

Аналіз регуляторного впливу до регуляторного акта

Назва регуляторного акта: рішення Ужгородської міської ради «Про Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів».

Регуляторний орган: Ужгородська міська рада.

Розробник документа: Департамент міського господарства Ужгородської міської ради.

Відповідальна особа: директор департаменту міського господарства.

Контактний телефон: 615311, 614190.

I. Визначення проблеми

Рішенням XXIX сесії міської ради IV скликання від 04.06.2004 року №315 затверджено Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів зі змінами згідно з рішенням IV сесії міської ради V скликання від 11 січня 2008 року № 587, рішенням XIV сесії міської ради VI скликання 27 вересня 2012 року № 654, рішенням XV сесії міської ради VI скликання 07 грудня 2012 року № 724, рішенням XV сесії міської ради VI скликання 28 грудня 2012 року № 771, рішенням XIX сесії міської ради VI скликання 20 вересня 2013 року № 1028.

Наразі, затверджений розмір базової місячної ставки платежу за 1 кв. м. рекламного засобу складає: 48, 36, 24 грн. за один квадратний метр на наземні рекламні засоби залежно від зони розміщення, та 18, 12, 6 грн. за 1 кв. м. за наземні та надахові рекламні засоби.

На момент прийняття рішення у 2004 році та з моменту останнього внесення змін у 2013 році значно зріс мінімальний прожитковий мінімум: з 1108 грн. у 2013 році (1176 грн. з 01.12.2013 року) поступово збільшувався і у 2020 році складає 2027 грн. (з 01.01.2020 року).

Враховуючи також затвердження у 2015 році нової нормативно-грошової оцінки землі, зростання рівня коефіцієнту інфляції, що в свою чергу знаходить своє відображення у зростанні вартості оренди земельних ділянок, зростання цін на валютному ринку, в тому числі збільшення офіційного курсу долара у порівнянні з 2013 роком, виникає проблема невідповідності розміру надходжень до міського бюджету за тимчасове користування місцями комунальної власності для розміщення об'єктів зовнішньої реклами економічно обґрунтованим показникам сьогодення.

Таким чином, виникла необхідність впорядкування діючих нормативно-правових актів міської ради та встановлення економічно обґрунтованої плати за тимчасове користування місцем розташування рекламного засобу.

Вказана проблема потребує розв'язання шляхом прийняття рішення сесії міської ради «Про Положення про надходження плати за тимчасове

користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів».

До основних проблем, які передбачається розв'язати шляхом державного регулювання, а саме – прийняттям зазначеного регуляторного акта, належать:

- недостатня наповнюваність міського бюджету, частиною якого є надходження від сплати розповсюджувачами зовнішньої реклами коштів за користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, що перешкоджає реалізації соціально-економічних програм;

- занадто низька плата за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів призводить до того, що у місті розміщено забагато естетично та технічно застарілих рекламних засобів, які негативно впливають на зовнішній вигляд міста, а також спричиняють численні скарги мешканців з цього приводу.

До дослідження та розробки методів вирішення цих проблем були залучені суб'єкти підприємницької діяльності, які займаються розповсюдженням зовнішньої реклами. Ними надано інформацію про показники господарської діяльності та пропозиції щодо удосконалення методів регулювання.

Під час опрацювання проекту розглянуто цінову ситуацію, яка склалась на ринку послуг з розміщення зовнішньої реклами, що включає в себе аналіз плати за розміщення рекламних засобів по Україні.

На підставі всебічного аналізу обставин, які склалися в галузі розміщення зовнішньої реклами в місті, та пропозицій учасників ринку, пропонується затвердити Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів у новій редакції, що відповідає реаліям сьогодення, та збільшити розмір базової місячної ставки платежу за 1 кв. м. рекламного засобу у 2 рази.

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

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	-
Органи місцевого самоврядування	+	-
Суб'єкти господарювання	+	-
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	-

II. Цілі державного регулювання

Проект регуляторного акта спрямований на розв'язання проблем, визначених у першому розділі аналізу регуляторного впливу.

