

## АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

до проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею»

### I. Визначення проблеми

#### Проблема, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання

Шляхом державного регулювання пропонується розв'язати проблему негативного впливу на учасників дорожнього руху зовнішньої реклами, встановленої поза межами населених пунктів у смузі відведення автомобільних доріг загального користування та над нею, що протирічить європейським нормам і негативно впливає на безпеку автомобільних доріг.

На сьогодні вздовж автомобільних доріг загального користування поза межами населених пунктів в Україні розміщена критична маса носіїв зовнішньої реклами (наземних щитів і рекламних конструкцій над проїзною частиною).

Головна проблема полягає в тому, що ці об'єкти виступають потужним чинником зовнішнього відволікання уваги водіїв, що суттєво підвищує ризики виникнення дорожньо-транспортних пригод (ДТП), загрожує життю та здоров'ю громадян, а також знижує пропускну здатність і безпеку дорожньої інфраструктури.

Наукові засади цієї проблеми підтверджуються масштабними міжнародними та вітчизняними дослідженнями:

#### **Збільшення тривалості погляду та когнітивного навантаження:**

Згідно з масштабним оглядом емпіричних досліджень у журналі *ScienceDirect* (охоплює 57 наукових праць, оприлюднених у період до 2026 року), придорожні рекламні конструкції (особливо динамічні, цифрові та освітлені) критично перевантажують когнітивну систему водія.

Вони збільшують тривалість та частоту фіксацій погляду на об'єктах, не пов'язаних із керуванням. Дослідження *Monash University Accident Research Centre* (Австралія) зафіксувало, що в середньому водій витрачає від 0,5 до 1 повної секунди на розглядання придорожнього білборда.

При цьому на високих швидкостях поза межами населених пунктів (90–110 км/год) за 1 секунду автомобіль долає від 25 до 30 метрів «наосліп».

#### **Погіршення контролю над транспортним засобом:**

У дослідженні, опублікованому на *ResearchGate*, за результатами симуляційного моделювання виявлено, що у водіїв за наявності придорожньої реклами суттєво погіршувалися два ключові показники безпеки: **утримання автомобіля в межах своєї смуги руху (lane drifting)** та **безпечний перетин небезпечних перехресть**.

#### **Раптове гальмування та порушення швидкісного режиму:**

Звіт європейського дослідницького проекту *ADVERTS* та дані британської *Transport Research Laboratory (TRL)* доводять, що наближення до рекламоносіїв (особливо великоформатних чи над дорогою) змушує водіїв здійснювати незаплановані акти жорсткого

гальмування та різко змінювати швидкісний режим, що провокує попутні зіткнення на швидкісних трасах.

#### **Маскування дорожніх знаків:**

Українська Дослідницька служба Верховної Ради України (<https://research.rada.gov.ua/print/74742.html>) у своїх аналітичних матеріалах зазначає, що засилля комерційного візуального шуму створює ефект «маскування» офіційних технічних засобів організації дорожнього руху (знаків, покажчиків, світлофорів).

Водій сприймає дорожній знак із суттєвим запізненням, оскільки його фокус уваги вже зміщений на яскраву рекламу.

Консервативні оцінки європейських інституцій (*European Commission Road Safety Synthesis*) пов'язують зовнішні чинники відволікання уваги з **5–25%** від усіх зареєстрованих автомобільних аварій.

Заборона або жорстке обмеження розміщення зовнішньої реклами вздовж магістральних автомобільних доріг є загальноприйнятою світовою практикою.

Міжнародний досвід доводить, що повне усунення комерційних візуальних подразників зі смуги відведення трас є найбільш ефективним інструментом зниження аварійності.

#### **Досвід країн Європейського Союзу**

Європейська політика у сфері безпеки дорожнього руху базується на концепції **Vision Zero** (нульова смертність на дорогах) та вимогах **Директиви 2008/96/ЄС про управління безпекою дорожньої інфраструктури**.

Підходи країн ЄС до регулювання придорожньої реклами є безкомпромісними:

**Німеччина:** Федеральний закон про автомобільні дороги (*Bundesfernstraßengesetz - FStrG*, стаття 9) встановлює сувору заборону на розміщення будь-яких рекламних конструкцій на відстані до **40 метрів** від краю проїзної частини федеральних автобанів (*Autobahn*) та до **20 метрів** для федеральних доріг нижчого рівня (*Bundesstraßen*). Поза межами населених пунктів діє презумпція повної заборони реклами, якщо вона може бути помітна учасникам дорожнього руху та відволікати їхню увагу.

**Франція:** Відповідно до Екологічного кодексу (*Code de l'environnement*), у Франції діє повна заборона на встановлення будь-якої реклами поза межами міських зон та населених пунктів (*hors agglomération*). Виняток становлять лише уніфіковані дорожні знаки сервісу та туристичної навігації. Порушення цієї норми карається значними штрафами та негайним примусовим демонтажем за рахунок власника конструкції.

**Іспанія:** Загальний закон про автомобільні дороги (*Ley 37/2015 de Carreteras*, стаття 37) повністю забороняє будь-яку рекламу в межах видимості з державних доріг, включно з приватними територіями, що прилягають до траси. Єдиним дозволеним елементом, який став культурним винятком, є силует «Бика Осборна» (оскільки суди визнали його елементом національного пейзажу, а не комерційною рекламою), проте навіть він позбавлений будь-яких рекламних написів чи логотипів.

**Польща:** Закон про автомобільні дороги (*Ustawa o drogach publicznych*) чітко регламентує мінімальні відстані для об'єктів зовнішньої реклами від краю проїзної частини поза межами населених пунктів. Залежно від класу дороги ця відстань становить від **25 до 50 метрів** (для автомагістралей та швидкісних доріг). Розміщення безпосередньо у смугі відведення заборонено повністю.

