

Аналіз впливу регуляторного акта проекту рішення Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста»

Відповідно до вимог Постанови Кабінету Міністрів України від 11.03.2004р. № 308 «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акту» розроблено аналіз впливу регуляторного акту – проекту рішення міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста».

1. Визначення проблеми

Діючій на теперішній час Порядок розміщення та сплати зовнішньої реклами, (рішенням виконкому Краматорської міської ради від 21.12.2005 № 551) про сплату за розміщення зовнішньої реклами (рішенням Краматорської міської ради від 07.07.2004 № 19/IV-32, від 13.09.2006 № 5/V-08) не відповідають вимогам теперішнього часу та не містять важелів впливу на суб'єктів, які не дотримуються положень цих норм. На сьогоднішній день робочим органом було видано 305 дозвілів на розміщення рекламних носіїв, у 94 рекламних об'єктів – закінчився термін дії.

Органи місцевого самоврядування постійно стикаються з проблемою нелегального, з різними порушеннями розміщення рекламних носіїв. До об'єктів зовнішньої реклами не залучено рекламні вивіски, штендери, пілони, банери, які розміщено на об'єктах комунальної власності.

Не дотримується у місті єдина система форм і стандартів рекламних конструкцій.

Деякі рекламні конструкції знаходяться в аварійному стані, невідповідають нормативам и правилам безпеки, територія біля більшої частини рекламних носіїв перебуває в неналежному стані, що в цілому порушується архітектурно-естетичний вигляд міста. При цьому не врегульовано питання демонтажу самовільно встановлених рекламних конструкцій, процедура зберігання та повернення власнику демонтованих рекламних конструкцій.

Відсутність чіткої, прозорої і в одночас спрощеної законодавчої і регуляторної бази негативно впливає на надходження в місцевий бюджет.

За останній час в Україні змінилась законодавча база. Зокрема, набрав чинності Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» з 06.09.2005р., Постановою КМУ № 968 від 09.09.2009р., внесені зміни в Постанову КМУ № 2067 від 29.12.2003р. «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами».

Ефективними важелями у встановленні правил розміщення зовнішньої реклами є не тільки розроблення та затвердження, відповідно до законодавства, «Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста», а й посилення контролю за рекламними засобами за допомогою ричагів впливу, такими як штрафні санкції та демонтаж рекламних носіїв, якщо вони розміщуються на місцях, що належать комунальній власності.

Прийняття рішення, яке досконально регламентує порядок отримання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами надасть можливість виключити ситуації, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами та створить прозору систему прийняття рішень виконавчого комітету Краматорської міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Крім

того, прийняття зазначеного акту додатково забезпечить можливість оскарження незаконних дій з боку осіб, уповноважених на вчинення відповідних власних повноважень.

Таким чином, зазначені проблеми потребують усунення шляхом прийняття рішення міської ради про «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста», яке є базовим документом та створить сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери у м. Краматорську.

2. Цілі регулювання

Метою прийняття рішення Краматорської міської ради про «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста» є:

- 1) приведення нормативної бази до єдиного регуляторного документу;
- 2) посилення контролю за рекламними засобами за допомогою ричагів впливу, такими як штрафні санкції та демонтаж рекламного засобу, що встановлений без відповідного дозволу;
- 3) посилення контролю за оформленням дозвільних документів і договорів та забезпечення надходження коштів від рекламної діяльності до міського бюджету в повному обсязі;
- 4) посилення контролю за новими рекламними засобами шляхом проведення технічного огляду на відповідність нормам, створення комісії з прийняття в експлуатацію рекламного носія;
- 5) створення у місті єдиної системи форм та стандартів зовнішнього виду рекламних конструкцій, відповідність естетичному змісту рекламних щитів та прилеглої території;
- 6) врегулювання питань, пов'язаних з демонтажем самовільно встановлених рекламних конструкцій, процедури зберігання та повернення власнику демонтованих рекламних конструкцій;
- 7) врегулювання питань, пов'язаних з:
 - а) організацією взаємодії між розповсюджувачами зовнішньої реклами та органами місцевого самоврядування;
 - б) встановлення архітектурних, містобудівних та інших вимог щодо розміщення спеціальних рекламних конструкцій у м. Краматорську;
 - в) створення системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами;
 - г) визначення підстав та порядку визначення розмірів плати за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій, які перебувають у комунальній власності;
 - д) визначення порядку надання місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування спеціальних конструкцій;
 - є) збільшення території для розміщення рекламних конструкцій.

3. Прийнятні альтернативні способи досягнення цілей

Вимоги чинного законодавства будуть виконані у разі затвердження міською радою рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста» в новій редакції.

У разі не прийняття рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста» залишається:

- хаотичне та нелегальне розміщення рекламних носіїв на території міста, що негативно впливає на надходження до місцевого бюджету;
- не залученими до об'єктів зовнішньої реклами пілони, банери, рекламні вивіски, штендери, які розміщено на об'єктах комунальної власності;
- рекламні конструкції, які знаходяться в аварійному стані, невідповідають нормативам и правилам безпеки;
- територія біля рекламних носіїв перебуватиме в недоглянутому стані;
- недоотримання коштів місцевим бюджетом.

4. Механізми розв'язання проблеми

Приведення положень «Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста» у відповідність до Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»;

- визначення контролюючого органу на який буде покладено відповідальність за розміщення зовнішньої реклами на території міста;
- посилення контролю за оформленням дозвільних документів і договорів та забезпечення надходження коштів від рекламної діяльності до міського бюджету в повному обсязі;
- врегулювання питання з демонтажу самовільно встановлених рекламних конструкцій та рекламних засобів, які знаходяться в аварійному стані та невідповідають нормативам і правилам безпеки;
- врегулювання процедури зберігання та повернення власнику демонтованих рекламних засобів;
- збільшення нових місць розміщення рекламних носіїв на території міста;
- впорядкування нормативно-правової бази відповідно до вимог чинного законодавства.

