



УЖГОРОДСЬКА МІСЬКА РАДА



_____ сесія VI скликання

Р І Ш Е Н Н Я П Р О Е К Т №

_____ м. Ужгород

Про зміни до рішення міської ради 20.09.2013 року № 1028

З метою впорядкування механізму розміщення засобів зовнішньої реклами на території м. Ужгорода та збільшення надходжень до міського бюджету, керуючись п. 24 ст. 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» із змінами та доповненнями від 23.05.2012 року,

міська рада ВИРІШИЛА:

1. Внести зміни до рішення XIX сесії міської ради VI скликання 20.09.2013 року № 1028 « Про зміни до рішення міської ради від 11.01.2008 року № 587», виклавши додаток до Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів у новій редакції згідно з додатком.

2. Контроль за виконанням рішення покласти на секретаря ради та постійну комісію з питань бюджету, фінансів, оподаткування.

Секретар ради

В. Щадей

Додаток
до рішення ___ сесії міської ради
___ скликання № _____

Додаток
до Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, затвердженого рішенням ХХІХ сесії міськради ІV скликання від 04.06.04. № 315

Місячна плата за тимчасове користування місцями комунальної власності для розміщення рекламних засобів, плата за 1 кв. м. (грн.), в

Назва засобу	Центральна зона	Серединна зона	Периферійна зона
наземні рекламні засоби	96	72	48
не наземні рекламні засоби	36	24	12

т.ч. ПДВ

Секретар ради

В. Щадей

Супровідна записка

Фінансовим управлінням Ужгородської міської ради проведено аналіз динаміки надходжень плати за тимчасове користування місцями для розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території м. Ужгород та моніторинг надходження відповідної плати до бюджетів інших міст. З проведеного аналізу виявлено тенденцію нестабільного коливання та відсутність темпів росту плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розміщення рекламоносіїв.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 р. № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами», плата за тимчасове користування місцями для розміщення рекламних засобів зараховується до міського бюджету. Відповідно до зазначеної постанови, рішенням ХХІІІ сесії ІV скликання від 04.06.2004 р. № 315, було затверджено Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів. Розмір відповідної плати переглядався протягом дії вказаного Положення в 2008 р. В 2013 р. розмір відповідної плати знову переглядався у зв'язку з тим що розмір плати встановлювався без ПДВ, місячну плату збільшено на суму відповідного податку, який надходить до Державного бюджету згідно податкового законодавства.

Враховуючи вищевказане та відсутність приросту вищевказаних доходів загального фонду бюджету міста, що негативно впливає на можливість задовільного фінансування видатків бюджету міста, які щорічно збільшуються департаментом міського господарства було ініційовано створення робочої групи з підготовки пропозицій щодо перегляду розмірів плати за тимчасове користування місцями для розміщення об'єктів зовнішньої реклами, на засіданні якої врахувавши пропозиції членів робочої групи було одноголосно вирішено підготувати проект рішення про внесення змін у додаток до Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, затвердженого рішенням ХІХ сесії ІV скликання від № 1028 від 20.09.2014 року «Про зміни до рішення міської ради від 11.01.2008 року № 587», а саме внести зміни в додаток до Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, затвердженого рішенням ХХІІІ сесії ІV скликання від 04.06.2004 р. № 315, шляхом зміни розміру місячної плати .

При формуванні нових розмірів плати на економічно- обґрунтованому рівні враховувались не тільки інфляційні процеси, ступінь розвитку ринку реклами в Україні, а й попит на рекламомісця з цінними пропозиціями рекламних агентств.

Таблиця

Назва об'єкту зовнішньої реклами	Центральна зона		Серединна зона		Периферійна зона	
	Попередня плата за 1 кв.м	Пропонована плата за 1 кв.м	Попередня плата за 1 кв.м	Пропонована плата за 1 кв.м	Попередня плата за 1 кв.м	Пропонована плата за 1 кв.м
Наземні рекламні засоби	48	96	36	72	24	48
Не наземні та надахові рекламні засоби	18	36	12	24	6	12

Разом з тим, враховувалось і те, що головною сучасною проблемою, пов'язаною із функціонуванням ринку зовнішньої реклами в місті Ужгород є перенасиченість міста рекламними засобами різних форматів.

