

АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ
проекту рішення сесії Комсомольської селищної ради «Про затвердження Правил
розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради
в новій редакції» із змінами та доповненнями

Цей аналіз регуляторного впливу (далі – Аналіз) розроблений на виконання вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 року №1160-IV та Методики проведення аналізу впливу регуляторного акту, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 року №308 (зі змінами та доповненнями) і визначає правові та організаційні засади реалізації проекту рішення Комсомольської селищної ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради в новій редакції», як регуляторного акту.

1. Визначення проблеми.

На підставі Постанови Окружного адміністративного суду м. Києва №826/2002/16 від 22.06.2016р. та Ухвали Київського апеляційного адміністративного суду №826/2002/16 від 25.08.2016р., а також враховуючи рекомендації щодо розроблення проекту Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради, які надійшли від Харківського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, до проекту регуляторного акту - проекту рішення сесії Комсомольської селищної ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради в новій редакції», а також до аналізу його регуляторного впливу виникла необхідність внести зміни та доповнення.

Причинами виникнення проблеми, яку пропонується розв'язати шляхом державного регулювання, можна вважати зміни, які сталися у чинному законодавстві, у зв'язку з чим рішення XLVI сесії Комсомольської селищної ради VI скликання від 21 лютого 2013 року «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради із змінами та доповненнями» від 21 лютого 2013 року №634-VI, все ж таки потребує оновлення.

Основні групи, на які проблема справляє вплив:

| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
|---|-----|----|
| Громадяни | Так | - |
| Держава, у т.ч.: | - | - |
| <i>орган місцевого самоврядування</i> | Так | - |
| Суб'єкти господарювання, | Так | - |
| у тому числі суб'єкти малого підприємництва | Так | - |

Проблема не вирішується ринковим механізмом, оскільки розробка порядку про розміщення зовнішньої реклами затверджують, згідно діючого законодавства, органи місцевого самоврядування.

Проблема, яку пропонується розв'язати шляхом прийняття даного проекту рішення сесії Комсомольської селищної ради, не може бути розв'язана за допомогою діючих регуляторних актів тому, що вони не відповідають встановленим на теперішній час вимогам чинного законодавства.

У зв'язку з цим, керуючись Постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 №2067 «Про затвердження типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами) з урахуванням Постанови Окружного адміністративного суду м. Києва №826/2002/16 від 22.06.2016р. та Ухвали Київського апеляційного адміністративного суду №826/2002/16 від 25.08.2016р.,

Законом України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», Закону України «Про рекламу», ст.26, пп.13 п.а) ст. 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», а також враховуючи рекомендації Харківського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України щодо розроблення Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради, були внесені зміни та доповнення до проект рішення Комсомольської селищної ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради в новій редакції», який передбачить розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах ради (смт. Слобожанське, сел. Донець та сел. Благодатне).

2. Цілі державного регулювання.

Основними цілями правового регулювання є:

1. Затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради відповідно до Типових правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003р. № 2067 (із змінами).
2. Дотримання вимог чинного законодавства щодо впорядкування розміщення та функціонування(експлуатації) зовнішніх рекламних носіїв, їх відповідність технічним та естетичним вимогам до рекламних об'єктів на території населених пунктів Комсомольської селищної ради.
3. Забезпечення права суб'єктів господарювання на розташування тимчасових споруд (на розміщення засобів зовнішньої реклами) для здійснення підприємницької діяльності.
4. Запобігання самочинного та безоплатного розміщення конструкцій зовнішньої реклами на території населених пунктів Комсомольської селищної ради.
5. Регулювання діяльності з розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах Комсомольської селищної ради.

3. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей.

1. Визначення альтернативних способів.

У ході визначення альтернативних способів досягнення встановлених цілей державного регулювання доцільно розглянути наступні прийнятні:

| Види альтернативи | Опис альтернативи |
|-------------------|---|
| Альтернатива 1 | Залишити чинне регулювання і зберегти дану ситуацію без змін |
| Альтернатива 2 | Прийняття запропонованого регуляторного акта із змінами та доповненнями |

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей.

Нижче наведено опис вигод та витрат за кожною альтернативою для сфер інтересів держави, громадян та суб'єктів господарювання.

