АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ рішення Старовижівської селищної ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Старовижівської селищної ради»

**I. Визначення проблеми**

Згідно Закону України «Про добровільне об’єднання територіальних громад» до Старовижівської селищної ради приєднано Мизівську, Поліську, Нововижвівську , Галиновільську, Седлищенську сільські ради. Згідно розпорядження Кабінету Міністрів України від 12 червня 2020 року №708-р «Про визначення адміністративних центрів та затвердження територій територіальних громад Волинської області» до Старовижівської територіальної громади увійшла Старогутівська сільська рада.

Рішення Старовижівської селищної ради від 26.12.2016 року №11/4 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради» розповсюджувалось тільки на території населених пунктів смт Стара Вижівка, села Бідки та Мельники. В даний час до територіальної громади увійшло 17 населених пунктів. З метою однакового регулювання адміністративних відносин між суб’єктами господарювання, що бажають розміщувати в різних населених пунктах Старовижівської територіальної громади зовнішню рекламу, виникла необхідність прийняття нового регуляторного акту.

Прийняття рішення «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Старовижівської селищної ради» визначить його дію на всі 17 населених пунктів територіальної громади, порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності.

Основні підгрупи, на які проблема справляє вплив:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
| Громадяни | так |  |
|  |  |  |
| Суб’єкти господарювання,  розповсюджувачі зовнішньої  реклами  Орган місцевого самоврядування | так  так |  |

Зазначена проблема не може бути розв’язана за допомогою ринкових механізмів та діючих регуляторних актів, так як статтею 16 Закону України «Про рекламу» передбачено, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів, що надається виконавчим комітетом селищної ради та в порядку, встановленому цими органами на підставі Правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. Пунктом 3 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №2067 передбачено, що зовнішня реклама розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчими органами сільських, селищних, міських рад відповідно до цих Правил. Тобто, до компетенції місцевих рад відноситься питання встановлення порядку розміщення зовнішньої реклами на території місцевої ради.

**II. Цілі державного регулювання**

Проект регуляторного акту «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Старовижівської селищної ради» спрямований на розв’язання проблеми, зазначеної у попередньому розділі АРВ.

Основними цілями прийняття акту є:

- створення єдиної цілісної, впорядкованої , структурованої та прозорої системи у сфері розміщення зовнішньої реклами на території Старовижівської селищної ради, яка б відповідала вимогам діючого законодавства шляхом затвердження радою зазначеного нормативного акту;

- збільшення надходжень до бюджету Старовижівської селищної ради у вигляді плати за користування місцями розміщення зовнішньої реклами,що перебувають у комунальній власності;

- вдосконалення відносин між селищною радою та суб’єктами господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами.

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

***1. Визначення альтернативних способів***

|  |  |
| --- | --- |
| ***Вид альтернативи*** | ***Опис альтернативи*** |
| ***1*** | ***2*** |
| Альтернатива 1  Не прийняття регуляторного акту | Ця альтернатива передбачає залишення існуючої ситуації без змін та здійснювати розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради згідно рішення селищної ради від 26.12.2016 року №11/4 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради». Проте ця ситуація буде призводити до втрат селищного бюджету. Оскільки рішення буде розповсюджуватись на 3 населені пункти: смт Стара Вижівка, села Брідки та Мельники. Суб’єкти господарювання в решті 14 населених пунктів не зможуть розповсюджувати рекламу та виконавчий комітет селищної ради матиме ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції.  Визначені у розділі 2 АРВ цілі не можуть бути досягнуті за допомогою ринкових механізмів, оскільки останні не мають імперативного ( загальнообов’язкового) характеру та не передбачають урахування вимог та інтересів суб’єктів  господарювання у сері розповсюдження зовнішньої реклами.  Крім того, застосування інших засобів розв’язання проблеми, може бути визнано таким, що суперечить чинному законодавству та є неприпустимим. |
| Альтернатива 2  Прийняття даного регуляторного акту | Прийняття рішення ради «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Старовижівської селищної ради» дозволить розв’язати визначену проблему в цілому.  Даний регуляторний акт дозволить врегулювати питання, пов’язані з : організацією взаємодії між розповсюджувачами зовнішньої реклами, органами місцевого самоврядування та державними органами; створенням системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, встановленням порядку плати за тимчасове користування місцями розміщення об’єктів зовнішньої реклами на території 17 населених пунктів, що входять до Старовижівської територіальної громади. Порівняно з існуючою ситуацією цей регуляторний акт сприятиме виключенню ситуацій, пов’язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами та створить прозору систему прийняття рішень виконавчого комітету Старовижівської селищної ради про надання або відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами.  Затвердження такого регуляторного акта забезпечить досягнення цілей, починаючи з моменту введення в дію акта. Відповідає потребам у розв’язанні визначеної проблеми та принципам державної регуляторної політики. |

