

ЗВІТ

про **періодичне** відстеження результативності нормативно-правового акта – рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 "Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів"

1. Вид та назва регуляторного акта, результативність якого відстежується

Рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 "Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів" (зі змінами та доповненнями, внесеними відповідно до рішень виконавчого комітету міської ради від 14 грудня 2009 року № 1416 "Про внесення змін та доповнень до рішення виконавчого комітету Кіровоградської міської ради від 9 лютого 2009 року № 195"; від 14 червня 2011 року № 590 "Про внесення змін та доповнень до Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кіровограді, затверджених рішенням виконавчого комітету міської ради від 9 лютого 2009 року № 195"); від 14 березня 2017 року № 130 «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету Кіровоградської міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кіровограді та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів»; від 11 вересня 2019 року № 523 «Про внесення змін до рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів»).

2. Назва виконавця заходів з відстеження

Проведення заходів із періодичного відстеження результативності регуляторного акта – рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 "Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів" забезпечує управління містобудування та архітектури Кропивницької міської ради.

3. Цілі прийняття акта

Рішення виконавчого комітету міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 "Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів" є нормативно-правовим актом, який спрямований на:

створення єдиної цілісної впорядкованої системи в галузі розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому;

створення правового простору, який буде сприяти розвитку рекламної діяльності в м. Кропивницькому;

встановлення Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів;

врегулювання питань, пов'язаних з організацією взаємодії між розповсюджувачами зовнішньої реклами та органами місцевого самоврядування;

встановлення порядку та умов погодження дозволів на розміщення зовнішньої реклами, їх надання, переоформлення, продовження строку дії дозволів на розміщення зовнішньої реклами, внесення до них змін, та скасування;

встановлення архітектурних та інших вимог щодо розміщення рекламних засобів в м. Кропивницькому;

встановлення порядку та підстав демонтажу рекламних засобів, розташованих у м. Кропивницькому на місцях, які перебувають у комунальній власності, з метою виключення самовільного та безоплатного використання комунальної власності м. Кропивницького;

збільшення надходжень до міського бюджету.

4. Строк виконання заходів з відстеження

Строк виконання заходів із періодичного відстеження – з 01 червня 2021 року по 01 липня 2021 року.

5. Тип відстеження (базове, повторне або періодичне)

Періодичне.

6. Методи одержання результатів відстеження

Відстеження здійснювалось за допомогою статистичних та бухгалтерських даних, а також аналізу ефективності застосування акта у сфері зовнішньої реклами.

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

Дані та припущення, на основі яких відстежувалася результативність у визначений період та способи одержання даних:

кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Кропивницького;

кількість поданих заяв рекламодавців (розповсюджувачів) про надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами;

кількість укладених договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів;

кількість приписів щодо усунення порушень Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому;

планове нарахування до міського бюджету відповідно до договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів.

8. Кількісні та якісні значення показників результативності акта

Дані	При базовому відстеженні (з 01.09.2009 р. по 01.10.2009 р.)	При повторному відстеженні (з 01.02.2011 р. по 01.03.2011 р.)	При періодичному відстеженні (з 01.06.2015 р. по 01.07.2015 р.)	При періодичному відстеженні (з 01.06.2018 р. по 01.07.2018 р.)	При періодичному відстеженні (з 01.06.2021 р. по 01.07.2021 р.)
Кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території міста Кропивницького	18	12	38	12	8
Кількість поданих заяв рекламодавців (розповсюджувачів) про надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами	17	16	9	31	26 (на 29.06.2021)
Кількість укладених договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів	10	11	13	0	4
Кількість приписів щодо усунення порушень Правил розміщення	21	8	4	2	16

зовнішньої реклами в м. Кропивницькому					
Планове нарахування до міського бюджету відповідно до договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів	125179,19	139255,29	197613,44	278728,12	484540,67

9. Оцінка результатів реалізації регуляторного акта та ступеня досягнення визначених цілей

В основному, цілей, яких було поставлено при прийнятті нормативно-правового акта – рішення виконавчого комітету Кіровоградської міської ради від 09 лютого 2009 року № 195 "Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому та Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів", було досягнуто.

