

**Аналіз регуляторного впливу**  
**до проекту розпорядження голови Тернопільської обласної державної**  
**адміністрації «Про затвердження Порядку надання дозволів на розміщення**  
**зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у Тернопільській**  
**області»**

## **1. Визначення та аналіз проблеми**

Статтею 16 Закону України «Про рекламу» передбачається, що розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів проводиться на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями, а на території Автономної Республіки Крим - Радою міністрів Автономної Республіки Крим, в порядку, встановленому цим органом на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Так, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 05.12.2012 № 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.

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

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

Державне регулювання пропонується здійснити шляхом запровадження цього регуляторного акта, яким передбачається затвердження Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Тернопільської області (далі – Порядок).

Дія цього регуляторного акта поширюватиметься на всій території Тернопільської області, а його вимоги будуть обов'язкові для виконання всіма суб'єктами господарювання, що здійснюють розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Тернопільської області.

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

<b>Групи (підгрупи)</b>	<b>Так</b>	<b>Ні</b>
Громадяни	+	
Держава	+	
Суб'єкти господарювання, у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	

## **2. Цілі державного регулювання**

Основною ціллю розробки регуляторного акта є врегулювання взаємовідносин, що виникають між обласною державною адміністрацією та розповсюджувачами зовнішньої реклами, які передбачають її розміщення поза межами населених пунктів відповідно до вимог чинного законодавства.

### 3. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення встановлених цілей

В якості альтернативи для досягнення встановлених цілей пропонується два способи:

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1	Відмовитись від державного регулювання
Альтернатива 2	Прийняття регуляторного акта, що надасть можливість запровадити єдиний Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Тернопільської області, які забезпечать досягнення визначених цілей державного регулювання

#### Оцінка впливу на сфери інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Порушення вимог Закону України «Про рекламу»
Альтернатива 2	Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів врегулювання взаємодії Тернопільської обласної державної адміністрації з суб'єктами господарювання та іншими органами при видачі дозволів; Впорядкування місць та встановлення постійного моніторингу щодо розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів; Виконання вимог законодавства.	435,49 грн./1 рік 2177,45 грн./5 років (облік суб'єктів господарювання, що перебувають у сфері регулювання.)

#### Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутність інформації про

		товари і послуги
Альтернатива 2	Отримання інформаційних послуг від реклами. Врахування вимог безпеки дорожнього руху при розміщенні зовнішньої реклами поза межами населених пунктів	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	0	49	49
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	0	0	0	100	100

\*Відповідно даних Головного управління статистики у Тернопільській області

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Негативний вплив на діяльність суб'єктів господарювання. Якщо не буде можливості розміщувати зовнішню рекламу поза межами населених пунктів, це може призвести до зменшення обсягів реалізації продукції, що в свою чергу негативно вплине на дохід суб'єктів господарювання
Альтернатива 2	Можливість розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів; Отримання чіткого та прозорого механізму, а саме єдиного Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у Тернопільській області	3483,9 грн./1 рік 17419,5 грн./5 років (процедури отримання інформації про вимоги регулювання та організація їх виконання)

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 Тернопільської області, практичної реалізації положень статті 16 Закону України «Про рекламу».

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

#### 4. 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	1	Відсутність Порядку який буде регулювати відносини, які виникають у зв'язку з наданням дозволів на розміщенням зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Тернопільської області
Альтернатива 2	4	Встановлення чіткої та прозорі Процедури розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Тернопільської області

<b>Рейтинг результативності</b>	<b>Вигоди (підсумок)</b>	<b>Витрати (підсумок)</b>	<b>Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу</b>
Альтернатива 1	Відсутні	Порушення вимог Закону України «Про рекламу». Інформаційна необізнаність громадян щодо товарів та послуг, які пропонуються суб'єктами	Проблема продовжує існувати

