**Аналіз регуляторного впливу проекту рішення виконавчого комітету Дунаєвецької міської ради «Про затвердження Правил та порядку розміщення зовнішньої реклами на території**

**Дунаєвецької територіальної громади»**

розроблений на виконання вимог статті 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта» від 11.03.2004 року № 308.

**1. Визначення проблеми, яку передбачається розв’язати**

**шляхом регулювання**

Відповідно до Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами (зі змінами), затверджених постановою Кабінету Міністрів України №2067 від 29.12.2003 року.

Міська рада при надані та продовжені дозволів на розміщення зовнішньої реклами керувалося Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті, затвердженим рішенням сесії Дунаєвецької міської ради №5-23/2005р. від 05.12.2005року. Даний порядок був розрахований лише на м.Дунаївці та втратив свою актуальність у зв’язку із змінами в законодавстві.

У зв'язку з цим виникла необхідність затвердження Правил та порядку розміщення зовнішньої реклами на території на території Дунаєвецької територіальної громади, які будуть базовим документом та створюватимуть сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери на території Дунаєвецької територіальної громади.

Механізм вирішення питання, запропонований у проєкті, відповідає потребам та ринковим вимогам з урахуванням усіх прийнятних альтернатив.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Групи | Так | Ні |
| Громадяни | + |   |
| Держава (в т.ч. ОМС – Дунаєвецька міська рада) | + |   |
| Суб’єкти господарювання | + |   |
| Суб’єкти малого підприємництва, якщо є | + |   |

Впровадження даного регулювання є доцільним, оскільки регуляторний акт спрямований на визначення умов надання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами для всіх суб'єктів господарювання, впорядкування розташування рекламних засобів на території Дунаєвецької міської ради.

**2. Цілі  державного регулювання**

Проєкт рішення розроблено з метою реалізації статті 16 Закону України «Про рекламу» та  врегулювання відносин, які виникають у зв’язку із розміщенням зовнішньої реклами на території Дунаєвецької територіальної громади.

Метою державного регулювання є закладення основ переходу на якісно новий рівень розміщення рекламних засобів, вирішення проблеми розміщення рекламних засобів в архітектурному середовищі громади з урахуванням містобудівних умов, історичних та природно-географічних факторів, тощо.

Основні цілі регулювання:

* + - забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
		- врегулювання взаємовідносин, що виникають між Дунаєвецькою міською радою та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення на території Дунаєвецької територіальної громади відповідно до вимог чинного законодавства;
		- впорядкування розміщення об’єктів 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 до порядку механізму розміщення реклами, порядку проведення демонтажу, обліку, зберігання і реалізації рекламних засобів зовнішньої реклами, яке перебуває у комунальній власності  Дунаєвецької міської ради;

3**. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей**

1. **Визначення альтернативних способів**

В якості альтернативи для досягнення встановлених цілей пропонуються два способи:

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Опис альтернативи** |
| **Альтернатива 1** (неприйняття регуляторного акта) | Дана альтернатива є неприйнятною, оскільки не врегульовує механізм розміщення об’єктів зовнішньої реклами на всю територію Дунаєвецької міської ради. |
| **Альтернатива 2**(прийняття регуляторного акта) | Забезпечує досягнення цілей державного регулювання та  надає можливість затвердити Правила розміщення зовнішньої реклами на всій території Дунаєвецьої територіальної громади, регулювати відносини, що виникають у зв’язку із розміщенням зовнішньої реклами, а також забезпечить  виконання на території громади положень, визначених законами України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про благоустрій населених пунктів» та Типовими правилами розміщення зовнішньої реклами, затверджениими постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року № 2067 (зі змінами).  |

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу органів місцевого самоврядування

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| **Альтернатива 1**(неприйняття регуляторного акта) | Відсутні  | Відсутні |
| **Альтернатива 2**(прийняття регуляторного акта) | Є прийнятною, так як досягає мети врегулювання відносин, що виникають у зв’язку із розміщенням зовнішньої реклами | Відсутні  |

**Оцінка впливу на сферу інтересів громадян**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| **Альтернатива 1**(неприйняття регуляторного акта) | Відсутні тому, що створює проблеми для громадян під час подачі документів на отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами | Відсутні |
| **Альтернатива 2**(прийняття регуляторного акта) | Приведення нормативної бази до єдиного регуляторного документу | Відсутні |

**Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| **Альтернатива 1**(неприйняття регуляторного акта) | Відсутні тому, що призводить до не дотримання розповсюджувачами зовнішньої реклами вимог договорів про надання у користування місць для розміщення рекламних засобів на території Хмельницької міської територіальної громади | Відсутні |
| **Альтернатива 2**(прийняття регуляторного акта) | Зменшення часу та витрат на підготовку документів для отримання дозволів на розміщення рекламних засобів | Відсутні |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
| Кількість суб’єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць |  - | 2 | 2 |  7 | 11 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків |   | 18 | 18 |  64 | 100 |

