

АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

до проекту розпорядження обласної державної адміністрації
„Про затвердження Порядку з організації видачі дозволів на розміщення
об’єктів зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у Черкаській
області“

1. Визначення та аналіз проблеми

Стаття 16 Закону України „Про рекламу“ передбачає, що розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів проводиться на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Також Постановою Кабінету Міністрів України від 5 грудня 2012 року № 1135 „Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів“ передбачено, що видача дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів здійснюється обласними державними адміністраціями.

Відповідно, обласним державним адміністраціям необхідно врегулювати питання видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів шляхом запровадження єдиного порядку.

Отже, вказана проблема не може бути вирішена за допомогою ринкових механізмів і потребує державного регулювання, що надасть можливість розповсюджувачам реклами на законних підставах розміщувати рекламні засоби поза межами населених пунктів Черкаської області.

Державне регулювання пропонується здійснити шляхом запровадження цього регуляторного акта, яким передбачається затвердження Порядку з організації видачі дозволів на розміщення об’єктів зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у Черкаській області.

Дія цього регуляторного акта поширюватиметься на всю територію Черкаської області, а його вимоги будуть обов’язковими для виконання всіма суб’єктами господарювання, що здійснюють розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Черкаської області.

2. Визначення цілей державного регулювання

Метою прийняття розпорядження є забезпечення посилення контролю за дотриманням вимог безпеки дорожнього руху, впорядкування розміщення об’єктів зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, встановлених розпорядженням, а також дотримання принципів державної регуляторної політики та виконання вимог чинного законодавства України у сфері надання рекламних послуг.

Крім того, одним із основних завдань проекту розпорядження є врегулювання відносини, що виникають між обласною державною адміністрацією та розповсюджувачами зовнішньої реклами.

3. Визначення та оцінка усіх прийнятих альтернативних способів досягнення встановлених цілей

Альтернативними способами досягнення визначених цілей є можливість:

відмовитись від державного регулювання, але згідно з чинним законодавством України видача дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів покладається на обласні державні адміністрації;

залишити існуючу ситуацію, але це не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері реклами отримати на законних підставах дозвіл на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, і як наслідок виникне перешкода щодо розвитку рекламної діяльності в області;

запровадження зазначеного регуляторного акту дасть можливість забезпечити досягнення визначених цілей.

Обрання останнього способу досягнення визначених цілей сприятиме приведенню діяльності розповсюджувачів зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення поза межами населених пунктів, у відповідність до вимог чинного законодавства України, при цьому обласна державна адміністрація здійснюватиме постійний контроль за розміщенням реклами поза межами населених пунктів.

Запровадження цього регуляторного акта забезпечить рівні можливості суб'єктам господарювання для надання рекламних послуг, при цьому умови розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів носитимуть сталий та прогнозований характер.

4. Опис механізмів і заходів, які забезпечують розв'язання визначеної проблеми

Механізм, закладений в основу проекту регуляторного акта, передбачає затвердження та виконання всіма суб'єктами господарювання Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Черкаської області.

Прийняття даного розпорядження надасть можливість обласній державній адміністрації видавати дозволи на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, що в свою чергу сприятиме розвитку здорової конкуренції у сфері рекламних послуг на території області.

У випадках не виконання розповсюджувачами реклами вимог цього регуляторного акта вживатимуться заходи спрямовані на демонтаж самовільно встановлених рекламних засобів.

Реалізація даного механізму та заходів вирішить проблему, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання, та забезпечить високий ступінь ефективності досягнення цілей визначених при розробці регуляторного акта.

5. Можливість досягнення визначених цілей у разі прийняття регуляторного акта

У разі прийняття регуляторного акта обласною державною адміністрацією будуть реалізовані повноваження надані їй відповідно до

Закону України „Про рекламу“, Постанови Кабінету Міністрів України від 05.12.2012 № 1135 „Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів“.

Чітко визначений Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Черкаської області, надасть можливість розповсюджувачам зовнішньої реклами на законних підставах розміщувати її поза межами населених пунктів, що стимулюватиме розвиток рекламного бізнесу та створить рівні умови суб'єктам господарювання на ринку надання рекламних послуг.

У разі прийняття регуляторного акта витрати місцевої влади та населення не передбачаються, а витрати суб'єктів господарювання визначатимуться затратами на виготовлення рекламних засобів та їх розміщення поза межами населених пунктів.

Зазначені витрати суб'єктів господарювання в подальшому компенсуються за рахунок прибутку від здійснення їх підприємницької діяльності з надання рекламних послуг.