#### **Досвід Сполучених Штатів Америки:**

У США регулювання придорожньої реклами на федеральному рівні почалося ще у 1965 році із прийняттям **Закону про інновації та благоустрій автомобільних доріг (Highway Beautification Act - НВА)**.

Закон НВА суворо обмежує розміщення зовнішньої реклами (білбордів) уздовж міжштатних автомагістралей (*Interstate Highways*) та першорядних федеральних трас. Штати, які не забезпечують належного контролю та очищення придорожніх смуг від візуального сміття, караються зменшенням федерального фінансування на будівництво доріг на 10%.

Чотири штати — **Аляска, Гаваї, Мен та Вермонт** — пішли ще далі та впровадили **абсолютну заборону** на будь-яку комерційну зовнішню рекламу (білборди) на всій своїй території, незалежно від типу доріг. Дослідження, проведені в цих штатах, зафіксували не лише покращення статистики безпеки руху, а й позитивний економічний ефект за рахунок збереження природних ландшафтів, що підвищило туристичну привабливість регіонів.

#### **Ефективність міжнародних заборон у цифрах**

Наукове дослідження, проведене в **Ізраїлі** (*Transportation Research Part F*), проаналізувало наслідки урядової заборони та подальшого демонтажу всіх білбордів уздовж швидкісного шосе Аялон (найбільш завантажена магістраль країни).

Результати показали **зниження кількості ДТП із постраждалими на 30-40%** протягом періоду, коли реклама була відсутня.

**Після того, як через судові апеляції рекламу тимчасово повернули, аварійність знову зростає до попередніх показників.**

Звіт шведського Інституту досліджень доріг та транспорту (**VTI**) довів, що впровадження заборони на цифрові (LED) білборди вздовж автомагістралей зменшило кількість випадків «критичного відволікання уваги водія» (коли погляд відірваний від дороги довше ніж на 2 секунди) на **65%**.

#### **Обґрунтування необхідності імплементації міжнародного досвіду в Україні**

Україна, підписавши Угоду про асоціацію з ЄС, взяла на себе зобов'язання гармонізувати національне законодавство з європейськими стандартами безпеки інфраструктури.

Наявність тисяч хаотично розміщених білбордів у смугах відведення українських трас є пережитком перехідного періоду 1990–2000-х років.

Застосування успішного досвіду Німеччини, Франції та Польщі шляхом запровадження повної законодавчої заборони дозволить:

**ліквідувати чинник візуального хаосу** та повернути смугу відведення до її виключного цільового призначення — забезпечення безпечного руху та експлуатації доріг;

**створити єдині, прозорі та недискримінаційні правила** для бізнесу (унеможлививши корупційні винятки);

**наблизити інфраструктурні стандарти України до вимог Європейського Союзу.**

### **Причини виникнення проблеми**

#### **Інституційно-правові прогалини діючого законодавства:**

Стаття 16 Закону України «Про рекламу» та норми Закону «Про автомобільні дороги» історично містили дозвільну логіку. Вони дозволяли розміщення конструкцій за умови «погодження». Це породило корупційну практику легалізації щитів у межах смуг відведення, де рекламний контакт є найвищим.

### **Конфлікт комерційних інтересів та суспільної безпеки:**

Оператори ринку зовнішньої реклами та замовники (рекламодавці) керуються виключно показниками комерційної ефективності (OTS, GRP, тривалість візуального контакту).

Чим довше водій дивиться на рекламу, тим дорожче коштує площа.

Таким чином, бізнес-модель галузі базово суперечить вимогам безпеки, яка вимагає від водія 100% концентрації на дорожньому полотні.

### **Еволюція рекламних технологій:**

Сучасні цифрові білборди розробляються з використанням психофізіологічних тригерів, які змушують людське око рефлекторно реагувати на рух і світло.

Як зазначають дослідники у проекті *ADVERTS*, динамічна реклама викликає в рази триваліші фіксації погляду, ніж класичні статичні плакати.

### **Приміський та міжміський швидкісний фактор:**

На дорогах загального користування поза межами населених пунктів діють підвищені швидкісні режими. Час для ухвалення рішення водієм у разі виникнення перешкоди вимірюється мілісекундами.

Дослідження *Brunel University* показало, що на монотонних заміських або швидкісних трасах водії частіше піддаються впливу придорожніх білбордів через загальну втому, що створює передумови для миттєвої втрати контролю над авто.

**Водночас**, статтею 1 Закону України «Про автомобільні дороги» визначено, що автомобільна дорога - лінійний комплекс інженерних споруд, призначений для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.

Рух транспортних засобів автомобільними дорогами регулюється технічними засобами організації дорожнього руху ( далі – ТЗОДР), до яких відносяться механізми, пристрої та інше інженерне обладнання вулиць і доріг, призначене для регулювання дорожнього руху, фізичного й психологічного впливу на режим руху транспортних і пішохідних потоків.

Зокрема, до ТЗОДР, належать дорожні знаки, розмітка, світлофори, огороження, освітлення, а також інші пристрої, які впливають на рух на дорогах.

Відповідно до абзацу першого статті 9 Закону України «Про автомобільні дороги» рекламоносії не є складовими автомобільних доріг загального користування, а їх розміщення відповідно до абзацу третього цієї статті Закону у межах смуги відведення без дозволу власників доріг, органів, що здійснюють управління автомобільними дорогами, забороняється.

