

Аналіз регуляторного впливу проекту рішення сільської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Нижньовербізької ОТГ»

Цей аналіз регуляторного впливу розроблений на виконання та з дотриманням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003р. №1160-IV та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004р. №308 та визначає організаційні та правові засади реалізації проекту рішення Нижньовербізької сільської ради ОТГ «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Нижньовербізької ОТГ» як регуляторного акту.

1. Визначення проблеми

Шляхом державного регулювання пропонується розв'язати проблему відсутності на сьогодні нормативно-правового обґрунтування порядку розміщення реклами на у населених пунктах Нижньовербізької ОТГ. Проблема виникла через необхідність застосування до розповсюджувачів реклами обов'язкових вимог закону. Та оскільки нормативний акт буде застосовуватися неодноразово та щодо невизначеного кола осіб і який або окремі положення якого спрямовані на правове регулювання господарських відносин, то відповідно існує необхідність прийняття його за процедурою передбаченою до регуляторних актів.

Проблема є важливою, оскільки відсутність затвердженого порядку не дозволяє регулювати відносини з розповсюджувачами реклами належним чином та в однаковому обґрунтованому правовому полі. Відсутність Порядку на місцевому рівні призводить до самовільного встановлення рекламних конструкцій громадянами та багаточисельних порушень вимог чинного законодавства зі сторони суб'єктів підприємництва, що надають послуги розміщення реклами.

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

Проблема справляє вплив на

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

2. Цілі державного регулювання

Основними цілями державного регулювання акта є:

- створення умов для виконання положень постанови КМУ від 29.12.2003 №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» та Законів України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»;
- формування єдиної політики у сфері зовнішньої реклами на у населених пунктах Нижньовербізької ОТГ;
- активізації взаємодії уповноважених органів сільської ради та учасників відповідного ринку у напрямку підвищення ефективності використання рекламно-інформаційного потенціалу громади;

- забезпечення у процесі розміщення засобів зовнішньої реклами розумного балансу комерційних інтересів та пріоритету щодо збереження цілісності оточуючої забудови;
- стимулювання інвестиційної діяльності рекламних операторів на прозорих та зрозумілих засадах гарантування захисту інвестицій;
- забезпечить отримання додаткових надходжень в сільський бюджет;

3. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Невжиття жодних заходів та залишення ситуації без змін	Не забезпечується досягнення цілей щодо визначення розміру плати та встановлення Порядку розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Нижньовербізької ОТГ. Призведе та продовжить практику незаконного встановлення реклами та неотримання коштів до місцевого бюджету.
Альтернатива 2 Прийняття пропонованого проекту регуляторного акта	Забезпечує досягнення цілей щодо належного законного регулювання відносин між розповсюджувачами зовнішньої реклами та Нижньовербізькою сільською радою ОТГ. Забезпечить надходження платежів до місцевого бюджету. Забезпечує створення умов для розвитку діяльності в галузі реклами у правовому полі.
Альтернатива 3 Використання ринкових механізмів	Зазначена проблема не може бути вирішена за допомогою ринкових механізмів, оскільки питання стосується державного регулювання

Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	відсутні	Неотримання платежів до місцевого бюджету через наявність «тіньового ринку» розповсюджувачів зовнішньої реклами, не відповідність чинному законодавству
Альтернатива 2	Отримання доходів від офіційних розповсюджувачів зовнішньої реклами до місцевого бюджету. Врегулювання відносин згідно вимог чинного законодавства, забезпечення благоустрою населених пунктів	Відсутні

ОТГ та належний облік місць
розташування зовнішньої
реклами

Альтернатива 3

Не передбачаються.

Не передбачаються.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Економічні втрати громадян, які проживають на території ОТГ від ненадходжень коштів до бюджету. Загроза для безпеки громадян через встановлені рекламні конструкції не погоджені з сільською радою.
Альтернатива 2	Отримання громадянами інформації з належно встановленої зовнішньої реклами, що не буде нести загрозу їх життю та здоров'ю. Покращення благоустрою вулиць ОТГ та місць розташування реклами.	Відсутні

Альтернатива 3

Не передбачаються.

Не передбачаються.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць				207	207
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків				100	100

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Штрафні санкції за встановлення реклами без погодження з сільською радою

Альтернатива 2	Прозоре та законне ведення бізнесу та розповсюдження зовнішньої реклами	Витрати згідно проведеного М-тесту та плати за розміщення зовнішньої реклами
Альтернатива 3	Не передбачаються.	Не передбачаються.

Вплив на сферу інтересів суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва відсутній.