Оцінка впливу на сферу інтересів держави:

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|---|-------------------|
| Альтернатива 1 | Правила розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради із змінами та доповненнями, які затверджені рішенням XLVI сесії Комсомольської селищної ради VI скликання від 21 лютого 2013 року № 634-VI, не відповідають у повній мірі положенням, які визначені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №2067 «Про затвердження Типових | Витрати відсутні. |

| | | |
|----------------|---|--|
| | правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами), що, в свою чергу, є прямим порушенням чинного законодавства та порушує права та інтереси суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами. Вигода відсутня. | |
| Альтернатива 2 | Прийняття запропонованого проекту рішення сесії Комсомольської селищної ради забезпечить виконання законодавства України та дозволить в повній мірі реалізувати права суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами | Реалізація проекту регуляторного акту не потребує додаткових витрат з державного та/або селищного бюджету. |

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян:

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|-------------------------|--|--|
| Альтернатива 1 | Правила розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради із змінами та доповненнями, які затверджені рішенням XLVI сесії Комсомольської селищної ради VI скликання від 21 лютого 2013 року № 634-VI, не відповідають у повній мірі положенням, які визначені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами), що, в свою чергу, є прямим порушенням чинного законодавства та порушує права та інтереси суб'єктів господарювання у сфері зовнішньої реклами. Вигода відсутня. | Витрати відсутні. Ущемлення громадських та приватних інтересів. |
| Альтернатива 2 | Прийняття запропонованого регуляторного акта призведе до поліпшення ситуації із засобами зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради: покращиться візуальний вигляд вулиць в населених пунктах ради та зросте безпека громадян та майна селищної ради і третіх осіб, адже у запропонованому проекті рішення (із змінами та доповненнями) передбачено посилення контролю за технічним станом зовнішньої реклами. За рахунок прозорості та доступної процедури оформлення дозвільних документів збільшаться надходження до місцевого бюджету, що дозволить збільшити фінансування соціальної сфери. | Реалізація проекту регуляторного акту не потребує додаткових витрат з державного та/або селищного бюджету. |

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання:

| Показник | Великі | Середні | Малі | Мікро | Разом |
|--|--------|---------|------|-------|-------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | - | - | - | 5 | X |
| Питома вага групи у загальній кількості, відсотків | - | - | - | 100 | X |

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|--|--|
| Альтернатива 1 | Правила розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради із змінами та доповненнями, які затверджені рішенням XLVI сесії Комсомольської селищної ради VI скликання від 21 лютого 2013 року № 634-VI, не відповідають у повній мірі положенням, які визначені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» (із змінами), що, в свою чергу, є прямим порушенням чинного законодавства та прав і інтересів суб'єктів господарювання. Вигода відсутня | Витрати відсутні. Ущемлення громадських та приватних інтересів. |
| Альтернатива 2 | Прийняття запропонованого проекту рішення сесії Комсомольської селищної ради забезпечить виконання законодавства України та дотримання інтересів суб'єктів господарювання: за рахунок прозорості та доступної процедури оформлення документів дозвільного характеру у сфері зовнішньої реклами. | Реалізація проекту регуляторного акту не потребує додаткових витрат з державного та/або селищного бюджету. |

Проект регуляторного акту не має впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва.

4. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей.

У ході визначення альтернативних способів досягнення встановлених цілей розглянуто наступні:

1. Залишити чинне регулювання і зберегти дану ситуацію без змін.
2. Прийняття запропонованого регуляторного акта.

На підставі проведеного аналізу вищезазначених альтернативних способів за допомогою нижченаведених таблиць здійснено вибір оптимального альтернативного способу 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 (проблема більше існувати не буде);

3 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми 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, які 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 | 1 | Цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті, проблема існуватиме у зв'язку з тим, що через зміни, які сталися у чинному законодавстві, існуючий нормативно-регуляторний акт (рішення Комсомольської селищної ради) вимагає внесення змін. |
| Альтернатива 2 | 4 | Цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде), прийняття регуляторного акту надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. Крім того, положення проекту регуляторного акта, є досить простими та врегульовують відносини суб'єктів, на які поширюється даний акт. |

| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумок) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу |
|---------------------------------|--|-----------------------------|---|
| Альтернатива 1 | - | - | Альтернатива 1 не вирішує поставлених цілей. |
| Альтернатива 2 | Введення в дію запропонованого регуляторного акта позитивно вплине на покращення іміджу влади. Також процедура одержання дозвільних документів у сфері розміщення зовнішньої реклами прозора та доступна для суб'єктів господарювання. | Додаткові витрати відсутні. | Прийняття даного регуляторного акту надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами. |
| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи | | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта |

| | | |
|----------------|---|--|
| Альтернатива 1 | Залишення ситуації, що склалась, без змін, не забезпечить досягнення поставленої цілі. Отже, така альтернатива є неприйнятною. | - |
| Альтернатива 2 | Перевага Альтернативи 2 як виду правового регулювання над усіма іншими можливими способами ґрунтується на імперативності (загальнообов'язковості) рішень сесії селищної ради для виконання на території Комсомольської селищної ради, що передбачено ст.144 Конституції України та ст.73 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні». Саме такий спосіб дозволить досягнути поставлених цілей належним чином. | На дію даного регуляторного акту може негативно вплинути економічна криза. |

5. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми.