**Тобто рекламоносії, що розміщені на автомобільних дорогах не є регуляторами дорожнього руху.**

Державні стандарти України, на встановлення ТЗОДР розроблені відповідно до положень Конвенції про дорожній рух (Відень, 08.11.1968) та Конвенції про дорожні знаки й сигнали (Відень, 08.11.1968), де в статтях 4 визначено, що договірні сторони зобов'язуються вжити заходів, що забороняють розміщувати плакати, афіші, наносити розмітку й установлювати пристрої, які або можуть бути прийняті за сигнальні знаки або інші технічні засоби регулювання руху, або зменшувати їхню видимість або ефективність, або засліплювати водіїв та відволікати їхню увагу, створюючи тим самим небезпеку для дорожнього руху.

У пункті VII.4 розділу VII «Ландшафт» додатку II до Європейської угоди про міжнародні автомагістралі (Женева, від 15.11.1975), до якої Українська РСР приєдналась у 1982 році (постанова Ради Міністрів Української РСР від 09.11.1982 № 537), зазначено, що з

метою безпеки і естетичних вимог по сторонах міжнародних доріг забороняється розміщення рекламних щитів.

У пункті 15.3.2.3 «Розміщення рекламоносіїв» пункту 15.3 глави 15 «Реклама і безпека дорожнього руху» Зведеної резолюції про дорожній рух, прийнятої на засіданні Робочої групи по безпеці дорожнього руху Комітету по внутрішньому транспорту Європейської економічної комісії Економічної і Соціальної Ради Організації Об'єднаних Націй, що відбулось 14.08.2009 (ECE/TRANS/WP.1/123), серед іншого:

у Загальних правилах зазначено, що **«розміщення рекламоносіїв в межах смуги відведення доріг і над нею необхідно заборонити»;**

у пункту і) «Автомагістралі і подібні дороги» Правил, обумовлених типом інфраструктури зазначено, що **«За межами населеного пункту розміщення рекламоносіїв і рекламних вивісок переважно слід заборонити з обох сторін автомагістралі або дороги подібного типу, по змісту пункту 4 статті 25 Конвенції про дорожній рух 1968 року, якщо вони знаходяться в полі зору водіїв, або в іншому випадку, на відстані менше 200 метрів (або іншій відстані, визначеному національним законодавством), виміряному від зовнішнього краю проїзної частини» (пункт а);**

у пункту ii) «Інші дороги» Правил, обумовлених типом інфраструктури зазначено, що **«За межами населеного пункту розміщення рекламоносіїв і рекламних вивісок необхідно заборонити з обох сторін дороги на мінімальній відстані, виміряній від зовнішнього краю проїзної частини, яку необхідно визначати в національному законодавстві.».**

За даними Служб відновлення та розвитку інфраструктури в областях станом на 01.01.2025 поза межами населених пунктів в смугах відведення автомобільних доріг загального користування встановлено понад 6,6 тис. одиниць рекламоносіїв, з яких 6,2 тис. одиниць – на автомобільних дорогах державного значення та 0,4 тис. – місцевого значення. При цьому тільки на автомобільних дорогах державного значення 3,1 тис. одиниць або 49 відсотків рекламоносіїв, встановлених самовільно або з порушеннями законодавчих вимог.

Відповідно до норм статті 26 Закону України «Про рекламу» контроль за дотриманням законодавства про рекламу не належить до повноважень центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та управління автомобільними дорогами та обласних державних адміністрацій (обласних військових державних адміністрацій).

Тобто, ні центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та, який бере участь в оформленні дозволів на розміщення рекламоносіїв, ні обласні державні адміністрації (обласні військові державні адміністрації), які безпосередньо видають зазначені дозволи, не мають функції контролю за дотриманням законодавства про рекламу.

### **Оцінка важливості проблеми**

Проблема має **критичний рівень важливості.**

Рівень смертності та травматизму на автомобільних дорогах України залишається одним із найвищих у Європі.

Кожне ДТП завдає не лише непоправних людських втрат, а й колосальних макроекономічних збитків для держави (витрати на медичну допомогу, втрата працездатного населення, пошкодження дорожньої інфраструктури).

Забезпечення чистоти смуги відведення від комерційних об'єктів — це базовий стандарт безпеки в країнах ЄС, до якого Україна має адаптувати своє законодавство.

Національною транспортною стратегією України на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках, схвалених постановою Кабінету Міністрів України від 27.12.2024 № 1550, одним із завдань спрямованих на вирішення проблем, які потребують розв'язання для відновлення та розвитку конкурентоспроможної та ефективної транспортної системи, її інтеграції до транс'європейської транспортної мережі відповідно до політики та стандартів ЄС, є збереження автомобільних доріг загального користування та підвищення рівня безпеки їх експлуатації, в тому числі розбудова більш безпечної інфраструктури для пішоходів та велосипедистів, а також удосконалення законодавчих та організаційних засад забезпечення безпеки на транспорті.

За даними моніторингу Служб відновлення та розвитку інфраструктури в областях, поза межами населених пунктів в смугах відведення автомобільних доріг загального користування державного значення та над нею розміщено понад 6,2 тис. одиниць рекламоносіїв, з яких на міжнародних дорогах 3,3 тис. одиниць або 53 відсотків, на національних дорогах 1,7 тис. одиниць або 28 відсотків, на регіональних дорогах 0,7 тис. одиниць або 11 відсотків та територіальних дорогах 0,5 одиниць або 8 відсотків.

При цьому на автомобільних дорогах державного значення 2,8 тис. одиниць або 46% встановлені без дозвільних документів (самовільно), а 0,2 тис. одиниць або 3% з іншими порушеннями норм.

