

**Результати аудиту ефективності процесу розміщення рекламних засобів,
проведеного в Департаменті містобудування та архітектури та
КП «Київреклама»**

Оцінюючи діючу систему розміщення рекламних засобів для покращення її ефективності, вдосконалення системи внутрішнього контролю, мінімізації ризиків, властивих рекламно-інформаційному простору, тощо, командою аудиторів зосереджено увагу на таких об'єктах аудиту як:

I - процес оформлення та видачі дозволів на розміщення рекламних засобів;

II - проведення договірної роботи, повнота та своєчасність перерахунків до бюджету м.Києва;

III - здійснення контрольно-наглядових функцій за розміщенням об'єктів зовнішньої реклами.

I. Так, на думку аудиторів, в періоді, що досліджувався поточна організація процесу видачі/продовження дозволів на розміщення зовнішньої реклами сповнена недоліків через відсутність достатньої кількості працівників в ДМА, невиконання ними посадових обов'язків та стислі терміни опрацювання дозвільної документації, що визначені нормативними актами.

Недосконала організація процесу призвела до систематичних випадків недотримання Департаментом містобудування та архітектури встановлених термінів, як на початковому етапі реєстрації заяв про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, так і на етапах здійснення погодження дозвільних справ, підготовки та погодження проектів розпоряджень КМДА тощо, що **призводить до можливого недоотримання бюджетом м. Києва в I півріччі 2016 року розрахунково близько 8,8 млн грн, в т.ч: за рахунок несвоєчасної підготовки дозволів - 5,3 млн грн, за рахунок не виданих погоджень на продовження дозволів - 3,5 млн гривень.**

Так, дослідження показало, що внаслідок неналежної організації роботи ДМА в 2015 та на початку 2016 року:

- В **97%** випадків з недотриманням встановленого строку **в один день** реєстрація **8117** заяв на розміщення **8117** рекламних засобів здійснювалась в строк **від 3 до 140** робочих днів.

- За період з січня по травень 2016 року Департаментом **практично не здійснювалось погодження дозвільних справ** – заявки **не направлялись до погоджувальних органів**. Відмічається, що нормативно визначений строк направлення справ на погодження - один день з моменту надходження документів від заявника.

Зокрема, за період з 19.01.2016 по 30.06.2016 Департаментом зареєстровано **2385** заяв на отримання дозволів, з яких направлено на погодження **596** дозвільних справ (**25%** від загальної кількості), значна частина з яких (**96%**) направлена Департаментом в червні 2016 року.

- В 2015 році та за січень-квітень 2016 року Департаментом неналежним чином здійснювались наступні процеси: розробка проектів розпоряджень КМДА з питань розміщення об'єктів зовнішньої реклами, їх супровід, розгляд, моніторинг опрацювання тощо.

Зокрема, відповідно до даних системи «АСКОД», після повернення до ДМА з правової експертизи **8** проектів розпоряджень на **2604** РЗ **протягом 3-4 місяців** вони перебували в ДМА і для подальшого проходження процедури погодження не направлялись, натомість створювались нові проекти розпоряджень, в які включались зазначені РЗ.

Аналіз **3733** заяв про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами показав, що в **76%** випадків, з моменту реєстрації заяв ЦНАП до моменту видання розпоряджень або включення РЗ до проектів розпоряджень витрачено **від 70 до 404** робочих днів.

Також, встановлено, що значна кількість РЗ (4907 од.) повторно (від 2 до 4 разів) включалася до різних проектів розпоряджень.

На думку аудиторів наведені факти в підсумку призвели до затягування процесу розгляду і видачі дозвільної документації та негативно вплинули на якість надання ДМА адміністративних послуг.

II. Оцінка процесу укладання договорів на право тимчасового користування місцем для розміщення рекламних засобів, виконання їх фінансової частини тощо показала, що в цілому в КП «Київреклама» організація договірної роботи здійснюється ефективно, є системною та формалізованою.

Перерахування грошових коштів до бюджету м.Києва здійснюється своєчасно та в повному обсязі.

Також, на думку аудиторів, на належному рівні в КП «Київреклама» здійснюється претензійно-позовна робота з боржниками та організована дієва система по роботі з дебіторами, в результаті чого протягом 2015 – I півріччя 2016 року дебіторська заборгованість по розрахункам з розповсюджувачами реклами зменшилась на 21,5%.

