

Аналіз регуляторного впливу до регуляторного акта

Назва регуляторного акта: рішення виконкому Ужгородської міської ради «Про внесення змін до рішення виконкому 11.12.2019 № 460 «Про встановлення мораторію».

Регуляторний орган: Ужгородська міська рада.

Розробник документа: Департамент міського господарства Ужгородської міської ради.

Відповідальна особа: директор департаменту міського господарства.

Контактний телефон: 615311, 614190.

I. Визначення проблеми

Беручи до уваги, що тенденція встановлення рекламних засобів на території м. Ужгород не йде до зменшення, а площа міського середовища, вільного від реклами, стає все меншою, 11.12.2019 року виконавчим комітетом Ужгородської міської ради прийнято рішення № 460 «Про встановлення мораторію» на видачу нових дозволів на розміщення рекламних засобів на території міста, строком на 3 (три) роки.

Відповідне рішення розроблено з метою впорядкування та поетапної систематизації рекламних засобів, покращення естетичного вигляду міського середовища та поступового скорочення загальної кількості рекламних засобів, стандартизації та підвищення якості уже розміщених конструкцій, за рахунок підвищення рівня конкуренції між існуючими суб'єктами підприємницької діяльності, що провадять діяльність у сфері розміщення зовнішньої реклами на території м. Ужгород.

Проте за період дії відповідного мораторію Ужгородською міською радою отримано скарги суб'єктів підприємницької діяльності, щодо відсутності змоги розміщувати рекламні площини також на приватних земельних ділянках, в безпосередній близькості до місць, де здійснюється їх комерційна діяльність, що позбавляє підприємців можливості підтримувати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес до запропонованих послуг чи товарів.

Дане питання повстає особливо гостро в період дії карантинних обмежень, запроваджених з метою протидії поширенню небезпечного вірусного захворювання COVID – 19, коли як ніколи доцільним є запровадження заходів підтримки бізнесу для стримування негативного впливу зниження економічної активності в країні.

Адже працюючий бізнес є основою стабільного розвитку спроможної територіальної громади – створення нових робочих місць, надходження податків до бюджету та можливість залучення інвестицій.

Даний проєкт рішення дозволить забезпечити баланс комерційних інтересів у сфері розміщення зовнішньої реклами та дотримання пріоритету гармонізації міського середовища, надасть змогу недопущення захаращення

міської території рекламоносіями сумнівної якості та дизайну та одночасно дозволить стимулювати розвиток суб'єктів господарювання.

Запропоноване регулювання покликане вирішити зазначені проблеми, вдосконаливши відносини, пов'язані з розміщенням зовнішньої реклами

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

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	-
Органи місцевого самоврядування	+	-
Суб'єкти господарювання	+	-
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	-

II. Цілі державного регулювання

Проект регуляторного акта спрямований на розв'язання проблеми, визначеної у першому розділі аналізу регуляторного впливу.

Основні цілі державного регулювання:

- підтримка підприємництва шляхом забезпечення суб'єктів підприємницької діяльності змогою рекламувати власні товари чи послуги у безпосередній близькості до місця, де здійснюється їх комерційна діяльність дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- гармонізація міського простору та уникнення перевантаження його естетично та технічно застарілими рекламними конструкціями.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

Перевага обраного виду правового регулювання над усіма іншими можливими способами ґрунтується на імперативності (загальнообов'язковості) рішень міської ради для виконання на території міста Ужгород, що передбачено статтею 144 Конституції України та статтею 73 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Вирішення проблеми, зазначеної у розділі I цього Аналізу можливе лише шляхом прийняття рішення виконкому Ужгородської міської ради «Про внесення змін до рішення виконкому 11.12.2019 № 460 «Про встановлення мораторію».

Інші альтернативні способи (механізми) досягнення мети не передбаченні чинним законодавством.

Визначені у пункті II цього Аналізу цілі не можуть бути досягнуті за допомогою ринкових механізмів, оскільки останні не мають імперативного характеру та базуються на принципах диспозитивності.

