# АНАЛІЗ

регуляторного впливу до проекту рішення сесії Коломийської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в місті Коломиї»

у новій редакції

Проект рішення сесії Коломийської міської ради «Про внесення змін і доповнень до рішення міської ради від 21.10.2009р. №2346-42/2009 «Про внесення змін і доповнень до Правил розміщення зовнішньої реклами та порядку надання розповсюджувачам зовнішньої реклами у тимчасове користування місць, що перебувають в комунальній власності для розміщення спеціальних конструкцій у місті Коломиї» (далі – Проект) розроблено відділом архітектури та містобудування Коломийської міської ради. Аналіз регуляторного впливу (далі – Аналіз) підготовлено та проведено з урахуванням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», а також інших нормативно- правових актів України. Останній визначає правові та організаційні засади реалізації Проекту, як регуляторного акту.

# 1. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ

Порядком визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, затвердженим рішенням сесії Коломийської міської ради від 17 лютого 2012 року № 884-14/2012 «Про внесення змін і доповнень до рішення міської ради від 21.10.2009 №2346-42/2009 «Про внесення змін і доповнень до Правил розміщення зовнішньої реклами та порядку надання розповсюджувачам зовнішньої реклами у тимчасове користування місць, що перебувають в комунальній власності для розміщення спеціальних конструкцій у місті Коломиї» встановлена наступна щомісячна плата за розміщення реклами, яка залежить від розміру площі місця розташування спеціальної конструкції: до 2-х кв.м. – 35 грн.; до 5 кв.м. – 50 грн.; до 10 кв.м. – 65 грн.; більше 10 кв.м. – 85 грн.; сітілайти – 100 грн.; аудіореклама (аудіобокси) – 100грн.; рекламні носії на об’єктах благоустрою (лавки для відпочинку) – 10грн. Протягом шести років з часу прийняття зазначеного рішення сесії Коломийської міської ради, тарифи не змінювались. На даний час середній розмір щомісячної плати за користування місцем, яке перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, не відповідає реальній ціновій політиці, у зв’язку з чим потребує перегляду.

Розмір тарифу 35 грн. до 2 кв.м площі місця розташування рекламного засобу з урахуванням рівня інфляції з 2012 року по 2017 рік

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Роки | Показник рівняінфляції (інформація з інтернет-ресурсів) | Діючий базовий тариф до 2 кв. м. | Прогнозований тариф зурахуванням рівня інфляції |
| 2012 | 99,8 | 35 | 34,93 |
| 2013 | 100,5 | 35,10 |
| 2014 | 124,9 | 43,83 |
| 2015 | 143,3 | 62,80 |
| 2016 | 112,4 | 70,58 |
| 2017 | 113,7 | 80,24 |

Розмір тарифу 50 грн. до 5 кв.м площі місця розташування рекламного засобу з урахуванням рівня інфляції з 2012 року по 2017 рік

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Роки | Показник рівняінфляції (інформація з інтернет-ресурсів) | Діючий базовий тариф до 5 кв. м. | Прогнозований тариф зурахуванням рівня інфляції |
| 2012 | 99,8 | 50 | 49,90 |
| 2013 | 100,5 | 50,14 |
| 2014 | 124,9 | 62,62 |
| 2015 | 143,3 | 89,73 |
| 2016 | 112,4 | 100,85 |
| 2017 | 113,7 | 114,66 |

Розмір тарифу 65 грн. до 10 кв.м площі місця розташування рекламного засобу з урахуванням рівня інфляції з 2012 року по 2017 рік

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Роки | Показник рівняінфляції (інформація з інтернет-ресурсів) | Діючий базовий тариф до 10 кв. м. | Прогнозований тариф зурахуванням рівня інфляції |
| 2012 | 99,8 | 65 | 64,87 |
| 2013 | 100,5 | 65,19 |
| 2014 | 124,9 | 81,42 |
| 2015 | 143,3 | 116,67 |
| 2016 | 112,4 | 131,13 |
| 2017 | 113,7 | 149,09 |