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

***Оцінка впливу на сферу інтересів держави (органів місцевого самоврядування)***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Вид альтернативи*** | ***Вигоди*** | ***Витрати*** |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** |
| Альтернатива 1 | Не має. Бюджет селищної ради не доотримає додаткові кошти за розміщення зовнішньої реклами | Відсутні |
| Альтернатива 2 | 1.Поповнення місцевого бюджету. За 2019 рік до бюджету селищної ради надійшло коштів за розміщення зовнішньої реклами 13030,94 коп.;  за 2020 рік – 12933,94 коп.  2.У випадку прийняття рішення додатково надійдуть кошти до бюджету.  3. Виконання обов’язків, покладених на органи місцевого самоврядування згідно Закону України «Про рекламу»  4.Створення прозорої системи прийняття рішень селищною радою про надання дозволів на розміщення реклами | Витрати, пов’язані з прийняттям рішення. |

***Оцінка впливу на сферу інтересів громадян***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Вид альтернативи*** | ***Вигоди*** | ***Витрати*** |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** |
| Альтернатива 1 | Не має | Відсутність можливості користуватись пільгами, встановленими рішеннями місцевої ради |
| Альтернатива 2 | До бюджету селищної ради додатково надійдуть кошти, що дасть можливість приймати соціальні програми на задоволення запитів жителів територіальної громади | Витрати, пов’язані із прийняттям рішення |

***Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання ( взято дані із паспорту району)***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
| Розрахункова кількість суб’єктів господа-рювання, що підпадають під дію регулю-вання, одиниць | 0 | 2 | 17 | 0 | 19 |
| Питома вага групи в загальній кількості, відсотків | 0 | 11 | 89 | 0 | 100 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Вид альтернативи*** | ***Вигоди*** | ***Витрати*** |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** |
| Альтернатива 1 | Не має. Суб’єкти господарювання не матимуть можливості розповсюджувати зовнішню рекламу у 14 населених пунктів, що приєднані до Старовижівської територіальної громади.  Суб’єкти господарювання не доотримають додаткові доходи. | Відсутні. |
| Альтернатива 2 | Інформація суб’єктів господарювання комерційного характеру буде доступна для всіх жителів територіальної громади.  Право на розповсюдження зовнішньої реклами суб’єкти господарювання матимуть у всіх 17 населених пунктах територіальної громади. | Часові витрати на ознайомлення із рішенням та поданням необхідних документів для отримання дозволу. |

Визначений проектом рішення розмір плати за розміщення зовнішньої реклами є однаковий для всіх суб’єктів господарювання.

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

Прийняття селищною радою регуляторного акту «Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Старовижівської селищної ради усуне проблему, яка зазначена в пункті 1 АРВ. Оцінка -4.

Залишення на даний час існуючої ситуації без змін матиме для Старовижівської селищної ради ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції. Оцінка -1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рейтинг результативності ( досягнення цілей) під час вирішення проблеми | Бал результативності ( за чотирибальною системою оцінки) | Коментарі щодо присвоєння відповідного бала |
| 1 | 2 | 3 |
| Альтернатива 1 | 1 | В діяльності виконавчого комітету будуть ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції |
| Альтернатива 2 | 4 | Виконавчий комітет буде діяти згідно вимог Закону України «Про рекламу», тому найвища оцінка . |

**V. Механізм та заходи, які забезпечать розв’язання визначеної проблеми.**

Основні напрями реалізації удосконалення регулювання рекламних відносин на території Старовижівської селищної ради спрямовані на досягнення мети, цілей і завдань запропонованого регулювання та представляють комплекс заходів, спрямованих на створення на території селищної ради ефективного механізму отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами. Реалізація запропонованого регулювання здійснюється шляхом впровадження наступних заходів:

−вироблення місцевого нормативно - правового акту, який в рамках чинного законодавства дасть можливість спростити, удосконалити та зробити прозорим механізм отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами на всій території селищної ради4

−забезпечення раціонального, ефективного використання комунального майна селищної ради.

Для досягнення цілей, визначених у другому розділі АРВ, проектом цього

регуляторного акта передбачено затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Старовижівської селищної ради. В даному рішенні затверджено розрахунок плати за розміщення зовнішньої реклами та форму Договору.

Реалізація такого регуляторного акта сприятиме створенню сучасного правового простору, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цієї сфери на території Старовижівської селищної ради.

Організаційні заходи для впровадження регулювання.

