

ЗВІТ

про базове відстеження. результативності регуляторного акта - рішення, міської ради від 28.02.2007 №909 «Про внесення змін до рішення міської ради від 23.06.2004 №2003 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті»

1. Вид та назва регуляторного акта, результативність якого відстежується, дата його прийняття та номер.

Рішення міської ради від 28.02.2007 №909 «Про внесення змін до рішення міської ради від 23.06.2004 №2003 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті».

2. Назва виконавця заходів з відстеження : управління містобудування і архітектури виконкому міськради.

3. Цілями прийняття акта є створення рівних, прозорих умов для всіх суб'єктів господарювання; врегулювання правовідносин, що виникають між суб'єктами господарювання та органами місцевого самоврядування у процесі розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території міста відповідно до чинного законодавства України; спрощення процесу нарахування, його прозорість для рекламо розповсюджувача, надання можливості суб'єкту господарювання планування своєї витратної частини та розміщення найбільш оптимального засобу щодо виду конструкції, її габаритів та місця розміщення.

4. Строк виконання заходів з відстеження : 06.09.2007 по 06.10.2007.

5. Тип відстеження: базове.

6. Методи одержання результатів відстеження: контроль за обсягом надходжень коштів до місцевого бюджету від сплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних конструкцій, кількістю рекламних конструкцій в місті та кількістю рекламорозповсюджувачів, порушень Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті.

7. Дані та припущення, на основі яких відстежувалася результативність, а також, способи одержання даних : результати відстеження рішення одержані способом контролю за своєчасним та якісним надходженням коштів до міського бюджету від сплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних конструкцій, кількістю розповсюджувачів зовнішньої реклами в місті, рекламоносіїв та приписів щодо порушення Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті в двох періодах з 06.03.2006 по 06.09.2006 та з 06.03.2007 по 06.09.2007.

8. Кількісні та якісні значення показників результативності акта:

Кількісні показники	Період		Відхилення
	06.03.2007- 06.09.2007 (базовий)	06.03.2006- 06.09.2006	
Кількість розповсюджувачів зовнішньої реклами в місті, од.	150	135	+15
Кількість рекламоносіїв, од.	1153	1021	+132

Кількість приписів щодо порушення Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті, од.	102	127	- 25
Розмір надходжень коштів до цільового фонду від сплати за користування місцями розташування зовнішньої реклами в місті, грн.	1.770.726,43	1.297.675,93	+ 473.050,50

Якісні показники *	Період	
	06.03.2007- 06.09.2007 (базовий)	06.03.2006- 06.09.2006
Покращання естетичного вигляду та благоустрою міста	2	2
Впорядкування правовідносин між: громадянами, суб'єктами господарювання та органами місцевого самоврядування	2	2
Можливість для громадян, суб'єктів господарювання користуватися суспільними благами	1-2	2

* Примітка: якісні показники, які не мають чисельного виміру, можуть бути оцінені по трибальній шкалі:

Шкала	Бал 3
Досягнуто у високій мірі	3
Досягнуто більше ніж на 50 %	2
Досягнуто менше ніж на 50%	1
Практично не досягнуто	0

9. *Оцінка результатів реалізації регуляторного акта та ступеня досягнення визначених цілей.* На основі базового відстеження можна зробити висновок, що рішення міської ради від 28.02.2007 №909 «Про внесення змін до рішення міської ради від 23.06.2004 №2003 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті» не є актуальним на теперішній час тому що підготовлено проект рішення «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті», в якому відображені всі моменти даного рішення. Прийняття нової редакції Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті дозволить забезпечити реалізацію державної політики ціноутворення, спрямованої на розвиток підприємництва в Україні, поліпшити стан у сфері зовнішньої реклами та благоустрою міста, що в свою чергу підвищить рівень довіри до влади.

10. *Висновок:* завдяки прийняттю нового рішення «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті», в якому буде враховано всі моменти даного рішення, буде забезпечено стабільність та збільшення надходжень коштів до міського бюджету при умові зростання кількості звернень суб'єктів господарювання - розповсюджувачів зовнішньої реклами, а для суб'єктів господарювання - стабільність та можливість планувати свою подальшу діяльність. Тому, стає очевидним, що рішення міської ради від 28.02.2007 №909 «Про внесення змін до рішення міської ради від 23.06.2004 №2003 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті» з прийняттям нового Порядку можна буде вважати таким, що втратило чинність.

**Голова постійної комісії з питань
регулювання земельних відносин,
планування та забудови міста
Іванов Ю.О.**

21.11.2007