		<p>господарювання.</p> <p>Негативний вплив на діяльність суб'єктів господарювання, а саме: відсутність можливості розширювати ринки збуту, зокрема, шляхом рекламування товарів та послуг через рекламоносії поза межами населених пунктів може призвести до зменшення обсягів реалізації товарів та послуг, що в свою чергу, призведе до зменшення прибутку суб'єктів господарювання.</p>	
Альтернатива 2	<p>Впровадження чіткого механізму з видачі дозволів врегулює взаємодію Полтавської обласної державної адміністрації з суб'єктами господарювання та іншими органами при видачі дозволів, що відповідає вимогам чинного законодавства України.</p> <p>Врахування вимог безпеки дорожнього руху при розміщенні зовнішньої реклами поза межами населених пунктів.</p> <p>Встановлення постійного моніторингу щодо</p>	<p><b>4063,1грн./ 1 рік</b> (435,49 грн– витрати держави на виконання вимог регулювання; 3483,9 – витрати суб'єктів господарювання на виконання вимог регулювання)</p> <p><b>20315,5 грн./5 років</b>(435,49 грн – витрати держави на виконання вимог регулювання; 3483,9 – витрати суб'єктів господарювання</p>	Проблема вирішена

	<p>розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів.</p> <p>Для суб'єктів господарювання - можливість розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів метою якої є просування товарів та послуг, розширення ринків збуту, що позитивно вплине на господарську діяльність суб'єктів господарювання. Очікується збільшення обсягу реалізації товарів та послуг та прибутку.</p> <p>Для населення – отримання інформаційних послуг від реклами</p>	на виконання вимог регулювання)	
--	--	---------------------------------	--

<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	Перша альтернатива не є прийнятною, оскільки це надасть можливість суб'єктам господарювання у сфері рекламних послуг отримати на законних підставах дозвіл на розміщення	X

	зовнішньої реклами поза межами населених пунктів	
Альтернатива 2	Забезпечення прозорості процедури розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Тернопільської області, що в свою чергу надасть можливість забезпечення	Головними зовнішніми чинниками, які впливатимуть на дію регуляторного акта, можуть бути зміни в законодавчій базі з питань діяльності розповсюджувачів реклами, вимог до розміщення рекламних засобів, інших нормативно-правових актів у сфері надання рекламних послуг. На виконання вимог акта впливатимуть економічні чинники зокрема інфляційні процеси, надмірне зростання цін, зміни в оподаткуванні тощо, що можуть зменшити кількість отриманих дозволів на розміщення зовнішньої реклами. Разом з тим, суб'єкти господарювання – розповсюджувачі реклами можливі збитки від впливу зовнішніх факторів зможуть компенсувати за рахунок прибутку від здійснення її підприємницької діяльності з надання рекламних послуг

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

Механізм дії регуляторного акта є простим та зрозумілим для його виконання всіма суб'єктами господарювання.

Прийняття даного розпорядження надасть можливість Тернопільській 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.

При цьому Тернопільська обласна державна адміністрація здійснюватиме моніторинг за розміщенням зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, а у випадках не виконання розповсюджувачами реклами вимог цього регуляторного акта вживатиме 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.

## 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**

Органи виконавчої влади та суб'єкти господарювання будуть нести витрати на виконання вимог регуляторного акта. 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**

Прогнозні значення показників результативності дії регуляторного акта:

розмір надходжень до державного та місцевих бюджетів і державних цільових фондів, пов'язаних з дією акта - відповідні надходження не передбачаються, оскільки дозволи видаватимуться на безкоштовній основі;

кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта – 49;

розмір коштів і час, що витратимуться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта – 3483,9грн/перший рік (17419,5 грн/5 років) або 2,5 часів/перший рік (6,5 часів/5 років);

рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта - є високим, оскільки регуляторний акт оприлюднюється на офіційному сайті облдержадміністрації;

кількість встановлених рекламних засобів поза межами населених пунктів Тернопільської області та їх власників - 184 рекламоносія 49 суб'єктами господарювання (згідно з даними Служби автомобільних доріг у Тернопільській області ) (на одного суб'єкта господарювання припадає в середньому 3 -4 дозволи).

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

Відстеження результативності регуляторного акта буде проводитись управлінням інфраструктури та туризму Тернопільської обласної державної адміністрації шляхом моніторингу статистичних даних отриманих облдержадміністрацією при виконанні вимог цього акту, а також на підставі соціологічних даних, отриманих шляхом опитування суб'єктів господарювання – розповсюджувачів реклами, а також споживачів послуг.

Базове відстеження результативності дії регуляторного акта буде проведено до набрання чинності регуляторним актом.

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 не врегульованих та



проблемних питань, вони будуть усунені шляхом внесення відповідних змін до регуляторного акта.