\*Примітка: Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання передбачити неможливо у зв’язку із невизначеним колом самих суб’єктів господарювання, які подаватимуть звернення на розміщення зовнішньої реклами.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| **Альтернатива 1**(неприйняття регуляторного акта) | Відсутні тому, що створює проблеми для громадян під час подачі документів на отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами | Відсутні. |
| **Альтернатива 2**(прийняття регуляторного акта) | Зменшення часу та витрат на підготовку документів для отримання дозволів на розміщення рекламних засобів. | Відсутні. |

**ВИТРАТИ на одного суб’єкта господарювання середнього, малого та мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Порядковий номер | Витрати | За перший рік | За п’ять років |
| 1 | Витрати на придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо, гривень | - | - |
| 2 | Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень | - | - |
| 3 | Витрати, пов’язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень | - | - |
| 4 | Витрати, пов’язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/ приписів тощо), гривень | - | - |
| 5 | Витрати на отримання адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних/обов’язкових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та інших послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо), гривень | - | - |
| 6 | Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень | - | - |
| 7 | Витрати, пов’язані із наймом додаткового персоналу, гривень | - | - |
| 8 | Інше (уточнити), гривень | - | - |
| 9 | РАЗОМ (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8), гривень | - | - |
| 10 | Кількість суб’єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць | - | - |
| 11 | Сумарні витрати суб’єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 9 х рядок 10), гривень | - | - |

\*Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання середнього, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо, оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

Розрахунок відповідних витрат на одного суб’єкта господарювання

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид витрат | У перший рік | Періодичні (за рік) | Витрати за п’ять років |
| Витрати на придбання основних фондів, обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо | - | - | - |

 \*Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання середнього, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  Вид витрат | Витрати на сплату податків та зборів (змінених/нововведених) (за рік) | Витрати за п’ять років |
| Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів) | - | - |

\*Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання середнього, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид витрат | Витрати\* на ведення обліку, підготовку та подання звітності (за рік) | Витрати на оплату штрафних санкцій за рік | Разом за рік | Витрати за п’ять років |
| Витрати, пов’язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам (витрати часу персоналу) | - | - | - | - |

\*Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання середнього, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид витрат | Витрати\* на адміністрування заходів державного нагляду (контролю) (за рік) | Витрати на оплату штрафних санкцій та усунення виявлених порушень (за рік) | Разом за рік | Витрати за п’ять років |
| Витрати, пов’язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/ приписів тощо) | - | - | - | - |

\*Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид витрат | Витрати на проходження відповідних процедур (витрати часу, витрати на експертизи, тощо) | Витрати безпосередньо на підготовку документів (за рік - стартовий) | Разом за рік (стартовий) | Витрати за п’ять років |
| Витрати на отримання адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних / обов’язкових експертиз, тощо | - | - | - | - |

 \* Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид витрат | За рік (стартовий) | Періодичні(за наступний рік) | Витрати за п’ять років |
| Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо) | - | - | - |

\* Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид витрат | Витрати на оплату праці додатково найманого персоналу (за рік) | Витрати зап’ять років |
| Витрати, пов’язані із наймом додаткового персоналу | - | - |

\* Примітка: витрати на одного суб’єкта господарювання, малого і мікропідприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

**4. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рейтинг результативності | Бал результативності | Коментарі щодо присвоєння |
| **Альтернатива 1**(неприйняття регуляторного акта) | 1 | У разі залишення існуючої на даний момент ситуації без змін проблема продовжуватиме існувати, що не забезпечить досягнення поставленої мети.  |
| **Альтернатива 2**(прийняття регуляторного акта) | 4 | Цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повністю та нададуть можливість користуватися врегульованим, єдиним, прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. Положення проєкту регуляторного акта врегульовують відносини суб’єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумки) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи в рейтингу |
| **Альтернатива 1**(неприйняття регуляторного акта) | Прийняття нового Порядку розміщення зовнішньої реклами | Відсутні | Вирішить питання щодо порядку видачі дозволів у чітко визначені терміни. |
| **Альтернатива 2**(прийняття регуляторного акта) | Приведення рекламних конструкцій до єдиних сучасних форм | Відсутні | Покращить архітектурний вигляд міста |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від альтернативи | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акту |
| Залишити ситуацію без змін. | Зменшення часу та витрат на підготовку документів для отримання дозволів на розміщення рекламних засобів. | Х |
| Затвердження нового регуляторного акту | Дотримання єдиної системи форм та стандартів рекламних конструкцій | Х |

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

Зазначену проблему планується розв'язати шляхом затвердження нової редакції Правил та порядку розміщення зовнішньої реклами на території  Дунаєвецької територіальної громади.

