**АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ**

**до проекту рішення виконавчого комітету Новомиргородської міської ради**

«Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Новомиргородської міської територіальної громади

Аналіз регуляторного впливу (далі - Аналіз) підготовлений з метою обґрунтування відповідності проекту рішення принципам державної регуляторної політики, забезпечення прав та інтересів суб’єктів господарювання , громадян та держави, отримання зауважень та пропозицій від зацікавлених сторін. Даний Аналіз визначає правові та організаційні засади реалізації проекту рішення виконавчого комітету Новомиргородської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Новомиргородської міської територіальної громади» як регуляторного акта.

**I.Визначення проблеми, яку передбачається розв’язати шляхом державного регулювання.**

На сьогодні прийняття рішень виконавчого комітету Новомиргородської міської ради щодо надання дозволів на розташування рекламних засобів здійснюється відповідно до Правил розміщення реклами на території м.Новомиргород, с.Лікарево,с.Бирзулове, затверджених рішенням виконавчого комітету Новомиргородської міської ради від 27 червня 2013 року за №552.

Діючі Правила розміщення реклами охоплюють м. Новомиргород та два населених пункти. У зв’язку із закінченням процесу децентралізації, та утворенням на основі сільських селищної рад та міської ради Новомиргородської міської територіальної громади, з центром у місті Новомиргород, виникла необхідність розробити та затвердити новий регуляторний акт -Порядок розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Новомиргородської міської ради, дія якого буде розповсюджена на всю територію Новомиргородської міської територіальної громади. Новомиргородська міська рада є представницьким органом Новомиргородської міської територіальної громади, яка охоплює 47 населених пунктів , в тому числі : місто Новомиргород, смт Капітанівка та 45 сільських населених пунктів

До основних проблем, які передбачається розв’язати шляхом державного регулювання, а саме – прийняттям зазначеного регуляторного акта належать:

* недостатня наповнюваність бюджету громади, частиною якого є надходження від сплати розповсюджувачами зовнішньої реклами коштів за користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, що в свою чергу. перешкоджає реалізації соціально-економічних програм ;

занадто низька плата за тимчасове користування місцями рекламних засобів призводить до того, що у місці розміщено забагато естетично та технічно застарілих рекламних засобів, які негативно впливають на зовнішній вигляд міста;

* невідповідність розміру надходжень до бюджету за тимчасове користування місцями комунальної власності для розміщення об’єктів зовнішньої реклами економічно обґрунтованим показникам сьогодення;
* самовільне розміщення рекламних засобів ;
* перенасиченість центральної частини міста рекламними засобами різних форматів низької якості.
* відсутність дієвої системи контролю за розміщенням об’єктів зовнішньої реклами.

На сьогоднішній день територіальна громада потребує нового формування рекламно-інформаційного простору, в якому зовнішня реклама, як складова частина системи візуальних комунікацій та навколишнє середовище об’єднані в єдиний гармонійний ансамбль.

Для затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Новомиргородської міської територіальної громади необхідно провести регуляторну процедуру. Затвердження регуляторного акту надасть можливість підвищити ефективність використання території громади для розміщення рекламних засобів, забезпечить розумний баланс комерційних інтересів та пріоритету збереження цілісності оточуючої забудови та впорядкує сферу орендних відносин, пов’язаних з розміщенням зовнішньої реклами на території громади.

Основні групи, на які проблема справляє вплив:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Групи (підгрупи)** | **Так** | **Ні** |
| Громадяни | Так | - |
| Держава | Так | - |
| Суб’єкти господарювання, | Так | - |
| у тому числі суб’єкти малого підприємництва | Так | - |

**II. Цілі державного регулювання.**

Відповідно до чинного законодавства повноваження щодо затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Новомиргородської міської територіальної громади та встановлення плати за право користування місцями для розміщення зовнішньої реклами є виключно компетенцією органів місцевого самоврядування. Проблеми, які пропонуються врегулювати в результаті прийняття регуляторного акта, не можуть бути розв’язані за допомогою ринкових механізмів.