III. Процес здійснення контрольних функцій за розміщенням об'єктів зовнішньої реклами, на думку аудиторів, потребує вдосконалення та покращення, в першу чергу, в робочому органі, і суттєво залежить від налагодження процесу видачі дозвільної документації.

Зокрема, аудитори дійшли до висновку, що в періоді, який досліджувався, створена та функціонуюча в ДМА з 2015 року система оформлення документації на демонтаж є неналежним чином регламентованою та не підкріпленою достатньою кількістю фахівців, що призводить до затримки робіт з демонтажу на різних етапах, відволікання трудових та фінансових ресурсів та не відповідає вимогам сьогодення, як наслідок:

- Неможливо в повному обсязі та в короткі терміни опрацювати отриману від КП «Київреклама» інформацію щодо виявлених рекламних засобів, розміщених з порушенням Порядку, - ДМА з серпня 2015 по червень 2016 року із **22923** РЗ (виявлених КП «Київреклама») до наказів на демонтаж включено близько **23%** РЗ (5363 од) – не включено **17560** РЗ.

- Необхідний значний час для опрацювання інформації по виявленім КП «Київреклама» рекламним засобам, розміщеним з порушенням Порядку, для включення їх в наказ на демонтаж, - в середньому від **30 до 100 днів**.

- Відсутні єдині об'єктивні критерії визначення та регулювання термінів виконання наказів на демонтаж рекламних засобів, які б враховували фізичні та технічні можливості (людські ресурси, матеріально-технічну базу, завантаженість тощо) КП «Київреклама».

Так, накази ДМА містили терміни демонтажу **від 1-го до 75-ти** днів (аналіз 103-х наказів на демонтаж показав, що 52 накази (51%) містять терміни від 1-го до 30 днів, 45 наказів (43%) від 31-го до 60 днів та 6 наказів (6%) від 61-го до 75 днів). Як приклад, на демонтаж 550 РЗ передбачалось 30 днів, а на демонтаж 47 РЗ - 75 днів.

Як наслідок, підприємство, за наявності значного об'єму РЗ, розміщених з порушенням законодавства (тільки за I півріччя 2016 року виявлено 13,5 тис. РЗ), фактично не в змозі укладатися в терміни, встановлені в наказах ДМА (протягом 2015 – I півріччя 2016 років недотримано терміни щодо забезпечення демонтажу по 1869 РЗ (23%).

- Допущення в наказах на демонтаж ДМА значної кількості помилок.

Зокрема, як приклад, в квітні – грудні 2015 року в середньому **24%** (1282 РЗ) рекламних засобів включено до наказів помилково або з недостовірними даними, що призвело до відволікання людських ресурсів КП «Київреклама» для їх додаткового опрацювання і аналізу та затримки термінів демонтажу.

Оцінкою якості контролю за законністю розміщення рекламних засобів встановлено, що вагомий вплив на розміщення значної кількості незаконних рекламних конструкцій, особливо фасадних (реklamних вивісок, банерів, панно, кронштейнів) та перевантаження можливостей КП «Київреклама» в частині виявлення та демонтажу таких РЗ мали:

✓ існуючі недоліки в системі видачі дозвільної документації на розміщення рекламних засобів;

✓ недосконала система оформлення документації на демонтаж.

При цьому, проведеним дослідженням встановлено, що КП «Київреклама» проводиться постійна та системна робота щодо виявлення та демонтажу РЗ, які встановлені з порушенням Порядку.

Зокрема, КП «Київреклама» тільки протягом I півріччя 2016 року виявлено та направлено до ДМА для включення до наказів на демонтаж близько 12 тис. фасадних та інших рекламних конструкцій, розміщених з порушенням Порядку.

Таким чином, на думку аудиторів, встановлені проблеми та недоліки мають значний вплив на якість міського простору і свідчать про необхідність вдосконалення процесів, пов'язаних з розміщенням рекламних засобів, з метою чого, аудиторами напрацьовано ряд рекомендацій.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

за результатами аудиту ефективності процесу розміщення рекламних засобів, проведеного в Департаменті містобудування та архітектури та КП «Київреклама»

➤ З метою поліпшення ситуації та мінімізації корупційних впливів, аудиторська група рекомендує робочому органу та КМДА розглянути можливість поетапного впровадження проекту щодо паспортизації вулиць міста і створення комплексної схеми розташування носіїв зовнішньої реклами, що дало б змогу здійснювати реалізацію на конкурсних засадах вивільнених та/або нових місць під розміщення наземних рекламних конструкцій.

