

## **АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ**

### **проєкту рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради «Про затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка)»**

Цей аналіз регуляторного впливу розроблений відповідно до вимог Закону України від 11.09.2003 № 1160-IV «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», постанови Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 «Про затвердження методики проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта» зі змінами, внесеними постановою Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1151, з метою визначення необхідності прийняття рішення Миколаївської міської ради «Про затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка)» та визначення відповідності проєкту регуляторного акта принципам державної регуляторної політики.

#### **I. Визначення проблеми, яку передбачається розв'язати шляхом регулювання**

Зовнішня реклама суттєво впливає на загальний вигляд міста, його художньо-естетичне оформлення, а також виконує містобудівні та архітектурні функції. Належне розміщення засобів зовнішньої реклами в структурі забудови міста може суттєво підвищити естетичні якості міського середовища та його привабливість. І навпаки, безсистемне розміщення реклами на території міста без належного урахування оточення, характеру архітектури забудови, природного ландшафту знижує якість сприйняття міського середовища в цілому, порушує його сформований віками масштаб та художні властивості.

Зовнішнє рекламно-інформаційне середовище м. Миколаєва є загальним ресурсом, що перебуває у власності міської територіальної громади. Цей ресурс повинен ефективно використовуватись, в тому числі й завдяки вдосконаленню рекламної інфраструктури. Останні роки характеризувались інтенсивним та не завжди контрольованим зростанням ринку реклами. При цьому, засоби зовнішньої реклами на території міста на сьогодні розташовані нерівномірно і зосереджені переважно в місцях концентрації та інтенсивного руху транспорту.

На сьогодні у м. Миколаєві діють Правила розміщення зовнішньої реклами в м. Миколаєві затверджені рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 04.10.2011 № 1015 та Містобудівні вимоги по розміщенню рекламних засобів у м. Миколаєві, затверджені рішенням виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 12.06.2015 № 496.

Зазначені вище рішення не повною мірою відповідають ряду чинних нормативно правових актів, (серед яких Закони України «Про рекламу», «Про благоустрій населених пунктів», Єдині правила ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони, затверджених постановою КМУ № 198 від 30.03.1994, ДСТУ 3587:2022 «Безпека дорожнього руху. Автомобільні дороги, вулиці та залізничні переїзди. Вимоги до експлуатаційного стану», ДБН В.2.3-5:2018

«Вулиці та дороги населених пунктів») оскільки не містить стандартизованих правил розміщення зовнішньої реклами, які вимагають вищезазначені документи. Таким чином, недосконале регулювання розміщення засобів зовнішньої реклами полягає, зокрема, у невідповідності вимогам законодавства про безпеку руху, порушує конституційні права громадян на безпеку життя та здоров'я.

Виходячи з положень Закону України «Про стандартизацію», стандарти є нормативними документами, що встановлюють правила, загальні принципи і характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів. Відповідно до пункту 3 перехідних положень цього Закону, стандарти, кодекси ustalеної практики та технічні умови, прийняті центральними органами виконавчої влади до набрання чинності цим Законом (тобто до 5 червня 2014 року), а також галузеві стандарти (ОСТ) та прирівняні до них інші нормативні документи колишнього Союзу Радянських Соціалістичних Республік, галузеві стандарти України (ГСТУ) (далі – галузеві нормативні документи) застосовуються до їх заміни на технічні регламенти, національні стандарти, кодекси ustalеної практики чи скасування в Україні, але не більш як 15 років з дня набрання чинності цим Законом. Таким чином, не оновлені стандарти та загальні правила є обов'язковими для застосування до 5 червня 2029 року.

Рекламні засоби мають встановлюватись, експлуатуватись та обслуговуватись з дотриманням законів України «Про благоустрій населених пунктів», «Про автомобільні дороги», «Про дорожній рух», «Про систему громадського здоров'я», «Про рекламу», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067, Єдиних правил ремонту і утримання автомобільних доріг, вулиць, залізничних переїздів, правил користування ними та охорони, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30.03.1994 №198, Державних стандартів України та інших нормативних актів України.