Розмір тарифу 85 грн. більше 10 кв.м площі місця розташування рекламного засобу з урахуванням рівня інфляції з 2012 року по 2017 рік

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Роки | Показник рівняінфляції (інформація з інтернет-ресурсів) | Діючий базовий тариф більше 10 кв. м. | Прогнозований тариф зурахуванням рівня інфляції |
| 2012 | 99,8 | 85 | 84,83 |
| 2013 | 100,5 | 85,25 |
| 2014 | 124,9 | 106,48 |
| 2015 | 143,3 | 152,58 |
| 2016 | 112,4 | 171,50 |
| 2017 | 113,7 | 194,99 |

Розмір тарифу 100 грн. за розташування сітілайтів, аудіореклами (аудіобокси) з урахуванням рівня інфляції з 2012 року по 2017 рік

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Роки | Показник рівняінфляції (інформація з інтернет-ресурсів) | Діючий базовий тариф для сітілайтів, аудіореклами | Прогнозований тариф зурахуванням рівня інфляції |
| 2012 | 99,8 | 100 | 99,80 |
| 2013 | 100,5 | 100,29 |
| 2014 | 124,9 | 125,26 |
| 2015 | 143,3 | 179,49 |
| 2016 | 112,4 | 201,74 |
| 2017 | 113,7 | 229,37 |

Розмір тарифу 10 грн. за розташування рекламного носія на об’єктах благоустрою (лавки для відпочинку) з урахуванням рівня інфляції з 2012 року по 2017 рік

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Роки | Показник рівняінфляції (інформація з інтернет-ресурсів) | Діючий базовий тариф для рекламного носія на об’єктах благоустрою | Прогнозований тариф зурахуванням рівня інфляції |
| 2012 | 99,8 | 10 | 9,98 |
| 2013 | 100,5 | 10,02 |
| 2014 | 124,9 | 12,51 |
| 2015 | 143,3 | 17,92 |
| 2016 | 112,4 | 20,14 |
| 2017 | 113,7 | 22,89 |

Під час опрацювання Проекту розглянуто цінову ситуацію, яка склалась на ринку послуг з розміщення зовнішньої реклами, що включає в себе аналіз не тільки примірної плати за розміщення рекламних засобів по Україні, а й попит на даний вид послуг, вивчено цінову політику розповсюджувачів зовнішньої реклами стосовно рекламодавців.

Отже, до головних, сучасних проблем, які передбачається розв’язати шляхом державного регулювання, а саме прийняттям зазначеного Проекту, відносяться:

1. Недостатня наповнюваність міського бюджету, частиною якого є надходження від сплати розповсюджувачами зовнішньої реклами коштів за користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, що унеможливлює або перешкоджає реалізації соціально-економічних програм;
2. Занадто низька плата за розміщення рекламних засобів (низькі тарифи) призводять до того, що у місті розміщено забагато естетично та технічно застарілих рекламних засобів, які негативно впливають на пересічних громадян (спричиняють чисельні скарги мешканців міста з даного приводу, або ж можуть завдати іншої шкоди);
3. Розподіл відсотків від надходжень з договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів, потребує перегляду у зв’язку зі збільшенням витрат відділу, пов’язаних з виконанням функціональних обов’язків та завдань.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
| Громадяни | + |  |
| Держави | + |  |
| Суб’єкти господарювання, у тому числі суб’єкти малогопідприємництва | + |  |

Проект розроблено з метою вдосконалення системи у галузі розміщення зовнішньої реклами в м. Коломия, а саме приведення його у відповідність до чинних нормативно-правових актів України, рішень, розпоряджень місцевого рівня, приведення Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, у відповідність до реальної цінової політики в Україні, підвищення ефективності використання майна комунальної власності міста Коломиї та збільшення надходжень до міського бюджету.

Проблеми, які планується врегулювати, в результаті прийняття акта, не можуть бути розв'язані за допомогою ринкових механізмів. У сучасному законодавстві відсутні регуляторні акти, які б вирішували зазначені проблеми.

