

Звіт

про періодичне відстеження результативності регуляторного акта – рішення Дніпровської міської ради від 18.02.2004 № 29/15 «Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську» (зі змінами)

1. Вид та назва регуляторного акта, результативність якого відстежується: рішення Дніпровської міської ради від 18.02.2004 № 29/15 «Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську» (зі змінами).

2. Назва виконавця заходів із відстеження: департамент торгівлі та реклами Дніпровської міської ради (далі – Департамент).

3. Цілі прийняття акта: рішення Дніпровської міської ради від 18.02.2004 № 29/15 «Про розміщення зовнішньої реклами в місті Дніпропетровську» (зі змінами) розроблено з метою забезпечення прозорих та спрощених господарчих відносин між розповсюджувачами зовнішньої реклами та органами місцевого самоврядування, а також упорядкування та об'єднання наступних визначень:

- порядок оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, які перебувають у комунальній власності;
- порядок оплати за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов'язаних з розташуванням рекламних засобів;
- порядок оплати за зберігання рекламних засобів у разі їх зберігання при проведенні примусового демонтажу.

4. Строк виконання заходів з відстеження: відстеження результативності проводилось з 17.02.2023 по 17.03.2023.

5. Тип відстеження: періодичне.

6. Методи одержання результатів відстеження: статистичний та соціологічний.

7. Дані та припущення, на основі яких відстежувалася результативність, а також способи одержання даних: періодичне відстеження результативності регуляторного акта здійснювалося шляхом аналізу наявних показників діяльності у Департаменті, Комунальному підприємстві «Земград» Дніпровської міської ради та Комунальному підприємстві «Дніпровські активи» Дніпровської міської ради.

8. Кількісні та якісні значення показників результативності акта:

№ з/п	Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р. (прогноз)
Кількісні				
1	2	3	4	5
1	Кількість місць розташування рекламних засобів, (од.)	430	126	134
2	Кількість суб'єктів господарювання, які здійснюють господарську діяльність у сфері надання послуг з розміщення зовнішньої реклами, (од.)	237	76	70
3	Розмір надходжень плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, тис. грн.	12 950,4	9 238,9	8 045,0
4	Розмір надходжень плати за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов'язаних з розташуванням рекламних засобів, тис. грн.	14,5	6,0	3,0
5	Розмір надходжень плати за зберігання рекламних засобів у разі їх зберігання, за умови примусового демонтажу, тис. грн.	117,3	20,0	32,0
Якісні				
1	Рівень інформованості громадян та суб'єктів господарювання щодо основних положень регуляторного акта	4	4	4

**Оцінку здійснено за 4 - бальною системою: 4 – досягнуто у високій мірі результат якісного показника, 3 – досягнуто більш ніж на 50 % результат якісного показника, 2 – досягнуто менше ніж на 50 % результат якісного показника, 1 – практично не досягнуто.*

Підвищення рівня інформованості громадян та суб'єктів господарювання щодо основних положень регуляторного акта досягнуто шляхом оприлюднення рішення на офіційному вебсайті Дніпровської міської ради у меню «Регуляторна політика» та у газеті «Наше місто».

9. Оцінка результатів реалізації регуляторного акта та ступеня досягнення визначених цілей: зменшення кількісних показників результативності регуляторного акта пов'язано з низкою факторів, зокрема з прийняттям виконавчим комітетом Дніпровської міської ради рішення від 18.12.2018 № 1250 «Про затвердження Принципів візуальної організації розміщення рекламних засобів, вивісок і табличок на фасадах будівель м. Дніпра» (далі – Принципи).

Принципи затверджувалися з метою поліпшення зовнішнього вигляду міського середовища та врегулювання порядку розміщення засобів зовнішньої реклами на фасадах будівель міста, в тому числі шляхом визначення дозволених місць розташування зовнішньої реклами, вимог до розмірів рекламних засобів та щільності їх розташування на фасаді будівлі.

Власники рекламних засобів, які мали дозволи на розміщення зовнішньої реклами, повинні привести у відповідність до вимог Принципів рекламні конструкції шляхом реконструкції зі зменшенням розмірів. Нові дозволи на розміщення зовнішньої реклами оформлюються на рекламні засоби, які відповідають вимогам Принципів, зокрема щодо їх розміру.

Крім цього, на зменшення показників результативності регуляторного акта вплинули пандемія гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, яка розпочалася у 2020 році, а також військова агресія російської федерації проти України у 2022 році, що істотно вплинуло на багатьох суб'єктів підприємницької діяльності і як наслідок – деякі з них припинили свою діяльність і скасували дозволи на розміщення зовнішньої реклами, демонтувавши рекламні засоби, які розміщувалися на місцях, що належать до комунальної власності.

Разом з цим слід зазначити, що було досягнуто цілі регуляторного акта, поставлені при його розробці, які згодом також було впроваджено з метою врегулювання правовідносин у сфері розміщення зовнішньої реклами.

Визначення стосовно оплати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів, які належать до комунальної власності, оплати за тимчасове користування міською територією для проведення робіт, пов'язаних з розташуванням рекламних засобів, та оплати за зберігання рекламних засобів у разі їх зберігання під час проведення примусового демонтажу було об'єднано та упорядковано.

Водночас цей регуляторний акт в подальшому може потребувати внесення змін з огляду на можливі змін чинного законодавства та динамічний розвиток правовідносин у цій сфері, що дозволить збалансувати інтереси учасників ринку зовнішньої реклами та органів місцевого самоврядування.

Наступне періодичне відстеження буде проведено у термін, визначений Законом України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності».

Міський голова



Борис ФІЛАТОВ