На сьогоднішній день жодним документом на місцевому рівні, який регламентує розміщення зовнішньої реклами в місті, не передбачено додержання вищеписаних вимог, що і зумовило доопрацювання правового регулювання зазначеного питання.

Дані Національної поліції свідчать про постійне збільшення кількості дорожньо-транспортних пригод, а як наслідок – збільшення кількості травмованих пасажирів, водіїв та пішоходів. Концентрація найбільшої кількості дорожньо-транспортних пригод, в тому числі із людськими жертвами, припадає саме на перехрестя вулиць, зупинки громадського транспорту та інші місця, які потребують особливої уваги водія. Однією з причин їх виникнення є відволікання уваги водіїв від керування автомобілем та послаблення контролю за дорожньою обстановкою. Серед іншого, послаблення контролю можливе внаслідок відволікання водіїв на зовнішню рекламу, яка встановлюється в межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування.

Через недосконалі механізми регулювання розміщення носіїв зовнішньої реклами у місті фактично порушується діюче законодавство, що спричиняє

певні ризики порушення публічного правопорядку, а також порушення прав конкретних осіб та територіальної громади.

До проблем, які пропонується розв'язати шляхом державного регулювання господарських відносин, а саме - шляхом затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка), належать:

- порушення вимог діючого законодавства України;
- порушення масштабу забудови: безсистемне розміщення рекламних засобів, що спричиняє перенасиченість центральної частини міста рекламними засобами різних форматів, що у свою чергу призводить до порушення архітектурних ансамблів міста. Не використовуються художньо-декоративні властивості зовнішньої реклами у формуванні образної характеристики історичного центру;

- порушення прав та законних інтересів громадян. Занепокоєння та невдоволення жителів міста відносно безсистемного розміщення рекламних засобів, естетичної та технічної застарілості значної частини розміщених рекламних засобів. Відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень є територіальна громада села, селища, міста. Реагуючи на численні звернення жителів міста, вважаємо, що затвердження Комплексної схеми розміщення рекламних засобів на території міста є надзвичайно важливим та актуальним питанням;

- частина рекламних конструкцій перебуває в експлуатації багато років, має застарілий дизайн, ненадійну конструкцію, не відповідає сучасним естетичним і ергономічним нормам. Фундаменти рекламних конструкцій, які виступають вище рівня землі архітектурно та декоративно не оформлені;

- при розміщенні рекламних засобів не враховується режим охоронних зон, умови сприйняття пам'яток архітектури, що створює некомфортні умови для життєдіяльності жителів міста;

- екранування рекламою пам'яток культурної спадщини та важливих архітектурних об'єктів;

- створення завідомо небезпечних умов для учасників дорожнього руху. Ускладнення сприйняття дорожніх знаків при значній щільності рекламоносіїв. В межах «червоних» ліній магістральних вулиць рекламні конструкції розташовані з порушенням нормативних відстаней між собою, з порушенням норм безпеки дорожнього руху. Вздовж проїзної частини доріг встановлено значну кількість рекламних засобів, що розміщені без дотримання умов повного забезпечення видимості учасникам дорожнього руху, а це в свою чергу призводить до негативних наслідків.

Враховуючи аналіз ситуації, що склалася у місті, затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка) є необхідним елементом у сфері дизайну міського середовища та благоустрою міста. Комплексна схема сформує чітко визначену позицію бачення робочим органом розвитку та функціонування ринку зовнішньої реклами місті, що в

майбутньому впорядкує відносини та зведе до мінімуму будь-які суперечки та конфліктні ситуації з представниками операторів зовнішньої реклами у місті та іншими заінтересованими особами.

Згідно зі статтею 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» до власних (самоврядних) повноважень виконавчих органів міських рад, серед іншого, належить організація благоустрою населених пунктів.

Пунктом 4 частини 1 статті 21 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» встановлено, що елементами благоустрою є засоби та обладнання зовнішнього освітлення та зовнішньої реклами.

Враховуючи зазначене вище, керуючись Законами України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про благоустрій населених пунктів», «Про рекламу», на виконання визначеного переліку заходів Програми економічного і соціального розвитку м. Миколаєва на 2022-2024 роки, затвердженої рішенням Миколаївської міської ради від 23.12.2021 № 12/184, у частині створення Комплексних схем розміщення рекламних засобів на території м. Миколаєва, був підготовлений відповідний проєкт рішення.