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Залишення існуючої ситуації без змін;	Не забезпечує досягнення цілей.
Альтернатива 2 Застосування ринкових механізмів;	Не актуальна для досягнення цілей регулювання, оскільки ринкові механізми базуються на принципах диспозитивності
Альтернатива 3 Прийняття запропонованого проєкту рішення;	Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні. Альтернатива є неприйнятною, оскільки не забезпечує досягнення поставленої цілі.	Відсутні.
Альтернатива 2.	Неможливо використати для досягнення цілей регулювання, оскільки ринкові механізми базуються на принципах диспозитивності та повинні враховувати, в першу чергу, інтереси суб'єктів підприємницької діяльності – у даному випадку розповсюджувачів зовнішньої реклами, а не суб'єкту владних повноважень.	Відсутні

Альтернатива 3.	Прийняття регуляторного акта забезпечить вирішення проблеми, визначеної у першому розділі аналізу.	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації.
-----------------	--	---

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні.	Відсутні.
Альтернатива 2.	Відсутні.	Відсутні.
Альтернатива 3.	Впорядкування та гармонізація міського простору. Надходження до бюджету податків та зборів, які будуть спрямовані на розвиток міста.	Відсутні.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні	Відсутні.
Альтернатива 2.	Відсутні	Відсутні.
Альтернатива 3.	Прийняття регуляторного акта забезпечить стимулювання розвитку суб'єктів господарювання, що працюють у сфері зовнішньої реклами.	Витрати пов'язані з виготовленням технічної документації при оформленні пакету документів для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами

IV. 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	Неврегульованість питання. Проблеми продовжують існувати.

Альтернатива 2	1	Неврегульованість питання. Проблеми продовжують існувати.
Альтернатива 3	4	Забезпечує вирішення проблемних питань в достатньому обсязі. Оптимальний варіант збалансування інтересів органу місцевого самоврядування, громадян та суб'єктів господарювання.

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Визначена проблема залишається не вирішеною.	Відсутні.	Переваги обраної альтернативи відсутні.
Альтернатива 2	Визначена проблема залишається не вирішеною.	Відсутні.	Переваги обраної альтернативи відсутні.
Альтернатива 3	Прийняття регуляторного акта забезпечить вирішення проблеми у повному обсязі.	Опублікування прийнятого нормативного документа у засобах масової інформації.	Причини для відмови відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом врахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив.

V. Механізми та заходи, що пропонуються для розв'язання визначеної проблеми

Проектом рішення передбачається внесення змін до діючого мораторію на видачу дозволів на розміщення зовнішньої реклами, шляхом виведення з під дії мораторію випадків надання дозволу на розміщення рекламних конструкцій типу «стела» чи «пілон» на земельних ділянках, що перебувають у приватній власності.

Ужгородській міській раді, а також суб'єктам господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами, для реалізації вимог проекту рішення не потрібно буде запроваджувати жодних нових чи відмінних від існуючих процесів.

Запропонований спосіб досягнення цілей є оптимальним шляхом вирішення проблеми й ґрунтується на загальнообов'язковості виконання норм зазначеного рішення всіма учасниками правовідносин у сфері зовнішньої реклами.

Для провадження регуляторного акта, що аналізується, необхідно здійснити організаційні заходи відповідно до вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», а також інші заходи:

- спрямовані на забезпечення раціонально-ефективного використання комунальної власності міста;

- інформування рекламорозповсюджувачів щодо запропонованих змін.

Достатній рівень інформованості суб'єктів господарювання буде забезпечений за рахунок розміщення повідомлення про оприлюднення даного проєкту рішення на сайті Ужгородської міської ради та в газеті «Ужгород».

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

Оцінка можливості впровадження регуляторного акта та виконання його вимог суб'єктами господарювання є високою.

Прийняття зазначеного регуляторного акта врегулює правові відносини, що виникають у процесі розміщення рекламних конструкцій.