Зазначений регуляторний акт має достатній ступінь досягнення визначених цілей, результати реалізації його положень мають позитивну динаміку, проте, деякі положення зазначеного регуляторного акту потребують конкретики та вдосконалення.

Відповідно до чинного законодавства України відповідальність за стан рекламних засобів несе їх власник.

Власник рекламної конструкції зобов'язаний утримувати передане місце та рекламний засіб у належному естетичному вигляді, задовільному технічному та санітарному стані, нести всі витрати щодо безпечної експлуатації конструкції, проводити антикорозійну обробку та фарбування металевих частин рекламного засобу, за свій рахунок негайно усувати можливі пошкодження рекламного засобу, місця, на якому він розміщений, у випадку пошкодження або приведення в непридатність спеціальної конструкції або сюжету, розміщеному на ньому, у найкоротший термін проводити їх заміну.

У зв'язку з погіршенням протягом останнього року погодних умов, посилення вітру, управління містобудування та архітектури та інспекцією з благоустрою виявлялись масові порушення при утриманні рекламних конструкцій. Найчастіше фіксувались пошкоджені рекламні сюжети, шматки яких засмічували прилеглу до

щитів територію, проїжджу частину, тротуари і т.д. Також виявлено випадки відсутності фарбування металевих частин конструкцій, деякі конструкції потребують ремонту різної складності або ж заміни на нові.

Власникам рекламних конструкцій неодноразово повідомлялось про необхідність своєчасно приводити конструкції до належного стану, зокрема забезпечувати належний естетичний стан рекламних площин, надсилались відповідні письмові вимоги.

Проте своєчасна позитивна реакція на зазначені вимоги слідувала не від усіх власників рекламних щитів. Деякими взагалі систематично ігноруються вимоги чинного законодавства України щодо необхідності утримання конструкцій у задовільному стані.

Розробки більш детальних та конкретних вимог потребує питання розміщення реклами на фасадах будинків, будівель та споруд.

Зазначені факти негативно впливають на естетичний вигляд міста, знижують його туристичну привабливість міста, формують негативні враження від рекламоносіїв у мешканців міста Кропивницького.

Зважаючи на ситуацію, яка склалась, відсутність дієвих важелів впливу на недобросовісних власників рекламних конструкцій, виникає необхідність у вирішенні проблемної ситуації шляхом вдосконалення Правил розміщення зовнішньої реклами, а саме передбачити наступне:

- однією з підстав демонтажу рекламних конструкцій вважатиметься неналежне їх утримання. При цьому неналежним утриманням пропонується вважати: пошкоджений паперовий носій (сюжет), який розміщується на рекламній площині шляхом наклеювання на рекламну площину, або будь-яким іншим методом; відсутність фарбування металевих частин рекламної конструкції, будь-які пошкодження металевих частин рекламної конструкції або його фундаменту;
- скорочення терміну виконання вимог припису про усунення порушень Правил розміщення зовнішньої реклами в м. Кропивницькому до 3-х днів;
- розширення шляхів повідомлення порушників про вимоги робочого органу, в т.ч. припису. Зокрема порушник вважатиметься повідомленим про вимоги робочого органу, в т. ч. припису у разі, їх надсилення на електронну адресу, або якщо вимоги та/або припис разом з фотофіксацією порушення розміщено на офіційному сайті міської ради в розділі новин.

Для вирішення питання поліпшення естетичної привабливості міста, зокрема, його історичної частини, необхідно розробити вимоги до розміщення зовнішньої реклами на фасадах будинків, будівель та споруд міста Кропивницького.

**Т.в.о. начальника управління
містобудування та архітектури
Кропивницької міської ради –
головного архітектора міста**

Ірина МАРТИНОВА