Оскільки порядок та встановлення розміру плати за право користування місцями для розміщення зовнішньої реклами, що знаходяться у комунальній власності, є власним самоврядним повноваженням органу місцевого самоврядування згідно положень чинного законодавства України, підготовлено відповідний регуляторний акт. Відповідно проблеми, які пропонується врегулювати в результаті прийняття регуляторного акта, не можуть бути розв'язані за допомогою ринкових механізмів.

Основні цілі державного регулювання:

- забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- забезпечення прозорості при розрахунках плати за тимчасове користування місцями для розташування засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород для всіх суб'єктів господарської діяльності у сфері зовнішньої реклами;
- ефективне використання комунальної власності міста;
- збільшення обсягів надходжень до місцевого бюджету.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

У відповідності до пункту 32 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003р. № 2067, плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування.

Перевага обраного виду правового регулювання над усіма іншими можливими способами ґрунтується на імперативності (загальнообов'язковості) рішень міської ради для виконання на території міста Ужгород, що передбачено статтею 144 Конституції України та статтею 73 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Вирішення проблем, зазначених у розділі I цього Аналізу можливе лише шляхом прийняття рішення сесії Ужгородської міської ради «Про Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів». Інші альтернативні способи (механізми) досягнення мети не передбаченні чинним законодавством.

Визначені у пункті II цього Аналізу цілі не можуть бути досягнуті за допомогою ринкових механізмів, оскільки останні не мають імперативного характеру та базуються на принципах диспозитивності. Крім того, застосування інших засобів розв'язання проблеми, не передбачених чинним законодавством, може бути визнано таким, що суперечить чинному законодавству та є неприпустимим.

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
1. Альтернатива 1.	Не забезпечує досягнення цілей, оскільки Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів та затверджений ним діючий розмір плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, який не переглядався з 2013 року, є економічно необґрунтованим та не відповідає реаліям сьогодення.
2. Альтернатива 2.	Відповідає потребам у вирішенні проблеми. Встановлює прозоре, зрозуміле та просте регулювання. Ухвалення запропонованого проєкту рішення, яким затверджується Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів у новій редакції та встановлюється новий базовий розмір за 1 кв. м. площі місця розташування рекламних засобів, забезпечить збільшення надходжень до бюджету міста, що у свою чергу, забезпечить реалізацію певних соціально-економічних програм.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні. Альтернатива є непринятною, оскільки не забезпечує досягнення поставлених цілей.	Відсутні.
Альтернатива 2.	Прийняття регуляторного акта забезпечить: - дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування; - збільшення надходжень до міського бюджету; - ефективне використання комунальної власності міста.	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Відсутні.	Відсутні.
Альтернатива 2.	Прийняття регуляторного акта забезпечить додаткові надходження до міського бюджету без перенавантаження міського середовища рекламними засобами, які будуть спрямовані на виконання соціально-економічних програм.	Відсутні.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1.	Фінансові витрати залишаються на рівні та у обсязі, що встановлені діючим рішенням міської ради	Збільшення конкуренції на ринку зовнішньої реклами у зв'язку з низькою платою за тимчасове користування місцями для розташування засобів зовнішньої реклами, що належать до комунальної власності та загроза незатребуваності рекламних площин через надмірну їх кількість на території міста.
Альтернатива 2.	Прийняття регуляторного акта забезпечить стимулювання розвитку суб'єктів господарювання, що працюють у сфері зовнішньої реклами.	Збільшення фінансового навантаження щодо оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород.

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	Неврегульованість питання.

		Проблеми продовжують існувати.
Альтернатива 2	4	Забезпечує вирішення проблемних питань в достатньому обсязі. Оптимальний варіант збалансування інтересів органу місцевого самоврядування, громадян та суб'єктів господарювання.

