

ЗВІТ

про періодичне відстеження результативності регуляторного акта - рішення Дніпропетровської міської ради від 14.09.2011 № 37/15 "Про внесення змін до рішення міської ради від 18.02.04 № 29/15 "Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську"

1. Вид та назва регуляторного акта

Рішення Дніпропетровської міської ради від 14.09.2011 № 37/15 "Про внесення змін до рішення міської ради від 18.02.04 № 29/15 "Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську".

2. Назва виконавця заходів з періодичного відстеження

Відділ з питань реклами Дніпропетровської міської ради.

3. Цілі прийняття регуляторного акта

Рішення міської ради від 14.09.2011 № 37/15 "Про внесення змін до рішення міської ради від 18.02.04 № 29/15 "Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську" розроблено з метою упорядкування та об'єднання в одному нормативно-правовому акті порядку обчислення та здійснення оплат за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов'язаних з розташуванням рекламних засобів, за зберігання рекламних засобів у разі їх зберігання КП "Адміністративно-технічне управління" при проведенні примусового демонтажу шляхом викладення у новій редакції Положення про порядок оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів у місті Дніпропетровську, та визнання таким, що втратило чинність, Положення Про порядок оплати за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов'язаних з розташуванням рекламних засобів у місті Дніпропетровську, а також визнання такими, що втратили чинність, деяких рішень міської ради щодо розміщення зовнішньої реклами у м. Дніпропетровську.

4. Строк виконання заходів з відстеження

Відстеження результативності проводилось з 10.09.2014 по 10.10.2014.

5. Тип відстеження

Періодичне відстеження.

6. Методи одержання результатів відстеження

Періодичне відстеження здійснено на основі вивчення статистичних даних.

7. Дані та припущення, на основі яких відстежувалась результативність, а також способи одержання даних

Періодичне відстеження результативності цього регуляторного акта здійснювалось шляхом узагальнення та аналізу статистичних даних.

8. Кількісні та якісні значення показників результативності регуляторного акта

Рішення Дніпропетровської міської ради від 14.09.2011 № 37/15 "Про внесення змін до рішення міської ради від 18.02.04 № 29/15 "Про

розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську” є частиною низки регуляторних актів, розроблених відділом з питань реклами Дніпропетровської міської ради та спрямоване на регулювання відносин учасників ринку зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську.

Основним завданням рішення Дніпропетровської міської ради від 14.09.2011 № 37/15 є упорядкування усіх видів оплат, які стосуються розміщення зовнішньої реклами на міській території, та об’єднання порядків їх нарахування в одному нормативно-правовому акті, а також приведення таких актів міської ради у відповідність до чинного законодавства.

Грунтуючись на абсолютних показниках надходжень плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, плати за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов’язаних з розташуванням рекламних засобів, загальної кількості рекламних засобів, узагальнюючи та аналізуючи статистичні дані за відповідні періоди 2012 - 2014 років, можливо зробити такі висновки:

- зростання надходжень щодо оплат, пов’язаних з розміщенням зовнішньої реклами на території міста, свідчить про ефективність упорядкування вищезазначених оплат (за 2013 р. розмір надходжень плат за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів збільшився на 500 тис. грн. у порівнянні з 2012 р. і становить 26500 тис. грн.);
- таке упорядкування дало можливість зменшити кредиторську заборгованість розповсюджувачів зовнішньої реклами з плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів та плати за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов’язаних з розташуванням рекламних засобів;
- має місце зменшення надходжень плати за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов’язаних з розташуванням рекламних засобів (за 2013 р. розмір надходжень плат зменшився на 36, 5 тис. грн. в порівнянні з 2012 р. і становить 73, 5 тис. грн.), що обумовлено зменшенням кількості зазначених робіт;
- загальна кількість рекламних засобів збільшилася з 5151 од. (станом на 01.01.2013) до 5635 од. (станом на 01.01.2014). Періоди незначного зменшення кількості рекламних засобів обумовлено впровадженням пооб’єктних схем розташування великогабаритних рекламних засобів з метою зменшення навантаження основних магістралей міста зазначеними рекламними засобами та покращення якості рекламного середовища цих вулиць.

Також необхідно зазначити, що визнання такими, що втратили чинність, рішення міської ради від 01.03.06 № 44/34 “Про внесення змін та доповнень до рішення міської ради від 18.02.04 № 29/15 “Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську”, від 26.11.08 № 62/39 “Про внесення змін до рішення міської ради від 18.02.04 № 29/15 “Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську”, та від 02.12.09 № 58/52 “Про внесення змін до рішення міської ради від 26.11.08 № 62/39

стосовно розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську” призвело до прозорих та спрощених господарчих відносин між розповсюджувачами зовнішньої реклами і органами виконавчої влади та збільшення надходжень до міського бюджету.

9. Оцінка результатів реалізації регуляторного акта

На підставі результатів періодичного відстеження результативності рішення Дніпропетровської міської ради від 14.09.2011 № 37/15 “Про внесення змін до рішення міської ради від 18.02.04 № 29/15 “Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську” можна зробити висновок, що регуляторний акт є ефективним, має високий ступінь досягнення визначених цілей, результати реалізації його положень мають позитивну динаміку.

Періодичне відстеження результативності планується здійснювати один раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення виконання заходів з повторного відстеження.

Начальник відділу
з питань реклами
Дніпропетровської міської ради



Д.М. Садковський