**АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ**

**проекту Рішення сесії Сторожинецької міської ради Про затвердження положення про порядок розміщення зовнішньої реклами на території Сторожинецької міської територіальної громади**

**І. Визначення проблеми**

**Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання:**

На цей час в Сторожинецькій міській територіальній громаді відсутній нормативно-правовий акт, який визначає порядок розміщення зовнішньої реклами на території громади. Сторожинецька МТГ 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.  
Мета даного проєкту рішення - забезпечити системний підход у напрямку підвищення ефективності використання території громади  
для розповсюдження зовнішньої реклами, забезпечення у процесі розміщення рекламних засобів розумного балансу комерційних інтересів та пріоритету збереження цілісності оточуючої забудови, з метою реалізації заходів з впорядкування розміщення та уніфікації засобів зовнішньої реклами, покращення вигляду рекламних засобів, вирішення питання очищення території громади від хаотичного розміщення об’єктів зовнішньої реклами тощо.

**Причини виникнення проблеми:**

* Неврегульованість питання порядоку розміщення зовнішньої реклами на території Сторожинецької міської територіальної громади.
* Бажання розмістити рекламу всюди, де перебувають люди

**Підтвердження важливості проблеми:**

Зовнішня реклама суттєво впливає на загальний вигляд міста та сіл громади та їх художньо-естетичне оформлення. Неналежне розміщення засобів зовнішньої реклами в структурі може суттєво погіршити естетичні якості довкілля, його привабливість, зменшити якість сприйняття архітектурних цінностей, порушує його сформований віками масштаб та художні особливості.  
Збільшення надходжень до місцевого бюджету.

**Показники існування та масштабу проблеми**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Назва показника** | **Одиниця виміру** | **Значення** | **Джерело даних** |
| Зовнішній вигляд території громади | Естетична оцінка | 2 | Візуальне сприйняття |

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

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

**Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою ринкових механізмів:**

Відсутній нормативно-правовий акт

**Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою діючих регуляторних актів:**

Відсутній діючий регуляторний акт

**ІІ. Цілі державного регулювання**

**Цілі державного регулювання, безпосередньо пов'язані з розв'язанням проблеми:**

* Зменшення ризиків потрапляння транспортних засобів у дорожньо-транспортні пригоди, оскільки хаотично встановлені об"єкти зовнішньої реклами можуть закривати дорожні знаки, відволікати водіїв і пішоходів.
* Збільшення доходів до місцевих дюджетів

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

**1. Визначення альтернативних способів**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Опис альтернативи** |
| Альтернатива 1 | Зараз проблема вирішена недостатньо. Залишити ситуацію без змін не можна: це призведе до погіршення архітектурного вигляду м. Сторожинець та прилеглих населених пунктів, збільшить небезпеку на дорогах для учасників руху. |
| Альтернатива 2 | Заборонити зовнішню рекламу. |
| Альтернатива 3 | Прийняття регулятрного акту Про затвердження положення про порядок розміщення зовнішньої реклами на території Сторожинецької міської територіальної громади |

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

**Оцінка впливу на сферу інтересів держави**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Відсутні | Відсутні. |
| Альтернатива 2 | Відсутні | Відсутні |
| Альтернатива 3 | Збільшення доходів. | Відсутні |

**Оцінка впливу на сферу інтересів громадян**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Відсутні | Відсутні. |
| Альтернатива 2 | Відсутні | Відсутні |
| Альтернатива 3 | Покращиться архітектурно-історичний вигляд м. Сторожинець та прилеглих населених пунктів, збільшиться безпека руху на дорогах. Зросте інформованість громадян стосовно товарів та послуг, які вони можуть отримати. Збільшення доходів до місцевих бюджетів. | Відсутні |

**Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання**

**Альтернатива 1**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | **Великі** | **Середні** | **Малі** | **Мікро** | **Разом** |
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 5 | 10 | 20 | 5 | 40 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 12.5% | 25% | 50% | 12.5% | 100,00% |

**Альтернатива 2**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | **Великі** | **Середні** | **Малі** | **Мікро** | **Разом** |
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 5 | 10 | 20 | 5 | 40 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 12.5% | 25% | 50% | 12.5% | 100,00% |

**Альтернатива 3**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | **Великі** | **Середні** | **Малі** | **Мікро** | **Разом** |
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 5 | 10 | 20 | 5 | 40 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | 12.5% | 25% | 50% | 12.5% | 100,00% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Низька вартість розміщення реклами | Витрати на рекламу. |
| Альтернатива 2 | Відсутні | Відсутні |
| Альтернатива 3 | Зовнішня реклама сприятиме ефективності бізнесу. Покращення привабливості м. Сторожинець | Витрати на рекламу. |

**Оцінка сумарних витрат за альтернативами**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сумарні витрати за альтернативами** | **Сума витрат, гривень** |
| Альтернатива 1 | Неможливо передбачити |
| Альтернатива 2 | Неможливо передбачити |
| Альтернатива 3 | Неможливо передбачити |