Контроль та нагляд виконавчого органу Ужгородської міської ради за додержанням вимог проєкту рішення планується здійснювати постійно на протязі терміну дії мораторію.

На дію регуляторного акта можуть вплинути зміни в чинному законодавстві про рекламу та про дозвільну систему у сфері господарської діяльності, які можуть привести застосування даного акта до недоцільності.

Для впровадження вимог даного регуляторного акта органам місцевого самоврядування не потрібно додаткових витрат з міського бюджету. Таким чином, поставлені цілі досягаються при виконанні вимог цього регуляторного акта з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та держави.

У зв'язку з тим, що визначити питому вагу суб'єктів господарювання, на яких поширюється дія регуляторного акта у загальній кількості суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання даного рішення міської ради, немає можливості, розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва) не проводився.

Результати прийняття регуляторного акту оцінені за допомогою методу вигод та витрат.

Сфера впливу	Вигоди	Витрати
Органи місцевого самоврядування	Підтримка підприємницької діяльності шляхом надання змоги підприємцям рекламувати власні товари і послуг без перенавантаження міського середовища естетично та технічно застарілими рекламними конструкціями. Забезпечення гармонізації міського простору	Витрати на оприлюднення регуляторного акта.
Суб'єкти підприємницької діяльності	Сприяння розвитку рекламного бізнесу.	Відсутні
Громадяни	Надходження до бюджету податків та зборів, які будуть спрямовані на розвиток міста.	Відсутні

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Регуляторний акт набере чинності з моменту прийняття рішення Ужгородською міською радою.

Строк дії регуляторного акту обмежується періодом дії мораторію, затвердженого рішенням виконкому Ужгородської міської ради від 11.12.2019 №460 «Про встановлення мораторію».

У разі потреби, регуляторний акт може бути переглянутий за ініціативою регуляторного органу, який прийняв відповідний регуляторний акт, або на підставі аналізу звіту про відстеження результативності цього регуляторного акта, а також внаслідок змін у чинному законодавстві.

Реалізація регуляторного акта не потребує додаткових матеріальних та фінансових витрат з міського бюджету.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Ефективність регуляторного впливу проекту рішення міськвиконкому «Про внесення змін до рішення виконкому 11.12.2019 № 460 «Про встановлення мораторію» визначатиметься за такими показниками:

- кількість поданих заяв щодо отримання дозволу на розміщення засобів зовнішньої реклами типу «стела» чи «пілон»;
- кількість отриманих суб'єктами господарювання дозволів на розміщення рекламних засобів «стела» чи «пілон», відповідно до прийнятого рішення;
- зменшення кількості самовільно розміщених засобів зовнішньої реклами на території міста .

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

Відповідно до статті 10 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» проводитимуться базове, повторне та періодичні відстеження результативності регуляторного акта.

- базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюватиметься до дати набрання ним чинності шляхом отримання зауважень та пропозицій.

- повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом, якщо рішенням регуляторного органу, який прийняв цей регуляторний акт, не встановлено більш ранній строк;

- періодичні відстеження результативності регуляторного акта здійснюватимуться раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта, в разі, коли дію регуляторного акта до якого вносяться зміни, прийнятого на визначений строк, буде продовжено після закінчення цього визначеного строку.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних.

ВИТРАТИ на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктів господарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта, немає можливості визначити витрати на одного суб'єкта господарювання, які виникають внаслідок дії вказаного регуляторного акта.

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ
на адміністрування регулювання для суб'єктів великого
і середнього підприємництва

Органи місцевого самоврядування чи органи виконавчої влади, в т. ч. Ужгородська міська рада, при введенні в дію запропонованого проєкту регуляторного акта, не понесуть додаткових витрат коштів місцевого бюджету, а також додаткових витрат на контроль за його виконанням.

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктів господарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта, немає можливості визначити вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням процесу регулювання державними органами суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регуляторного акта.

Директор департаменту

Володимир БАБИДОРІЧ

Тетяна Полтавцева 614190
Вікторія Петрова 615311