**Аналіз**

**регуляторного впливу**

**до проекту рішення виконавчого комітету міської ради**

**«Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади»**

Аналіз регуляторного впливу проєкту рішення виконавчого комітету міської ради **«Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади»** розроблено на виконання та з дотриманням вимог статті 8 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та з урахуванням Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 року № 308 (зі змінами затвердженими, постановою Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1151).

Аналіз визначає правові та організаційні засади реалізації проєкту вищезазнченого рішення.

**І.Визначення проблеми.**

**Проблема, яку пропонується розв'язати**

Необхідність прийняття рішення виконавчого комітету міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади»виникла з необхідністю комплексного рішення багатьох проблем, пов'язаних з завершенням процесу децентралізації (змінами у територіальному устрої), поліпшенням та подальшим оновленням рекламних конструкцій, що призведе до покращення зовнішнього вигляду території Калуської міської територіальної громади, створить сучасний правовий простір, який буде відповідати потребам рекламного бізнесу та сприяти розвитку цього сектору ринку на території Калуської міської територіальної громади.

Прийняття даного регуляторного акту дасть можливість врегулювати порядок реалізації прав суб’єктів господарювання на розміщення зовнішньої реклами на території населених пунктів Калуської міської територіальної громади метою здійснення підприємницької діяльності, не забороненої законом.

Суть проблеми полягає в необхідності приведення діючих **Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської ради** у відповідність до чинного законодавства України, а також **зміна** **методики** **нарахування** за місце користування рекламної конструкції. Протягом 5 років тарифи не переглядались. 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.

**Причини виникнення проблеми**

Станом на сьогоднішній день на території Калуської міської територіальної громади існують визначені та затверджені у встановленому порядку Правила, які регламентують процедуру видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади.

Відповідно до Закону України «Про рекламу» розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах провадиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених Постановою Кабінету Міністрів, що приводить до необхідності приведення Правил у відповідність чинному законодавству України.

Оскільки, неврегульованість питання призводить до виникнення ситуацій неоднозначного застосування норм чинного законодавства, створює невизначену ситуацію щодо правового статусу чинного Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади, обґрунтованості отримання коштів за надання у користування місць розташування спеціальних конструкцій. Слід зазначити, що з моменту прийняття вищевказаного рішення, у якому встановлювалися базові тарифи на сплату за користування місцями комунальної власності для розміщення рекламних конструкцій, значно зростала мінімальна заробітна плата та темпи інфляційних змін.

Таким чином, виникла необхідність встановлення економічно обґрунтованої плати за тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів. Проблема потребує усунення шляхом прийняття нового порядку розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади, які будуть базовим документом та створять сучасне правове поле для подальшого розвитку рекламної сфери на території Калуської МТГ.

**Важливість проблеми:**

Прийняття рішення, яке досконально регламентуватиме порядок розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням актів чинного законодавства в галузі зовнішньої реклами, слугуватиме фундаментальним підходом для:

- нарахування та отримання плати за тимчасове користування місцями, що перебувають у комунальній власності Калуської міської територіальної громади, для розміщення рекламних засобів;

- занадто низька плата за розміщення рекламних засобів (низькі тарифи) призводить до того, що на території калуської МТГ розміщено естетично та технічно застарілих рекламних засобіів, які негативно впливають на пересічних громадян;

- **збільшиться 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 дасть можливість реалізації соціально-економічних програм;**

**- 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 комунального підприємства, пов’язаних з виконанням функціональних обов’язків та завдань.**

**Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив:**

***таблиця 1***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Групи** | **Так** | **Ні** |
| Громадяни | + | - |
| Органи місцевого самоврядування | + | - |
| Суб'єкти господарювання, у тому числі: | + | - |
| суб'єкти малого підприємництва | + | - |

**Дана проблема, яку пропонується врегулювати в результаті прийняття регуляторного акта, є важливою і не може бути розв’язана за допомогою ринкових механізмів**, тому що тільки органи місцевого самоврядування мають повноваження щодо визначення порядку розміщення зовнішньої реклами.