Разом з цим, за даними сайту <https://www.outdoor-online.com.ua/uk/resources/search> (система підбору площини зовнішньої реклами по Україні) тільки станом на 25.06.2025 на вулично-дорожній мережі країни встановлено 130335 одиниць рекламоносіїв (білборди/щити - площини розміром 3м X 6м), з яких на трасах (автомобільних дорогах загального користування) – 4 140 одиниць, що становить 3,2% від їх загальної кількості.

Такий незначний відсоток рекламоносіїв, розміщення яких підпадатиме під дію цього закону не матиме критичного впливу на діяльність суб'єктів господарювання у сфері рекламного бізнесу та не порушуватиме загальні принципів господарювання, встановлені статтею 6 Господарського кодексу України.

**Обласні державні адміністрації (обласні військові адміністрації) підтримали законопроект, про що Агентство відновлення офіційно повідомлено відповідними листами.**

Тільки в період з 2022 року по теперішній час Агентство відновлення та розвитку інфраструктури України (Агентство відновлення) відповідно до Типових правил розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 05.12.2012 № 1135, за поданням обласних державних адміністрацій (обласних військових адміністрацій), прийняло рішення про демонтаж 241 рекламних засобів, розміщених з порушенням нормативно-правових актів.

При цьому представники рекламного бізнесу не брали участі у публічних громадських обговореннях проєкту Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею», які проводились в період з 08 серпня по 08 вересня 2024 року та з 14 травня по 16 червня 2005 року (розміщено на офіційному вебсайті Агентства відновлення в підрозділі «Громадське обговорення» розділу «Громадськості»), а також в обговоренні аналізу регуляторного впливу зазначеного проєкта акта, який було

розміщено на офіційному вебсайті Агентства відновлення в підрозділі «Діяльність» підрозділі «Регуляторна діяльність», 23 січня 2024 року, 07 жовтня 2024 року, 23 липня 2025 року і 29 квітня 2026 року.

Рекламні агентства загалом негативно ставляться до заборони розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів в межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею, оскільки це може призвести до зменшити їхніх доходів та обсягів роботи.

Заборона реклами певних товарів або послуг, а також обмеження на розміщення реклами можуть призвести до втрати клієнтів та зниження прибутків.

Проте, деякі рекламні агентства можуть адаптуватися до нових умов, пропонуючи послуги з розробки творчих та ефективних рекламних кампаній, які відповідають законодавчим обмеженням.

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

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

### Неможливість вирішити проблему за допомогою ринкових механізмів

Використання виключно ринкових інструментів (таких як вільна конкуренція, ціноутворення або галузеве саморегулювання) є **абсолютно неможливим** з таких причин:

#### **відсутність економічних стимулів для безпеки:**

жоден оператор реклами добровільно не демонтує придорожній білборд на жвавій трасі, оскільки це призведе до прямої втрати його доходу та програшу конкурентам, які залишать свої конструкції.

#### **ефект «зовнішніх ефектів»:**

у даному випадку має місце класичний негативний зовнішній ефект (екстерналія) в економіці. Прибуток від реклами отримують приватні суб'єкти (оператор та рекламодавець), а фінансові та соціальні збитки від аварій (смерть людей, лікування, пошкодження майна) покладаються на все суспільство та державу. Ринок самостійно такі екстерналії врегулювати не спроможний.

**пріоритет стандартів безпеки над комерцією:** Безпека дорожнього руху є суспільним благом, контроль за яким, згідно з міжнародною практикою, є монопольною і невідчужуваною функцією держави.

Проблема заборони розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею не може бути вирішена за допомогою ринкових механізмів, так як норми встановлення зазначених

рекламоносіїв регулюються не Господарським кодексом України, а Законом України «Про рекламу» (ст. 16) та Законом України «Про автомобільні дороги (ст. 38) .

### **Неможливість розв'язання проблеми за допомогою діючих регуляторних актів**

Діюче нормативно-правове регулювання є неефективним і застарілим через компромісний характер норм:

#### **Неефективність обмежень:**

поточні редакції законів намагаються регулювати параметри (яскравість, відстань між конструкціями тощо). Проте, як доводить звіт проєкту *ADVERTS*, будь-яка наявність комерційного об'єкта в полі зору водія на швидкісній трасі все одно рефлекторно відволікає увагу, незалежно від того, виконані технічні умови чи ні.

#### **Складність контролю та демонтажу:**

наявна система контролю вимагає тривалих судових чи адміністративних процедур для знесення навіть незаконно встановлених білбордів. За цей час конструкції продовжують створювати аварійні ситуації.

#### **Корупціогенність дозвільної системи:**

Наявність процедури «погодження розміщення» створює постійне корупційне поле, коли зацікавлені особи намагаються обійти архітектурні чи безпекові вимоги заради отримання дозволу на вигідну локацію.

Відносини у сфері розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у смузі відведення автомобільних доріг загального користування та над нею, регулюються нормами статті 16 Закону України «Про рекламу», статтями 9, 26 та 38 Закону України «Про автомобільні дороги», які не узгоджуються між собою в частині визначення дозвільного органу з видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами в межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування поза межами населених пунктів.

Заборони і обмеження, визначені в чинних Законах, щодо встановлення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування не вирішують проблему, яку пропонується розв'язати шляхом державного регулювання.

**Висновок:** Єдиним дієвим та безкомпромісним шляхом усунення загрози для учасників дорожнього руху є введення повної законодавчої заборони на розміщення будь-яких рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування поза межами населених пунктів та над ними. Це відповідає успішній практиці країн Скандинавії та більшості держав ЄС.