На підставі проведеного вище аналізу регуляторного впливу найбільш оптимальним способом досягнення встановлених цілей є Альтернатива 2, тобто для розв'язання проблеми пропонується прийняти запропонований регуляторний акт (із внесеними змінами та доповненнями).

Розв'язання проблеми, визначеної у розділі I даного аналізу регуляторного впливу, досягається шляхом прийняття запропонованого проекту рішення Комсомольської селищної ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради в новій редакції», що надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами.

Впровадження цього регуляторного акта передбачає здійснення органом місцевого самоврядування певних організаційних заходів на виконання та у відповідності до вимог законодавства України про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності, а саме:

- складання цього регуляторного акта, відповідного проекту рішення (внесеного до плану діяльності з підготовки проектів регуляторних актів) та аналізу регуляторного впливу до нього;
- проведення базового відстеження;
- оприлюднення проекту регуляторного акту разом з аналізом регуляторного впливу з метою обговорення та одержання зауважень та пропозицій від фізичних та юридичних осіб;
- отримання від відповідальної постійної комісії експертного висновку про відповідність проекту регуляторного акта засадам державної регуляторної політики;
- у разі прийняття регуляторного акту оприлюднення рішення у спосіб, найбільш доступний для жителів міста.

Ступінь ефективності обраного механізму та заходів досягнення цілей державного регулювання оцінено як високий, оскільки з прийняттям та впровадженням вказаного нормативного акту надасть можливість користуватися врегульованим, єдиним, зрозумілим для всіх та прозорим механізмом отримання дозвільної документації у сфері розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради, оскільки:

- впорядковується процес оформлення дозвільних документів;
- для суб'єктів господарювання процедура отримання дозвільних документів для розміщення засобів зовнішньої реклами більш зрозуміла та доступна;
- конкретизуються вимоги щодо розміщення та утримання рекламоносіїв на території Комсомольської селищної ради;
- зобов'язано розповсюджувачів зовнішньої реклами здійснити відшкодування витрат на відновлення благоустрою, ремонт фасадів, дахів після демонтажу засобів зовнішньої реклами;
- посилюється контроль за технічним станом та естетичним виглядом засобів зовнішньої реклами.

6. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні впроваджувати або виконувати ці вимоги.

Питома вага суб'єктів малого підприємництва (малих та мікропідприємств разом) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких поширюється регулювання, перевищує 10 відсотків(становить 100%), а отже необхідно здійснити розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно з додатком 4 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва) затвердженої постановою Кабінету Міністрів від 11 березня 2004 р. №308 «Про затвердження Методики проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта»

Розроблення корегуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання:

за результатами оцінки сумарних витрат малого підприємництва на виконання запланованого регулювання (за перший рік регулювання та за п'ять років) запровадження компенсаторних механізмів не потребуються.

Проект рішення розповсюджується тільки на сферу інтересів суб'єктів господарювання які надають рекламні послуги або матимуть намір на розміщення реклами власної господарської діяльності на території Комсомольської селищної ради. Для суб'єктів господарювання корегуючим (пом'якшувальним) заходом у цьому випадку є те, що вони матимуть можливість збільшити свій прибуток через рекламування своєї діяльності та направляти їх на господарчі потреби.

7. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта.

Запропонований проект регуляторного акту запроваджується на довгостроковий термін дії або до прийняття нових нормативних актів.

У разі потреби, до нього вноситимуться зміни за підсумками аналізу відстеження результатів його дії.

8. Визначення показників результативності дії регуляторного акта.

Виходячи з мети державного регулювання для відстеження результативності даного регуляторного акта визначені такі статистичні показники:

Надходження плати за тимчасове користування місцями для розміщення засобів зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради:

| Найменування | 2015 рік (факт) | 2016 рік (факт) | 2017 рік (очікувані надходження, у зв'язку з прийняттям рішення) |
|--|-----------------|-----------------|---|
| Плата за тимчасове користування місцями для розміщення засобів | 2800,00грн. | 3480,00грн. | 4555,00грн. |

| | | | | |
|---|---|-----------------|------------------|-----------------|
| зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради | | | | |
| Показник: | I квартал 2017 | II квартал 2017 | III квартал 2017 | IV квартал 2017 |
| Суми надходжень плати за тимчасове користування місцями для розміщення засобів зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради | 1138,75 | 1138,75 | 1138,75 | 1138,75 |
| Кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Розмір коштів і час, що витрачається суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта | Розмір коштів і час, що витрачається суб'єктами господарювання на сплату за тимчасове користування місцями для розміщення засобів зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради, по відношенню до 2016 року, очікується збільшення | | | |
| Рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичними особами з основних положень акта | Всі суб'єкти малого підприємництва будуть проінформовані про рішення селищної ради шляхом висвітлення на офіційному сайті Комсомольської селищної ради та повідомлення в засобах масової інформації | | | |
| Кількість суб'єктів малого підприємництва, що підпадають під дію регулювання | 5 | 5 | 5 | 5 |

