

АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

проекту рішення двадцять шостої сесії Заводської міської ради шостого скликання «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами та території громади» від __.01.2023 року за № __.

Цей аналіз регуляторного впливу (далі - Аналіз) розроблений на виконання та з дотриманням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 року за № 308 і визначає правові та організаційні засади реалізації проекту рішення двадцять шостої сесії Заводської міської ради шостого скликання «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами та території громади» як регуляторного акту.

1.Визначення проблеми:

На цей час діють рішення двадцятої сесії Червонозаводської міської ради шостого скликання від 09.11.2012 року за № 5 та тридцять першої сесії Червонозаводської міської ради шостого скликання від 17.12.2013 року за № 8. Водночас у сфері реклами діють такі нормативно-правові акти:

- Закон України «Про рекламу»;
- Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні»;
- Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»;
- Типові правила розміщення зовнішньої реклами, затвержені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.03. № 2067 (з останніми змінами від 22.03.2017 року за № 161).

Нагальна потреба у приведенні Правил розміщення зовнішньої реклами на території Заводської міської територіальної громади у відповідність чинному законодавству виникла у зв'язку з тим, що дія чинних рішень поширюється лише на територію м. Заводське, а громада на сьогодні складається з 11 населених пунктів. Крім того, внесення змін до Типових правил розміщення зовнішньої реклами створює невідповідність та неврегульованість на місцевому рівні і може призвести до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створення невизначеної ситуації щодо правового статусу чинних Правил. Суб'єктами, на яких проблема справляє негативний вплив, є розповсюджувачі реклами та виконавчі органи міської ради, які застосовують норми чинного законодавства з питань зовнішньої реклами. Прийняття рішення з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами створить ще більш прозору систему у наданні (або у відмові) дозволів на розміщення зовнішньої реклами, вдосконалив умови щодо усунення надмірного та неефективного регулювання господарської діяльності і діяльності у сфері зовнішньої реклами малого та середнього бізнесу.

2. Визначення груп на які проблема має найбільший вплив:

Суб'єкти господарювання, виконавчий комітет міської ради, громадськість.

3. Чому проблема не вирішується ринком і потребує державного втручання.

Проблема не вирішується ринковим механізмом, оскільки розробка порядку про розміщення зовнішньої реклами та визначення розміру плати за розміщення зовнішньої реклами затверджують, згідно діючого законодавства, виконавчі органи місцевого самоврядування.

4. Визначення цілей регулювання:

- дотримання вимог чинного законодавства щодо впорядкування розміщення та функціонування зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території населених пунктів громади;
- встановлення порядку та умов надання, внесення змін, погодження, переоформлення та скасування дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
- встановлення розміру плати за тимчасове використання місця для розміщення зовнішньої реклами, яке перебуває у комунальній власності територіальної громади.

5. Альтернативні способи досягнення встановлених цілей

Серед альтернативних способів досягнення цілей даного регуляторного акту є:

- 1) Залишення ситуації без змін – призведе до порушення вимог чинного законодавства пов'язаного з розміщенням зовнішньої реклами.
- 2) Прийняття регуляторного акту – забезпечить вирішення проблеми. Дана альтернатива є найбільш оптимальною і прийнятною. Перевага обраного способу досягнення цілей полягає в тому, що даним регуляторним актом визначено Порядок, яким будуть керуватись при розміщенні зовнішньої реклами на території населених пунктів Заводської міської територіальної громади.

6. Механізми досягнення цілей.

Задекларовані цілі досягаються даним документом, оскільки він у сукупності формує Порядок розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах громади, а саме:

- встановлює єдині вимоги до розміщення зовнішньої реклами;
- розробляє порядок надання, погодження, переоформлення та скасування дозволів на розміщення реклами;
- встановлює розміри сплати за тимчасове використання місця для розміщення зовнішньої реклами.

7. Очікувані результати прийняття регуляторного акту.

Прийняття даного рішення дозволить встановити Порядок розміщення зовнішньої реклами відповідно до вимог діючого законодавства, контролювати розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів громади.

Аналіз вигод і витрат

Сфера впливу	Вигоди	Витрати
--------------	--------	---------

Органи місцевого самоврядування	1. Контроль за розміщенням зовнішньої реклами на території населених пунктів громади. 2. Забезпечення вчасного надходження плати за розміщення зовнішньої реклами.	Відсутні
Суб'єкти підприємницької діяльності	1. Встановлення чіткого порядку отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами. 2. Безоплатне отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами	Плата за тимчасове використання місця для розміщення зовнішньої реклами, яке перебуває у комунальній власності територіальної громади
Населення	1. Розширення доступу до рекламної інформації. 2. Покращення освітленості території населених пунктів громади в темну пору за рахунок світлових вивісок і пристроїв, що освітлюють рекламні конструкції.	Відсутні

8. Обґрунтування терміну дії регуляторного акта.

Регуляторний акт запроваджується на невизначений термін дії до змін у законодавстві.

9.Визначення показників результативності регуляторного акту.

Показники, які характеризують наслідки дії регуляторного акта:

- кількість заяв на розміщення зовнішньої реклами;
- кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами, кількість переоформлених дозволів, кількість скасованих дозволів;
- кількість порушень Порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів громади;
- кількість укладених договорів між суб'єктами господарювання та виконавчим комітетом міської ради на тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу, яке перебуває в комунальній власності громади;
- розмір надходжень плати за право розташування реклами на місцях, які перебувають у комунальній власності територіальної громади.

10. Визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватись відстеження результативності регуляторного акта.

У зв'язку з тим, що для визначення значень показників результативності регуляторного акта використовуються виключно

статистичні дані, базове відстеження результативності буде здійснюватись після набрання чинності цього регуляторного акта.

Повторне відстеження буде здійснено через рік після набрання ним чинності. У разі виявлення нерегульованих та проблемних питань, вони будуть усунені шляхом внесення до регуляторного акта відповідних змін.

Періодичне відстеження планується здійснювати один раз в три роки з дня виконання заходів повторного відстеження.

В.о. начальника відділу
комунальної власності,
містобудування, архітектури,
житлово-комунального господарства
та екології

Сергій КАТІБА