### **Суб'єкти, на яких проблема справляє негативний вплив є:**

органи управління автомобільними дорогами загального користування - чинне законодавство, яке регулює розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у смузі відведення автомобільних доріг загального користування та над нею;

користувачі автомобільних доріг загального користування - негативний вплив на сприйняття водіями дорожньої обстановки, погіршення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.

## II. Цілі державного регулювання

Ціллю державного регулювання є приведення окремих норм українського законодавства в галузі розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у смугі відведення автомобільних доріг загального користування та над нею до європейських стандартів.

## III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

### 1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1	<p>Залишити без змін норми чинного законодавства щодо заборони розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею.</p> <p>Не вирішує проблему інтеграції українських доріг до транс'європейської транспортної мережі та не відповідає європейським нормам в галузі зовнішньої реклами.</p>
Альтернатива 2	<p>Внести зміни до чинних законодавчих актів в частині заборони розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у смугі відведення лише на автомобільних дорогах загального користування міжнародного значення та над нею, відповідно до розділу VII Європейської угоди про міжнародні автомагістралі (Женева, 15.11.1975).</p> <p>Заборона розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування міжнародного значення, на яких розміщено більше половини (53%) рекламоносіїв лише частково вирішить проблему регуляторного акта.</p> <p>Наявність рекламоносіїв на дорогах національного, регіонального та територіального значення, а також місцевого значення не вирішить проблеми їх розвитку, не забезпечить їх належне експлуатаційне утримання, зокрема узбіччя, не буде усунуто негативний вплив на сприйняття водіями дорожньої обстановки, не буде вирішено питання покращення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.</p>
Альтернатива 3	<p>Прийняття регуляторного акта щодо заборони розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею сприятиме інтеграції українських доріг до транс'європейської транспортної мережі та не відповідає європейським нормам в галузі зовнішньої реклами.</p> <p>Рекламні агентства загалом негативно ставляться до заборон на рекламу, оскільки це може зменшити їхні доходи та обсяги роботи.</p> <p>Проте, деякі рекламні агентства можуть адаптуватися до нових умов, пропонуючи послуги з розробки творчих та ефективних рекламних</p>

<p>кампаній, які відповідають законодавчим обмеженням.</p> <p>При цьому незначний відсоток рекламоносіїв, які підпадатимуть під дію цього закону не матиме негативного впливу на діяльність суб'єктів господарювання у сфері рекламного бізнесу та не порушуватиме загальних принципів господарювання, встановлених статтею 6 Господарського кодексу України.</p>
---

## 2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	<p>Наявність рекламоносіїв та збільшення їх кількості поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею забезпечує надходження видатків до державного та місцевих бюджетів України.</p> <p>Кількість суб'єктів господарювання у сфері рекламного бізнесу регулюється ринковими потребами.</p>	Відсутні
Альтернатива 2	<p>Перерозподіл мережі рекламоносіїв поза межами населених пунктів із смуги відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення та над нею, на смуги відведення автомобільних доріг загального користування національного, регіонального, територіального значення не вплине на надходження видатків до державного та місцевих бюджетів України.</p> <p>Кількість суб'єктів господарювання у сфері рекламного бізнесу регулюється ринковими потребами.</p>	<p>Часткові Рекламні агентства загалом негативно ставляться до заборон на рекламу, оскільки це може суттєво зменшити їхні доходи та обсяги роботи.</p> <p>Заборона реклами певних товарів або послуг, а також обмеження на розміщення реклами можуть призвести до втрати клієнтів та зниження прибутків.</p> <p>Проте, деякі рекламні агентства можуть адаптуватися до нових умов, пропонуючи послуги з розробки творчих та ефективних рекламних кампаній, які відповідають законодавчим</p>

		обмеженням.
Альтернатива 3	<p>Забезпечить позитивний вплив на реалізацію державної політики в частині здійснення заходів з будівництва (нового будівництва, реконструкції, реставрації, капітального ремонту), забезпечить належне експлуатаційне утримання, зокрема узбіччя доріг, мінімізує вплив зовнішньої реклами на водіїв, покращить естетичне сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.</p> <p>Відсутність рекламоносіїв поза межами населених пунктів у смузі відведення автомобільних доріг загального користування та над нею та перенесення їх в інші місця відведення призведе до перерозподілу надходжень видатків до державного та місцевих бюджетів. Кількість суб'єктів господарювання у сфері рекламного бізнесу регулюється ринковими потребами.</p>	<p>Часткові Рекламні агентства загалом негативно ставляться до заборон на рекламу, оскільки це може суттєво зменшити їхні доходи та обсяги роботи.</p> <p>Заборона реклами певних товарів або послуг, а також обмеження на розміщення реклами можуть призвести до втрати клієнтів та зниження прибутків.</p> <p>Проте, деякі рекламні агентства можуть адаптуватися до нових умов, пропонуючи послуги з розробки творчих та ефективних рекламних кампаній, які відповідають законодавчим обмеженням</p>

## Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	<p>Наявність рекламоносіїв та збільшення їх кількості поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею сприяє інформаційному навантаженню на учасників дорожнього руху та не забезпечує естетичне сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.</p>	Відсутні
Альтернатива 2	<p>Мінімізація інформаційного навантаження на водіїв транспортних засобів лише на автомобільних дорогах загального користування міжнародного значення. Для автомобільних доріг загального користування національного, регіонального, територіального значення проблема залишається не вирішеною, що сприяє інформаційному навантаженню на учасників дорожнього руху та не забезпечує естетичне сприйняття</p>	Відсутні

	автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів. безпечного та зручного руху транспортних засобів.	
Альтернатива 3	Мета законопроекту досягнута. Інформаційне навантаження на водіїв транспортних засобів мінімізоване. Автомобільні дороги загального користування, сприймаються як цілісний лінійний комплекс, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.	Відсутні

## Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Показник	Великі*	Середні*	Малі*	Мікро*	Разом
Кількість суб'єктів господарювання – власників об'єктів зовнішньої реклами, які що підпадають під дію регулювання, одиниць	11	1562	112	39	1724
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	0,6	90,6	6,5	2,3	100

\* орієнтовна кількість суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами, які розміщують рекламоносії лише у смузї відведення автомобільних доріг загального користування та над нею поза межами населених пунктів визначена за результатами моніторингу звернень суб'єктів господарювання (рекламні агентства) в минулі роки до Державного агентства відновлення та розвитку інфраструктури України (Агентство відновлення) та обласних державних адміністрацій (військових державних адміністрацій).

