

АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

проекту розпорядження голови обласної державної адміністрації «Про внесення змін до розпорядження виконуючого обов'язки голови Одеської обласної державної адміністрації від 5 серпня 2013 року № 775/А-2013»

Департаментом розвитку житлово-комунального господарства та енергоефективності Одеської обласної державної адміністрації розроблено проект розпорядження голови обласної державної адміністрації «Про внесення змін до розпорядження виконуючого обов'язки голови Одеської обласної державної адміністрації від 5 серпня 2013 року № 775/А-2013», який спрямовано на удосконалення порядку видачі (відмови у видачі, переоформлення, видачі дублікату та анулювання) дозволів на розміщення зовнішньої реклами та приведення у відповідність до чинного законодавства.

I. Визначення проблеми

Станом на сьогоднішній день на території Одеської області існує визначений та затверджений Порядок видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів в Одеській області, який регламентує процедуру видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів.

Проте, у зв'язку із прийняттям постанови Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 року № 1136 "Про внесення змін до Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів" зазначений Порядок потребує внесення змін.

У зв'язку з чим, суб'єкти господарювання, які здійснюють розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області не мають чіткого механізму реалізації права на розміщення зовнішньої реклами, передбаченого Законом України «Про рекламу».

Основні групи (підгрупи), на які проблеми справляють вплив:

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	×	
Держава	×	
Суб'єкти господарювання:	×	

у тому числі суб'єкти малого підприємництва	×	
--	---	--

Альтернативного регуляторного нормативно-правового акта для вирішення порушеного питання немає.

2. Цілі державного регулювання

Проект Розпорядження розроблено з метою практичної реалізації статті 16 Закону України «Про рекламу» та з метою врегулювання відносин, які виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області.

3. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей.

В якості альтернативи для досягнення встановлених цілей пропонується два способи:

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1	залишення існуючої ситуації
Альтернатива 2	прийняття регуляторного акта

Перша альтернатива не є прийнятною, оскільки це не надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері реклами отримати на законних підставах дозвіл на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів.

Застосування другої альтернативи надасть можливість врегулювати відносини, які виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області, практичної реалізації положень статті 16 Закону України «Про рекламу».

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	Забезпечення практичної реалізації положень статті 16 Закону України «Про рекламу» щодо розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області.	Відсутні

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	Впровадження процедури видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області. Унеможливлення хаотичного та незаконного розміщення зовнішньої реклами.	Відсутні

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць	0	0	15	50	65
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	0	0	23	77	x

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	Забезпечення прозорості процедури розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області, що в свою чергу надасть можливість забезпечення розвитку ринку рекламних послуг	Відсутні

Затвердження Розпорядження матиме вплив на продуктивність суб'єктів господарювання, які надають рекламні послуги.

4. 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	Відсутність порядку, що буде регулювати відносини, які виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області
Альтернатива 2	4	Встановлення чіткої та прозорої

		процедури розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області
--	--	--

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	1	0	Проблема продовжує існувати
Альтернатива 2	4	0	Проблема вирішена
Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи		Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Існування проблеми		X
Альтернатива 2	Вирішення проблеми		X

5. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми

Основними механізмами, які забезпечують визначеної проблеми є встановлення чіткого порядку розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Одеської області, зокрема, Розпорядження спрямоване на встановлення порядку видачі, відмови у видачі, переоформлення, видачі дубліката та анулювання дозволів; встановлення механізмів демонтажу рекламних засобів, а також вимог, заборони та обмеження щодо розміщення зовнішньої реклами, здійснення контролю за дотриманням вимог Порядку тощо.

6. 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

Витрати на виконання вимог регуляторного акта з боку органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування та суб'єктів підприємництва відсутні.

Тест малого підприємництва додається.

7. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Строк дії Порядку необмежений. Регуляторний акт може втратити чинність у зв'язку із змінами в законодавстві України.

8. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Основними показниками результативності регуляторного акта є:

- кількість фізичних та юридичних осіб, на яких поширюється дія акта, не обмежується;
- обсяг коштів і часу, що витрачатимуться суб'єктами господарювання, пов'язаними з виконанням вимог акта - низький;
- рівень поінформованості суб'єктів господарювання – вище середнього.

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

Базове відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватись після набрання чинності цим регуляторним актом за соціологічним методом шляхом збору пропозицій і зауважень та їх аналізу.

Повторне відстеження результативності акта буде здійснюватися через рік після набрання чинності цим актом шляхом аналізу якісних і кількісних показників.

У разі виявлення нерегульованих та проблемних моментів, які передбачається встановлювати шляхом аналізу якісних та кількісних показників дії цього акта, буде розглядатись можливість їх виправлення шляхом внесення відповідних змін.

Для проведення відстеження у якості цільових груп будуть залучені суб'єкти господарювання, які звертаються до Департаменту житлово-комунального господарства та енергоефективності Одеської обласної державної адміністрації для отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів.

Директор Департаменту житлово-комунального господарства та енергоефективності Одеської обласної державної адміністрації

В.В. Левицький