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Низька плата за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, яка призводить до того, що у місті розміщено забагато естетично та технічно застарілих рекламних засобів, які негативно впливають на зовнішній вигляд міста, а також спричиняють численні скарги мешканців, та не стимулює суб'єктів господарювання, що працюють у сфері зовнішньої реклами до якісного розвитку.	Відсутні.	Переваги обраної альтернативи відсутні. Важливі та критичні аспекти проблем залишаються невирішеними. Не враховує інтереси жодної із сторін.
Альтернатива 2	Додаткові надходження до міського бюджету без перенавантаження міського середовища естетично та технічно застарілими рекламними засобами, які будуть спрямовані на виконання соціально-економічних програм. Додержання інтересів територіальної громади	Опублікування прийнятого нормативного документа в засобах масової інформації. Витрати суб'єктів господарювання, які пов'язані з викона	Причини для відмови відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом урахування інтересів всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив. Встановлення чіткого та зрозумілого методу при розрахунках плати

	міста, рівні умови для всіх суб'єктів господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами при розрахунках плати за тимчасове користування місцями для розташування засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності територіальної громади міста Ужгород.	нням вимог запропонованого регуляторного акта.	за тимчасове користування місцями для розташування засобів зовнішньої реклами, які перебувають у комунальній власності. Цілі прийняття регуляторного акта будуть досягнуті в повному обсязі.
--	---	--	--

V. Механізми та заходи, що пропонуються для розв'язання визначеної проблеми

Механізм, закладений в основу проєкту регуляторного акта, визначає, що основними напрямками реалізації удосконалення регулювання рекламних відносин у місті Ужгород є досягнення мети, цілей і завдань запропонованого регулювання.

Комплекс заходів, що пропонується, спрямовані на створення у місті ефективного механізму: орган місцевого самоврядування (орган виконавчої влади) – суб'єкт господарювання.

Проєктом передбачено затвердження Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів у новій редакції та збільшення базового розміру плати за 1 кв. м площі місця розташування рекламних засобів.

Ужгородській міській раді, а також суб'єктам господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами, для реалізації вимог проєкту рішення не потрібно буде забезпечувати жодних нових чи відмінних від існуючих процесів у порівнянні з існуючими, оскільки запропонований проєкт регуляторного акта буде прийнятий міською радою замість існуючого акта, що регулює ці ж самі відносини.

Запропонований спосіб досягнення цілей є оптимальним шляхом вирішення проблеми й ґрунтується на загальнообов'язковості виконання норм зазначеного рішення всіма учасниками правовідносин у сфері зовнішньої реклами.

Для провадження регуляторного акта, що аналізується, необхідно здійснити організаційні заходи відповідно до вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», а також інші заходи:

- націлені на дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;

- спрямовані на забезпечення раціонально-ефективного використання комунальної власності міста;

- орієнтовані на зменшення кількості естетично та технічно застарілих рекламних конструкцій та, як наслідок, спрямовані на покращення зовнішнього вигляду рекламних засобів;

- наведені на здійснення поточного аналізу щодо надходження плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, які знаходяться в комунальній власності територіальної громади міста та аналізу щодо надходження плати за збільшення базового розміру плати за 1 кв. м площі місця розташування рекламних засобів;

- направлені на інформування рекламорозповсюджувачів щодо запропонованих змін.

Реалізація такого регуляторного акта сприятиме створенню сучасного правового простору, який буде відповідати реаліям сьогодення та стимулювати розвиток рекламного бізнесу в місті Ужгород.

Достатній рівень інформованості суб'єктів господарювання буде забезпечений за рахунок розміщення повідомлення про оприлюднення даного проєкту рішення на сайті Ужгородської міської ради та в газеті «Ужгород».

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

Оцінка можливості впровадження регуляторного акта та виконання його вимог суб'єктами господарювання є високою.

Прийняття зазначеного регуляторного акта врегулює правові відносини, що виникають у процесі розміщення рекламних конструкцій.

На дію регуляторного акта можуть вплинути зміни в чинному законодавстві, які можуть привести застосування даного акта до недоцільності.