На офіційному сайті Державної служби статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua/> інформація щодо кількості діючих суб'єктів господарювання (власників рекламоносіїв розміщених у смузї відведення автомобільних доріг загального користування поза межами населених пунктів) за видами економічної діяльності в розділі «Економічна статистика / Економічна діяльність / Діяльність підприємств» "Код за КВЕД–2010/Code NACE, Rev.2" 73.11 відсутня.

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Збільшення клієнтів та прибутків суб'єктів господарювання від рекламного бізнесу	Відсутні
Альтернатива 2	Заборона розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування міжнародного значення не є	Витрати суб'єктів господарювання, пов'язані з з вибором нового місця розміщення рекламоносіїв, зокрема, на земельні ділянки

	заборона розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів, що регулюється абзацом першим статті 16 Закону України «Про рекламу». Рекламні агентства можуть адаптуватися до нових умов, пропонуючи послуги з розробки творчих та ефективних рекламних кампаній, які відповідають законодавчим обмеженням.	суміжні із землями дорожнього господарства. Демонтаж рекламоносіїв, розміщених без документів дозвільного характеру буде здійснюватися власниками рекламоносіїв за рахунок власних коштів або балансоутримувачами автомобільних доріг загального користування міжнародного значення за рахунок коштів передбачених в державного бюджеті на експлуатаційне утримання автомобільних доріг.
Альтернатива 3	Заборона розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування не є заборонаю розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів, що регулюється абзацом першим статті 16 Закону України «Про рекламу». Рекламні агентства можуть адаптуватися до нових умов, пропонуючи послуги з розробки творчих та ефективних рекламних кампаній, які відповідають законодавчим обмеженням.	Витрати суб'єктів господарювання, пов'язані з перенесенням рекламоносіїв із смуги відведення автомобільних доріг загального користування на земельні ділянки суміжні із землями дорожнього господарства. Демонтаж рекламоносіїв, буде здійснюватися власниками рекламоносіїв за рахунок власних коштів або балансоутримувачами автомобільних доріг загального користування міжнародного значення за рахунок коштів передбачених в державного бюджеті на експлуатаційне утримання автомобільних доріг.

Сумарні витрати за альтернативами	Сума витрат, гривень
Альтернатива 1. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (рядок 11 таблиці "Витрати на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта")	0
Альтернатива 2. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання	15 730 000,0 Отримання дозволу відповідно до законів

<p>великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (рядок 11 таблиці «Витрати на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта»)</p>	<p>України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про адміністративні послуги» та «Про перелік дозвільних документів у сфері господарської діяльності» на встановлення (перенесення) понад 3,7 тис. рекламоносіїв за межі смуги відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення.</p>
<p>Альтернатива 3. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (рядок 11 таблиці «Витрати на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта»)</p>	<p>15 730 000,0 Отримання дозволу відповідно до законів України «Про рекламу», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про адміністративні послуги» та «Про перелік дозвільних документів у сфері господарської діяльності» на встановлення (перенесення) 6,7 тис. рекламоносіїв за межами смуги відведення автомобільних доріг загального користування державного та місцевого значення.</p>

#### 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 - цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати)	Наявність рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування державного та місцевого значення не сприяє реалізації державної політики в частині здійснення заходів з будівництва (нового будівництва, реконструкції, реставрації, капітального ремонту), створює перешкоди для належного експлуатаційного утримання доріг, зокрема узбіччя, негативно впливає на сприйняття водіями дорожньої обстановки, погіршує естетичне сприйняття автомобільної дороги, як

		цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.
Альтернатива 2	2 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невіршеними)	Цілі державного регулювання частково досягнуті. 53 відсотків рекламоносіїв винесені за межі смуги відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення. 47 відсотків рекламоносіїв залишилися на автомобільних дорогах загального користування національного, регіонального та територіального значення, не вирішить проблеми їх розвитку, не забезпечить їх належне експлуатаційне утримання, зокрема узбіччя, не буде усунуто негативний вплив на сприйняття водіями дорожньої обстановки, не буде вирішено питання покращення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.
Альтернатива 3	4 - цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде)	Прийняття Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею» сприятиме реалізації державної політики в частині здійснення заходів з будівництва (нового будівництва, реконструкції, реставрації, капітального ремонту), забезпечить належне експлуатаційне утримання, зокрема узбіччя доріг, мінімізує вплив зовнішньої реклами на водіїв, покращить естетичне сприйняття автомобільної дороги, як цілісного

	лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.
--	--

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	<p>Держава:</p> <p>Надходження до державного бюджету видатків від суб'єктів господарювання, діяльність яких пов'язана з рекламним бізнесом.</p>	<p>Держава:</p> <p>Відсутні</p>	<p>Наявність рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування державного та місцевого значення не сприяє реалізації державної політики в частині здійснення заходів з будівництва (нового будівництва, реконструкції, реставрації, капітального ремонту), створює перешкоди для належного експлуатаційного утримання доріг, зокрема узбіччя, негативно впливає на сприйняття водіями дорожньої обстановки, погіршує естетичне сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.</p>