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	Проблема продовжуватиме існувати, адже не вжито жодних заходів
Альтернатива 2	4	Проблема більше існувати не буде, адже буде прийнятий Порядок, як того вимагає чинне на сьогодні законодавство

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Відсутні	Втрати від ненадходження платежів до місцевого бюджету. Витрати на усунення шкоди від незаконно встановленої зовнішньої реклами	Проблема продовжуватиме існувати, адже не вжито жодних заходів
Альтернатива 2	Надходження платежів до бюджету, врегулювання відносин із розповсюджувачами зовнішньої реклами. Встановлюється	Витрати для сільської ради та суб'єктів господарювання згідно проведеного М-тесту	Проблема більше існувати не буде, адже буде прийнятий Порядок, як того вимагає чинне на сьогодні законодавство. Тому вдасться досягнути задекларованих цілей, що повністю вирішення проблеми щодо врегулювання порядку

прозора процедура оформлення документів на розміщення зовнішньої реклами, рівні умови для однакових видів бізнесу, встановлення чітких правил на оформлення документів з розміщення зовнішньої реклами.

розміщення зовнішньої реклами на території Нижньовербзької ОТГ.

Альтернатива 3

Не передбачаються. Не передбачаються Проблема, не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів, оскільки, питання стосується державного регулювання

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Альтернатива залишає все без змін, що унеможлиблює видачу дозволів розповсюджувачам зовнішньої реклами та встановлення плати за неї, згідно вимог чинного на сьогодні Закону. Є неприйнятною з огляду на необхідність врегулювання зазначеної процедури.	Відсутність надходжень до бюджету, «тіньове» встановлення зовнішньої реклами
Альтернатива 2	Дозволяє укласти з розповсюджувачами зовнішньої реклами Договори, справляти з них плату, а також надавати їм дозволи на встановлення зовнішньої реклами. Забезпечить виконання цілей щодо затвердження чіткої зрозумілої процедури оформлення документів на розміщення зовнішньої реклами, усунення адміністративних бар'єрів під час здійснення підприємницької діяльності; впорядкування розміщення рекламних засобів на території громади, стимулювання розвитку підприємництва.	Ризики відсутні
Альтернатива 3	Проблема, не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів, оскільки,	Відсутність надходжень до бюджету, «тіньове»

питання стосується державного
регулювання

встановлення зовнішньої
реклами

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

Проект рішення встановлює такі механізми розв'язання проблеми:

- Встановлює загальні вимоги до розміщення вивісок чи табличок;
- Встановлює порядок, процедуру видачі дозволів розповсюджувачам зовнішньої реклами та повноваження робочого органу;
- Встановлює порядок розрахунку розміру плати за розміщення зовнішньої реклами;
- Встановлює вимоги техніки безпеки до встановлення зовнішньої реклами;
- Забезпечує дотримання громадських, державних, інтересів суб'єктів підприємницької діяльності.

Нижньовербізька сільська рада ОТГ для впровадження цього регуляторного акта повинна погодити даний проект з Державною регуляторною службою України, прийняти його на черговій сесії та оприлюднити належним чином.

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

Не здійснюється.

7. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Строк дії регуляторного акта обмежений до прийняття нових законодавчих чи нормативних актів з даного питання, які будуть змінювати або скасовувати норму закону.

8. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Контролю (відстеження результативності) підлягають:

- Кількість суб'єктів (розповсюджувачів зовнішньої реклами) яким надано дозвіл на розповсюдження зовнішньої реклами
- Розмір надходжень плати до місцевого бюджету за розміщення зовнішньої реклами
- Кількість суб'єктів на яких поширюватиметься дія акта
- Рівень поінформованості суб'єктів про дію вказаного регуляторного акта – передбачається досягти 100% за рахунок розміщення на офіційному сайті Нижньовербізької сільської ради ОТГ та на дошках оголошень.

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

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися відповідно до вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності».

Базове відстеження буде здійснюватися до дня набрання чинності регуляторного акта.

Повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності

Проведення відстеження результативності буде здійснюватися статистичним методом.

відстеження результативності буде здійснюватися за допомогою статистичних даних та опитувань.

Для опитування обиратимуться розповсюджені зовнішньої реклами та громадяни територіальної громади

**Голова постійної комісії
з питань промисловості,
сільського господарства,
підприємництва, транспорту
і зв'язку, житлово-комунального
господарства та комунальної
власності Нижньовербізької
сільської ради ОТГ**

М. Назарук

Завідувач сектору з юридичних питань

О. Мокринчук

Нижньовербізький сільський голова

Я. М'якущак