Механізм дії: запропонований регуляторний акт, який  спрямований на безпосереднє розв’язання визначеної проблеми, регулює відносини, що виникають у зв'язку із розміщенням об'єктів зовнішньої реклами на території Дунаєвецької територіальної громади та визначає порядок надання дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами. Зокрема, визначаються повноваження робочого органу, процедура погодження, отримання, продовження дозволу, вимоги до зовнішньої реклами, тощо.

Прийняття даних Правил надасть можливість Дунаєвецькій міській раді видавати дозволи на розміщення зовнішньої реклами на території громади, що у свою чергу сприятиме розвитку здорової конкуренції у сфері рекламних послуг. Дунаєвецька міська рада здійснюватиме моніторинг  розміщення зовнішньої реклами на території громади, а у випадках невиконання розповсюджувачами реклами вимог цього регуляторного акта вживатиме заходи, спрямовані на демонтаж самовільно встановлених 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 впроваджувати або виконувати ці вимоги**

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок адміністрування регулювання:

Дунаєвецька міська рада та її виконавчі органи
(назва державного органу)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Процедура регулювання суб’єктів середнього і малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб’єкта господарювання) | 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 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2. Поточний контроль за суб’єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| камеральні | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| виїзні | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб’єктами господарювання | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7. Інші адміністративні процедури (уточнити):\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Разом за рік | Х | Х | Х | Х | 0 |
| Сумарно за п’ять років | Х | Х | Х | Х | 0 |

\*Примітка: витрати на адміністрування регулювання передбачити неможливо оскільки невідомо скільки буде звернень від суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

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

Проєкт регуляторного акта є загальнообов’язковим до застосування та може бути використаним протягом необмеженого строку.

Дія даного акта є необмежена до моменту настання факторів, які можуть вплинути на суттєвий зміст цього акта або на його цілі. Доповнення та зміни до регуляторного акта будуть вноситись після внесення відповідних змін до чинного законодавства України та в разі потреби за підсумками аналізу відстеження його результативності.

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

* Кількість скарг та зауважень по роботі розповсюджувачів реклами.
* Кількість оновлених рекламних засобів.
* Кількість суб’єктів господарювання та суб’єктів малого/мікропідприємництва, які звернулись до управління ЦНАПу для надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.
* Кількість надісланих попереджень про недопущення порушення умов договорів.

**Показники впроваджуваності:**

* Кількість майбутніх суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва, які звернуться до управління архітектури та містобудування для надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.
* Кількість розповсюджувачів, що не дотримуються умов договору про надання  у користування місць для розміщення рекламного засобу.
* Кількість укладених договорів із майбутніми розповсюджувачами зовнішньої реклами.

**Показники інформованості:**

* Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акту.

**Показники передбачуваності:**

* Визначені договірні відносини між власником місця розташування рекламного засобу та розповсюджувачем зовнішньої реклами на території Дунаєвецької територіальної громади.

**Значення прогнозних показників результативності дії регуляторного акта (у кількісному виразі) наведено у таблиці**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Назва показника | Одиниця виміру | За 2022 рік | Очікувані показники за 1 рік регулювання | Очікувані показники за 3 роки регулювання |
| 1 | Кількість суб’єктів підприємництва на яких поширюється дія акту |   од. | Неможливо вирахувати кількість майбутніх суб’єктів(невідома кількість суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.) | Неможливо вирахувати кількість майбутніх суб’єктів(невідома кількість суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.) | Неможливо вирахувати кількість майбутніх суб’єктів(невідома кількість суб’єктів господарювання та суб’єктів малого підприємництва для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.) |
| 2 | Кількість скарг та зауважень | % | - | - | - |
| 3 | Кількість оновлених рекламних засобі |  од. |   - |   - |   - |
| 4 | Розмір коштів, що витрачатимуться суб’єктами господарювання, пов’язаними з виконанням вимог акта |   грн. |   - |   - |   - |
| 5 | Час, що витрачатиметься суб’єктами господарювання, пов’язаними з виконанням вимог акта |  Робочі дні | Планується дотримання умов договору запропонованих регуляторним актом протягом усього робочого часу | Планується дотримання норм запропонованих регуляторним актом протягом усього робочого часу | Планується дотримання норм запропонованих регуляторним актом протягом усього робочого часу |

Рівень поінформованості суб’єктів щодо основних положень регуляторного акта становить 100% та є незмінним протягом вимірювального періоду.

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

Відносно цього регуляторного акта повинно послідовно здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності.

Базове відстеження результативності регуляторного акту буде здійснено через3 місяці після набрання чинності.

Повторне – через рік з дня набрання ним чинності, періодичне – через три роки з моменту проведення та опублікування повторного відстеження результативності регуляторного акту.

Метод проведення відстеження результативності – статистичний.

Вид даних, за допомогою яких буде здійснено відстеження результативності регуляторного акту – статистичні.