Проєкт рішення виконавчого комітету міської ради «Про затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка)» розроблено з метою впорядкування рекламних засобів в місті, приведення їх до єдиного естетичного та технологічного вигляду, усунення порушень щодо розміщення зовнішньої реклами в місті, покращення естетичного вигляду забудови міста, забезпечення захисту прав громадян та суб'єктів підприємницької діяльності, рівних, чітко визначених умов для всіх суб'єктів господарювання в сфері розміщення зовнішньої реклами та забезпечення належного рівня благоустрою, озеленення та якісного формування забудови міста.

Основні групи, на які проблема справляє вплив:

Групи	Так	Ні
Громадяни	так	
Держава	так	
Суб'єкти господарювання	так	
у тому числі суб'єкти малого підприємництва*	так	

**Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою ринкових механізмів:** зважаючи на те, що в умовах конкурентної ринкової економіки розміщення комерційної зовнішньої реклами має великий попит, що постійно зростає, оператори зовнішньої реклами ставлять за мету максимізацію прибутку та збільшення кількості основних засобів (збільшення пропозицій) шляхом придбання застарілих, часом вживаних, конструкцій задля мінімізації власних витрат, при цьому не враховуючи інтереси територіальної громади в питанні дизайну та естетики міського середовища. З огляду на вищевикладене, вирішення вказаної проблеми неможливе за допомогою ринкових механізмів та потребує негайного правового регулювання.

**Обґрунтування неможливості вирішення проблеми за допомогою діючих регуляторних актів:** проблема не може бути вирішена за допомогою діючих регуляторних актів, оскільки ними не окреслені більш детальні вимоги з урахуванням містобудівних чинників та особливостей забудови території міста.

Отже, для вирішення проблеми необхідно розробити відповідний нормативно-правовий акт, а саме: рішення виконавчого комітету міської ради «Про затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка)». Запропоноване регулювання покликане вирішити зазначені вище проблеми, вдосконаливши відносини, пов'язані з розміщенням об'єктів зовнішньої реклами на території міста по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка).

З моменту прийняття зазначеного проєкту рішення, його дію буде відтерміновано для суб'єктів господарювання відповідно до строку, на який в установленому порядку видано дозвіл на розміщення зовнішньої реклами та надано дев'ятимісячний строк для приведення рекламних засобів у відповідність до комплексної схеми розміщення рекламних засобів після скасування воєнного стану в Україні, або після втрати чинності Постановою Кабінету Міністрів України від 18 березня 2022 р. № 314 «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану», або після включення розміщення зовнішньої реклами до Переліку видів господарської діяльності, які не можуть провадитися на підставі подання декларації в умовах воєнного стану, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 18 березня 2022 р. № 314, залежно від того, яка подія настане раніше.

## **II. Цілі державного регулювання**

**Цілі державного регулювання, безпосередньо пов'язані з розв'язанням проблеми:** Проєкт регуляторного акта спрямований на розв'язання проблеми, визначеної в попередньому розділі.

Основними цілями регулювання є:

- забезпечення дотримання вимог чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами, нормативно-правових актів органів місцевого самоврядування;
- врегулювання взаємовідносин, що виникають між виконавчим комітетом Миколаївської міської ради та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення на території м. Миколаєва, відповідно до вимог чинного законодавства;
- створення єдиних умов для діяльності всіх суб'єктів господарської діяльності у сфері розміщення зовнішньої реклами, приведення у належний естетичний вигляд рекламних засобів різних типів на території м. Миколаєва, зокрема, по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка), створення єдиного естетичного середовища для мешканців міста;

- проведення заміни застарілих рекламних конструкцій на рекламні засоби сучасного зразка та здійснення оптимізації кількості засобів зовнішньої реклами;
- підвищення іміджу міста.

