

ЗВІТ
про повторне відстеження результативності регуляторного акта –
рішення виконавчого комітету Ужгородської міської ради
27.12.2018 № 371 «Про впорядкування
розміщення об’єктів зовнішньої реклами»
(відповідно до ст. 10 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності»)

1. Вид та назва регуляторного акта, дата його прийняття та номер:

Рішення виконавчого комітету Ужгородської міської ради від 27.12.2018 № 371 «Про впорядкування розміщення об’єктів зовнішньої реклами»

2. Виконавець заходів з відстеження:

Департамент міського господарства Ужгородської міської ради

3. Цілі прийняття регуляторного акта:

- впорядкування рекламних засобів в місті, приведення їх до єдиного стилістичного та технологічного вигляду;
- усунення порушень чинного законодавства щодо розміщення зовнішньої реклами в місті;
- покращення естетичного вигляду забудови міста, усунення безсистемного розміщення рекламних засобів, що спричиняє до перенасиченості центральної частини міста рекламними засобами різних форматів, що у свою чергу призводить до порушення архітектурного ансамблю міста;
- забезпечення рівних, чітко визначених умов для всіх суб’єктів господарювання в сфері розміщення зовнішньої реклами та забезпечення належного рівня благоустрою.

4. Строк виконання заходів з відстеження:

03.10.2020р. – 24.10.2020р.

5. Тип відстеження (базове, повторне або періодичне):

Повторне відстеження

6. Методи одержання результатів відстеження:

Повторне відстеження здійснено на основі вивчення статистичних даних із використанням аналітичного методу

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

Повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснювалось шляхом узагальнення статистичних даних та аналізу:

- загальної кількості об'єктів зовнішньої реклами, розміщених у центральній частині міста;
- кількості поданих заяв на розміщення рекламних засобів у центральній частині міста відповідно до прийнятого регуляторного акта, у т. ч. заяв на зміну типу конструкції;
- кількості прийнятих рішень про відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами відповідно до прийнятого регуляторного акта;
- кількості демонтованих рекламних засобів у зв'язку із введенням в дію зазначеного регуляторного акта (кількості впорядкованих рекламних засобів);
- розміру надходжень до місцевого бюджету пов'язаних з дією акта.

8. Кількісні та якісні значення показників результативності:

Відстеження результативності регуляторного акта здійснюється у встановленому законодавством порядку за кількісними і якісними показниками з використанням статистичного методу одержання результатів відстеження.

Кількісні показники результативності акта – кількість поданих заяв на розміщення рекламних засобів у центральній частині міста відповідно до прийнятого регуляторного акта, кількість скарг, що надійшли від суб'єктів господарювання у сфері розміщення зовнішньої реклами, кількість виданих дозволів відповідно до прийнятого регуляторного акта, кількість демонтованих рекламних засобів.

Якісні показники результативності акта – розмір надходжень до місцевого бюджету; задоволення потреб мешканців міста в етичному, естетичному використанні міського інформаційного простору.

№ п/п	Показники	Кількість
1	Рекламні засоби, розміщені в центральній частині міста	181
2	Подані заяви на розміщення рекламних засобів відповідно до прийнятого регуляторного акта	0
3	Рішення про відмову у наданні дозволів на розміщення зовнішньої реклами відповідно до прийнятого регуляторного акта	0
4	Скарги від суб'єктів господарювання в сфері розміщення зовнішньої реклами щодо прийнятого регуляторного акта	0
5	Демонтовані рекламні засоби у зв'язку із введенням в дію зазначеного регуляторного акта	15

6 Розмір надходжень до міського бюджету Регуляторний акт не впливає на поповнення бюджету

9. Оцінка результатів реалізації регуляторного акту та ступеня досягнення визначених цілей:

Регуляторний акт - рішення виконавчого комітету Ужгородської міської ради від 27.12.2018 № 371 «Про впорядкування розміщення об'єктів зовнішньої реклами» має високий ступінь досягнення визначених цілей, а на підставі отриманих показників повторного відстеження результативності його дії можна зробити висновок про його ефективність.

Подальше відстеження результативності буде здійснюватися у терміни, визначені законодавством.

**В. о. директора департаменту
міського господарства**

Олена ЯЦКІВ