Ефективність регуляторного впливу проекту рішення Комсомольської селищної ради «Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами на території Комсомольської селищної ради в новій редакції» визначатиметься за такими показниками:

1. Загальна кількість розповсюджувачів зовнішньої реклами (суб'єктів господарювання) на території Комсомольської селищної ради;
2. Загальна кількість рекламоносіїв.
3. Кількість наданих заяв на розміщення зовнішньої реклами.
4. Кількість наданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами.
5. Строк отримання дозволу на розміщення зовнішньої реклами.
6. Естетичні зміни в процесі реалізації вказаних Правил розміщення зовнішньої реклами.

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

Базове відстеження результативності регуляторного акта здійснюється до дня набрання ним чинності.

Повторне відстеження результативності буде здійснюватись через рік після проведення базового відстеження.

Періодичні відстеження результативності будуть здійснюватись раз на кожні три роки, починаючи від дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності.

Метод проведення відстеження результативності – статистичний. Відстеження результативності здійснюватиметься на підставі статистичних даних.

Додаток 1
до аналізу регуляторного впливу
до проекту рішення «Про затвердження
Правил розміщення зовнішньої реклами
на території Комсомольської селищної
ради в новій редакції»

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 **04.09.2017р. по 04.10.2017 р.**

| Порядковий номер | Вид консультації (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо) | Кількість учасників консультацій, осіб | Основні результати консультацій (опис) |
|------------------|--|--|---|
| 1 | Робочі наради | 5 | Обговорення та внесення окремих уточнень в проект рішення |
| 2 | Робочі зустрічі | 5 | Обговорення та внесення окремих уточнень в проект рішення |

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі):
 - кількість суб'єктів малого підприємництва, що сплачують плату за тимчасове користування місцями для розміщення зовнішньої реклами, на яких поширюється регулювання: 5 (одиниць), у тому числі малого підприємництва 0 (одиниць) та мікро підприємництва 5 (одиниць), надходження за 2016 рік становить 3480,00грн. питома вага суб'єктів малого підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 100 (відсотків) (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання»).

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання

| Порядковий номер | Найменування оцінки | У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання) |
|--|--|---|
| Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання | | |
| 1 | Сплата плати за тимчасове користування місцями для розміщення засобів зовнішньої реклами | 4555,00грн. |
| 2 | Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 5 |
| 3 | Сумарно, гривень | 4555,00 |
| Адміністративні процедури для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітності – не встановлюються проектом рішення селищної ради | | |

Бюджетні витрати органів місцевого самоврядування на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва, що встановлюється цим рішенням, не передбачаються.

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

| Порядковий номер | Показник | Перший рік регулювання (стартовий) |
|------------------|---|------------------------------------|
| 1 | Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання | 4555,00грн. |
| 2 | Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітності | |
| 3 | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання | 4555,00грн. |
| 4 | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва | |
| 5 | Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання | 4555,00грн |

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

На основі аналізу статистичних даних, що надані бухгалтерією виконавчого комітету Комсомольської селищної ради визначено, що сума є прийнятною для суб'єктів малого підприємництва і впровадження компенсаторних (пом'якшувальних) процедур не потрібно.

Проект рішення розповсюджується тільки на сферу інтересів суб'єктів господарювання які надають рекламні послуги або матимуть намір на розміщення реклами власної господарської діяльності на території Комсомольської селищної ради.

Для суб'єктів господарювання корегуючим (пом'якшувальним) заходом у цьому випадку є те, що вони матимуть можливість збільшити свій прибуток через рекламування своєї діяльності та направляти їх на господарчі потреби.

Аналіз регуляторного впливу підготували :

Голова постійної комісії мандатної з питань депутатської діяльності, етики, законності та правопорядку Кишинський В.М. *оригінал підписано*

Голова постійної комісії з питань промисловості, будівництва, агропромислового комплексу, житлово-комунального господарства, земельних відносин та екології Білевич О.В. *оригінал підписано*

«28» листопада 2017рік