**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 - цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати) | Залишати ситуацію без змін не можна |
| Альтернатива 2 | 1 - цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати) | Заборона встановлювати зовнішню рекламу не вирішує проблему |
| Альтернатива 3 | 4 - цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде) | Прийняття регулятрного акту Про затвердження положення про порядок розміщення зовнішньої реклами на території Сторожинецької міської територіальної громади вирішить проблемц |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності** | **Вигоди (підсумок)** | **Витрати (підсумок)** | **Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу** |
| Альтернатива 1 | **Держава:**  Відсутні  **Громадяни:**  Відсутні  **Суб'єкти господарювання:**  Низька вартість розміщення реклами | **Держава:**  Відсутні.  **Громадяни:**  Відсутні.  **Суб'єкти господарювання:**  **Витрати:** Витрати на рекламу.  **Сумарні витрати, грн:** | Альтернатива є |
| Альтернатива 2 | **Держава:**  Відсутні  **Громадяни:**  Відсутні  **Суб'єкти господарювання:**  Відсутні | **Держава:**  Відсутні  **Громадяни:**  Відсутні  **Суб'єкти господарювання:**  **Витрати:** Відсутні  **Сумарні витрати, грн:** | Альтернатива є |
| Альтернатива 3 | **Держава:**  Збільшення доходів.  **Громадяни:**  Покращиться архітектурно-історичний вигляд м. Сторожинець та прилеглих населених пунктів, збільшиться безпека руху на дорогах. Зросте інформованість громадян стосовно товарів та послуг, які вони можуть отримати.  **Суб'єкти господарювання:**  Зовнішня реклама сприятиме ефективності бізнесу. Покращення привабливості Сторожинецької громади | **Держава:**  Відсутні  **Громадяни:**  Відсутні  **Суб'єкти господарювання:**  **Витрати:** Витрати на рекламу.  **Сумарні витрати, грн:** | Альтернативи немає |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг** | **Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи** | **Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта** |
| Альтернатива 1 | Альтернатива є | Ризики відсутні. |
| Альтернатива 2 | Альтернатива є | Ризики відсутні. |
| Альтернатива 3 | Альтернативи немає | Ризики відсутні |

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

**Запропоновані механізми регуляторного акта, за допомогою яких можна розв'язати проблему:**

* здійснити такі організаційні заходи як забезпечити інформування громадськості про вимоги регуляторного акта шляхом оприлюднення його в засобах масової інформації, мережі Інтернет та проведення Сторожинецькою міською радою інформаційно-роз'яснювальної роботи.

**Заходи, які мають здійснити органи влади для впровадження цього регуляторного акта:**

* переглянути внутрішні операційні та управлінські процеси для забезпечення виконання вимог регулювання.
* Провести роз"яснювальну роботу

**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**

Питома вага суб’єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, перевищує 10 відсотків, розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб’єктів малого підприємництва здійснено згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва).

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

**Запропонований термін дії акта:**

Безстроково.

**Обґрунтування запропонованого терміну дії акта:**

Проблема носить перманентний характер.

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

Досягнення цілі державного регулювання, задля якого пропонується акт, може бути охарактеризовано наступними кількісними та якісними показниками, значення яких має змінитися за вимірюваний період:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Назва показника** | **Одиниця виміру** | **Зараз** | **6 місяців** | **1 рік** | **3 роки** |
| 1 | Розмір надходжень до державного бюджету, пов`язаних з дією акта | грн. | - | 0 | 0 | 0 |
| 2 | Розмір надходжень до місцевих бюджетів, пов`язаних з дією акта | грн. | - | 0 | 0 | 0 |
| 3 | Розмір надходжень до цільового фонду, пов`язаних з дією акта | грн. | - | 0 | 0 | 0 |
| 4 | Кількість суб`єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта | од. | - | 2 | 2 | 2 |
| 5 | Розмір коштів, що витрачатимуться суб`єктами господарювання та/або фізичними особами, пов`язаними з виконанням вимог акта | грн. | - | 0 | 0 | 0 |
| 6 | Час, що витрачатиметься суб`єктами господарювання та/або фізичними особами, пов`язаними з виконанням вимог акта | год. | - | 10 | 10 | 1010 |
| 7 | Рівень поінформованості суб`єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта | % | - | 100 | 100 | 100 |
| 8 | Зовнішній вигляд території громади | Естетична оцінка | 2 | 41 | 41 | 41 |

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

**Строки проведення базового відстеження результативності дії регуляторного акта:**

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

**Строки проведення повторного відстеження результативності дії регуляторного акта:**

Повторне відстеження регуляторного акту буде проведено через рік після набрання чинності прийнятого регуляторного акту.

**Метод проведення відстеження результативності:**

Статистичний

**Вид даних, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності:**

Статиcтичні

**Цільові групи осіб, що обиратимуться для участі у відповідному опитуванні:**

Опитування не проводяться.

**Наукові установи, що залучатимуться для проведення відстеження:**

Наукові установи не залучаються.

**Сторожинецький міський голова Ігор МАТЕЙЧУК**