**Аналіз регуляторного впливу**

(відповідно до статті 8 Закону України “Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності”, Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308, зі змінами).

**Назва регуляторного акта** – проєкт рішення виконавчого комітету міської ради «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету від 04.12.2019 № 774-1 “Про Порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності Луцької міської територіальної громади”.

**Регуляторний орган** – виконавчий комітет Луцької міської ради.

**Розробник документа** – департамент містобудування, земельних ресурсів та реклами Луцької міської ради.

**Відповідальна особа:**

– директор департаменту містобудування, земельних ресурсів та реклами Луцької міської ради Туз В.В.

**Контактний телефон** – (0332) 777 866; е-mail: dm@lutskrada.gov.ua

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Розділ | Опис |
| 1. | Визначення проблеми та причин її виникнення | Пунктом 32 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (зі змінами), визначено, що плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку визначеному органами місцевого самоврядування.Рішенням виконавчого комітету Луцької міської ради від 04.12.2019 № 774-1 “Про Порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності Луцької міської територіальної громади” затверджено розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, із встановленням градації ставок за розміщення засобів зовнішньої реклами в залежності від виду рекламного засобу.Сьогодні архітектурне середовище міста Луцька перевантажене великогабаритними засобами зовнішньої реклами (у більшості випадків, це застарілі конструкції, які мають неестетичний зовнішній вигляд). Проєктом регуляторного акта передбачено внести зміни до таблиці 1 Додатку до рішення виконавчого комітету міської ради від 04.12.2019 № 774-1, а саме щодо змін базових тарифів за розміщення конструкцій засобів зовнішньої реклами,з метою вирішення проблеми належного формування рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі громади, оптимізації розміщення конструкцій зовнішньої реклами, що дозволить створити такі умови життєдіяльності у громаді, де зовнішня реклама та навколишнє середовище об'єднані в єдиний гармонійний ансамбль. |
| 1а | Визначити основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
| Громадяни | Так | - |
| Орган місцевого самоврядування | Так | - |
| Суб’єкти господарювання | Так | - |
| у тому числі суб’єкти малого підприємництва | Так | - |

 |
| 1б | Зазначити, чому проблема не може бути розв’язана за допомогою ринкових механізмів або за допомогою діючих регуляторних актів | Дана проблема не може бути розв’язана за допомогою ринкових механізмів або за допомогою діючих регуляторних актів, так як відповідно до п. 32 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою КМУ від 29.12.2003 № 2067, плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування після проходження відповідним актом органу місцевого самоврядування регуляторної процедури. |
| 2 | Цілі регулювання |  Стимулювання суб'єктів господарювання до заміни застарілих засобів зовнішньої реклами на більш сучасні рекламні засоби. Отримання можливості Луцькою міською радою оперативного вирішення проблем, які виникають при встановленні плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що сприятиме стабільному наповненню дохідної частини бюджету, а також надасть стабільність та передбачуваність у плануванні рекламного бізнесу суб’єктами господарювання на території Луцької міської територіальної громади. |
| 3 | Визначення альтернативних способів |

|  |  |
| --- | --- |
| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
| **Альтернатива 1** | Збереження існуючого стану |
| **Альтернатива 2** | Прийняти запропонований проект регуляторного акта |
| **Альтернатива 3** |  Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні |

 |
| 3а | Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей | Прийняття запропонованого проєкту регуляторного акта є найбільш прийнятним способом досягнення цілей регулювання. |
| 3б | Оцінка впливу на сферу інтересів держави (органу місцевого самоврядування) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| **Альтернатива 1**Збереження існуючого стану | відсутні | Збереження в існуючому стані застарілих та естетично непривабливих рекламних засобів. |
| **Альтернатива 2**Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта | 1) Збільшення надходження грошових коштів до бюджету Луцької міської територіальної громади.2) Стимулювання суб’єктів господарювання на оновлення та зміну застарілих засобів зовнішньої реклами на більш сучасні. | відсутні |
| **Альтернатива 3**Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні | відсутні | Внаслідок тривалого часу прийняття законодавчих актів на загальнодержавному рівні, відсутня можливість стратегічного планування розвитку рекламного ринку на території Луцької міської територіальної громади |

 |
| 3в | Оцінка впливу на сферу інтересів громадян |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |  |
| **Альтернатива 1**Збереження існуючого стану | відсутні | Естетично непривабливе архітектурне середовище громади. |  |
| **Альтернатива 2**Прийняти запропонований проект регуляторного акта | Покращення зовнішньої естетичноїпривабливості (архітектурного середовища) міста Луцька та населених пунктів Луцької міської територіальної громади. | відсутні |  |
| **Альтернатива 3**Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні | відсутні | відсутні |  |

 |
| 3г | Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Великі | Середні | Малі (в тому числі мікро) | Разом |
| Кількість суб’єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 3 | 9 | 96 (19) | 108 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 2,7 % | 8,3 % | 89 % | 100% |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| **Альтернатива 1**Збереженняіснуючого стану | Збереження існуючого розміру плати за користування місцем розташування рекламних засобів | Витрати залишаються незмінними, в окремих випадках менші, ніж запропоновані проєктом регуляторного акту |
| **Альтернатива 2**Прийняти запропонований проект регуляторного акта | Відсутні | Збільшення розміру плати за користування місцем розташування рекламних засобів |
| **Альтернатива 3**Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні | Збереження існуючого розміру плати за користування місцем розташування рекламних засобів | Відсутні |