### III. Визначення та оцінка способів досягнення визначених цілей

#### 1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
<p>Альтернатива 1: Прийняття пропонуваного регуляторного акта</p>	<p>Повністю відповідає потребам у вирішенні проблеми. Передбачає задоволення інтересів всіх зацікавлених сторін. Встановлює прозоре, чітке, зрозуміле та просте регулювання.</p> <p>Основними завданнями комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами в місті Миколаєві по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка) є:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- врахування типології елементів міського середовища, архітектурних, функціонально-планувальних, історико-культурних та ергономічних чинників;</li> <li>- зменшення формату та щільності зовнішньої реклами, приведення їх до єдиної типології;</li> <li>- розміщення рекламних конструкцій, згідно із комплексною схемою розміщення рекламних засобів;</li> <li>- забезпечення належного контролю за встановленням і використанням засобів зовнішньої реклами;</li> <li>- стимулювання впровадження в практику сучасних рекламних конструкцій.</li> </ul> <p>Альтернатива є прийнятною.</p>
<p>Альтернатива 2: Залишення ситуації без змін та відмова від впровадження запропонованого регуляторного акта</p>	<p>Не забезпечує досягнення цілей оскільки недосконалість існуючого механізму регулювання розміщення зовнішньої реклами у місті порушує конституційні права громадян на безпеку життя та здоров'я, порушує вимоги діючого законодавства України.</p> <p>Хаотичність, непропорційність розміщення рекламних засобів продовжить існувати на території міста, що значною мірою погіршує його загальний вигляд.</p> <p>Відсутність модернізації рекламних засобів, використання вживаних рекламних конструкцій, їх естетична та технічна застарілість викликає невдоволення територіальної громади, оскільки все більше руйнується гармонійне історичне середовище центральної частини міста.</p> <p>Альтернатива є непринятною.</p>

Альтернатива 3: Очікування зміни законодавства вищого рівня/прийняття нормативно-правових актів, що врегулюють питання на загальнодержавному рівні	Така альтернатива не забезпечує досягнення цілей та є неприйнятною, враховуючи малоймовірність її реалізації у найближчому майбутньому.
---	---

## 2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

*Оцінка впливу на сферу інтересів органів місцевого самоврядування*

<b>Вид альтернативи</b>	<b>Вигоди</b>	<b>Витрати</b>
Альтернатива 1	Прийняття проєкту регуляторного акта дозволить розв'язати визначені проблеми в цілому. Альтернатива враховує містобудівні умови, історичні та природно-географічні фактори при формуванні рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі міста. Обрання цієї альтернативи допоможе створити систему контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами. Порівняно з існуючою ситуацією, цей регуляторний акт дасть змогу значно покращити розміщення зовнішньої реклами по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка), сприятиме виключенню ситуацій, пов'язаних з можливими корупційними діями, неофіційними витратами розповсюджувачів зовнішньої реклами. Більш прозора процедура видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами відповідно до комплексної схеми розміщення рекламних засобів.	Витрата часу на розробку та прийняття регуляторного акта. Зменшення надходжень коштів до бюджету міста у зв'язку зі зменшенням кількості місць для розміщення рекламних засобів по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка).

Альтернатива 2	Не передбачаються.	Залишення ситуації без змін призведе до погіршення поточного вигляду міста, сприятиме подальшому використанню застарілих та аварійних рекламних конструкцій та розташуванню їх з порушенням чинних норм законодавства, державних будівельних норм та стандартів. Альтернатива є неприйнятною, оскільки не забезпечує досягнення визначених цілей.
Альтернатива 3	Вигоди можливі лише у разі якнайшвидшого внесення змін до законодавства вищого рівня.	Витрати аналогічні до витрат у випадку обрання Альтернативи 2, оскільки внесення змін до законодавства вищого рівня або прийняття нормативно-правових актів, які би врегулювали ситуацію на загальнодержавному рівні є малоймовірними у найближчому майбутньому.