# 2. ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ.

Проект є нормативно-правовим актом, розробленим з метою вдосконалення системи в галузі розміщення зовнішньої реклами в м. Коломиї, а саме:

1. Приведення Порядку визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, у відповідність до реальної цінової політики, підвищення ефективності використання майна комунальної власності міста, збільшення надходжень від використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розміщення зовнішньої реклами до міського бюджету;
2. Зменшення кількості незаконно розміщеної зовнішньої реклами, рекламних конструкцій, які не відповідають естетичним та технічним вимогам, у зв’язку з чим зменшиться негативний вплив на громаду міста та покращиться благоустрій міста Коломиї.
3. Забезпечення ефективної роботи відділу архітектури та містобудування Коломийської міської ради щодо здійснення належного контролю у сфері розміщення зовнішньої реклами в м. Коломиї.

# ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНКА УСІХ ПРИЙНЯТИХ АЛЬТЕРНАТИВНИХ СПОСОБІВ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ, АРГУМЕНТИ ЩОДО ПЕРЕВАГИ

**ОБРАНОГО СПОСОБУ.**

* 1. Визначення альтернативних способів

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид альтернативи** | **Опис альтернативи** |
| льтернатива 1 | У разі, якщо **залишити регуляторний акт без змін**,поставлених цілей не буде досягнуто.Ефективність використання комунального майна залишиться на низькому рівні;надходження до міського бюджету від плати за розміщення засобів зовнішньої реклами не зміняться;посилиться негативний вплив на громаду міста, що спричиняє стан деяких рекламних конструкцій в місті;знизиться рівень контролю відділу за надходженнями до міського бюджету від розміщення зовнішньої реклами та знизяться показники контролю за розміщеннямзовнішньої реклами. |
| Альтернатива 2 | **Прийняття запропонованого Проекту** сприятиме |
| досягненню усіх поставлених цілей. |  |

* 1. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей Оцінка впливу на сферу інтересів **держави**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид****альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Відсутні | Відсутні |
| Альтернатива 2 | Підвищення іміджу міста;максимально ефективне використання комунального майна міста;збільшення надходжень до міського бюджету від використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів;покращення контролюючих функцій відділу архітектури та містобудування Коломийської міської ради у сфері розміщення зовнішньої реклами. |  |

Оцінка впливу на сферу інтересів **громадян**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид****альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Не передбачаються | Низький рівень благоустрою міста;негативний вплив на пересічних громадян внаслідок неналежного естетичного та технічного стану деяких носіїв зовнішньої реклами;відсутність можливості реалізації соціально- економічних програм, спрямованих на підвищеннярівня життя населення міста Коломиї |
| Альтернатива 2 | Виконання інтересів територіальної громади міста Коломиї, що полягає у: підвищенні рівня благоустрою міста Коломиї;істотному зменшенні негативного впливу носіїв зовнішньої реклами на громаду міста;істотному наповненню міського бюджету від надходжень за користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів з можливістю їх подальшого використання для реалізації багатьох соціально- економічних програм, метоюяких є покращення рівня життя населення міста. | Не передбачаються |

Оцінка впливу на сферу інтересів **суб’єктів господарювання**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показник** | **Великі** | **Середні** | **Малі та Міро** | **Разом** |
| Кількість суб’єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання,одиниць | Х | Х | 69 | 69 |
| Питома вага групи у загальнійкількості, відсотків | Х | Х | 100% | 100% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид****альтернативи** | **Вигоди** | **Витрати** |
| Альтернатива 1 | Залишення витрат від плати за користування місцями, що перебувають у комунальні власності, для розташуваннярекламних засобів на тому ж рівні | Відсутні |
| Альтернатива 2 | Створення сприятливих умов | Підвищення плати до |
|  | для ведення діяльності | міського бюджету. |
|  | підприємств, установ та |  |
|  | організацій, суб’єктів малого |  |
|  | підприємництва; |  |
|  | Стимулювання розвитку |  |
|  | зовнішньої реклами та |  |
|  | впровадження інновацій у даній |  |
|  | сфері |  |

Враховуючи, що суб'єкти великого та середнього бізнесу не здійснюють діяльність з розміщення зовнішньої реклами у місті Коломиї, розрахунок витрат, які будуть виникати у останніх внаслідок дії регуляторного акту, не проводився.