**Визначена проблема не може бути розв’язана за допомогою діючих регуляторних актів**, тому що неврегульованість вказаного питання призведе до втрати наповнюваності міського бюджету.

Враховуючи вищевикладене, Калуською міською радою розробляється проект рішення «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади» та оприлюднюється на сайті Калуської міської ради.

**ІІ. Цілі державного регулювання.**

* виконання вимог постанови Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами»;
* реалізація повноважень органів місцевого самоврядування;
* скасування діючого рішення і прийняття нового для забезпечення надходжень до міського бюджету (**орієнтовно гривень в рік**) внаслідок удосконалення, спрощення та оптимізація порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами,
* створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами,
* ефективне використанням простору громади та об’єктів комунальної власності для розміщення зовнішньої реклами;
* приведення Порядку надання в тимчасове використання місць, які перебувають в комунальній власності для розташування рекламних конструкцій, у відповідність до реальної цінової політики, підвищення ефективності використання майна комунальної власності, збільшення обсягів надходжень до місцевого бюджету .

**ІІІ. Визначення та оцінка способів досягнення визначених цілей.**

1. Визначення альтернативних способів.

***таблиця 2***

|  |  |
| --- | --- |
| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
| Прийняття запропонованого проекту регуляторного акта  **(далі – Альтернатива 1)** | Застосування даної альтернативи ґрунтується на загальнообов’язковості прийняття рішення виконавчого комітету Калуської міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади» для виконання на території громади, що передбачено Законом України «Про рекламу», постановою Кабінетів Міністрів України «Типові Правила розміщення зовнішньої реклами». |
| Залишення існуючої ситуації без змін  (**далі - Альтернатива 2**) | Є недоцільним з огляду на те, що поставлених цілей не буде досягнуто, ефективність використання комунального майна залишиться на низькому рівні;  надходження до місцевого бюджету не зміниться. |

2. **Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей.**

**Оцінка впливу на сферу інтересів Калуської міської територіальної громади**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| Альтернатива 1. | - Надходження коштів до бюджету, дотримання положень чинних нормативних та законодавчих актів;  - створення дієвої системи контролю за розміщенням зовнішньої реклами на території Калуської міської ради;  - чітке визначення повноважень виконавчих органів і комунальних закладів міської ради щодо діяльності пов’язаної з розміщенням зовнішньої реклами;  - ефективне використання об’єктів комунальної власності для розміщення зовнішньої реклами.  Плата за тимчасове користування місцем розташування спеціальних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами перераховується розповсюджувачем зовнішньої реклами за кожен місяць окремо на розрахунковий рахунок комунального підприємства «Міський інформаційний центр» і  розподіляється таким чином:   - 90 % відсотків залишається у розпорядженні комунального підприємства «Міський інформаційний центр» та використовується ним для виконання статутних завдань»  10 % до місцевого бюджету | **-** на оприлюднення регуляторного акту. |
| Альтернатива 2. | Відсутні | Відсутні |

**Оцінка впливу на сферу інтересів громадян**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| Альтернатива 1. | Врахування інтересів міської територіальної громади, створення дієвої системи контролю за дотриманням порядку розміщення зовнішньої реклами, архітектурної привабливості міста | Відсутні |
| Альтернатива 2. | Відсутні | Відсутні |

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показник** | **Великі** | **середні** | **Малі** | **Мікро** | **Разом** |
| Кількість суб’єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць\* | - | - | 10 | 51 | 61 |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | - | - | 16.4 | 83.6 | 100 |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
| Альтернатива 1. | - Забезпечення прозорої процедури розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади;  що в свою чергу дасть можливість забезпечення розвитку ринку зовнішньої реклами; | **Сплата коштів суб’єктами господарювання за місце розташування рекламних засобів залишиться з урахуванням реальної цінової політики** |
| Альтернатива 2. | відсутні | відсутні |