На підставі всебічного аналізу обставин, які склалися у галузі розміщення зовнішньої реклами департамент міського господарства подає на розгляд сесії міської ради проект рішення «Про зміни до рішення міської ради від 20.09.2013 року № 1028», та просить його підтримати.

В.о. директора департаменту

О. Костенчук

РЕГУЛЯТОРНИЙ АКТ
«Про внесення змін до рішення сесії міської ради від 20.09.2013 року № 1028»

1. Визначення та аналіз проблеми, яку пропонується розв'язати шляхом державного регулювання господарських відносин, а також оцінка важливості цих проблем.

Проект рішення розроблено у зв'язку з необхідністю виконання вимог законів "Про місцеве самоврядування в Україні", «Про рекламу», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (із змінами і доповненнями), з метою впорядкування розміщення реклами та ефективного використання комунального майна та майна територіальної громади м.Ужгорода, та збільшення обсягів надходжень до місцевого бюджету, створення сприятливих економічних умов для залучення інвестицій у рекламну галузь.

Кошти, отримані від надходжень за тимчасове користування місцями (для розміщення рекламних засобів), які перебувають у комунальній власності територіальної громади м. Ужгорода, враховуються при плануванні місцевого бюджету. Кошти загального фонду бюджету спрямовуються на фінансування програми соціально-економічного та культурного розвитку м. Ужгорода.

Розмір плати за розміщення рекламних конструкцій переглядався Ужгородською міською радою в 2008 році. У зв'язку з тим що розмір плати встановлювався без ПДВ, в 2013 році місячну плату було збільшено на суму відповідного податку, який надходить до Державного бюджету згідно податкового законодавства. Разом з тим відсутність приросту зазначених доходів загального фонду бюджету міста негативно впливає на можливість задовільного фінансування видатків бюджету міста, які щорічно збільшуються.

Під час опрацювання нових розмірів плати за розміщення реклами в місті Ужгороді здійснено розгляд цінової ситуації, яка склалась на ринку послуг з розміщення реклами, який включав в себе аналіз не тільки рівня діючих тарифів, а й попит на даний вид послуг з відповідними пропозиціями рекламних компаній, які займаються наданням цих послуг. Тобто, при формуванні нових розмірів плати на економічно – обґрунтованому рівні, враховувались не тільки інфляційні процеси в місті, ступінь розвитку ринку реклами в Україні, а й попит на рекламомісця з ціновими пропозиціями рекламних агентств.

Враховувалось і те, що головною сучасною проблемою, пов'язаною із функціонуванням ринку зовнішньої реклами в місті Ужгород, є перенасиченість міста рекламними засобами різних форматів.

На підставі всебічного аналізу обставин, які склалися у галузі розміщення зовнішньої реклами у місті, було запропоновано зазначений регуляторний акт.

2. Обґрунтування, чому визначена проблема не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів і потребує державного регулювання.

Розмір плати за право користування місцями для розміщення зовнішньої реклами, що знаходяться у комунальній власності, встановлюється рішенням міської ради і не може бути врегульований ринковими механізмами.

У запропонованому проекті рішення розмір плати за право користування місцями для розміщення зовнішньої реклами різних форм та конфігурацій, встановлено на економічно – обґрунтованому рівні.

3. Обґрунтування, чому визначена проблема не може бути розв'язана за допомогою діючого регуляторного акта, або внесення змін до нього.

Зазначені проблеми не можуть бути розв'язані за допомогою діючого Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розміщення рекламних засобів, оскільки розмір плати прив'язано до мінімальної заробітної платні, яка протягом 2008 року – 2014 року збільшилася.

4. Визначення цілей державного регулювання.

Відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу» встановлення плати за розміщення реклами відноситься до відання органів місцевої влади і підлягає державному регулюванню.

Проект рішення є нормативно-правовим актом, який спрямований на впорядкування розміщення реклами та ефективне використання комунального майна та майна територіальної громади м.Ужгорода, на збільшення обсягів надходжень до місцевого бюджету, на створення сприятливих економічних умов для залучення інвестицій у рекламну галузь.