# ВИБІР НАЙБІЛЬШ ОПТИМАЛЬНОГО АЛЬТЕРНАТИВНОГО СПОСОБУ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)** | **Бал результативності (за чотирибальною системою****оцінки)** | **Коментарі щодо присвоєння відповідного бала** |
| Альтернатива 1 | 1 | Цілей не досягнуто. Проблемні питання залишаються невирішеними, що спричинить стрімке погіршення ситуації, спостерігатиметься підвищення рівня невдоволеності територіальної громади містаКоломиї. |
| Альтернатива 2 | 4 | Оптимальний варіант збалансування інтересів держави, громадян тасуб’єктів господарювання |
|  |
| **Рейтинг результативності** | **Вигоди****(підсумок)** | **Витрати****(підсумок)** | **Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу** |
| Альтернатива 1 | 1 | 3 | Повністю ігноруються інтереси держави та громадян; частково вигідно суб'єктам господарювання. Однак у підсумку не врахованоінтересів жодної із сторін. |
| Альтернатива 2 | 4 | 2 | Реалізація належним чином владних повноважень, оптимальне врахування інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання. Враховуючи значне підвищення розповсюджувачами зовнішньої реклами цін за розміщення реклами на рекламних засобах протягом шести років, запропонований рівень базового тарифу не спричинить значного та суттєвого зменшення прибутку розповсюджувачів зовнішньої реклами від здійснення ними господарської діяльності.Витрати останніх за розміщення рекламних засобів є економічно доцільними. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг** | **Аргументи щодо переваги обраної альтернативи / причини відмови від****альтернативи** | **Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного****акту** |
| Альтернатива 1 | Аргументи для переваги відсутні. Відмова від цієїальтернативи дозволить досягти поставлених цілей. | Х |
| Альтернатива 2 | Причини для відмови від цієї альтернативи відсутні. Обрана альтернатива є найбільш раціональним варіантом врахування інтересів всіх основнихгруп, на яких проблема справляє вплив | Підвищення рівня інфляції, що тягне за собою чергове підвищення плати за користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів; |
| недотримання розповсюджувачами зовнішньої реклами платіжної дисципліни; |
| зміна чинного законодавства України, а саме прийняття на державному рівні інших умов визначення розміру плати за розміщення зовнішньої реклами |

1. **МЕХАНІЗМИ ТА ЗАХОДИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧАТЬ РОЗВ’ЯЗАННЯ ВИЗНАЧЕНОЇ ПРОБЛЕМИ**

Для досягнення цілей, визначених у другому розділі цього Аналізу регуляторного впливу, Проектом регуляторного акту передбачено внесення змін до Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, затвердженого рішенням сесії Коломийської міської ради від 17 лютого 2012 року № 884-14/2012, а також зміну розподілу відсотків від надходжень з договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів.

Насамперед Проект містить норми, які в подальшому сприятимуть підвищенню загального іміджу міста та рівня його благоустрою, максимально ефективному використанню комунального майна міста, збільшенню надходжень до міського бюджету від використання місць, які перебувають у комунальній власності, для розташовування рекламних засобів, покращенню контролюючих функцій відділу архітектури та містобудування Коломийської міської ради у сфері розміщення зовнішньої реклами, істотному зменшенню негативного впливу носіїв зовнішньої реклами на громаду міста.

Для впровадження Проекту, що аналізується, необхідно здійснити всі організаційні заходи відповідно до вимог Закону України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності", а також організувати відповідну роботу з розповсюджувачами зовнішньої реклами в м. Коломиї щодо внесення відповідних змін до договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів.