Для впровадження цього регуляторного акта необхідно здійснити такі організаційні заходи:

а) враховуючи захворюваність жителів територіальної громади на COVID-19 всі пропозиції від суб’єктів господарювання та жителів територіальної громади приймаються в електронні йформі;

б) забезпечити інформування громадськості про положення регуляторного

акта шляхом оприлюднення на офіційному веб-сайті селищної ради.

**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**

Тест малого підприємництва ( М-Тест ) додається.

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

Строк дії регуляторного акту встановлюється на необмежений термін, так як відносини щодо розміщення зовнішньої реклами мають постійний характер.

У разі змін у чинному законодавстві, що впливатимуть на дію цього регуляторного акту, до нього будуть вноситись відповідні коригування.

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

Виходячи з цілей державного регулювання, визначних у другому розділі АРВ, для відзначення результативності регуляторного акта обрані такі показники:

1) статистичні показники:

− сума надходжень до селищного бюджету від сплати за тимчасове

користування місцями розміщення об’єктів зовнішньої реклами, що

перебувають у комунальній власності територіальної громади селища, грн.;

− кількість суб’єктів господарювання, що одержали дозволи на розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради, одиниць;

− кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради, одиниць;

− кількість відмов у видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради, одиниць.

2) Показники соціологічних досліджень:

− рівень поінформованості суб’єктів господарювання щодо Порядку розміщення об’єктів зовнішньої реклами на території селищної ради,%;

− тривалість процедури отримання дозволу на право розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради, днів;

− розмір витрат суб’єктів господарювання необхідних на підготовку пакета документів для отримання дозволу на право розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради, грн.

Прогнозні значення статистичних показників

Показники

2019 рік

2020 рік

Сума надходжень до селищного бюджету від сплати за тимчасове користування місцями розміщення об’єктів зовнішньої реклами, що перебувають у комунальній власності територіальної громади селищної ради , грн.

2019 рік– 13030,94 грн.;

2020 рік – 12933,94 гр

Кількість суб’єкті господарювання, що одержали

дозволи на розміщення зовнішньої реклами на

території Старовижівської селищної ради,одиниць

2

1

Кількість виданих дозволів на розміщення

зовнішньої реклами на території селищної ради. одиниць

2

1

Кількість відмов у видачі дозволу на розміщення

зовнішньої реклами на території селищної ради, одиниць

0

0

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

Базове відстеження результативності здійснюватиметься до дати набрання чинності цього регуляторного акта.

Повторне відстеження результативності буде проведено не пізніше 2-х років з дня набрання чинності регуляторним актом.

З огляду на показники результативності, визначені у попередньому розділі АРВ, відстеження результативності цього регуляторного акта буде здійснюватися двома методами: статистичним та соціологічним.

У рамках статистичного методу відстеження буде проведено аналіз статистичної інформації щодо суми надходжень до бюджету селища від сплати за тимчасове єкористування місцями розміщення об’єктів зовнішньої реклами, що перебувають у комунальній власності територіальної громади;

кількості суб’єктів господарювання, що одержали дозволи на розміщення

зовнішньої реклами на території селищної ради;

кількості виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради; кількості відмов у видачі дозволу на розміщення зовнішньої реклами на території селищної ради.

Також, буде проведено опитування серед суб’єктів господарської діяльності, що зверталися до виконкому селищної ради з питань одержання дозволів на розміщення зовнішньої реклами, за визначеними у попередньому розділі АРВ

соціологічними показниками результативності.

Цільова група для проведення опитування: суб’єкти господарювання

(незалежно від їх організаційно-правової форми та форми власності) та фізичні

особи-підприємці, що здійснюють діяльність на території Старовижівської селищної ради, які розміщують зовнішню рекламу на території ради.

Соціологічне опитування буде проведено працівниками виконавчого комітету селищної ради

# М-ТЕСТ

**малого підприємництва (М-Тест)**

1.  Консультації з представниками мікро- та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання.

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб’єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у лютому- квітні 2021 року.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Порядковий номер | Вид консультації (публічні консультації прямі (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет- консультації прямі (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо) | Кількість учасників консультацій, осіб |
| 1 | У зв’язку із поширенням захворюваності COVID-19 консультації проводились в телефонному режимі та було опубліковано на офіційному сайті селищної ради | - |
| Основні результати консультацій (опис):  Доведення до відома суб’єктів господарювання розрахунки та обґрунтування необхідності прийняття даного регуляторного акту, ознайомлено із сумою надходження до бюджету плати за розміщення зовнішньої реклами у 2019 та 2020 році, надано порівняльний аналіз. | | |

2.       Вимірювання впливу регулювання на суб’єктів малого підприємництва (мікро- та малі):

-       кількість суб’єктів господарювання, на яких поширюється регулювання: 19 (одиниць), з яких 0 належать до суб’єктів мікропідприємництва,

