**Аналіз регуляторного впливу**

**до проекту рішення Кегичівської селищної ради**

**«Про затвердження Порядку визначення розміру плати   
за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів   
на території Кегичівської селищної ради»**

Аналіз розроблений на виконання та дотримання вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської

діяльності» та постанови Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 року № 308 зі змінами «Про затвердження методики проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта».

**Назва регуляторного акта:** «Про затвердження Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів на території Кегичівської селищної ради».

**Регуляторний орган:** Кегичівська селищна рада.

**Розробник документа:** Сектором з питань містобудування та архітектури Кегичівської селищної ради.

1. **Визначення проблеми**

Відповідно до Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої

реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів, що надаються

Виконавчими органами міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів. Плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). Неврегульованість даного питання призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу чинних Правил про зовнішню рекламу, обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій.

Таким чином, зазначена проблема потребує усунення шляхом прийняття Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів на території Кегичівської селищної ради , які перебувають у комунальній власності селищної ради, що в свою чергу створить сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери в громаді. В умовах незбалансованого зростання витрат бюджету селищної ради по відношенню до надходжень, складно забезпечити життєдіяльність та розвиток громади, виконувати заплановані важливі соціально-економічні проекти. Тому збільшення доходів бюджету в поєднанні з оптимізацією витрат, підвищенням ефективності цільового використання коштів є пріоритетними завданнями органів місцевого самоврядування.

За рахунок надходжень від плати за тимчасове користування місцями

розташування рекламних засобів здійснюється контроль за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, що забезпечує прийнятне естетичне

інтегрування рекламних засобів в селищну інфраструктуру, рівні та прозорі умови для всіх учасників ринку.

Прийняття даного рішення, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, сприятиме збільшенню надходжень до селищного бюджету, поліпшить контроль та дозволить впорядкувати розміщення зовнішньої реклами.

**2.Цілі державного регулювання**

Прийняття рішення Кегичівської селищної ради «Про затвердження Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів на території Кегичівської селищної ради» (далі - проект):

- забезпечить удосконалення процедури регулювання надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, недопущення занепаду рекламного ринку на території громади;

- забезпечить додержання прав та інтересів суб’єктів господарювання при розміщенні окремих видів реклами шляхом визначення соціально справедливого розміру плати за користування місцем розташування рекламних засобів;

- знизить кількість порушень, які спостерігаються при розміщенні рекламних засобів, з боку суб’єктів господарювання;

- забезпечить отримання додаткових надходжень в селищного бюджету від плати за користування місцем, яке перебуває у комунальній власності селищної ради, для розташування рекламних засобів;

- вдосконалить відносини між органами місцевого самоврядування (Виконавчим комітетом селищної ради) та суб’єктами господарювання, пов’язані з отриманням дозволу на розміщенням зовнішньої реклами.

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

|  |  |
| --- | --- |
| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
| *Альтернатива 1* Залишення існуючої на даний момент ситуації без змін | Дана альтернатива є неприйнятною, оскільки цілей правового регулювання щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів на території Кегичівської селищної ради не буде досягнуто. |
| *Альтернатива 2* Прийняття запропонованого  регуляторного акта | Забезпечує досягнення цілей щодо визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів на території Кегичівської селищної ради.  Дасть можливість створити належні правові та організаційні умови для розвитку діяльності в галузі реклами на основі розширення конкурентних відносин, підвищення ефективності цивілізованих форм рекламного бізнесу.  Дасть можливість створити умови щодо забезпечення гарантій законності у сфері розміщення реклами, більш ефективно застосовувати регулювання розміщення реклами, яке буде спрямовуватись на посилення економічних методів впливу як на суб’єктів господарської діяльності, так і на процеси, що відбуваються в цій галузі. |

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

Для досягнення цілей, визначених у другому розділі цього Аналізу регуляторного впливу, проектом регуляторного акта передбачено прийняття рішення Кегичівської селищної ради «Про затвердження Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів на території Кегичівської селищної ради».

Регуляторний акт містить норми, які сприятимуть урегулюванню відносин у сфері розміщення зовнішньої реклами.

Для впровадження цього акта необхідно здійснити такі організаційні заходи:

1. Забезпечити інформування громадськості про вимоги регуляторного

акта шляхом його оприлюднення в мережі Інтернет - на офіційному веб-сайті Кегичівської селищної ради.

1. Погодження проекту рішення Державною регуляторною службою України.

**5**.**Обгрунтування можливості досягнення визначених цілей у разі** **прийняття регуляторного акта.**

У разі прийняття запропонованого регуляторного акта - він буде оприлюднений згідно чинного законодавства України, що в свою чергу дасть можливість суб'єктам господарювання зрозуміти порядок нарахування плати за тимчасове користування місцем розміщення рекламних засобів   
на території Кегичівської селищної ради та призведе до збільшення загальної суми надходжень в бюджет плати за користування місцем розташування реклами. Рівень можливостей досягнення цілей передбачених   
у розділі 2 цього Аналізу є високим, оскільки суб'єкти господарювання зацікавлені у прозорості та відкритості процедури нарахування плати   
за тимчасове користування місцем розміщення рекламних засобів   
на території Кегичівської селищної ради.