Затвердження розпорядження є підґрунтям для підвищення відповідальності юридичних і фізичних осіб, які розміщують об'єкти зовнішньої реклами поза межами населених пунктів області, їх систематизації та контролю. Дія даного регуляторного акту не приведе до негативних наслідків, що потребуватимуть компенсації можливої шкоди.

6. Визначення очікуваних результатів – метод аналізу вигод та витрат.

У результаті прийняття регуляторного акта очікується отримання таких позитивних факторів у сфері надання рекламних послуг:

запровадження спрощеної та прозорої процедури отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів;

розширення діяльності розповсюджувачів реклами, шляхом можливості її розміщення поза межами населених пунктів;

рівні умови для всіх суб'єктів господарювання, зайнятих у сфері надання рекламних послуг;

забезпечення постійного контролю зі сторони обласної державної адміністрації за розміщенням зовнішньої реклами поза межами населених пунктів;

впорядкування місць розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, зокрема з урахуванням вимог безпеки дорожнього руху;

дотримання розповсюджувачами реклами вимог цього регуляторного акта та чинного законодавства України у сфері надання рекламних послуг.

У результаті прийняття запропонованого регуляторного акта очікуються наступні витрати та вигоди для всіх учасників регуляторного процесу, які передбачаються протягом всього терміну дії цього регуляторного акта, а саме:

Сфера впливу	Вигоди	Витрати
Місцева влада	Впорядкування місць та встановлення постійного контролю щодо розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів	Витрати не передбачаються
Суб'єкти господарювання	Можливість розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів	Витрати на виготовлення рекламних засобів та їх розміщення поза межами населених пунктів та їх демонтаж
Населення	Отримання інформаційних послуг від реклами та впорядкування місць розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, зокрема з урахуванням вимог безпеки дорожнього руху	Витрати не передбачаються

7. Строк дії регуляторного акта.

Термін дії запропонованого регуляторного акта не обмежується у часі, оскільки його прийняття викликане вимогами законодавства України.

Головними зовнішніми чинниками, які впливатимуть на дію регуляторного акта, будуть зміни в законодавчій базі з питань діяльності розповсюджувачів реклами, вимог до розміщення рекламних засобів, інших нормативно-правових актів у сфері надання рекламних послуг.

Зазначені чинники мають вплив на результативність дії запропонованого регуляторного акта, тому буде впроваджено постійний моніторинг їх оцінки, за результатами чого в разі необхідності до запропонованого регуляторного акта будуть внесені відповідні зміни для усунення їх негативного впливу.

8. Визначення показників результативності регуляторного акта

Прогнозні значення показників результативності регуляторного акта передбачатимуться після набрання його чинності протягом всього терміну його дії:

У результаті прийняття проекту регуляторного акту очікуються такі позитивні фактори, як:

впорядкування місць розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, зокрема, з урахуванням вимог безпеки дорожнього руху;

розмір надходжень до державного та місцевих бюджетів і державних цільових фондів – не пов'язаний з дією цього регуляторного акта, так як він не регулює господарські відносини з метою досягнення прибутку або надходжень до бюджетів та цільових фондів;

кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб на яких поширюватиметься дія акта – не визначене коло осіб, які розповсюджують та споживають рекламу;

розмір коштів, що витрачатимуться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта – визначатимуться витратами на виготовлення рекламних засобів та їх розміщення поза межами населених пунктів;

розмір часу, що витрачатиметься суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта – 10 робочих днів. У разі отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, термін дії зазначеного дозволу відповідає або менший строку дії погодження з відповідними органами влади та власником місця розташування рекламного засобу або уповноваженим ним органом (особою);

рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта – необмежений.

9. Визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження результативності регуляторного акта

Відстеження результативності регуляторного акта буде проводитись шляхом моніторингу статистичних даних:

кількості наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів;

кількості самовільно розміщених зовнішніх реклам поза межами населених пунктів і вжитих заходів по їх демонуванню;

кількості скарг щодо розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, зокрема, з порушенням вимог безпеки дорожнього руху.

Базове відстеження результативності дії регуляторного акта буде здійснено через шість місяців після набрання ним чинності.

Повторне відстеження планується провести через рік після набуття чинності регуляторного акта.

Періодичне відстеження планується проводити один раз на три роки, починаючи від дня закінчення заходів щодо повторного відстеження результативності.

За результатами проведення відстежень буде можливо порівняти показники результативності дії регуляторного акта. У разі виявлення нерегульованих і проблемних питань, вони будуть усунені шляхом внесення відповідних змін до регуляторного акта.

Директор

С. Пасічник