Основні цілі державного регулювання:

* забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами,нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
* збільшення обсягів надходжень до бюджету громади за користування місцями розміщення рекламних засобів;
* ефективне використання земель комунальної власності міста та сільських населених пунктів;
* створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами;
* підвищення прозорості дій місцевих органів виконавчої влади шляхом встановлення чіткого порядку та умов надання , внесення змін, продовження терміну дії, погодження, переоформлення та припинення дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами;
* вдосконалення організаційних відносин , пов’язаних з передачею у тимчасове користування місць для розміщення зовнішньої реклами.

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

**1.Визначення альтернативних способів**

|  |  |
| --- | --- |
| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
| **Альтернатива 1**  Прийняття регуляторного акту | Застосування даної альтернативи є найбільш прийнятною. Відповідає потребам у вирішення проблеми. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання. Охоплює всі населені пункти міської територіальної громади. Затвердження Порядку  **розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Новомиргородської міської територіальної громади** забезпечить збільшення надходжень до бюджету міської територіальної громади, які будуть направлені на виконання заходів програми економічного і соціального розвитку території та матиме вплив на продуктивність суб’єктів господарювання, які надають рекламні послуги. |
| Альтернатива 2  Не прийняття запропонованого регуляторного акту (збереження чинного регулювання) | Альтернатива є неприйнятною.  Не забезпечує досягнення цілей , оскільки діючі Правила розміщення реклами та Порядок оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів , які не переглядались з 2013 року, є економічно необґрунтованими, та не відповідають реаліям та потребам сьогодення. Не охоплює сільські населені пункти та селище. |

**2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей**

Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Введення в дію запропонованого регуляторного акта дасть можливість збільшити надходження до бюджету міської територіальної громади**, ефективно використовувати землі комунальної власності громади.** | Витрати часу, пов’язані з розробкою регуляторного акту; контроль за його виконанням; проведення аналізу та заходів по відстеженню результативності регуляторного акту; на опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. |
| Альтернатива 2 | Відсутні. | Втрати бюджету через застосування застарілих Правил розміщення реклами, які не переглядались з 2013 року. |

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Введення в дію запропонованого регуляторного акту підвищить зацікавленість громадян в розташуванні рекламних засобів на землях міської громади, забезпечить виконання соціально-економічних програм. | Відсутні |
| Альтернатива 2 | Відсутні | Відсутні |

Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
| Кількість суб’єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць на момент підготовки регуляторного акта\* | 0 | 0 | 103 | 0 | 1108\*\* |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 0 | | 9,3 | 0 | Х |

\* Згідно з даними державного реєстратора відділу «Центру надання адміністративних послуг» Новомиргородської міської ради.

\*\* За даними Новомиргородської ДПІ ГУДПС в Кіровоградській області станом на 01.01.2023 – 1108 суб’єктів господарювання юридичних та фізичних осіб, які теоретично можуть бути орендарями місць розташування рекламних засобів на землях комунальної власності Новомиргородської громади.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| Альтернатива 1 | Прийняття регуляторного акта забезпечить стимулювання розвитку суб’єктів господарювання, що працюють у сфері реклами, дасть можливість вирішення актуальних питань механізму  видачі дозволів та розміщення, а також демонтажу зовнішньої реклами | Плата за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів на території **Новомиргородської міської територіальної громади буде здійснюватися відповідно** введенного в дію запропонованого регуляторного акту |
| Альтернатива 2 | Відсутні | Відсутні |

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

У ході визначенняальтернативних способів досягнення встановлених цілей розглянуто наступні:

1) ввести в дію запропонований регуляторний акт;

2) зберегти чинне регулювання, тобто залишити наявний стан справ без змін;

На підставі проведеного аналізу вищезазначених альтернативних способів за допомогою нижченаведених таблиць здійснено вибір оптимального альтернативного способу з урахуванням системи бальної оцінки ступеня досягнення визначених цілей.

