

ЗВІТ
повторного відстеження результативності дії регуляторного акта -
рішення Криворізької міської ради від 28.11.2007 №1995
«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 28.11.2007 №1995 «Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті».

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

3. Цілями прийняття акта є вдосконалення порядку розміщення зовнішньої реклами в місті з урахуванням архітектурних, планувальних, функціональних, історико-культурних чинників, покращання естетичного вигляду та сприяння благоустрою міста.

Дія регуляторного акта дозволяє забезпечити реалізацію державної політики ціноутворення, спрямованої на розвиток підприємництва в Україні, програми сприяння підприємству, поліпшує стан у сфері розміщення зовнішньої реклами та благоустрою міста, що в свою чергу підвищує рівень довіри громадян до влади.

4. Строк виконання заходів з відстеження : з 04.12.2008 по 04.01.2009.

5. Тип відстеження: повторне.

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 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, рекламних конструкцій та приписів щодо порушення Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті в двох періодах з 04.12.2007 по 04.06.2008 та з 04.06.2008 по 04.12.2008.

8. Кількісні та якісні значення показників результативності акта:

Кількісні показники	Період		Відхилення
	04.06.2008- 04.12.2008 (повторний)	04.12.2007- 04.06.2008 (базовий)	
Кількість суб'єктів господарювання, які здійснюють господарську діяльність у сфері реклами або за її до-помогою, од.	207	169	+38

Кількість рекламних конструкцій, од.	1724	1239	+485
Кількість приписів щодо порушення Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті, од.	282	499	-217
Розмір надходжень коштів від сплати за користування місцями розташування зовнішньої реклами в місті до бюджетів різних рівнів, грн.	1.904.114,91	1.516.614,87	+387.500,04

Якісні показники *	Період	
	04.06.2008-04.12.2008 (повторний)	04.12.2007-04.06.2008 (базовий)
Покращання естетичного вигляду та благоустрою міста	4	4
Впорядкування правовідносин між: громадянами, суб'єктами господарювання та органами місцевого самоврядування	3	3
Можливість для громадян, суб'єктів господарювання користуватися суспільними благами	3	4

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

Шкала	Бал
Досягнуто у високій мірі	4
Досягнуто більше ніж на 50 %	3
Досягнуто менше ніж; на 50%	2
Практично не досягнуто	1

9. *Оцінка результатів реалізації регуляторного акта та ступеня досягнення визначених цілей.* На основі повторного відстеження можна зробити висновок, що завдяки введенню в дію рішення міської ради від 28.11.2007 №1995 „Про Порядок розміщення зовнішньої реклами в місті”:

- збільшилась кількість суб'єктів господарювання, які здійснюють господарську діяльність у сфері реклами або за допомогою неї та рекламних конструкцій;

- збільшився розмір надходжень від плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних конструкцій;

- підвищився рівень інформованості суб'єктів господарювання щодо основних положень цього регуляторного акта.

Впровадження регуляторного акта дозволило забезпечити реалізацію державної політики ціноутворення, спрямованої на розвиток підприємництва в Україні, програми сприяння підприємству, поліпшити стан у сфері розміщення

зовнішньої реклами та благоустрою міста, що в свою чергу підвищило рівень довіри громадян до влади.

10. *Висновок:* дія Порядку розміщення зовнішньої реклами в місті дозволила підвищити відповідальність робочого органу за якість послуг перед споживачами, забезпечити захист естетичних, моральних потреб громадян, а замовників реклами захистити від необґрунтованого збільшення цін на рекламу. Також одночасно розглянуті пропозиції розповсюджувачів реклами, а саме ТОВ “Кратос”, ТОВ “Флайт, ЛТД”, СПД Мармера О.І., ПП “ВКФ КОНКОРД” стосовно зниження плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних конструкцій (аналіз зауважень та пропозицій, отриманих від громадян, суб’єктів господарювання, органів влади додається).

Виконання вимог рішення дозволило місцевим органам влади об’єктивно оцінювати ситуацію на ринку зовнішньої реклами.

За період повторного відстеження були виявлені наступні проблеми та питання, які потребують врегулювання:

1. питання щодо розміру базової місячної ставки та коефіцієнтів, що використовується для визначення плати за тимчасове користування місцями розташування рекламного засобу в залежності від типу засобу та місця його розташування;
2. доцільність коригування (при зміні в установленому порядку розміру мінімальної заробітної плати) базової місячної ставки платежу за 1 м² місця розташування рекламних засобів усіляких форм і конфігурацій, передбаченої вимогами п.п.7.1-7.4 Порядку;
3. відповідність Порядку принципам державної регуляторної політики згідно висновку комісії з перевірки регуляторних актів на відповідність принципам державної регуляторної політики у частині порядку надання дозволів та вимог до розташування рекламних засобів;
4. внести уточнення у порядок здійснення оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів.

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

23.01.2009р.