктами господарювання Порядку розміщення

зовнішньої реклами на території Долинської міської ТГ. Прийняття даного Порядку надасть можливість Долинській міській раді врегулювати розміщення зовнішньої реклами на території громади. Завдяки впровадженню чіткого розрахунку плати за місяць для розміщення рекламних засобів, розповсюджувачі зовнішньої реклами зможуть прораховувати вигоди щодо розміщення зовнішньої реклами. Також Долинська міська рада здійснюватиме моніторинг розміщеної зовнішньої реклами. Реалізація даного механізму та заходів вирішить проблему, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання та забезпечить високий ступінь ефективності досягнення цілей при розробці регуляторного акта.

**Заходи, які повинні здійснити органи влади для впровадження даного регуляторного акта:**

- Прийняття 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**

Питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, 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.

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

**Запропонований термін дії акта:**

Безстроково.

**Обґрунтування запропонованого терміну дії акта:** Постійне впорядкування відносин, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами.

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

Навести значення прогнозних показників результативності дії регуляторного акта (у кількісному виразі). Слід визначити не менше ніж три кількісних показники, які безпосередньо характеризують результативність дії регуляторного акта та які підлягають контролю (відстеження результативності).

Досягнення цілі державного регулювання, для якого пропонується акт, характеризується наступними кількісними та якісними показниками, значення яких має змінитися за вимірюваний період:

№	Назва показника	Одиниця виміру	На даний момент	6 місяців	1 рік	3 роки
1	Розмір надходжень до державного бюджету, пов'язаних з дією акта	грн	-	0	000	0
2	Розмір надходжень до місцевих бюджетів, пов'язаних з дією акта	грн	-			
3	Розмір надходжень до цільового фонду, пов'язаних з дією акта	грн	-	0	0	0
4	Кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб,	од.	1545 (відповідно до статистичних	1545	1545	1545



	на яких поширюватиметься дія акта		даних)			
5	Розмір коштів, що витратяться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта	грн	-	1500 для одного суб'єкта (при орієнтовній вартості за розміщення рекламної конструкції типу сіті-лайт)	3 000 для одного суб'єкта (при орієнтовній вартості за розміщення рекламної конструкції типу сіті-лайт)	9 000 для одного суб'єкта (при орієнтовній вартості за розміщення рекламної конструкції типу сіті-лайт)
6	Час, що витратиться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта	год.	-	0.25	0.5	1.5
7	Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основними положеннями акта	%	-	100	100	100
8	Стихійне розміщення об'єктів зовнішньої реклами	шт.	20			
9	Відсутність контролю за розміщенням зовнішньої реклами	0	0			
10	Недоотримання коштів до міського бюджету	грн	60 000			

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

**Строки проведення базового відстеження результативності дії регуляторного акта:**

1 рік з моменту прийняття регуляторного акта. Відстеження результативності буде проведено відділом містобудування та архітектури Долинської міської ради із оприлюдненням результатів на офіційному веб-сайті Долинської міської ради.

**Строки проведення повторного відстеження результативності дії регуляторного акта:**

3 роки з моменту прийняття регуляторного акта. Відстеження результативності буде проведено відділом містобудування та архітектури Долинської міської ради із оприлюдненням результатів на офіційному веб-сайті Долинської міської ради. У разі виявлення при проведенні відстежень не врегульованих та проблемних питань, вони будуть усунені шляхом внесення відповідних змін до регуляторного акта.



**Метод проведення відстеження результативності:**

Соціологічний. Отримання даних шляхом опитування громадян та розповсюджувачів зовнішньої реклами, проведення нарад, робочих зустрічей, інтернет-консультацій (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо) або шляхом надсилання відповідних запитів до суб'єктів господарювання.

Статистичний. Дані збиратимуться та систематизуватимуться у ході виконання цього акту, за результатами моніторингу встановлених рекламоносіїв, даних центру надання адміністративних послуг щодо поданих заяв на отримання дозволів.

**Вид даних, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності:**

Збір і обробка статистичних даних щодо поданих заяв на отримання дозволів, моніторинг встановлених рекламоносіїв.

Відстеження результативності буде проводитися шляхом опитування громадян та розповсюджувачів зовнішньої реклами, проведення нарад, робочих зустрічей, інтернет-консультацій (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо) або шляхом надсилання до суб'єктів господарювання запитів.

**Цільові групи осіб, що обиратимуться для участі у відповідному опитуванні:**

Громадяни та суб'єкти господарювання.

**Наукові установи, що залучатимуться для проведення відстеження:**

Не залучатимуться.

Міський голова

Гошовська Т.В.



Іван ДИРІВ