Реалізація регуляторного акту не потребує додаткових матеріальних та фінансових витрат з бюджету громади.

Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами Кегичівська селищна рада покладає відповідні функції на існуючий сектор.

Для підготовки документів, які надаються для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами суб’єкту господарювання не потрібно обов’язкових фінансових витрат.

Підготовка документів не потребує наявності кваліфікаційних або ліцензійних сертифікатів.

Вплив зовнішніх факторів виключений, за винятком, випадку змін законодавства України у сфері регулювання цього питання.

**6. Очікуванні результати**

**прийняття запропонованого регуляторного** **акта**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сфера впливу  регуляторного акта | Вигоди | Витрати |
| Органи місцевого  самоврядування | - реалізація Закону України «Про рекламу» та Постанови Кабінету Міністрів України від 79.12.2003 № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами»;  - додаткові надходження до бюджету, які спрямовуються на розвиток ОТГ;  - розширення доступу до рекламної інформації;  - створення дієвої системи контролю за розміщенням зовнішньої реклами;  - чітке визначення повноважень виконавчих органів селищної ради щодо діяльності пов’язаної з розміщенням реклами;  - створення прозорої системи нарахування плати за тимчасове користування місцем розміщення рекламних  засобів | Процедура розробки регуляторного акту  (витрати робочого часу  спеціалістів, пов`язані  з підготовкою регуляторного акту) |
| Суб`єкти  господарювання | **-** забезпечення можливості отримання дозволу для розміщення об`єктів зовнішньої  реклами (збільшення отримання дозволів в рік);  - сприяння розвитку рекламного та власного бізнесу. | Плата за користування  місцем розташування спеціальної конструкції  (у випадку її розташування на об`єктах комунальної власності) |
| Громадяни | **-** додаткові надходження до бюджету, які спрямовуються на  розвиток ОТГ;  - розширення доступу до рекламної інформації;  - покращення естетичної привабливості громади. | Відсутні |

**7. Строк дії регуляторного акта**

Строк дії цього регуляторного акта встановлюється на необмежений термін, оскільки він регулює відносини, які мають перманентний характер.

Обмежень строку дії регуляторного акта немає, що дасть змогу розв’язати визначені проблеми та досягти цілі державного регулювання на весь період дії регуляторного акту. Але у разі внесення змін до законодавства в галузі реклами на державному рівні до запропонованого регуляторного акту можуть бути внесені зміни, або може бути прийнято новий регуляторний акт.

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

До показників результативності регуляторного акта відносяться:

- розмір надходжень до цільового фонду бюджету ОТГ, пов’язаних   
з дією акта;

- кількість суб’єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта ;

- кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами.

**9.Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься**

**відстеження результативності дії регуляторного акта**

Стосовно регулятивного акта буде здійснено базове, повторне та періодичне відстеження у терміни, встановлені статтею 10 Закону України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності".

Базове відстеження буде здійснено до дня набрання чинності регуляторним актом з метою оцінки стану суспільних відносин, на врегулювання яких спрямована дія акта.

Повторне відстеження буде здійснено через рік після набрання чинності актом, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом.

Установлені кількісні та якісні показники результативності акта будуть порівняні із значеннями аналогічних показників, що встановлені під час базового обстеження.

Періодичне відстеження буде здійснено раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності. Установлені кількісні та якісні значення показників результативності акта будуть порівняні із значеннями аналогічних показників, що встановлені під час повторного відстеження.

У процесі відстеження будуть встановлені якісні значення для кожного показника результативності, визначеного під час проведення аналізу впливу регуляторного акта.

З огляду на показники результативності, визначені в попередньому розділі АРВ, відстеження результативності даного регуляторного акта буде здійснюватись статистичним методом.

У рамках статистичного методу відстеження буде проведено шляхом аналізу наступної інформації щодо:

- сум надходжень до цільового фонду бюджету ОТГ (за даними відділу бухгалтерського обліку та звітності);

- стану розвитку підприємництва в галузі розміщення реклами (кількість

суб’єктів господарювання, які займаються розміщенням рекламних засобів;

* кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами – за даними робочого органу по книзі реєстрації виданих дозволів).

*Примітка***:** Загальна кількість суб'єктів господарювання на території Кегичівської селищної ради за даними статистичної звітності складає 522 суб'єктів, кількість суб'єктів господарювання, що працює в сфері реклами 1 (менше 1% від загальної кількості), тому розробка М-Тесту АРВ   
не проводиться.

**Завідувач сектору з питань**

**Містобудування та архітектури**

**Кегичівської селищної ради Вікторія РІЗНИК**