 |
| 3д | Під час проведення оцінки впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання великого і середнього підприємництва окремо кількісно визначити витрати, які будуть виникати внаслідок дії регуляторного акта |

|  |  |
| --- | --- |
| Сумарні витрати за альтернативами | Сума витрат, грн. |
| Альтернатива 1. Сумарні витрати для суб’єктів господарювання великого і середнього підприємництва | 26 900,00 |
| Альтернатива 2. Сумарні витрати для суб’єктів господарювання великого і середнього підприємництва | 32 280,0 |
| Альтернатива 3. Сумарні витрати для суб’єктів господарювання великого і середнього підприємництва | 0 |

 |
| 4. | 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**Збереження існуючого стану | 1 | Неможливість оперативного реагування на проблеми рекламного ринку. |
| **Альтернатива 2**Прийняти запропонований проект регуляторного акта | 4 | Оновлення застарілих засобів зовнішньої реклами на більш сучасні.Збільшення надходження до бюджету. |
| **Альтернатива 3**Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні | 1 | Невідомі підстави та терміни прийняття відповідного нормативного документа Верховною РадоюУкраїни та/або Кабінетом Міністрів України. |
| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумок) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу |
| **Альтернатива 1**Збереження існуючого стану | 1 | 1 | 2-ге місце |
| **Альтернатива 2**Прийняти запропонований проект регуляторного акта | 4 | 4 | 1-ше місцеДаний альтернативний спосіб є найбільш придатним для вирішення проблеми тому, що при прийнятті запропонованого проєкту регуляторного акта буде досягнуто визначених цілей. |
| **Альтернатива 3**Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні | 1 | 1 | 3-тє місце |
| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта |
| **Альтернатива 1**Збереження існуючого стану | Перший альтернативний спосіб не зможе забезпечити досягнення поставлених цілей | Х |
| **Альтернатива 2**Прийняти запропонований проект регуляторного акта | Причини для відмови від альтернативи відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом щодо врахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив. | Х |
| **Альтернатива 3**Очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні | Третій альтернативний спосіб не зможе забезпечити досягнення поставлених цілей, оскільки невідомі підстави та терміниприйняття відповідного нормативного документа ВерховноюРадоюУкраїни та/або Кабінетом Міністрів України. | Х |

 |
| 5. | Механізми та заходи, які забезпечать розв’язання визначеної проблеми |  Даним проєктом регуляторного акту удосконалюється Порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, а також надається можливість коригувати розмір плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, що першочергово сприятиме оперативному вирішенню проблем, які виникатимуть на ринку реклами Луцької міської територіальної громади. |
| 6 | Оцінка виконання вимог регуляторного акта |  Витрати на виконання вимог регуляторного акта для департаменту містобудування, земельних ресурсів та реклами Луцької міської ради відсутні. Сумарні витрати для суб’єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання зазначені в М-тесті (додаток до аналізу регуляторного впливу). |
| 7. | Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта |  Дія регуляторного акта запроваджується до прийняття нового акта органом місцевого самоврядування або зміни чинного законодавства України. |
| 8 | Визначення показників результативності акта |

|  |
| --- |
| **Прогнозними значеннями показників результативності****регуляторного акта є:** |
| Показник | **2021 рік** | **2022 рік** | **2023 рік** |
| Розмір надходжень до бюджету пов'язаних з дією акта (тис.грн.) | 13 000,0 | 15 000,0 | 16 600,00 |
| Кількість суб'єктів господарювання на яких поширюватиметься дія акта (шт.) | 108 | 108 | 108 |
| Час, що витрачається суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта год.:**для 1-ого СПД** | 1 | 1 | 1 |
| Кількість документів, необхідних для виконання вимог регуляторного акта (шт.):**для 1-ого СПД** | 1 | 1 | 1 |
| Кількість випадків недотримання державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими суб'єктами, що впроваджують цей акт, його основних положень (шт.) | 0 | 0 | 0 |
| Кількість штрафних санкцій сплачених суб’єктами господарювання при невиконанні вимог регуляторного акту (шт.) | 0 | 0 | 0 |

 |
| 9. | Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта |  Відносно цього регуляторного акта буде здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності, зокрема: - базове відстеження буде проведено після набрання чинності цим регуляторним актом, але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження; - повторневідстеження буде здійснено через 1 рік з дня набраннячинності цього регуляторного акта. - періодичнівідстеженнябудутьпроводитись раз на кожні три роки з дня закінченнязаходівіз повторного відстеження. Відстеження результативності дії регуляторного акта будуть проводитись департаментом містобудування, земельних ресурсів та реклами шляхом аналізу статистичних даних Луцької міської ради. |

Директор департаменту містобудування,

земельних ресурсів та реклами Веніамін ТУЗ

Заступник міського голови Ірина ЧЕБЕЛЮК