АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ
до проекту рішення Пирятинської міської ради „Про затвердження Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин“.

Цей аналіз регуляторного впливу (далі Аналіз) розроблений на виконання та з дотриманням вимог Закону України „Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності“ та Методики проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акту і визначає правові та організаційні засади реалізації проекту рішення Пирятинської міської ради „Про затвердження Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин“.

1. Визначення проблеми.

Розробка Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин зумовлена недосконалістю Правил розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин (затверджених рішенням виконкому Пирятинської міської ради від 12.10.2011 № 341).

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 року №2067 „Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами“, дані Типові правила є підставою для розроблення і затвердження органами місцевого самоврядування правил розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів та Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин.

Комплексна схема розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин (далі – Схема) – нормативно–правовий акт, яким затверджуються місця розміщення рекламних засобів на території м.Пирятин та уніфіковано їх параметри.

Комплексна схема розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин визначає організаційні засади у сфері зовнішньої реклами і спрямована на створення умов, сприятливих для покращення благоустрою міста.

Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив: на громадян, жителів та гостей населених пунктів Пирятинської міської ради та державу.

Проблема не може бути розв’язана за допомогою ринкових механізмів.

2. Визначення цілей державного регулювання.

Прийняття регуляторного акта забезпечить реалізацію державної політики у сфері розміщення рекламних засобів. Метою запропонованого регуляторного акта є встановлення законодавчо врегульованих прав та обов'язків учасників правовідносин у сфері зовнішньої реклами на території м.Пирятин.

3. **Альтернативними способами досягнення встановлених цілей є**:

Альтернатива 1. Залишити чинними Правила розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин (затверджені рішенням виконкому Пирятинської міської ради від 12.10.2011 № 341).

Дана альтернатива не прийнятна через те, що діючий документ не відповідає вимогам чинних нормативно-правових актів, а тому не може за допомогою сучасних важелів регулювати відносини у сфері розміщення зовнішньої реклами.

Альтернатива 2. Здійснення контролю за розміщенням рекламних засобів, їх технічним станом та санітарним станом прилеглої до них території в місті на підставі діючих Типових правил розміщення зовнішньої реклами та інших нормативно-правових актах у сфері зовнішньої реклами.

При даній альтернативі можуть бути не враховані місцеві особливості та виникнути невідповідності норм чинних нормативно-правових актів. Тому цей спосіб не прийнятний.

Альтернатива 3. Прийняття рішення Пирятинської міської ради Про затвердження Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин.

Затвердження Комплексної схеми забезпечить:

можливість врегулювати всі права та обов'язки учасників правовідносин у сфері зовнішньої реклами на території міста відповідно до чинних нормативно-правових актів;

планування території щодо можливості відведення місць для розміщення зовнішньої реклами в межах міста.

Даний спосіб найбільш ефективний для реалізації цілей та відповідає вимогам законодавства.

Витрати на реалізацію будь-якого з альтернативних способів досягнення цілі відсутні.

4. Механізм, який пропонується застосувати для розв'язання проблем, і відповідні заходи.

Для розв’язання викладених у цьому аналізі проблем пропонується застосувати наступний механізм та реалізацію відповідних заходів.

Для встановлення порядку виконання робіт з розроблення Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин, створення сприятливого для мешканців середовища, покращення естетичного вигляду міста проектом Комплексної схеми визначено:

сферу дії Комплексної схеми та учасників правовідносин у цій сфері;

права та обов’язки юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців у сфері зовнішньої реклами;

місця розташування, вимоги до утримання спеціальних конструкцій та прилеглих до них територій;

контроль у сфері зовнішньої реклами;

відповідальність фізичних та юридичних осіб за порушення Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин.

Зазначений спосіб на даний час є оптимальним для досягнення поставлених цілей, оскільки визначає організаційні засади у сфері зовнішньої реклами.

Бальна оцінка досягнення зазначених цілей – 4, цілі досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде).

5. Обґрунтування можливостей досягнення визначених цілей у разі прийняття регуляторного акту.

Обґрунтування можливості досягнення встановленої цілі у разі прийняття запропонованого регуляторного акту, оцінка можливості впровадження та виконання вимог регуляторного акту.