5. Визначення та оцінка всіх прийнятних альтернативних способів досягнення визначених цілей, у тому числі тих, які не передбачають безпосереднього державного регулювання господарських відносин.

Альтернативними способами досягнення зазначених вище цілей є:

- залишення існуючої ситуації без змін;
- застосування ринкових механізмів;

- очікування прийняття нормативно-правових актів на загальнодержавному рівні;
- прийняття запропонованого проекту рішення.

Перший варіант є недоцільним, оскільки необхідно впорядковувати розміщення реклами та ефективно використовувати комунальне майно та майно територіальної громади м.Ужгорода, або повноваження щодо розпорядження якими здійснюють органи місцевого самоврядування м.Ужгорода.

Другий варіант неможливо використати для досягнення цілей регулювання, оскільки плата за розміщення реклами повинна бути передбачена на нормативному рівні, а ринкові механізми, в свою чергу, базуються на принципах, які перш за все, враховують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності, а не територіальної громади м.Ужгорода.

Третій варіант також є неприйнятним, враховуючи малоімовірність його реалізації у найближчому майбутньому, оскільки зміни до чинного законодавства (зокрема, до Закону України «Про рекламу», Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (із змінами)), у зв'язку із прийняттям змін до Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» на сьогоднішній день так і не були прийняті у встановленому порядку.

З огляду на зазначене, було обрано шлях врегулювання зазначених вище правовідносин шляхом прийняття рішення, яке враховуватиме вимоги чинних нормативно-правових актів та дозволить більш ефективно використовувати комунальне майно та майно територіальної громади м.Ужгорода, або повноваження щодо розпорядження якими здійснюють органи місцевого самоврядування м.Ужгорода та збільшити обсяги надходжень до місцевого бюджету.

6. Аргументація щодо переваг обраного способу досягнення визначених цілей.

Запропонований спосіб вирішення зазначеної проблеми є найбільш доцільним з огляду на можливість виконання та ефективної реалізації регуляторного акта, який повністю відповідає повноваженням Ужгородської міської ради відповідно до Законів України "Про місцеве самоврядування в Україні", "Про рекламу". Лише у такий спосіб можна вирішити зазначені проблеми найкращим чином, враховуючи інтереси громадян, суб'єктів господарювання та держави.

7. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначених проблем шляхом прийняття запропонованого регуляторного акта.

Проектом рішення, вносяться зміни до Додатку до Положення про надходження плати за тимчасове користування місцями комунальної власності для розташування рекламних засобів, відповідно до якого розраховується плата за розміщення реклами за базовими тарифами .

Реалізація проекту рішення не потребує матеріальних та інших витрат.

Рішення буде прийнято після його оприлюднення на офіційному сайті Ужгородської міської ради в мережі Інтернет з метою одержання зауважень і пропозицій від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань з подальшим відстеженням результативності регуляторного акту.

Розроблення рішення, що аналізується, здійснюється за принципами: законності, гласності (відкритості та загальнодоступності), колегіальності, урахування пропозицій громадських організацій, урахуванням практичного досвіду роботи на рекламному ринку, економічної та юридичної обґрунтованості, тощо.

8. Обґрунтування можливості досягнення визначених цілей у разі прийняття запропонованого регуляторного акта.

Затвердження змін у додаток до рішення міської ради від 20.09.2013 №1028 "Про зміни до рішення міської ради від 11.01.2013 року № 587", спрямований на ефективне використання комунального майна та майна територіальної громади м.Ужгорода, та збільшення обсягів надходжень до місцевого бюджету.

Затвердження плати за розміщення реклами розпорядженням, виходячи з наданих органам місцевого самоврядування повноважень, для забезпечення більш об'єктивного підходу при визначенні плати за розміщення реклами та підвищення ефективності організації оплати за вказані послуги.

Досвід правового регулювання сфери розміщення реклами показує свою ефективність.

Економічні показники доходності від отримання плати за розміщення реклами, говорять про ефективність та доцільність застосування наведених вище засобів вирішення проблеми.