# ОЦІНКА ВИКОНАННЯ ВИМОГ РЕГУЛЯТОРНОГО АКТА ЗАЛЕЖНО ВІД РЕСУРСІВ, ЯКИМИ РОЗПОРЯДЖАЮТЬСЯ ОРГАНИ

**ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ ЧИ ОРГАНИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, ФІЗИЧНІ ТА ЮРИДИЧНІ ОСОБИ, ЯКІ ПОВИННІ ПРОВАДЖУВАТИ АБО ВИКОНУВАТИ ЦІ ВИМОГИ**

Для впровадження та виконання вимог регуляторного акту органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи не будуть нести додаткові витрати.

Оскільки питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких поширюється регулювання у м. Коломиї, перевищує 10%, оцінка виконання вимог регуляторного акту проведена у М-Тесті.

# ТЕСТ

**малого підприємництва (М-Тест)**

* 1. **Консультації з представниками мікро- та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання**.

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з 1 лютого 2018 року по 2 березня 2018 року.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Порядковий номер** | **Вид консультації (публічні консультації прямі (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прямі (інтернет-форуми, соціальні мережі****тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо)** | **Кількість учасників консультацій, осіб** | **Основні результати консультацій (опис)** |
| 1 | Робочі зустрічі | 3(представники органів державної влади та місцевого самоврядування) | Отримана інформація про методику підготовки М- тесту, а також інформація про законодавче забезпечення |
| 2 | Електронні консультації | 10(розповсюджувачі зовнішньої реклами) | Отримана інформація щодо підготовки АРВ та М-тесту |

# Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі):

Кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання: 69 (одиниць), у тому числі малого підприємництва та мікропідприємництва 69 (одиниць);

питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100% (відсотків).

# Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Порядковий номер** | **Найменування оцінки** | **У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)** | **Періодичні (за наступний рік)** | **Витрати за п'ять років** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництвана виконання регулювання |  |
| 1 | Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів) |  |  |  |
| 2 | Процедури повірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування |  |  |  |
| 3 | Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали) |  |  |  |
| 4 | Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування) |  |  |  |
| 5 | Інші процедури (уточнити) **Сплата** **за розміщення зовнішньої реклами, тис. грн.** | 13,398 | 13,398 | 66,99 |
| 6 | Разом, гривень*Формула:**(сума рядків 1 + 2 + 3 + 4**+ 5)* | 13,398 | Х | 66,99 |
| 7 | Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 69 |  | 69 |
| 8 | Сумарно, тисяч гривень | 924,462 | Х | 4 622,31 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування |  |
| 9 | Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання *Формула (0,5 годин х 43 грн.), грн.**Вартість часу СПД розрахована відповідно до інформації, отриманої на сайті work.ua, розділ**«статистика зарплат»* | 21,5 | - | 21,5 |
| 10 | Процедури виконання регулювання організаціївимог |  |  |  |
| 11 | Процедури звітуванняофіційного |  |  |  |
| 12 | Процедури забезпечення перевірок щодо процесу |  |  |  |
| 13 | Інші процедури (уточнити) **Переукладення договору щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів** **Формула: (1 год. х 43****грн.), грн.** | 43,0 | - | 43,0 |
| 14 | Разом, гривень*Формула:**(сума рядків 9 + 10 + 11 +**12 +13)* | 64,5 | Х | 64,5 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 15 | Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 69 |  | 69 |
| 16 | Сумарно, тисяч гривень | 4,45 | Х | 4,45 |

**Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва**

Розрахунок бюджетних витрат на адміністрування регулювання здійснюється окремо для кожного відповідного органу державної влади чи органу місцевого самоврядування, що залучений до процесу регулювання.

Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання**: виконавчий комітет Коломийської міської ради**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікропідприємництв) | Планові витрати часу на процедуру, год. | Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітнаплата), грн. | Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта | Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання | Витрати на адміністрування регулювання\* (за рік), гривень |
| 1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання | 0,1 | 20,0 | 1Кількість договорів, що припадає на одного СПД | 69 | 138 |
| 2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | - | - | - | - | - |
| камеральні |  |  |  |  |  |
| виїзні |  |  |  |  |  |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | - | - | - | - | - |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | - | - | - | - | - |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання | - | - | - | - | - |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання | 8 | 20 | 1 | - | 160,0 |
| 7. Інші адміністративні процедури (уточнити): (підписання додаткової угоди за новими тарифами) | 0,7 | 20 | 1 | 69 | 966,0 |
| Разом за рік | Х | Х | Х | Х | 1 264,0 |
| Сумарно за п'ять років | Х | Х | Х | Х | 6 320,0 |

# Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Порядковий номер | Показник | Перший рік регулювання (стартовий) | За п'ять років |
| 1 | Оцінка "прямих" витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання | 924 462 | 4 622 310 |
| 2 | Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | 4 450 | 22 250 |
| 3 | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання | 928 912 | 4 644 560 |
| 4 | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва | 1 264 | 6 320 |
| 5 | Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання | 930 176 | 4 650 880 |

* 1. **Розроблення корегуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання**

Для зменшення навантаження від даного регулювання для суб’єктів малого бізнесу пропонується компенсаторні механізми, передбачені Правилами розміщення зовнішньої реклами в м. Коломиї та Порядком визначення розміру плати за право тимчасового користування місцем, що перебуває у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, затверджених рішенням сесії Коломийської міської ради від 17 лютого 2012 року № 884-14/2012 «Про внесення змін і доповнень до рішення міської ради від 21.10.2009 №2346-42/2009», а саме:

* застосовується коефіцієнт диференціації базового тарифу 0,5.
* плата за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності, для розташування таких засобів, не справляється протягом терміну розміщення власником рекламного щита соціальної реклами.

# ОБГРУНТУВАННЯ ЗАПРОПОНОВАНОГО СТРОКУ ДІЇ РЕГУЛЯТОРНОГО АКТУ

Строк дії запропонованого Проекту регуляторного акту є необмеженим. До регуляторного акту можуть бути внесені зміни за результатами відстеження його ефективності, змін у чинному законодавстві України або інших соціально- економічних чинників.

# ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЇ РЕГУЛЯТОРНОГО АКТА

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Найменування показника | Кількісне значення показника у2018 році | Кількісне значення показника у2019 році | Кількісне значення показникау 2020 році | Кількісне значення показникау 2021 році |
| Сума, перерахована від плати щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів до міськогобюджету міста за рік, тис. грн.. | 924,462 | 924,462 | 924,462 | 924,462 |
| Кількість СПД на яких будерозповсюджуватись дія акта | 69 | 69 | 69 | 69 |
| Кількість чинних договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів, укладених з розповсюджувачамзовнішньої реклами | 69 | 69 | 69 | 69 |
| Кількість чинних дозволів на розміщення зовнішньоїреклами | 371 | 371 | 371 | 371 |

Усі суб’єкти господарювання будуть проінформовані про даний регуляторний акт через офіційний сайт Коломийської міської ради та місцеві засоби масової інформації.

Планується проведення спільних з розповсюджувачами зовнішньої реклами нарад та інших інформаційних заходів.

В результаті дії даного регуляторного акта числові витрати суб’єктів підприємницької діяльності не зміняться. Фінансові витрати зміняться відповідно до тарифів, встановлених даним Проектом (розраховані у М-тесті).

# ВИЗНАЧЕННЯ ЗАХОДІВ, ЗА ДОПОМОГОЮ ЯКИХ ЗДІЙСНЮВАТИМЕТЬСЯ ВІДСТЕЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЇ

**РЕГУЛЯТОРНОГО АКТА**

Відстеження результативності Проекту здійснюватиметься на підставі порівняння даних за показниками, визначеними у пункті 8 Аналізу.

Базове відстеження результативності регуляторного акту буде проведено до дня набрання чинності даного регуляторного акту.

Повторне відстеження результативності регуляторного акту буде проведено через рік після проведення базового відстеження.

Періодичне відстеження буде здійснено раз на три роки, починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності регуляторного акту.

Відстеження результативності даного акту буде здійснюватись статистичним методом за даними, наданими відділом архітектури та містобудування Коломийської міської ради, іншими органами державної влади та місцевого самоврядування.

**Начальник відділу**

**архітектури та містобудування**

**Коломийської міської ради А. Колісник**