*Оцінка впливу на сферу інтересів громадян*

<b>Вид альтернативи</b>	<b>Вигоди</b>	<b>Витрати</b>
Альтернатива 1	Врахування інтересів територіальної громади міста. Збільшення пропускну здатності шляхів пішохідного сполучення. Безпечний підхід до основних об'єктів масового відвідування. Зручне, доступне вуличне середовище. Культурно-туристична привабливість міста. Оптимізація містобудівної ситуації – просторової взаємодії носія реклами і середовища. Дотримання ергономічних факторів: умов зорового сприйняття реклами, створення та збереження комфортних психофізіологічних умов життєдіяльності людини. Вирішення проблеми надмірної щільності та агресивності зовнішньої реклами. Створення сприятливих умов для сприйняття дорожніх знаків усіма учасниками дорожнього руху.	Відсутні. У разі прийняття пропонуваної альтернативи, витрати не покладатимуться на мешканців міста.
Альтернатива 2	Відсутні.	Естетична та технічна застарілість значної частини розміщених рекламних засобів. Небезпечні умови для водіїв та пішоходів.
Альтернатива 3	Відсутні.	Естетична та технічна застарілість значної частини розміщених рекламних засобів. Небезпечні умови для водіїв та пішоходів.

*Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання*

Оцінку впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання здійснено з урахуванням діючих дозволів на розміщення зовнішньої реклами (за даними Миколаївської міської ради станом на 01 лютого 2024 року).

Показник	Великі	Середні	Малі	Мікро	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць*	0	0	39	26	65
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	0%	0%	60%	40%	100%

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Створення єдиного конкурентоспроможного середовища за рахунок визначення чітких вимог для всіх суб'єктів господарювання. Скорочення та розподіл конструкцій відбувається пропорційно існуючим дозволам зі збереженням долі ринку операторів. Встановлення чіткої позиції представників органів місцевого самоврядування щодо порядку та умов розміщення рекламних засобів; прозора процедура видачі дозволів відповідно до комплексної схеми розміщення рекламних засобів.	Витрати тимчасові, пов'язані з поступовою заміною рекламних засобів на більш сучасні. Зменшення кількості прибутку від конструкцій, які підлягатимуть демонтажу.
Альтернатива 2	Відсутність витрат на модернізацію та/або демонтаж рекламних конструкцій.	Монополізація рекламного ринку не дає змогу новим суб'єктам господарювання провадити діяльність в даній сфері. Через перенасиченість міста рекламними засобами ефективність такої реклами фактично відсутня, оскільки не сприймається споживачем.

Альтернатива 3	Відсутні.	Невизначеність та відсутність стабільності щодо розуміння критеріїв та умов розміщення зовнішньої реклами. Малоймовірність якнайшвидшого та ефективного внесення змін до законодавства вищого рівня чи прийняття нових нормативно-правових актів, які врегулюють питання по загальнодержавному рівні.
----------------	-----------	---

У зв'язку з відсутністю суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва, що підпадають під дію регуляторного акту, витрати на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта згідно Додатка 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта не розраховувалися.

#### **IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей**

<b>Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)</b>	<b>Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)</b>	<b>Коментарі щодо присвоєння відповідного бала</b>
Альтернатива 1	4	Прийняття даного рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради забезпечить досягнення задекларованих цілей у сфері розміщення зовнішньої реклами. Така альтернатива є оптимальною з точки зору збалансованості інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання. Альтернатива є найбільш оптимальною.

Альтернатива 2	1	При застосуванні даної альтернативи вищеописана проблема продовжить існувати, низка питань щодо розміщення зовнішньої реклами залишиться нерегульованою. Така альтернатива не є прийнятною.
Альтернатива 3	1	Необґрунтований і невідомий час очікування можливого всебічно-охоплюючого нормативного документа, затвердженого на загальнодержавному рівні, який би врегулював проблемні питання.

<b>Рейтинг результативності</b>	<b>Вигоди (підсумок)</b>	<b>Витрати (підсумок)</b>	<b>Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу</b>
Альтернатива 1	<p>Прийняття пропонованого регуляторного акта забезпечить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виконання вимог чинного законодавства;</li> <li>- покращення благоустрою та естетики міста;</li> <li>- зручне, доступне вуличне середовище;</li> <li>- удосконалення механізму розміщення зовнішньої реклами на території міста;</li> <li>- додержання інтересів територіальної громади;</li> </ul>	<p>Витрата часу на розробку та прийняття регуляторного акта. Зменшення надходжень коштів до бюджету міста у зв'язку зі зменшенням кількості місць для розміщення рекламних засобів по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка). Тимчасові витрати підприємців, пов'язані з поступовою заміною рекламних засобів</p>	<p>Розробка проекту рішення є єдиним оптимальним способом досягнення визначених цілей, оскільки він дозволить належним чином врахувати вимоги чинного законодавства у сфері розміщення зовнішньої реклами. Цілі прийняття регуляторного акта досягнуто повною мірою.</p>