3.        Розрахунок витрат суб’єктів мікропідприємництва на виконання вимог регулювання

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Найменування оцінки | У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання) | Періодичні (за   наступний рік) | Витрати за  п’ять років |
| Оцінка “прямих” витрат суб’єктів малого підприємництва на виконання регулювання | | | | |
| 1 | Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів) | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2 | Процедури повірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 3 | Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати – витратні матеріали) | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 4 | Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування) | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 5 | Інші процедури (уточнити) | 0,00 | - | - |
| 6 | Разом, гривень | 0,00 | Х | 0,0 |
| 7 | Кількість суб’єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 0,00 | | |
| 8 | Сумарно, гривень |  | | |
| Оцінка вартості адміністративних процедур суб’єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | | | | |
| **Розрахунок вартості 1 людино-години:**  Для розрахунку використовується розмір мінімальної заробітної плати – 6000,00 грн. , середня тривалість робочого часу 2021 році - 166 | | | | |
| 9 | Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання  *Формула:*  *витрати часу на отримання інформації про регулювання, отримання необхідних форм та заявок Х вартість часу суб’єкта малого підприємництва (заробітна плата) Х оціночна кількість форм* | **Оціночно: 0,25 годин**  **0.25Х6000/166=9,04** | | |
| 10 | |  |  | | --- | --- | | Процедури організації виконання вимог регулювання  *Формула:*  *витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб’єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання Х вартість часу суб’єкта малого підприємництва (заробітна плата) Х оціночна кількість внутрішніх процедур* |  | | **Оціночно: 0,5годин\***  **0,5Х6000/166=18,07** | | |
| 11 | Процедури офіційного звітування  *Формула:*  *витрати часу на отримання інформації про порядок звітування щодо регулювання, отримання необхідних форм та визначення органу, що приймає звіти та місця звітності + витрати часу на заповнення звітних форм + витрати часу на передачу звітних форм (окремо за засобами передачі інформації з оцінкою кількості суб’єктів, що користуються формами засобів – окремо електронна звітність, звітність до органу, поштовим зв’язком тощо) + оцінка витрат часу на корегування (оцінка природного рівня помилок)) Х вартість часу суб’єкта малого підприємництва (заробітна плата) Х оціночна кількість оригінальних звітів Х кількість періодів звітності за рік* | **Оціночно 3 год.**  **( 3г.+0,5 г.+0,5 г.) Х60000/166=144,58 грн** | | |
| 12 | |  |  | | --- | --- | | Процедури щодо забезпечення процесу перевірок  *Формула:*  *витрати часу на забезпечення процесу перевірок з боку контролюючих органів Х вартість часу суб’єкта малого підприємництва (заробітна плата) Х оціночна кількість перевірок за рік* |  | | **8 г.Х6000/166=289,16 грн.** | | |
| 13 | Інші процедури (уточнити) | - | | |
| 14 | Разом, гривень  ( сума рядків 9+10+11+12+13) | **460,85 грн.** | | |
| 15  16 | Кількість суб’єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць  Сумарно з урахуванням виправлених похибок, гривень | **17**  **7834,45** | | |

 Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб’єктів малого підприємництва

Розрахунок бюджетних витрат на адміністрування регулювання здійснюється окремо для кожного відповідного органу державної влади чи органу місцевого самоврядування, що залучений до процесу регулювання.

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання:

Старовижівська селищна рада   
(назва державного органу)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Процедура регулювання суб’єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб’єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб’єктів малого та мікро-підприємництв) | Планові витрати часу на процедуру | Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата) | Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб’єкта | Оцінка кількості  суб’єктів, що підпадають під дію процедури регулювання | Витрати на адміністрування регулювання\* (за рік), гривень |
| 1. Облік суб’єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання | 1 г | 52,00 | 1 | 17 | 884,00 |
| 2. Поточний контроль за суб’єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | - | 52,00 за 1 годину | 1 | 17 | 884,00 |
| камеральні | - | - | - | - | - |
| виїзні | - | - | - | - | - |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | 4 г | 208,00 | 1 | 17 | 3536,00 |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | 4г | 208,00 | 1 | 17 | 3536,00 |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб’єктами господарювання | - | - | - | - | - |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання | 4 г | 208,00 | 1 | 17 | 3536,00 |
| 7. Інші адміністративні процедури (уточнити):  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 2г | 104,00 | 1 | 17 | 1768,00 |
| Разом за рік | Х | Х | Х | Х | 14344,00 |
| Сумарно за п’ять років | Х | Х | Х | Х |  |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 

5. Розроблення корегуючих (пом’якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання не потребується.

Селищний голова Василь КАМІНСЬКИЙ

Оприлюднено 16.04.2021 року