Вартість балів визначається за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей, де:

4 — цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде);

3 — цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми існувати не будуть);

2 — цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невирішеними);

1 — цілі прийняття регуляторного акта, які не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)** | **Бал результа-тивності (за 4-бальною системою оцінки)** | **Коментарі щодо присвоєння відповідного бала** |
| Альтернатива 1 | 4 | Забезпечує вирішення проблемних питань в достатньому обсязі. Оптимальний варіант збалансування інтересів органу місцевого самоврядування,громадян та суб’єктів господарювання. Буде забезпечено збільшення наповнення бюджету міської територіальної громади, фінансування в повній мірі запланованих заходів щодо соціального та економічного розвитку, Дана альтернатива є найбільш прийнятною. |
| Альтернатива 2 | 1 | Проблема наповнення бюджету міської територіальної громади буде вирішена частково. Питання неврегульоване. Цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті, проблема продовжує існувати. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумок) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу |
| Альтернатива 1 | 4 |  | **Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом урахування інтересів всіх основних груп , на які проблема справляє вплив. Встановлення чіткого та зрозумілого методу при розрахунках плати за тимчасове користування місцями для розташування засобів реклами . які перебувають у комунальній власності.** Буде забезпечено збільшення наповнення місцевого бюджету, фінансування запланованих заходів щодо соціального та економічного розвитку, вирішення проблем громади. Цілі прийняття регуляторного акта будуть досягнуті в повному обсязі. |
| Альтернатива 2 | 1 | відсутні | Не забезпечує досягнення цілей:  - недосконалість існуючого механізму регулювання розміщення зовнішньої реклами знижує якість сприйняття оточуючого середовища в цілому.  - громада не отримає надходжень до бюджету в повному обсязі, не буде проведено фінансування бюджетних програм та реалізації соціальних проектів.  - можливе підвищення соціальної напруги по причині погіршення якості життя населення громади. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від альтернативи | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта |
| Альтернатива 1 | Перевагою обраної альтернативи є нормативно-правове врегулювання даного питання на місцевому рівні, можливість користування врегульованим механізмом розміщення зовнішньої реклами та порядком використання плати, отриманої за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами. Крім того, прийняття запропонованого регуляторного акту не вплине на витрати органу місцевого самоврядування та територіальної громади. Саме такий спосіб дозволить досягнути поставлених цілей належним чином. | На дію даного регуляторного акту можуть вплинути :  - зміни в чинному законодавстві про рекламу та про дозвільну систему у сфері господарської діяльності, які можуть привести застосування даного акта до недоцільності;  - економічна криза, що призведе до загального зменшення кількості суб’єктів господарювання, до послаблення їх підприємницької діяльності, що зменшить потребу у встановленні рекламних засобів на землях комунальної власності територіальної громади. |
| Альтернатива 2 | Втрати бюджету через застосування Правил розміщення реклами, які не відповідають вимогам сьогодення та не охоплюють всі населені пункти Новомиргородської територіальної громади. | Х |

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

Механізм, закладений в основу проекту регуляторного акта, передбачає врегулювання правовідносин, що виникають між виконавчим органом Новомиргородської міської ради та фізичними і юридичними особами, незалежно від форми власності та підпорядкованості, що виникають в процесі розміщення зовнішньої реклами на території Новомиргородської міської територіальної громади. Зокрема, визначаються повноваження робочого органу, процедура отримання, продовження дозволу на розміщення рекламних засобів та удосконалюється процедура проведення оптимальних розрахунків плати за тимчасове користування місцем розміщення рекламних засобів.

Розв’язання проблеми, визначеної у розділі І цього аналізу регуляторного впливу, досягається шляхом затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Новомиргородської міської територіальної громадии, який відповідає сучасним реаліям.

**Впровадження цього регуляторного акта передбачає здійснення органом місцевого самоврядування певних організаційних заходів на виконання та у відповідності до вимог законодавства України про** засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності, а саме**:**

**складання структурним підрозділом міської ради, який відповідає за впровадження цього регуляторного акта,** відповідного проекту рішення (внесеного до плану діяльності з підготовки проектів регуляторних актів) та аналізу регуляторного впливу (АРВ) до нього;

проведення базового відстеження результативності проекту регуляторного акта;

оприлюднення проекту регуляторного акту разом з АРВ з метою обговорення та одержання зауважень та пропозицій від фізичних та юридичних осіб;

отримання від відповідальної експертної постійної комісії експертного висновку про відповідність проекту регуляторного акта засадам державної регуляторної політики;

розглядання проекту рішення на розгляд виконавчого комітету Новомиргородської міської ради;

оприлюднення рішення на офіційному сайті Новомиргородської міської ради та опублікування в місцевих засобах масової інформації у разі прийняття регуляторного акту.

