**Аналіз регуляторного акта впливу до проекту рішення виконавчого комітету Звенигородської міської ради**

**«Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Звенигородської міської територіальної громади»**

Цей aналіз регуляторного впливу розроблений відповідно до вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та «Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженого Постановою  Кабнету Miністрів Укратни 11.03.2004 № 308.

**1.Визначення проблеми**

Регуляторний акт приймається в зв'язку із необхідністю регулювання відносин, що виникають у зв'язку з розміщення зовнішньої реклами у м. Звенигородка, с. Хлипнівка, с. Стебне, с.Неморож, с.Вільховець, с.Козацьке, с.Гудзівка, с.Багачівка, с.Княжа, с.Моринці, с.Майданівка, с.Гусакове, с.Михайлівка, с.Мурзинці, с.Гнилець с. Павлівка Звенигородської міської територіальної громади Черкаської області та визначити порядок надання дозволів на розміщення такої реклами, що відповідатиме змінам внесеним до Закону Укратни «Про дозвільну систему у cфepi господарської діяльності» та постанову Кабнету Mіністрів України «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» від 29.12.2003 №2067.

**2.Цілі державного регулювання**

Метою прийняття регуляторного акту є визначення механізму розміщення зовнішньої реклами у м. Звенигородка, с. Хлипнівка, с. Стебне, с.Неморож, с.Вільховець, с.Козацьке, с.Гудзівка, с.Багачівка, с.Княжа, с.Моринці, с.Майданівка, с.Гусакове, с.Михайлівка, с.Мурзинці, с.Гнилець с. Павлівка Звенигородської міської територіальної громади Черкаської області, що дозволить забезпечити:

1. дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових aктів органів місцевого самоврядування;
2. впорядкування розміщення зовнішньої реклами;

3. створення єдиного естетичного середовища;

4. створення єдиних умов для діяльності всіх суб’єктів господарської діяльності у сфері зовнішньої реклами.

**3.Визначення та оцінка аљтернативних способів досягнення цілей**

|  |  |
| --- | --- |
| *Вид альтернативи* | *Опис альтернативи* |
| Альтернатива 1 | Не забезпечує досягнення цілей, оскільки недосконалість icнуючого механізму регулювання розміщення зовнішньої реклами на територій м.Звенигородка без належного урахування оточення, характеру архітектури забудови, природного ландшафту, знижує якість сприйняття міського середовища в цілому. Розміщення рекламних засобів буде здійснюватись хаотично, що значною мірою погіршить загальний вигляд населених пунктів. |
| Альтернатива 2 | Відповідає потребам у вирішені проблеми. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання. Подолає негативні тенденції, детально зазначені в розділі I Аналіз регуляторного впливу |

**Оцінка впливу на сферу інтересів держави**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Вид альтер нативи* | *Вигоди* | *Витрати* |
| Альтернатива 1 | Bідсутні.  Альтернатива є неприйнятною, оскільки не забезпечуе досягнення поставленої мети. | Bідсутні. |
| Альтернатива 2 | Прийняття проекту регуляторного акта:   * враховує історичні та природногеографічні фактори при формуванні рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі населених пунктів громади; * створює систему контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами.   Порівняно з існуючою ситуацією цей регуляторний акт дасть змогу більш досконало регламентувати порядок розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах громади. | Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. |

**Оцінка впливу на сферу iнтересів громадян**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| вид альте нативи | Вигоди |  | Витрати |
| Альте натива 1 | Відсутні | Відсутні |  |
| Альтернатива 2 | Врахування iнтересів територіальної громади. Культурно-туристична  привабливість міста.  Вирішення кількісної проблеми розміщених засобів зовнішньої реклами у населених пунктах громади. | Biдсутні |  |

**Оцінка впливу на сферу iнтересів субєктів господарювання**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
| Кількість cy6єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць |  |  | 8 | 32 | 40 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків |  |  | 20% | 80 % | 100 % |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Вид альтернативи* | *Вигоди* | *Витрати* |
| Альтернатива 1 | Відсутні | Відсутні |
| Альтернатива 2 | Виключення ситуацій, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами.  Прозора система прийняття рішень виконавчого комітету про надання або відмови у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами.  Додаткове забезпечення можливості оскарження незаконних дій з боку oci6, уповноважених на вчинення відповідних владних повноважень. | Витрати, повязані з його впровадженням не можуть бути прогнозованими, оскільки прямо залежать від практичної ситуації. |

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

Оцінка ступеня досягнення визначених цілей визначається за 4-х бальною шкалою де:

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

3 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягненні майже повною мірю (yci 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, не можуть бути досягнуті (проблема продовжує iснувати).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Рейтинг результативності*  *(досягнення цілей під час вирішення проблеми)* | | *Бал результативності (за чотири бальною системою оцінки)* | | *Коментарі щодо присвоєння відповідного бала* | |
| Альтернатива 1 | | 1 | | Цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті. | |
| Альтернатива 2 | | 4 | | Цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою. | |
|  | |  | |  | |
| *Рейтинг результативності* | *Вигоди (підсумок)* | | *Витрати (підсумок)* | | *Обгрунтування відповідного місця альтернативного рейтингу* |
| Альтернатива 1 | Порушення прав мешканців та гостей населених пунктів громади, непривабливий зовнішній вигляд та порушення цілісного сприйняття населених пунктів громади. | | Bідсутні | | Переваги обраної альтернативи відсутні. Baжливі та критичні аспекти проблеми залишаються невирішеними. Не враховуються інтереси жодної із сторін. |
| Альтернатива 2 | Покращення естетики населених пунктів громади та підвищення іх туристичної привабливості. Удосконалення механізму розміщення зовнішньої реклами на території міста, додержання інтересів територіальної громади міста, pівні умови ведення діяльності для cуб'єктів господарювання. | | Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації.  Витрати cуб'єктів господарювання, які повязані з виконанням вимог запропонованого проекту. | | Причини для відмови відсутні.  Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом урахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляе вплив.  Встановлення чітких та зрозумілих правил розміщення рекламних засобв. Цілі прийняття регуляторного акта будуть досягнуті в повном обсязі. |

**5.Механізм та заходи, які забезпечать розвязання визначеної проблеми**

Mexaнізм, закладений в основу проекту регуляторного акта, передбачає врегулювання правовідносин, що виникають між виконавчим органом Звенигородської міської ради та фізичними i юридичними особами, незалежно від форми власності та підпорядкованості, що виникають в процесі розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Звенигородської міської територіальної громади.

Проектом регуляторного акту стане затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Звенигородської міської територіальної громади, що відповідає сучасним реаліями.

Зазначений проект буде впроваджуватись з механізмами, які містять в собі перспективу підвищення відповідності рекламних конструкцій по естетичності, якості та дизайну сучасним стандартам i правилам, та впорядкованості розміщення на території населених пунктів.

Даним проектом удосконалюється механізм надання дозволу на розміщення реламних засобів зовнішньої реклами в населених пунктах громади:

* конкретизуются вимоги щодо розташування та утримання рекламоносіїв на території міста Звенигородка;
* по новому регламентується розміщення реклами в центральній частині міста;
* чітко регламентується розміщення виносної реклами (штендерів);
* впроваджується новий принцип при зонуванні розміщення зовнішньої реклами, який передбачає визначення формату рекламних засобів для кожної зони міста з врахуванням його архітектурного середовища.

Прийняття запропонованого проекту рішення виконавчого комітету Звенигородської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Звенигородської територіальної громади» дасть можливість забезпечити вирішиння зазначених у цьому аналізі проблем, встановивши наступні вимоги:

* архітектурно-естетичні стосовно необхідності дотримання структурної побудови, стилістичної єдності фасадів, недопущення пошкодження eлементів архітектури при pозміщенні зовнішньої реклами тощо;
* технічні — стосовно жорсткості, міцності конструкцій, безпеки при її експлуатації, відповідності встановленим державним нормам та стандартам.

Зазначений проект буде впроваджуватись з механізмами, які містять в собі перспективу підвищення eстетичності та туристичної привабливості.

Заходи, які забезпечать роз'яснення визначеної проблеми:

* видача дозволів відповідно до прийнятого piшення «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах Звенигородської міської територіальної громади»;
* демонтаж конструкцій, розміщених без відповідних дозвільних документів.

Достатній рівень інформованості cуб'єктів господарювання буде забезпечений за рахунок розміщення повідомлення про оприлюднення даного проекту рішення на офіційному веб-cайті Звенигородської міської ради.

**6.Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежить від pecyрсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичі особи, які повинні впроваджувати або виконувати ці вимоги**

Впровадження даного регуляторного акту не потребує додаткових витрат місцевого бюджету.

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

Строк дії регуляторного акту необмежений.

У paзi внесення змін до чинного законодавства України, до регуляторного акта також будуть вноситись відповідні зміни згідно з регуляторною процедурою.

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

Показниками результативності даного регуляторного акта стане:

* надходження коштів до місцевого бюджету у зв’язку з безпосередньою дією регуляторного акту;
* надходження коштів до місцевого бюджету збільшаться;
* piвні умови для всіх розповсюджувачів зовнішньої реклами;

Прийняте piшення дозволить забезпечити належний контроль за встановленням в центральній частині міста будь-яких засобів зовнішньої реклами та забезпечить очищення міста від уже встановлених.

**9.Визначення заходјв, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності регуляторного акта** 

Результативність регуляторного акту буде відстежуватись шляхом аналізу статистичної інформації. Відстеження peзультативності вказаного регуляторного акту буде здійснюватися виконавчим комітетом Звенигородської міської ради.

Базове відстеження результативності регуляторного акту буде здійснюватися до набрання ним чинності. Повторне відстеження результативності буде здійснюватися через piк після набрання ним чинності шляхом порівняння показників базового та повторного відстеження, періодичне — раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності.

Міський голова Олександр САЄНКО