	<p>- створення сприятливих умов ведення підприємницької діяльності для суб'єктів господарювання;</p> <p>- врахування містобудівних умов, історичних та природно-географічних факторів при формуванні рекламної інфраструктури в архітектурному середовищі міста.</p>	<p>на більш сучасні.</p> <p>Зменшення кількості прибутку від конструкцій, які підлягатимуть демонтажу.</p>	
Альтернатива 2	<p>Відсутність витрат підприємців на модернізацію та/або демонтаж рекламних конструкцій.</p>	<p>Погіршення поточного вигляду міста, сприятиме подальшому використанню застарілих та аварійних рекламних конструкцій та розташуванню їх з порушенням чинних норм законодавства, державних будівельних норм та стандартів.</p> <p>Естетична та технічна застарілість значної частини розміщених рекламних засобів.</p> <p>Небезпечні умови для водіїв та пішоходів.</p> <p>Монополізація рекламного ринку</p>	<p>Важливі та критичні аспекти проблеми залишаються невирішеними.</p> <p>Відсутній баланс інтересів сторін-учасниць процесу.</p>

		не дає змогу новим суб'єктам господарювання провадити діяльність в даній сфері. Неефективність реклами через несприйняття її споживачем у зв'язку з перенасиченістю міста рекламними засобами.	
Альтернатива 3	Відсутні.	Час очікування можливого прийняття нормативних документів невідомий.	Застосування цієї альтернативи не є бажаним, оскільки станом на сьогодні вона не враховує інтереси жодної зі сторін.

<b>Рейтинг</b>	<b>Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи</b>	<b>Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта</b>
Альтернатива 1	Альтернатива є доцільною. Розроблення та прийняття проекту рішення є єдиним оптимальним способом у досягненні визначених цілей, оскільки такий спосіб дозволить забезпечити дотримання передбачених законодавством вимог щодо розміщення зовнішньої реклами та врахувати інтереси всіх основних груп, на яких проблема справляє вплив.	Зміни до чинного законодавства.
Альтернатива 2	Вказана альтернатива є неприйнятною, оскільки при її реалізації будь-які позитивні будуть відсутні.	Зміни до чинного законодавства.

Альтернатива 3	Застосування вказаної альтернативи не є бажаним, оскільки очікування на внесення змін до законодавства вищого рівня або прийняття нормативно-правового акта, який би вирішив питання на загальнодержавному рівні не дозволить ефективно та своєчасно вирішити проблему та реалізувати поставлені цілі.	Зміни до чинного законодавства.
----------------	--	---------------------------------

Таким чином для реалізації обрано **Альтернативу 1** – прийняття пропонованого регуляторного акта, з метою затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка) в м. Миколаєві.

#### **V. Механізм, який пропонується застосувати для розв’язання проблеми**

Механізмом розв’язання описаної вище проблеми є прийняття рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради «Про затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка)».

Пропонованим проектом рішення змінений підхід до розміщення типових рекламних засобів. Відповідно до цього проекту регуляторного акта, розміщення типових рекламних засобів здійснюватиметься з додержанням вимог передбачених Державними будівельними нормами, Державними стандарти України, Правилами дорожнього руху, Правилами благоустрою. Реалізація такого рішення сприятиме створенню сучасного правового простору, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цієї сфери в місті.

#### **Запропоновані механізми регуляторного акта, за допомогою яких можна розв’язати проблему:**

Цей регуляторний акт пропонує розв’язати проблему шляхом:

- скорочення кількості конструкцій;
- підвищення їх якості;
- системність розміщення рекламних конструкцій.

#### **Заходи, які мають здійснити органи влади для впровадження цього регуляторного акта:**

- розробка, погодження та затвердження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка);

- видача дозволів відповідно до комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка);
- демонтаж конструкцій, розміщених з порушенням вимог комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами на території м. Миколаєва по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка).