Ступінь ефективності обраного механізму та заходів досягнення цілей державного регулювання оцінено як високий, оскільки прийняттям та впровадженням вказаного нормативного акту приведе до врегулювання відносин у сфері розташування рекламних засобів на території громади , удосконалення механізму надання дозволів на розміщення об’єктів зовнішньої реклами, забезпечення порядку передачі місць розташування рекламних засобів в прозорому нормативно-правовому полі.

**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. Для впровадження вимог даного регуляторного акта органам місцевого самоврядування не потрібно додаткових витрат з міського бюджету. У зв’язку з тим, що питома вага суб’єктів господарювання, на яких поширюється дія регуляторного акта (за даними державного реєстратора відділу «Центру надання адміністративних послуг» Новомиргородської міської ради – на момент підготовки регуляторного акту – 103 суб’єкти господарювання), у загальній кількості суб’єктів господарювання (за даними Новомиргородської ДПІ ГУДПС в Кіровоградській області станом на 01.01.2023 – 1108 суб’єктів господарювання юридичних та фізичних осіб, які теоретично можуть бути розповсюджувачами зовнішньої реклами та орендарями місцями розташування зовнішньої реклами), становить 9,3 відсотки, тобто не перевищує 10 відсотків, 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.

Для регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами Новомиргородська міська рада покладає відповідні функції на відділ містобудування, архітектури , будівництва , житлово-комунального господарства та цивільного захисту Новомиргородської міської ради.

**VII. Обгрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта**

Обмеження строку дії регуляторного акта немає.

Структура запропонованого проекту рішення розроблена з урахуванням можливості внесення до нього змін, доповнень та його відміни у разі внесення змін до чинного законодавства України. Доповнення та зміни будуть вноситись після внесення відповідних змін до чинного законодавства Укроаїни та у разі потреби за підсумками аналізу відстеження його результативності.

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

Основними показниками результативності регуляторного акта є :

* надходження коштів до місцевого бюджету, у зв’язку з безпосередньою дією регуляторного акту , надходження до місцевого бюджету ( збільшаться);
* кількість встановлених рекламних конструкцій (збільшиться);
* рівні умови для всіх розповсюджувачів зовнішньо реклами;
* рівень поінформованості суб’єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта (суб’єкти господарювання та фізичні особи будуть проінформовані про рішення міської ради шляхом висвітлення на офіційному сайті Новомиргородської міської ради та опублікування в місцевих засобах масової інформації);

Станом на 01.01.2023 року кількість суб’єктів господарювання , що мають діючі дозволи на розміщення зовнішньої реклами та уклали договори на розміщення реклами – 10 осіб;

Розмір надходжень до місцевого бюджету від тимчасового користування місцями розташування рекламних засобів – 9308,38 грн.

Значення прогнозних показників результативності дії регуляторного акта :

* через 6 місяців після набуття чинності - 16757, 07 грн
* через рік - 33514, 14 грн

Розмір надходження до місцевого бюджету за рік у зв’язку з прийняттям регуляторного акту - 33514,14 грн

Кількість суб’єктів господарювання ( юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців), які є потенційними розповсюджувачами реклами - 103.

У разі збільшення кількості суб’єктів господарювання, які отримують дозволи на розміщення зовнішньої реклами, на 50% , то розмір прогнозованих надходжень за 6 місяців до міського бюджету збільшиться до 25135, 5 грн , через рік – до 50271, 21 грн.

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

Базове відстеження результативності дії рішення буде здійснено через 6 місяців після набуття ним чинності. Повторне відстеження проводитиметься через рік після базового відстеження. Періодичні відстеження будуть проводитись раз на три роки після проведення повторного відстеження.

Метод проведення відстеження результативності – статистичний. Відстеження результативності дії акта буде здійснюватися відповідальними за його розробку – відділом містобудування, архітектури, будівництва , житлово-комунального господарства та цивільного захисту Новомиргородської міської ради на підставі даних щодо сум надходження плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів до бюджету Новомиргородської міської територіальної громади.

**Міський голова Ігор ЗАБАЖАН**