	<p>Громадяни: Відсутня</p> <p>Суб'єкти господарювання: Надходження коштів від розвитку рекламного бізнесу.</p>	<p>Громадяни: Відсутні</p> <p>Суб'єкти господарювання: Відсутні</p>	<p>Наявність рекламоносіїв у смузі відведення автомобільних доріг загального користування значення та над нею суттєво перевантажує інформаційний простір, що не забезпечує належне сприйняття дорожньої обстановки</p> <p>Наявність рекламоносіїв та автомобільних дорогах загального користування суттєво перевантажує інформаційний простір, що не забезпечує належне сприйняття дорожньої обстановки.</p>
Альтернатива 2	<p>Держава:</p> <p>Перерозподіл мережі рекламоносіїв із смуги відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення на смуги відведення автомобільних доріг загального користування національного, регіонального, територіального значення не вплине на надходження</p>	<p>Держава: Відсутні</p>	<p>Проблема значно зменшиться</p> <p>Не забезпечує цілей державного регулювання. Розміщення рекламоносіїв у смузі відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення призводить до погіршення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу,</p>

	<p>видатків до державного бюджету України. Кількість суб'єктів господарювання у сфері рекламного бізнесу регулюється ринковими потребами.</p> <p>Громадяни:</p> <p>Відсутність рекламоносіїв у смузі відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення суттєво перевантажує інформаційний простір, що не забезпечує належне сприйняття дорожньої обстановки.</p> <p>Суб'єкти господарювання:</p> <p>Надходження коштів від розвитку рекламного бізнесу; заборона розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування міжнародного</p>	<p>Громадяни:</p> <p>Відсутні</p> <p>Суб'єкти господарювання:</p> <p>Витрати суб'єктів господарювання, пов'язані з перенесення рекламоносіїв із смуги відведення автомобільних доріг загального користування</p>	<p>призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів та суттєво перевантажує інформаційний простір, що не забезпечує належне сприйняття дорожньої обстановки</p> <p>Мінімізація інформаційного навантаження на водіїв транспортних засобів. Сприйняття автомобільної дороги загального користування міжнародного значення, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.</p> <p>Частково забезпечує цілі державного регулювання. Розміщення рекламоносіїв у смузі відведення автомобільних доріг загального користування</p>
--	--	--	---

	<p>значення не є заборонаю розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів. Розміщення рекламоносіїв поза межах населених пунктів регулюється абзацом першим статті 16 Закону України «Про рекламу».</p>	<p>міжнародного значення на земельні ділянки суміжні із землями дорожнього господарства. Демонтаж рекламоносіїв, розміщених без документів дозвільного характеру буде здійснюватися балансоутримувачам и автомобільних доріг загального користування міжнародного значення за рахунок коштів передбачених в державному бюджеті на експлуатаційне утримання автомобільних доріг.</p>	<p>національного, регіонального та територіального значення призводить до погіршення естетичного сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів та суттєво перевантажує інформаційний простір, що не забезпечує належне сприйняття дорожньої обстановки</p>
Альтернатива 3	<p>Держава:</p> <p>Відсутність у смузі відведення автомобільних доріг загального користування рекламоносіїв забезпечить комфортні умови руху користувачам доріг, що зменшить ризики виникнення дорожньо-транспортних пригод.</p>	<p>Держава:</p> <p>Витрати на демонтаж балансоутримувачам и автомобільних доріг загального користування самовільно (без документів дозвільного характеру) розміщених рекламоносіїв за рахунок коштів передбачених державним бюджетом на</p>	<p>Досягнення цілей державного регулювання та вирішення існуючої проблеми.</p> <p>Прийняття регуляторного акта та його реалізація забезпечить повною мірою досягнення основної цілі – можливість використання смуги автомобільних доріг загального користування для цілей дорожнього господарства та створення безпечних і комфортних умов учасникам</p>

	<p>Громадяни:</p> <p>Забезпечення комфортних та безпечних умов дорожнього руху, відсутність рекламоносіїв знизить відволікаючі фактори під час керування транспортними засобами.</p> <p>Суб'єкти господарювання:</p> <p>надходження коштів від розвитку рекламного бізнесу; заборона розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування міжнародного</p>	<p>експлуатаційне утримання автомобільних доріг загального користування.</p> <p>Громадяни:</p> <p>Відсутні</p> <p>Суб'єкти господарювання:</p> <p>Витрати на демонтаж балансоутримувачам и автомобільних доріг загального користування самовільно (без документів дозвільного</p>	<p>дорожнього руху.</p> <p>Прийняття регуляторного акта та його реалізація забезпечить повною мірою досягнення основної цілі – заборона розміщення рекламоносіїв у смузі відведення автомобільних доріг загального користування, що мінімізує вплив зовнішньої реклами на водіїв, покращить естетичне сприйняття автомобільної дороги, як цілісного лінійного комплексу, призначеного для безперервного, безпечного та зручного руху транспортних засобів.</p> <p>Розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування за межами смуги відведення позитивно вплине на безпеку автомобільних доріг та забезпечить розвиток доріг відповідно до</p>
--	---	---	--