**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.**

Розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва (М-тест) наведено у додатку 4.

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

**Термін дії акта:** Безстроково, або до внесення змін до чинного законодавства України та відповідного рішення Миколаївської міської ради.

**Обґрунтування запропонованого терміну дії акта:** Строк дії регуляторного акта необмежений, оскільки необхідність виконання положень регуляторного акта є постійною.

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

Прогнозні показники результативності:

- загальна кількість рекламоносіїв, розміщених по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка);
- кількість поданих заяв на розміщення зовнішньої реклами, в т.ч. заяв на зміну типу конструкції (кількість впорядкованих рекламних засобів);
- кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами, відповідно до затвердженої комплексної схеми;
- кількість демонтованих рекламних засобів у зв'язку з введенням в дію зазначеного регуляторного акта;
- розмір надходжень до місцевого бюджету пов'язаних з дією акта – прогнозується та напряму залежить від кількості виданих дозволів на право тимчасового розміщення рекламних засобів на території м. Миколаєва.

Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта: високий. На офіційному сайті Миколаївської міської ради (<https://mkrada.gov.ua/content/proekti-regulyatornih-aktiv.html>) оприлюднені повідомлення, проект рішення, АРВ. Після прийняття запропонованого регуляторного акта, відповідне рішення буде також розміщене на офіційному веб-сайті міської ради.

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

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися розробником регуляторного акта – департаментом архітектури та містобудування Миколаївської міської ради.

**Метод проведення відстеження результативності:** Статистичний

**Вид даних, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності:** Статистичні



Базове відстеження результативності здійснено на етапі підготовки даного проекту регуляторного акту.

Повторне відстеження результативності буде здійснюватися через рік з дня набрання чинності регуляторним актом.

Періодичне відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Директор департаменту –  
головний архітектор міста



Євген ПОЛЯКОВ

Виконавець: К. Матвієнко – головний спеціаліст відділу урбаністики управління архітектури.

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

## 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 період з «15» березня 2024 р. по «29» березня 2024 р.

Порядковий номер	Вид консультації (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запяти (до підприємців, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Телефонні розмови	5	Отримання та уточнення інформації щодо витрат суб'єктів господарювання на виконання вимст регулювання
2	Робочі зустрічі з окремими суб'єктами малого підприємництва	4	Роз'яснено суть запровадження комплексної схеми розміщення зовнішньої реклами по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка)

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

- кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 65 (одиниць);

- питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив складає 100% (відсотків) (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання» Додатка 1 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта).

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання

Порядковий номер	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 перевірки 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 (плата за демонтаж/перенесення рекламних конструкцій із розрахунку середньої вартості демонтажу 1 рекламної конструкції в м. Миколаєві станом на лютий 2024 року (виходячи з вартості таких послуг відповідно до договору на надання послуг з демонтажу рекламних конструкцій) – 9 736,92 грн)	9 736,92 грн	0,0	9 736,92 грн
6	Разом, гривень	9 736,92 грн	0,0	9 736,92 грн
7	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць Інше: кількість рекламних конструкцій, розташованих по вул. Генерала Олекси Алмазова (Генерала Карпенка), які підлягатимуть демонтажу внаслідок впровадження регулювання	5		
8	Сумарно, гривень Формула: відповідний стовпчик "разом" X кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 6 X рядок 7)	48 684,6 грн	0,0	48 684,6 грн

Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування

Розрахункова чисельність суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 65 осіб. Для розрахунку витрат використовується орієнтований мінімальний розмір заробітної плати Розрахунок вартості 1 людино-години. Норма робочого часу на

тиждень становить 40 годин на тиждень. При мінімальній заробітній платі 8000 грн. у погодинному розрахунку становить 48 грн. (ст.8 Закону України від 09.11.2023 року № 3460-IX «Про Державний бюджет України на 2024 рік»). Витрати часу враховуються відповідно до пунктів 1,3,6 карти 11 міжгалузевих нормативів чисельності працівників бухгалтерського обліку (Наказ Міністерства праці і соціальної політики України від 26 вересня 2003 року №269 «Міжгалузеві нормативи чисельності працівників бухгалтерського обліку».