Даний регуляторний акт встановлює порядок розміщення рекламних конструкцій у спеціально відведених для цього місцях, утримання прилеглих земельних ділянок на території м.Пирятин, регулює права та обов’язки учасників правовідносин у сфері зовнішньої реклами, визначає комплекс заходів, необхідних для розміщення конструкцій у визначених місцях на території міста. Також запропонований регуляторний акт покладає обов’язковість виконання його положень всіма органами державної влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форм власності та підпорядкування, а також громадянами.

На дію даного регуляторного акта можуть вплинути зміни в чинному законодавстві.

6. Обґрунтування строку чинності регуляторного акта.

Комплексна схема розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин приймається на невизначений термін у зв'язку з тим, що заходи з розміщення рекламних засобів повинні виконуватись суб'єктами підприємницької діяльності систематично.

У разі виникнення змін до чинного законодавства, які можуть вплинути на дію запропонованого регуляторного акта, а також за підсумками відстеження його результативності, до діючих правил будуть вноситись відповідні зміни.

7. Визначення очікуваних результатів прийняття запропонованого регуляторного акту за методом аналізу вигод та витрат.

Сфера впливу	Можливі вигоди	Можливі витрати
суб'єкти господарювання (фізичні особи, юридичні особи)	- упорядкування правовідносин між суб'єктами господарювання та органами місцевого самоврядування.	- витрати на підтримання територій, розміщених в зоні відповідальності суб'єктів господарювання, в належному стані; - витрати при встановленні, облаштуванні та подальшому обслуговуванні рекламних засобів, передбачених чинним законодавством;
Пирятинська міська рада	- упорядкування відносин між суб'єктами господарювання та окремими громадянами у сфері зовнішньої реклами; - створення умов для реалізації прав та виконання обов'язків суб'єктів господарювання та посадових осіб Пирятинської міської ради міської ради у сфері зовнішньої реклами; - ефективне використання і збереження об'єктів зовнішньої реклами; - покращання санітарного стану прилеглих до рекламних засобів	- витрати на розроблення Комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м.Пирятин.

	територій; - покращення естетичного вигляду населених пунктів; - створення умов сталого розвитку Пирятинської міської ОТГ.	
населення	- користування суспільними благами за рахунок покращення естетичного стану.	-

7. Строк дії регуляторного акту.

Термін дії запропонованого регуляторного акта встановлюється довгостроковий або до прийняття нових нормативних актів. У разі потреби, до нього вноситимуться зміни за підсумками аналізу відстеження його результативності.

При виникненні змін у чинному законодавстві, які можуть впливати на дію запропонованого регуляторного акта, до нього будуть вноситись відповідні корегування. Ризик зовнішніх чинників даного регуляторного акта відсутній, так як його впровадження відповідає чинному законодавству.

8. Показники результативності регуляторного акта.

Результативність регуляторного акту буде відстежуватися за такими показниками:

кількість порушень Комплексної схеми розміщення рекламних засобів та утримання прилеглих територій відповідно до діючих правил благоустрою, які обчислюються відповідно до кількості протоколів про адміністративні правопорушення за ст.152 КУАП;

кількість погоджених проектів на розміщення об’єктів зовнішньої реклами;

кількість вимог (приписів) про дотримання правил благоустрою;

кількість поданих до суду позовів про відшкодування шкоди та стягнення коштів внаслідок порушення Комплексної схеми.

9. Заходи з відстеження результативності регуляторного акта.

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися на підставі статистичних даних, виходячи із зазначених показників результативності.

Оскільки для визначення значень показників результативності регуляторного акта використовуються виключно статистичні дані, базове від-

стеження результативності даного регуляторного акта буде проведено через рік з дня набрання ним чинності розробником цього проекту.

Повторне відстеження результативності даного регуляторного акта буде проведено через два роки з дня набрання ним чинності.

Періодичні відстеження результативності цього регуляторного акта здійснюються раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Заступник міського голови
з питань діяльності виконкому М.В. Варава

Начальник відділу містобудування,
архітектури та житлово-комунального
господарства виконкому міської ради М.І. Зергані