Для впровадження вимог даного регуляторного акта органам місцевого самоврядування не потрібно додаткових витрат з міського бюджету. Таким чином, поставлені цілі досягаються при виконанні вимог цього регуляторного акта з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян та держави.

У зв'язку з тим, що визначити питому вагу суб'єктів господарювання, на яких поширюється дія регуляторного акта у загальній кількості суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання даного рішення міської ради, немає можливості, розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва) не проводився.

Результати прийняття регуляторного акту оцінені за допомогою методу вигод та витрат.

Сфера впливу	Вигоди	Витрати
Органи місцевого самоврядування	Збільшення надходжень до міського бюджету без перенавантаження міського середовища естетично та технічно застарілими рекламними засобами. Стимулювання розвитку суб'єктів господарювання, що працюють у сфері зовнішньої реклами; Додержання інтересів територіальної громади міста.	Витрати на оприлюднення регуляторного акта.
Суб'єкти підприємницької діяльності	Сприяння розвитку рекламного бізнесу.	Збільшення фінансового навантаження щодо оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності
Громадяни	Додаткові надходження до бюджету, які будуть спрямовані на розвиток міста.	Відсутні

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Регуляторний акт набере чинності з моменту прийняття рішення Ужгородською міською радою.

Запропонований проект регуляторного акта запроваджується на довгостроковий термін дії або до прийняття нових нормативних актів.

У разі потреби, регуляторний акт може бути переглянутий за ініціативою регуляторного органу, який прийняв відповідний регуляторний акт, або на підставі аналізу звіту про відстеження результативності цього регуляторного акта, а також внаслідок змін у чинному законодавстві.

Реалізація регуляторного акта не потребує додаткових матеріальних та фінансових витрат з міського бюджету.

Розроблення регуляторного акта, що аналізується, здійснюється за принципами законності, гласності (відкритості та загальнодоступності), урахування пропозицій рекламорозповсюджувачів та аналізу практичного

досвіду у сфері розміщення рекламних засобів, економічної обґрунтованості тощо.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Ефективність регуляторного впливу проєкту рішення міської ради «Про затвердження Положення про порядок оплати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів» визначатиметься за такими показниками:

- дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами та нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- розмір надходжень до міського бюджету за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності;
- ефективність використання комунальної власності територіальної громади міста;
- рівні умови для всіх розповсюджувачів зовнішньої реклами.

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

Відносно цього регуляторного акта повинно послідовно здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності. Зокрема:

- базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється до дня набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень. Якщо для визначення значень показників результативності регуляторного акта використовуються виключно статистичні дані, базове відстеження результативності може бути здійснене після набрання чинності цим регуляторним актом або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження результативності цього акта;
- повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом або більшістю його положень, якщо рішенням регуляторного органу, який прийняв цей регуляторний акт, не встановлено більш ранній строк;
- періодичні відстеження результативності регуляторного акта здійснюються раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта, у тому числі і в разі, коли дію регуляторного акта, прийнятого на визначений строк, було продовжено після закінчення цього визначеного строку.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних.

ВИТРАТИ
на одного суб'єкта господарювання великого
і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії
регуляторного акта

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктів господарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта, немає можливості визначити витрати на одного суб'єкта господарювання, які виникають внаслідок дії вказаного регуляторного акта.

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ
на адміністрування регулювання для суб'єктів великого
і середнього підприємництва

Органи місцевого самоврядування чи органи виконавчої влади, в т. ч. Ужгородська міська рада, при введенні в дію запропонованого проєкту регуляторного акта, не понесуть додаткових витрат коштів місцевого бюджету, а також додаткових витрат на контроль за його виконанням.

У зв'язку з відсутністю інформації про кількість суб'єктів господарювання, що перебуває у сфері регулювання даного регуляторного акта, немає можливості визначити вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням процесу регулювання державними органами суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регуляторного акта.

Директор департаменту

Володимир БАБИДОРІЧ

Тетяна Полтавцева 614190
Ярина Свереняк 615311