**Витрати, які будуть виникати у суб’єктів господарювання великого і середнього підприємства внаслідок дії регуляторного акту**

|  |  |
| --- | --- |
| Сумарні витрати за альтернативами | Сума витрат, грн. |
| **Альтернатива 1** | - |
| **Альтернатива 2** | - |

Враховуючи, що суб’єкти великого та середнього бізнесу не здійснюють діяльність з розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади, розрахунок витрат не проводився.

**ІV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей**

Вибір оптимального альтернативного способу здійснюється з урахуванням системи бальної оцінки ступеня досягнення визначених цілей.

Вартість балів визначається за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей), де:

4 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблеми більше існувати не буде);

3 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти існувати не будуть);

2 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невирішеними);

1 - цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)** | **Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)** | **Коментарі щодо присвоєння відповідного бала** |
| Альтернатива  1 | 4 | Оптимальний варіант збалансування інтересів держави, громадян та суб’єктів господарювання |
| Альтернатива 2 | 1 | Цілей не досягнуто, проблемні питання залишаються не вирішеними, що спричинить стрімке погіршення ситуації. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг результативності** | **Вигоди (підсумок)** | **Витрати (підсумок)** | **Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу** |
| Альтернатива  1 | Прийняття запропо-нованого регуляторного акта - удосконалення механізму та процедури отримання дозвільних документів на розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади | - | Цілі прийняття регуляторного акта будуть досягнуті в повному обсязі |
| Альтернатива 2 | відсутні | відсутні | Цілі не будуть досягнуті |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Рейтинг** | **Аргументи щодо переваги обраної альтернативи \ причини відмови від альтернативи** | **Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта** |
| Альтернатива  1 | Запровадження чіткого порядку отримання дозвільних документів у сфері розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади; підстави для відмови у їх видачі.  Урегульованість всіх процедур у сфері розміщення зовнішньої реклами.  Впровадження Порядку плати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів. | Підвищення рівня інфляції, що тягне за собою чергове підвищення плати за користування місцем, яке перебуває у комунальній власності для розташування рекламної конструкції;  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 |
| Альтернатива 2 | Переваги обраної альтернативи відсутні, оскільки відсутні позитивні зміни у випадку реалізації даної ініціативи | - |

Перевагою впровадження регуляторного акта є врегулювання відносин між суб’єктами господарювання та органом місцевого самоврядування.

**V. Механізми та заходи, які забезпечать розв’язання визначеної проблеми.**

 Реалізація запропонованого регуляторного акту в якому передбачено внесення змін до Порядку визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламної конструкції, а також зміну розподілу відсотків від надходжень з договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності для розташування рекламних засобів буде здійснюватися шляхом запровадження прозорих процедур отримання, погодження дозвільних документів у сфері розміщення зовнішньої реклами.

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

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 на території Калуської міської територіальної громади щодо внесення відповідних змін до договорів щодо надання у тимчасове користування місць, які перебувають у комунальній власності, для розташування рекламних засобів.

**VI. 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**

Дія регуляторного акту розповсюджується на фізичних та юридичних осіб. Питома вага суб’єктів господарювання малого підприємництва (мікропідприємств) у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких поширюється господарювання становить 83.6 %, тому здійснено розрахунок витрат на запровадження державного регулювання суб’єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту (тест малого підприємництва).