	<p>значення не є заборонаю розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів. Розміщення рекламоносіїв поза межах населених пунктів регулюється абзацом першим статті 16 Закону України «Про рекламу».</p>	<p>характеру) розміщених рекламоносіїв за рахунок коштів передбачених державним бюджетом на експлуатаційне утримання автомобільних доріг загального користування.</p>	<p>європейських норм. Заборона розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах загального користування не є заборонаю розміщення рекламоносіїв поза межами населених пунктів. Розміщення рекламоносіїв поза межах населених пунктів регулюється абзацом першим статті 16 Закону України «Про рекламу».</p>
--	---	---	--

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Існуюча проблема залишається не вирішена	X
Альтернатива 2	Існуюча проблема вирішується частково (заборона розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення)	На дію акта може вплинути зміна правових засад щодо розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування міжнародного значення
Альтернатива 3	Існуюча проблема вирішується в повному обсязі (заборона розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування)	На дію акта може вплинути зміна правових засад щодо розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування

## **V. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми Запропоновані механізми регуляторного акта, за допомогою яких можна розв'язати проблему:**

Проектом акта передбачається врегулювання питання щодо заборони використання смуги відведення автомобільних доріг загального користування суб'єктами господарювання та іншими фізичними чи юридичними особами для заборони розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею.

Проектом акта пропонується внесення змін до статті 38 Закону України «Про автомобільні дороги» та до статті 16 Закону України «Про рекламу» щодо заборони розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею.

Цей Закон набиратиме чинність з дня наступного за днем його опублікування, та вводитиметься в дію через шість місяців після припинення або скасування дії воєнного стану.

Основним критерієм (показником) оцінювання ефективності реалізації проекту акта є зменшення кількості рекламоносіїв встановлених у смузі відведення автомобільних доріг загального користування.

За перший рік реалізації акта прогнозована кількість демонтованих рекламоносіїв становитиме орієнтовно 3,4 тис. штук з доведенням цієї кількості за наступні три роки до 6,6 тис. штук.

Тобто за три роки реалізації акта буде забезпечено відсутність рекламоносіїв у смузі відведення автомобільних доріг загального користування.

При цьому проектом акта пропонується встановити, що дозволи на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування, строк дії яких закінчується у період дії воєнного стану, вважаються такими, дію яких продовжено на період дії воєнного стану та до кінця календарного року, в якому припинено або скасовано воєнний стан, але не менше трьох місяців з дня його припинення чи скасування. до завершення строку, визначеного у них.

Порядок демонтажу рекламоносіїв, розташованих поза межами населених пунктів у межах смуги відведення автомобільних доріг загального користування та над нею пропонується затвердити актом Кабінету Міністрів України протягом трьох місяців з дня опублікування цього Закону.

## **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**

Виконання вимог регуляторного акта органами управління автомобільних доріг загального користування державного і місцевого значення (центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та управління автомобільними дорогами загального користування державного значення і Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні та Севастопольська міська державні адміністрації) не потребує фінансових ресурсів з державного чи місцевого бюджетів.

Демонтаж рекламоносіїв, розміщених без документів дозвільного характеру буде здійснюватися балансоутримувачами автомобільних доріг загального користування

міжнародного значення за рахунок коштів передбачених в державного бюджеті на експлуатаційне утримання автомобільних доріг.

Перенесення суб'єктами господарювання рекламоносіїв за межі смуги відведення автомобільних доріг загального користування та їх розміщення поза межами населених пунктів врегульовано абзацом першим статті 16 Закону України «Про рекламу».

Для впровадження цього регуляторного акта органи управління автомобільними дорогами загального користування забезпечують розроблення підзаконних актів, які регулюють дозвільну діяльність та організаційні заходи щодо які вживаються зазвичай для виконання актів Кабінету Міністрів України.

Питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, не перевищує 10 відсотків. Розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва не здійснювався.

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

Запропонований термін дії акта: безстроково.

Обґрунтування запропонованого терміну дії акта: з моменту набрання чинності зазначеного регуляторного акта термін його дії необмежений.

Регуляторний акт буде діяти безстроково. У разі, якщо під час строку дії регуляторного акта розв'язання визначеної проблеми буде неефективним, у підзаконні акти будуть вноситися зміни для досягнення цілей державного регулювання.

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

№	Назва показника	Одиниця виміру	За перший рік	За три роки
1	Орієнтовна прогнозована кількість рекламоносіїв демонтованих або перенесених за межі смуги відведення автомобільних доріг загального користування	шт.	2000	4700
2	Кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта	од.	1724	1724
3	Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта	%	100	100

Основним показником результативності дії регуляторного акта, який безпосередньо характеризує результативність його дії, та який підлягає контролю (відстеженню результативності) є прогнозована кількості рекламоносіїв перенесених (демонтованих) із смуги відведення автомобільних доріг загального користування. Орієнтовна прогнозована кількість рекламоносіїв демонтованих або перенесених за межі смуги відведення

автомобільних доріг загального користування протягом першого календарного року може становити понад 2000 одиниць.

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

Строки проведення базового відстеження результативності дії регуляторного акта - через 6 місяців після набрання чинності регуляторного акта.

Строки проведення повторного відстеження результативності дії регуляторного акта - через 1 рік після набрання чинності регуляторного акта.

Строки проведення періодичного відстеження результативності дії регуляторного акта: через кожні 3 роки з дати проведення повторного відстеження.

Метод проведення відстеження результативності регуляторного акта – статистичний.

Проведення відстеження результативності дії регуляторного акта буде здійснюватися Державним агентством відновлення та розвитку інфраструктури України, службами відновлення та розвитку інфраструктури в областях, обласні державні адміністрації (обласні військові адміністрації) та уповноважені підрозділи Національної поліції України.

Голова Державного агентства відновлення  
та розвитку інфраструктури України

Сергій СУХОМЛИН

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.