До негативних обставин, які можуть впливати на виконання вимог рішення, що аналізується можна віднести:

- недотримання розповсюджувачами реклами рішення, що аналізується в частині порушення платіжної дисципліни;
- зміна законодавства, прийняття на державному рівні інших умов визначення розміру плати за розміщення реклами.

9. Обґрунтування можливості досягнення встановлених цілей з найменшими витратами для суб'єктів господарювання, громадян, держави.

Відповідно до статті 144 Конституції України рішення, прийняті органами місцевого самоврядування в межах повноважень, визначених законами, обов'язкові для виконання на відповідній території. Тобто, у разі внесення відповідних змін до Положення воно буде обов'язковим для виконання відповідними виконавчими органами міської ради та суб'єктами господарської діяльності. Прийняття відповідного акту забезпечить збільшення надходжень до місцевого бюджету.

10. Обґрунтування щодо вигод, які виникатимуть внаслідок дії запропонованого регуляторного акта, виправдовують відповідні витрати у випадку, якщо та/або вигоди не можуть бути кількісно визначені.

Ухвалення проекту рішення матиме своїм наслідком:

очікувані вигоди:

- досягнення цілей, передбачених пунктом 5 цього аналізу;
- ефективне використання комунального майна та майна територіальної громади м.Ужгорода, або повноваження щодо розпорядження якими здійснюють органи місцевого самоврядування м.Ужгорода;

очікувані витрати держави:

- організаційні витрати, пов'язані з прийняттям та впровадженням розпорядження (витрати, пов'язані з оприлюдненням даних документів тощо);

очікувані витрати суб'єктів господарювання, громадян:

- збільшення витрат за внесення плати за розміщення реклами.

Виконання вимог рішення дозволить місцевим органам влади об'єктивно оцінювати ситуацію на ринку зовнішньої реклами. З метою створення сприятливих умов для громадян та суб'єктів господарювання будуть своєчасно вноситися відповідні зміни до цього рішення.

11. Оцінка можливості впровадження та виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи державної влади, місцевого самоврядування, суб'єкти господарювання, які повинні впроваджувати та виконувати їх.

Впровадження відповідних змін до Положення не потребує коштів із міського бюджету.

12. Оцінка ризику впливу зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта.

Найбільш вагомими зовнішніми чинниками, що впливатимуть на дію регуляторного акта, буде зміна чинного законодавства у сфері реклами та економічної ситуації в країні.

Зазначені чинники мають значний вплив на результативність запропонованого регуляторного акта. Тому буде впроваджено постійний моніторинг щодо його оцінки, за результатами якого до нього будуть внесені відповідні зміни для усунення негативного впливу вказаних зовнішніх чинників.

13. Обґрунтування запропонованого терміну дії регуляторного акта.

Строк дії розпорядження не є обмеженим і залежить від економічних умов у країні.

14. Визначення показників результативності дії регуляторного акта.

Показником результативності акта стане:

- збільшення обсягів надходжень від плати за розміщення реклами;
- кількість розповсюджувачів реклами, на яких поширюватиметься дія регуляторного акта (територія дії акту – місто Ужгород);
- кількість рекламних засобів в м.Ужгороді.

Обсяги коштів та час, що витратимуться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акту залежить від конкретної ситуації: місця, строку розташування, виду та розміру площини рекламного засобу, сезонності тощо.

15. Визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження результативності дії регуляторного акта в разі його прийняття.

Відстеження результативності проекту рішення здійснюватиметься на підставі порівняння статистичних даних за показниками, визначеними у пункті 14 цього аналізу. Оприлюднення результатів базового відстеження результативності регуляторного акта буде здійснено після одного року з дня набрання чинності проекту рішення.

Періодичні відстеження результативності регуляторного акта будуть здійснюватися раз на кожні три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Аналіз регуляторного впливу підготовлено департаментом міського господарства Ужгородської міської ради .

Зауваження і пропозиції до проекту рішення міської ради приймаються в письмовому або електронному вигляді на адресу: Департамент міського господарства Ужгородської міської ради: 88000, м. Ужгород, пл. Поштова,3, (II-й поверх); 227 каб., тел.: 61-53-11, 61-41-90

e-mail: dmg@rada-uzhgorod.gov.ua.

В.о. директора департаменту

О. Костенчук