➤ Задля своєчасної підготовки проектів розпоряджень КМДА з питань надання, відмови у наданні, продовження строку дії, відмови у продовженні або скасування дозволів на розміщення зовнішньої реклами, їх погоджень та видачі, а також недопущення втрат коштів бюджетом міста Києва, пропонується розглянути питання та можливість затвердження КМДА окремого порядку погодження проектів розпоряджень КМДА, що стосуються розміщення зовнішньої реклами, який буде враховувати законодавчо встановлені часові обмеження з видачі документів дозвільного характеру.

➤ Розглянути питання та можливість синхронізації дій між Департаментом (Центром) надання адміністративних послуг м. Києва та робочим органом, шляхом впровадження автоматизованої системи реєстрації заяв, що дасть змогу уникнути випадків несвоєчасної реєстрації заяв про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами та мінімізує вплив на процес реєстрації людського фактору,

➤ З метою повного та своєчасного погодження дозволів на розміщення РЗ ввести в робочому органі внутрішню систему контролю за направленням погоджень дозвільних справ шляхом призначення відповідальних осіб.

➤ Задля мінімізації формальних підстав щодо відмов утримувачами інженерних мереж у розміщенні наземних конструкцій робочому органу розглянути питання та можливість внесення змін до нормативно-правових актів в частині надання топогеодезичного знімку (М 1:500) з прив'язкою до місцевості на етапі подання заяви про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.

➤ Ініціювати внесення змін до Порядку №37/6253, зокрема доповнення його норм терміном підписання договору зі сторони заявника, що вдосконалисть існуючу систему видачі дозволів та підписання договорів (та/або адресних програм) з боку заявників, мінімізує відволікання трудових ресурсів КП «Київреклама» на цей процес тощо.

➤ З метою повного та оперативного включення виявлених КП «Київреклама» рекламних засобів до наказів на демонтаж розробити та впровадити в робочому органі систему автоматизації процесу опрацювання інформації по виявлених рекламних засобах, розміщених з порушенням Порядку, для подальшого їх включення до наказів на демонтаж.

➤ Для недопущення затримки включення рекламних засобів до наказів на демонтаж та безпосередньо проведення самого демонтажу незаконно розміщених РЗ, розробити та впровадити внутрішній порядок (регламент), який би регулював етапи та терміни розгляду КП «Київреклама» та робочим органом інформації по виявлених рекламних засобах розміщених з порушенням Порядку.

Зокрема, терміни протягом яких КП «Київреклама» має передати до робочого органу інформацію по виявлених, в ході обстежень, рекламних засобах, розміщених з порушенням Порядку, та терміни, протягом яких ДМА має розглянути отриману від КП «Київреклама» інформацію та прийняти рішення про включення або не включення РЗ до наказів на демонтаж.

➤ З метою планомірного та повного проведення КП «Київреклама» демонтажу рекламних засобів, включених робочим органом до наказів на демонтаж, робочому органу розробити та впровадити внутрішній порядок (регламент), який би визначав та регулював терміни виконання наказів на демонтаж рекламних засобів, виходячи з об'єктивних фізичних та технічних можливостей КП «Київреклама» (кількості РЗ, людських ресурсів, матеріально-технічної бази, її стану, завантаженості тощо).

➤ З метою своєчасного та повноцінного проведення демонтажу рекламних засобів, включених робочим органом до наказів на демонтаж, робочому органу та КП «Київреклама» розглянути питання щодо приведення матеріально-технічної бази (автотранспортного господарства) до реальних потреб Підприємства, що базуються на проведенні робіт з демонтажу рекламних засобів, розміщених з порушенням законодавства про рекламу.

➤ Для зменшення та недопущення помилок при внесенні рекламних засобів до наказів на демонтаж, вдосконалити в робочому органі систему автоматизації процесу опрацювання інформації по виявленім рекламним засобам, розміщеним з порушенням Порядку, для подальшого їх включення до відповідних наказів та посилити внутрішній контроль за цим процесом шляхом призначення відповідальних осіб та надання обмеженого доступу до автоматизованої системи.

➤ З метою зменшення кількості незаконно розміщених рекламних засобів та витрат на проведення демонтажу таких РЗ, а також збільшення надходжень до бюджету м. Києва, робочому органу упорядкувати та налагодити систему погодження дозвільної документації на розміщення РЗ, після чого, розглянути питання реалізації механізму накладення адміністративних стягнень (штрафів) на порушників законодавства про рекламу, що передбачено розділом 18 Порядку №37/6253.