Розробка проекту рішення Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста» здійснюється за принципами:

- а) законності;
- б) гласності (відкритості та загальнодоступності);
- в) колегіальності;
- г) урахування пропозицій операторів рекламного ринку;
- д) урахування практичного досвіду роботи на рекламному ринку;
- є) економічної та юридичної обґрунтованості.

5. Обґрунтування можливості досягнення визначених цілей у разі прийнятого регуляторного акту

Можливість досягнення цілей, передбачених п.2 цього Аналізу у разі прийняття зазначеного рішення є цілком реальною та обґрунтованою у зв'язку з тим, що метою створення проекту зазначеного рішення є целеспрямоване вирішення зазначених проблем у місті.

6. Визначення очікуваних результатів прийняття регуляторного акту

Прийняття рішення міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста» забезпечить:

- впорядкування нормативно-правової бази відповідно до вимог чинного законодавства;
- посилення контролю за рекламними засобами (розміщення та стан рекламних конструкцій, прилеглої території);
- посилення контролю за оформленням дозвільних документів і договорів;
- демонтаж самовільно встановлених рекламних носіїв, зберігання та повернення власнику демонтованих рекламних конструкцій;
- механізм регулювання відносин між дозвільним центром, робочим органом та розповсюджувачами зовнішньої реклами;
- встановлення рівних конкурентних можливостей для всіх суб'єктів господарювання на рекламному ринку на території міста;
- збільшення надходжень до міського бюджету за рахунок упорядкування процедури укладання договорів та їх відстеження;
- збільшення надходжень до міського бюджету за рахунок демонтажу самовільно встановлених рекламних конструкцій, їх зберігання та повернення власнику;
- збільшення сплачених сум за користування новими місцями розташування спеціальних рекламних конструкцій за рахунок дії пріоритету на місце розташування рекламного засобу;
- естетичний вигляд та зміст рекламних засобів.

До негативних результатів впровадження даного рішення можна віднести:

- кількість укладених договорів про тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів.

Особи	Можливі вигоди	Можливі витрати
Суб'єкти господарювання	<ol style="list-style-type: none">1. Досягнення цілей передбачених п.2 цього аналізу.2. Виключення ситуацій, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами.3. Створення прозорої системи прийняття рішень виконавчого комітету міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами.4. Додаткове забезпечення можливості оскарження незаконних дій з боку осіб, уповноважених на вчинення відповідних власних повноважень.5. Збереження рекламного бізнесу.	<ol style="list-style-type: none">1. Витрати на прийняття рішення відсутні.2. Витрати, пов'язані з його впровадженням не можуть бути прогнозованими, оскільки прямо залежать від практичної ситуації – розміщення зовнішньої реклами.
Територіальна громада міста	<ol style="list-style-type: none">1. Відкритість та доступність для громадян інформації про розміщення зовнішньої реклами на території міста.2. Приведення у належний стан архітектур-	<ol style="list-style-type: none">1. Витрати відсутні

	но-естетичного обліку міста, благоустрою прилеглої території біля рекламних конструкцій, відповідність естетичному змісту рекламних засобів.	
Органи місцевого самоврядування	<ol style="list-style-type: none"> 1. Досягнення цілей передбачених п.2 цього аналізу. 2. Виконання обов'язків, покладених на органи місцевого самоврядування у зв'язку з прийняттям Закону України "Про рекламу" та постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 р. № 2067. 3. Виключення ситуацій, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами. 4. Створення прозорої системи прийняття рішень виконавчого комітету міської ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами. 5. Збільшення додаткових надходжень до місцевого бюджету. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Витрати, пов'язані з прийняттям регуляторного акту (рішення). 2. Витрати, пов'язані з впровадженням та контролем за дотриманням вимог регуляторного акту

7. Обґрунтування строку дії регуляторного акту:

Термін дії запропонованого регуляторного акту обмежується прийняттям нових законодавчих чи нормативних актів з цього питання. В зв'язку з цим, необхідно буде вносити зміни до Порядку.

8. Показники результативності акта

Результативність акту регуляторного впливу рішення Краматорської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території міста» визначатиметься за такими показниками:

1. Загальна кількість розповсюджувачів зовнішньої реклами на території міста
2. Загальна кількість рекламоносіїв
3. Кількість наданих заяв на розміщення зовнішньої реклами
4. Кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами
5. Кількість укладених договорів
6. Кількість демонтованих рекламних засобів, що знаходяться на зберіганні
7. Розмір надходжень плати до місцевого бюджету за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності.

Відповідно до ч. 5 ст. 12 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 р. № 1160-IV рівень проінформованості суб'єктів господарювання та фізичних осіб з основних положень рішення визначається кількістю осіб, що:

- а) ознайомляться з зазначеним рішенням в офіційних засобах масової інформації – газета «Краматорська правда» за результатами оприлюднення;
- б) отримають регуляторний акт за запитами до органів місцевого самоврядування;
- в) отримають регуляторний акт або інформацію щодо основних його положень іншими шляхами.

9. Заходи з відстеження результативності акта

Базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється до дня набрання ним чинності.

Повторне відстеження результативності – через рік у формі звіту.

Переодичні відстеження результативності регуляторного акта будуть здійснюватись раз на кожні три роки, починаючи від дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності.

Відстеження результативності будуть проводитись на основі аналізу статистичних даних.

Заступник міського голови

А. В.Панков

Начальник управління містобудування
та архітектури, головний архітектор

Є.В.Рябченко