**VІІ. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта**.

Для розв’язання проблеми та досягнення цілей державного регулювання підготовлено регуляторний акт, який умовно (оціночно) необмежений у терміні дії, так як Закон України «Про рекламу», Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», Постанова Кабінету Міністрів України «Типові Правила розміщення зовнішньої реклами» на виконання якого підготовлений проект регуляторного акту також необмежений у терміні дії, тому в разі змін у чинному законодавстві України, побажань депутатського корпусу Калуської міської ради, членів виконавчого комітетцу чи міського голови, будуть розроблятися проекти рішень, щодо внесення змін до регуляторного акта рішення виконавчого комітету міської ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Калуської міської територіальної громади»

**VІІІ. Визначення показників результативності дії регуляторного акта**

Показники результативності дії регуляторного акта:

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

Кількісні показники результативності акту:

кількість поданих заяв на розміщення зовнішньої реклами;

кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами;

розмір надходжень до бюджету Калуської міської територіальної громади, пов’язаних з дією акта - залежить від кількості виданих дозволів та укладених договорів на тимчасове користування місцями, що знаходяться у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів на території Калуської міської територіальної громади.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники результативності | Перший рік запровадження | За п’ять років |
|  |  |  |
| Сума надходжень за надання місць для розміщення рекламних конструкцій | 378.000 | 1890.000 |
| Кількість СПД на яких буде розповсюджуватись дія акта | 61 | 61 |
| Кількість чинних договорів щодо надання в тимчасове користування місця, яке перебуває в комунальній власності для розміщення рекламної конструкції | 72 | 72 |
| Кількість чинних дозволів на розміщення зовнішньої реклами | 250 | 250 |

Усі суб’єкті господарювання будуть поінформовані про даний регуляторний акт через офіційний сайт Калуської міської ради.

Планується проведення спільних з розповсюджувачами зовнішньої реклами нарад та інших інформаційних заходів. В результаті дії цього регуляторного акта числові витрати суб’єктів господарювання не зміняться. Фінансові витрати зміняться відповідно до тарифів, встановлених даним проектом.

**ІХ. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта** .

Відносно цього регуляторного акту необхідно послідовно здійснювати базове, повторне та періодичне відстеження його результативності. Зокрема:

***Базове*** відстеження результативності регуляторного акту буде проведене через шість місяців після набрання чинності цим регуляторним актом, але не пізніше дня, з якого починається проведення повторного відстеження результативності цього акту.

***Повторне*** відстеження результативності регуляторного акту буде здійснено через рік з дня набрання ним чинності, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом.

***Періодичне*** відстеження результативності - один раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акту.

Відповідні відстеження будуть проводитись шляхом аналізу статистичних даних відповідно до розділу VIII аналізу регуляторного впливу.

Відстеження результативності регуляторного акту буде здійснюватися управлінням архітектури та містобудування.

У разі виявлення неврегульованих та проблемних питань шляхом аналізу якісних показників дії цього акта, ці питання будуть врегульовані шляхом внесення відповідних змін.

Можливі шкоди від наслідків дії акта не вбачається.

Додаток 1

до аналізу регуляторного акту -

проекту рішення виконавчого

комітету міської ради «Про

затвердження Правил

розміщення зовнішньої реклами

на території Калуської міської ради

**ТЕСТ**  
**малого підприємництва (М-Тест)**

**1. Консультації з представниками 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.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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. | Розробником проведено в телефонному режимі консультації з розповсюджувачами зовнішньої реклами стосовно дії проекту регуляторного акту | 28  (представники органів місцевого самоврядування) | Доведення до відома опитуваних, обґрунтування необхідності прийняття зазначеного проекту регуляторного акту та інформації про дотримання вимог чинного законодавства щодо порядку розміщення зовнішньої реклами |
| 2 | Робочі зустрічі | 4 | отримана інформація про методику підготовки М-тесту, а також інформація про законодавче забезпечення |

1. **Вимірювання впливу регулювання на суб’єктів малого підприємництва (мікро- та малі):**

кількість суб’єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання:61, у тому числі, малого підприємництва 10 та мікропідприємництва 51.

