

**Аналіз впливу регуляторного акта
проекту рішення Краматорської міської ради
«Про внесення змін до Порядку розміщення зовнішньої реклами
на території м. Краматорська, затвердженого рішенням
Краматорської міської ради від 13.07.2011 № 7/VI-19»**

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 Краматорської міської ради «Про внесення змін до Порядку розміщення зовнішньої реклами на території м. Краматорська, затвердженого рішенням Краматорської міської ради від 13.07.2011 № 7/VI-19».

1. Визначення проблеми

Діючий Порядок розміщення зовнішньої реклами на території м. Краматорська, затверджений рішенням Краматорської міської ради від 13.07.2011 № 7/VI-19 (далі – Порядок) в цілому відповідає вимогам теперішнього часу, містить важелі впливу на суб'єктів, які не дотримуються його норм, дозволяє комплексно і системно регулювати розміщення зовнішньої реклами на території міста Краматорська. Але за результатами звернень суб'єктів, що здійснюють рекламну діяльність в м. Краматорську, було визначено ряд проблемних питань, що не дозволяють ефективно функціонувати в цій сфері всім суб'єктам.

А саме:

- відсутність в діючих законодавчих актах чіткого механізму визначення площі місця розташування наземного та дахового рекламного засобу;
- відсутність в діючому Порядку механізму визначення коефіцієнту диференціації базового тарифу в залежності від місця розташування рекламного засобу у разі розташування такого засобу на кордонах зон з різними коефіцієнтами диференціації;
- відбулися зміни в окремих законодавчих актах, які потребують коригування діючих регуляторних актів;
- в Порядку не визначено механізм застосування штрафних санкцій до розповсюджувачів зовнішньої реклами, рекламні засоби яких знаходяться в неналежному стані.

Дані проблеми не можуть бути вирішені за допомогою ринкових механізмів, оскільки перебувають в площині нормативно-розпорядчих функцій влади (діючого регуляторного акту).

2. Цілі регулювання

Метою прийняття рішення Краматорської міської ради про внесення змін до Порядку є:

- 1) внесення визначеності при визначенні площі місця розташування наземного та дахового рекламного засобу;

2) внесення визначеності при застосуванні коефіцієнтів диференціації базового тарифу в залежності від місця розташування рекламного засобу у разі розташування такого засобу на кордонах зон з різними коефіцієнтами диференціації;

3) приведення положень регуляторного акта до вимог діючого законодавства.

3. Прийнятні альтернативні способи досягнення цілей

В якості альтернативи до запропонованого регулювання можливо розглянути такі заходи:

- залишення теперішньої ситуації без змін. Це призведе до посилення негативних тенденцій, зв'язаних з визначеними проблемами. А саме до збільшення кількості випадків різночитання положень Порядку, невідповідності окремих положень регуляторного акта діючим нормативним актам;

- застосування максимального з коефіцієнтів диференціації базового тарифу в залежності від місця розташування рекламного засобу у разі розташування такого засобу на кордонах зон з різними коефіцієнтами диференціації може призвести до відмови від розташування розповсюджувачами зовнішньої реклами частини конструкцій та відповідно до зниження надходжень до місцевого бюджету плати за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами;

Прийняття регуляторного акту забезпечить досягнення задекларованих цілей та розв'язання існуючих проблем.

4. Механізми розв'язання проблеми

Внесення змін до Порядку дозволить ефективно функціонувати усім суб'єктам у сфері зовнішньої реклами на території міста Краматорська.

Розробка проекту рішення Краматорської міської ради про внесення змін до Порядку здійснюється у відповідності з принципами державної регуляторної політики:

- доцільності: у зв'язку з неефективністю або неможливістю використання альтернативних способів досягнення цілей необхідність державного регулювання цілком обгрунтована;

- адекватності: відповідність форм та рівня державного регулювання господарських відносин потребі у вирішенні існуючої проблеми;

- ефективності: забезпечення досягнення внаслідок дії регуляторного акта максимально можливих позитивних результатів за рахунок мінімально необхідних витрат ресурсів суб'єктів господарювання, громадян та держави;

- збалансованості - забезпечення у регуляторній діяльності балансу інтересів суб'єктів господарювання, громадян та держави;

- передбачуваності - послідовність регуляторної діяльності, відповідність її цілям державної політики, а також планам з підготовки проектів регуляторних актів, що дозволяє суб'єктам господарювання здійснювати планування їхньої діяльності;

- прозорості та врахування громадської думки - відкритість для фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань дій регуляторних органів на всіх етапах їх регуляторної діяльності, обов'язковий розгляд регуляторними органами ініціатив, зауважень та пропозицій, наданих у встановленому законом порядку фізичними та юридичними особами, їх об'єднаннями, обов'язковість і своєчасність доведення прийнятих регуляторних актів до відома фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань, інформування громадськості про здійснення регуляторної діяльності.

5. Обгрунтування 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 цілеспрямоване вирішення зазначених проблем у місті.

6. Визначення очікуваних результатів прийняття регуляторного акту

Прийняття зазначеного рішення міської ради забезпечить:

- приведення нормативно-правової бази відповідно до вимог чинного законодавства;
- вдосконалення механізму регулювання відносин між уповноваженим органом, розповсюджувачами зовнішньої реклами та рекламодавцями;
- збереження надходжень до місцевого бюджету від плати за тимчасове користування місцями розміщення зовнішньої реклами на існуючому рівні.

До негативних результатів впровадження рішення можна віднести:

- необхідність перегляду діючих угод за тимчасове розташування рекламних конструкцій для рекламодавців.

Особи	Можливі вигоди	Можливі витрати
Суб'єкти господарювання	1. Досягнення цілей передбачених п.2 цього аналізу. 2. Відкритість, доступність і визначеність застосування положень діючого Порядку.	1. Витрати на прийняття рішення відсутні.
Територіальна громада міста	1. Подальше підвищення рівня архітектурно-естетичного обліку міста.	1. Витрати відсутні
Органи місцевого самоврядування	1. Досягнення цілей передбачених п.2 цього аналізу. 2. Відкритість, доступність і визначеність застосування положень діючого Порядку.	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 внесення змін до Порядку визначатиметься за такими показниками:

Показники результативності акта	Прогноз
Розмір надходжень до місцевого бюджету, пов'язаних з дією акта	Надходження до місцевого бюджету за умови внесення запропонованих змін збережуться на існуючому рівні, що складає 55000 – 60000 гривень щомісячно.
Кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта	Дія регуляторного акта поширюватиметься на 7 суб'єктів господарювання, а також на потенційних замовників
Розмір коштів і час, що витратимуться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаних з виконанням вимог акта	Час необхідний на оформлення дозвільної документації. Розмір коштів визначається вартістю виготовлення рекламних конструкцій та розміром плати за тимчасове користування місцем розміщення зовнішньої реклами.
Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта	Прогнозований рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб – 73%. Значення показника одержується шляхом опитування суб'єктів, які звернулися розробника регуляторного акта.

9. Заходи з відстеження результативності акта

Базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється після набрання чинності цим регуляторним актом але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження результативності цього акта.

Повторне відстеження результативності – через рік з дня набрання чинності регуляторного акту у формі звіту.

Періодичні 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