9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання <i>Формула:</i> <i>витрати часу на отримання інформації про регулювання, отримання необхідних форм та заявок X вартість часу суб'єкта малого підприємства (заробітна плата) X оціночна кількість форм</i> $0,25X48X1$	12 грн	0,0	12 грн
10	Процедури організації виконання вимог регулювання <i>Формула:</i> <i>витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємства процедур на впровадження вимог регулювання X вартість часу суб'єкта малого підприємства (заробітна плата) X оціночна кількість внутрішніх процедур</i>	0,0	0,0	0,0
11	Процедури сфідційного звітування <i>Формула:</i> <i>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)) X вартість часу суб'єкта малого підприємства (заробітна плата) X оціночна кількість оригінальних звітів X кількість періодів звітності за рік</i>	0,0	0,0	0,0
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок <i>Формула:</i>	0,0	0,0	0,0

	<i>витрати часу на забезпечення процесу перевірок з боку контролюючих органів X вартість часу суб'єкта малого підприємства (заробітна плата) X оціночна кількість перевірок за рік</i>			
13	Інші процедури (уточнити) Отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами Формула: <i>витрати часу на заповнення заяви та підготовки пакету документів X вартість часу суб'єкта малого підприємства (заробітна плата) X оціночна кількість дозволів за рік 2X48X1</i>	144 грн	0,0	144 грн
14	Разом, гривень Формула: <i>(сума рядків 9 + 10 + 11 + 12 + 13)</i>	156 грн	0,0	156 грн
15	Кількість суб'єктів малого підприємства, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць		65	
16	Сумарно, гривень Формула: <i>відповідний стовпчик "разом" X кількість суб'єктів малого підприємства, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 14 X рядок 15)</i>	10 140 грн	0,0	10 140 грн

### **Бюджетні витрати на адміністрування регулювання для суб'єктів великого і середнього підприємства**

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання:

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

Адміністрування даного регуляторного акта буде проводитись Миколаївською міською радою.

Для розрахунку витрат використовується орієнтований мінімальний розмір заробітної плати Розрахунок вартості 1 людино-години. Норма робочого часу на тиждень становить 40 годин на тиждень. При мінімальній заробітній платі 8000 грн. у погодинному розрахунку становить 48 грн. (ст.8 Закону України від 09.11.2023 року № 3460-ІХ «Про Державний бюджет України на 2024 рік»). Витрати часу враховуються відповідно до пунктів 1,3,6 карти 11 міжгалузевих нормативів чисельності працівників бухгалтерського обліку (Наказ Міністерства

праці і соціальної політики України від 26 вересня 2003 року №269 «Міжгалузеві нормативи чисельності працівників бухгалтерського обліку».

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікро-підприємств)	Планові витрати часу на процедури у	Вартість часу співробітника а 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	0,2	48	1	65	624
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
камеральні	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
виїзні	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	1	48	1	65	3 120
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	0,5	48	1	65	1 560
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	0,5	48	1	65	1 560
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	0,2	48	1	65	624
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Разом за рік	X	X	X	X	7 488
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	37 440

\* Вартість витрат, пов'язаних з адмініструванням процесу регулювання органами місцевого самоврядування, визначається шляхом множення фактичних витрат часу персоналу на заробітну плату спеціаліста відповідної кваліфікації та на кількість суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання, та на кількість процедур за рік.

Дане регулювання не передбачає утворення нового державного органу.

4. Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

№ п/п	Показник	Перший рік регулювання (стартсвий)	За п'ять років
1	Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	48 684,6 грн	48 684,6 грн
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	10 140 грн	10 140 грн
3	<b>Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання</b>	58 824,6 грн	58 824,6 грн
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	7 488 грн	37 440 грн
5	<b>Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання</b>	66 312,6 грн.	96 264,6 грн

5. Розроблення коригуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання

Розроблення коригуючих (пом'якшувальних) заходів для суб'єктів малого підприємництва не передбачається.

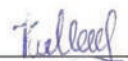
Директор департаменту –  
головний архітектор міста



Євген ПОЛЯКОВ

МП

Виконавець: К. Матвієнко – головний спеціаліст відділу урбаністики управління архітектури.

  
(підпис)