- питома вага суб’єктів малого підприємництва у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив, становить –100% (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання додатка 1 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | кількість суб’єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання  (одиниць) | у тому числі малого підприємництва  (одиниць) | у тому числі мікро-підприємництва  (одиниць) |
|  | 61 | 10 | 51 |

**Питома вага суб’єктів малого підприємництва у загальній кількості суб’єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив (відсотків) (**відповідно до таблиці “Оцінка впливу на сферу інтересів суб’єктів господарювання”)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Найменування | Суб'єкти малого підприємництва  (%) | У тому числі малого підприємництва  (%) | У тому числі мікропідприємництва  (%) |
| Питома вага у загальній кількості, відсотків | 100 | 16.4 | 83.6 |

**3. 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 підприємництва на виконання регулювання | | | | |
| 1 | Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів) | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2 | Процедури повірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 3 | Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали) | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 4 | Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування) |  |  |  |
| 5 | Інші процедури (уточнити) сплата за розміщення зовнішньої реклами | 378.000 | 0,0 | 1890.000 |
| 6 | Разом, гривень | 0,0 | Х | 0,0 |
| 7 | Кількість суб’єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 61 | | |
| 8 | Сумарно, гривень | 61 х 378.000 = 23058.000 грн. | | |
| Оцінка вартості адміністративних процедур суб’єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | | | | |
| Норма робочого часу на 2024 рік становить при 40 - годинному робочому тижні – Відповідно до статті 8 Закону України «Про Державний бюджет України на 2024 рік» з 01.04.2024 розмір МЗП у місячному розмірі становитиме 8000 грн, у погодинному розмірі – 48 гривень. | | | | |
| 9 | Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання  *Витрати часу на отримання інформації про регулювання (рішення виконавчого комітету міської ради)* | | Оціночно:  0,25 год. х 48,00 грн. =**12,00** грн. | |
| 10 | Процедури організації виконання вимог регулювання   |  |  | | --- | --- | | *витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб’єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання* |  | | | Оціночно:  0.25годиних48,00грн.х12= =**144.00** грн. | |
| 11 | Процедури офіційного звітування | | - | |
| 12 | Процедури щодо забезпечення процесу перевірок | | - | |
| 13 | Інші процедури (уточнити) | | - | |
| 14 | Разом, гривень | | (12.00+144,00)=**156,00** грн. | |
| 15 | Кількість суб’єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | | **61** | |
| 16 | Сумарно, гривень | | **156,00х 61= 9516.00грн.** | |

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб’єктів малого підприємництва Державний орган, для якого здійснюється розрахунок вартості адміністрування регулювання Калуська міська рада.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Процедура регулювання суб’єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб’єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб’єктів малого та мікро-підприємництв)** | **Планові витрати часу на процедуру** | **Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)** | **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 | 1,5 год | 48,00 | 1 | 61 | 1.5х48.00х1х61=4392,00 |
| 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 | 1 год | 48,00 | 1 | 61 | 1х48.00 х1х61=2928,00 |
| Разом за рік | 2,5 год | 48,00 | 2 | 61 | 2,5х48,00х2х61=14.640.00 |
| Сумарно за п’ять років | 12,5 год | 48,00 | 10 | 61 | 12,5х48,00х10х61=366.000 |

1. **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 | 23058 | 115290 |
| 2 | Оцінка вартості адміністративних процедур для суб’єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | **9516,0 грн.**  (дані рядка 16 пункту 3 цього додатка) | **47580 грн.** |
| 3 | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання | **32574 грн.**  (сума рядків 1 та 2 цієї таблиці) | **70638 грн.** |
| 4 | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб’єктів малого підприємництва | **14640** | **366.000** |
| 5 | Сумарні витрати на виконання **запланованого регулювання** | **47214** | **71004** |

**5. Розроблення корегуючих (пом’якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання** не здійснюється, адже рівень їх сумарних вират на виконання запланованого регулювання є відносно низьким.

**Заступник начальника управління архітектури**

**та містобудування міської ради Людмила СЕМЕНЯК**