**Начальник управління розвитку  
інфраструктури, транспорту та  
енергозбереження облдержадміністрації  
В.А.ЯСІНОВСЬКИЙ**

### Тест малого підприємництва (М-тест)

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 20.06.2016 р. по 19.01.2017 року

№ пп	Вид консультацій (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Робочі наради	6	Надано пропозиції щодо вдосконалення проекту
2	Запити експертів	4	Надано пропозиції щодо вдосконалення проекту
3	Інтернет-консультації	3	Надано пропозиції щодо вдосконалення проекту

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

Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 49 (одиниць), у тому числі мікропідприємництва 49 (одиниць);

Питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 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

№ пп	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (занаступний рік)	Витрати за п'ять років
1	Придбання необхідного обладнання (пристрої)	0	0	0

	в, машин, механізмів)			
2	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевому самоврядуванню	0	0	0
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати – витратні матеріали)	0	0	0
4	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	0	0	0
5	Інші процедури	0	0	0
6	Разом, гривень	0	0	0
7	Кількість суб'єктів господарювання, щодо яких виконано вимоги регулювання, одиниць	0	0	0
8	Сумарно, гривень	0	0	0
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування				
9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання <i>Формула:</i> <i>витрати часу на отримання інформації про 1 год</i> <i>X вартість часу</i> <i>суб'єкта малого підприємництва (23,7 грн./год. *) (* середня заробітна плата на території Тернопільської області за 2016 рік 3955 грн. поділити на середню тривалість робочого часу 167 годин/місяць)</i>	23,7	0	118,5
10	Процедури організації виконання вимог регулювання <i>Витрати часу на розроблення та організацію внутрішніх для суб'єкта господарювання процедур впровадження вимог регулювання (2 год. x 23,7 грн. – 1 дозвіл)</i> <i>Припускаємо, що один суб'єкт господарювання на протязі 5 років в середньому отримує 3 -4 дозволи (184 дозволів: 49 суб. господарювання)/5 років):</i> <i>1 рік - 1 дозвіл/1 рік: 2 год x 1 дозвіл x 23,7 грн.;</i> <i>2 рік – 0;</i>	47,4	0	47,4*3=142,2

	3 рік - 1 дозвіл/1 рік: 2год x 1 дозвіл x23,7грн. 4 рік – 0; 5 рік 1 дозвіл/1 рік: 2год x 1 дозвіл x23,7грн.			
11	Процедури офіційного звітування	0	0	0
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	0	0	0
13	Інші процедури	0	0	0
14	Разом, гривень	71,1	0	355,5
15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, щоповинні виконати вимоги регулювання, одиниць	49	49	49
16	Сумарно, гривень	3483,9	0	17419,5
* В середньому дозвіл планується видавати строком на 5 років.				

#### 4. Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва

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 процедуру	Вартість часу співробітника 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	0,5 год	23,7 (середня заробітна плата на території Тернопільської області за грудень 2016 року 3955 грн. поділити на середню тривалість	0,75 процедур = 184 дозволів/49 суб'єктів/5 років	49	435,49

		робочого часу 167годин/місяц ь			
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання (обстеження місць розміщення рекламних засобів з порушенням вимог регуляторного акта), у тому числі:	-	-	-	-	-
камеральні	-	-	-	-	-
виїзді	-	-	-	-	-
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання					
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	-	-	-	-	-
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	-	-	-	-	-
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	-	-	-	-	-
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	-	-	-	-	-
Разом за рік	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>435,49</b>
Сумарно за п'ять років	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>2177,45</b>

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

№ пп	Показник	Перший рік регулювання (стартовий)	За п'ять років
1	Оцінка “прямих” витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	0	0
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	3483,9	17419,5
3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	3483,9	17419,5
4	Бюджетні витрати на адміністрування Регулювання суб'єктів малого підприємництва	435,49	2177,45
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	<b>4063,1</b>	<b>20315,5</b>

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

Суб'єкти малого підприємництва в рамках виконання вимог розробленого регуляторного акту нестимуть незначні часові витрати на консультації з Тернопільською облдержадміністрацією по вимогах регулювання та на підготовку заяви на видачу дозволів на розміщення рекламоносіїв.

Витрати на оплату послуг з видачі дозволів суб'єкти малого підприємництва відсутні, оскільки дозволи видаватимуться безкоштовно. Звільнити суб'єкти малого підприємництва від регулювання неможливо, оскільки це буде суперечити діючому законодавству, зокрема Закону України «Про рекламу».