

Аналіз регуляторного впливу

Назва регуляторного акта: проєкт рішення виконавчого комітету Луцької міської ради “Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади у новій редакції”.

Регуляторний орган: виконавчий комітет Луцької міської ради.

Розробник документа: департамент містобудування, земельних ресурсів та реклами Луцької міської ради, комунальне підприємство “Луцькреклама”.

Відповідальні особи: директор департаменту містобудування, земельних ресурсів та реклами Туз В. В., директор КП “Луцькреклама” Ковальський О.Р.

Контактний телефон: (0332) 777 863, e-mail: dm@lutskrada.gov.ua; (0332) 728 292, lutskreklama.kp@gmail.com.

Аналіз регуляторного впливу (далі – АРВ) регуляторного акта – проєкту рішення виконавчого комітету Луцької міської ради “Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади у новій редакції” підготовлено відповідно до вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 (зі змінами).

АРВ визначає правові та організаційні засади реалізації проєкту рішення виконавчого комітету Луцької міської ради “Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади у новій редакції” (далі – проєкт рішення).

1. Визначення проблеми

Зовнішня реклама завжди суттєво впливає на зовнішній вигляд населених пунктів, їх художньо-естетичне оформлення, а також виконує містобудівні та архітектурні функції.

Належне розміщення засобів зовнішньої реклами в структурі забудови може суттєво підвищити естетичні якості навколишнього середовища населених пунктів та їх привабливість. І навпаки — безсистемне розміщення реклами без належного урахування оточення, характеру архітектури забудови, природного ландшафту, перенасиченість засобами різних форматів низької якості, самовільне розміщення рекламних засобів, естетична та технічна застарілість розміщених рекламних засобів знижують якість сприйняття середовища населених пунктів громади в цілому.

Внаслідок реорганізації Княгининівської, Заборольської, Жидичинської та Іванчицівської сільських рад шляхом приєднання до Луцької міської ради відповідно до рішення Луцької міської ради від 17.12.2020 № 1/20 “Про реорганізацію сільських рад шляхом приєднання до Луцької міської ради”, до Луцької міської територіальної громади приєдналися населені пункти та території вищезазначених сільських рад, через що виникла необхідність запровадження єдиних правил розміщення зовнішньої реклами на території всіх



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00](#)

Підписувач [Чебелюк Ірина Іванівна](#)

Дійсний з [04.08.2023 12:06:42](#) по [04.08.2025 12:06:42](#)

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

населених пунктів, які входять до складу міської громади, у зв'язку з чим потребує перегляду чинне на цей час рішення виконавчого комітету Луцької міської ради від 19.02.2020 № 96-1 “Про Порядок розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади”.

Врегулювання потребують відносини між Луцькою міською радою, її виконавчими органами та фізичними і юридичними особами, незалежно від форми власності та підпорядкованості, що виникають у сфері розміщення зовнішньої реклами для надання можливості розповсюджувачам реклами на законних підставах розміщувати рекламні засоби в новоутворених територіальних межах Луцької міської територіальної громади відповідно до вимог Закону України «Про рекламу» та Типових Правил розміщення зовнішньої реклами, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (зі змінами).

Водночас потребує вдосконалення процедура проведення демонтажу, обліку, зберігання демонтованих засобів зовнішньої реклами, в тому числі щодо приєднаних територій.

Групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	Так	-
Орган місцевого самоврядування	Так	-
Суб'єкти господарювання	Так	-
У тому числі суб'єкти малого підприємництва	Так	-

Проблема, яка запропонована для врегулювання в результаті прийняття регуляторного акта, є важливою для громади і не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів, оскільки згідно з чинним законодавством потребує врегулювання на місцевому рівні і не вирішується за допомогою діючих регуляторних актів, оскільки жоден з них не містить норми, які регулюють порушені питання.

Проект регуляторного акта підготовлено відповідно до принципів державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності, а саме: забезпечення доцільності, ефективності та прозорості щодо застосування норм для суб'єктів господарювання.

2. Цілі регулювання

Основними цілями прийняття запропонованого регуляторного акта є:

а) встановлення єдиного порядку розміщення зовнішньої реклами на всій території Луцької міської територіальної громади;

б) вдосконалення процедури проведення демонтажу, обліку, зберігання демонтованих засобів зовнішньої реклами, в тому числі щодо приєднаних територій, визначеної чинним порядком розміщення зовнішньої реклами;



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00](#)

Підписувач [Чебелюк Ірина Іванівна](#)

Дійсний з [04.08.2023 12:06:42](#) по [04.08.2025 12:06:42](#)

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

в) стимулювання розвитку підприємництва шляхом надання можливості суб'єктам господарювання встановлювати засоби зовнішньої реклами для розміщення реклами товарів та послуг на території всієї громади;

г) збільшення надходжень до бюджету Луцької міської територіальної громади від суб'єктів підприємництва за рахунок сплати за тимчасове користування місцями розміщення засобів зовнішньої реклами;

д) покращення благоустрою населених пунктів громади.

3. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

3.1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1	Збереження існуючого стану
Альтернатива 2	Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта

3.2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

3.2.1 Оцінка впливу на сферу інтересів Луцької міської ради.

Вид альтернатив	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1. Збереження існуючого стану	Вигоди залишаться незмінними, згідно з чинним рішенням виконавчого комітету Луцької міської ради від 19.02.2020 № 96-1 "Про Порядок розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади".	<ol style="list-style-type: none"> Неможливість встановлення чітких, єдиних та зрозумілих правил розміщення засобів зовнішньої реклами на всій території громади. Неможливість вдосконалення процедури проведення демонтажу, обліку, зберігання демонтованих засобів зовнішньої реклами, в тому числі щодо приєднаних територій. Невпорядкованість розміщення зовнішньої реклами на територіях населених пунктів, які буди приєднані до Луцької міської територіальної громади. Відсутність можливості здійснювати ефективний контроль за дотримання законності при розміщенні засобів зовнішньої реклами на приєднаних територіях. Неможливість збільшення надходжень до бюджету громади. Відсутність можливості у Луцької міської ради



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат 3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00

Підписувач Чебелюк Ірина Іванівна

Дійсний з 04.08.2023 12:06:42 по 04.08.2025 12:06:42



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

		здійснювати належним чином благоустрій приєднаних населених пунктів до міської громади. 7. Адміністрування встановлених процедур.
Альтернатива 2. Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта	<p>1. Забезпечується наявність єдиного систематизованого нормативно-правового акта, який регулює відносини, що виникають у сфері розміщення зовнішньої реклами на території всієї громади.</p> <p>2. Вдосконалення процедури проведення демонтажу, обліку, зберігання демонтованих засобів зовнішньої реклами, в тому числі щодо приєднаних територій.</p> <p>3. Впорядкованість розміщення зовнішньої реклами на територіях населених пунктів, які буди приєднані до Луцької міської територіальної громади.</p> <p>4. Наявність можливості здійснювати належним чином благоустрій приєднаних населених пунктів до міської громади.</p> <p>5. Наявність можливості здійснювати ефективний контроль за дотримання законності при розміщенні засобів зовнішньої реклами на приєднаних територіях.</p> <p>6. Створюється можливість для збільшення надходжень до бюджету громади внаслідок сплати суб'єктами господарювання за тимчасове користування місцями розміщення засобів зовнішньої реклами.</p>	<p>1. Опублікування ухваленого рішення у засобах масової інформації.</p> <p>2. Адміністрування встановлених процедур.</p>

3.2.2. Оцінка впливу на сферу інтересів громадян.

Вид альтернатив	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1. Збереження існуючого стану	Вигоди залишаться незмінними, згідно з чинним рішенням виконавчого комітету Луцької міської ради від 19.02.2020 № 96-1 "Про Порядок розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади".	<p>1. Невпорядкованість розміщення зовнішньої реклами на територіях населених пунктів, які буди приєднані до Луцької міської територіальної громади.</p> <p>2. Відсутність можливості здійснювати належним чином благоустрій населених пунктів</p>



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат 3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00

Підписувач Чебелюк Ірина Іванівна

Дійсний з 04.08.2023 12:06:42 по 04.08.2025 12:06:42

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

		на приєднаних територіях міської громади.
Альтернатива 2. Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта	1. Розуміння політики у сфері розповсюдження зовнішньої реклами, яку проводить Луцька міська рада та її виконавчі органи. 2. Впорядкованість розміщення зовнішньої реклами на територіях населених пунктів, які буди приєднані до Луцької міської територіальної громади. 3. Здійснення належного благоустрою на приєднаних територіях.	Відсутні

3.2.3. Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання, в т.ч. суб'єктів малого підприємництва.

Показник	Великі	Середні	Малі (в т.ч. Мікро)	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, од.	2	7	99 (79)	108
Питома вага групи у загальній кількості, %	1,85	6,48	91,67 (73,15)	100

Кількість суб'єктів малого підприємництва на яких поширюється регулювання: **99** (одиниць), у тому числі мікропідприємництва — **79** (одиниць).

Питома вага суб'єктів малого підприємництва (в т.ч. мікро) у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема складає вплив — **91,67 %**.

Вид альтернатив	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1. Збереження існуючого стану.	Вигоди залишаться незмінними, згідно з чинним рішенням виконавчого комітету Луцької міської ради від 19.02.2020 № 96-1 “Про Порядок розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади”.	1. Витрати залишаться незмінними, згідно з чинним рішенням виконавчого комітету Луцької міської ради від 19.02.2020 № 96-1 “Про Порядок розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади”. 2. Відсутність чітких, єдиних та зрозумілих правил і вимог до розміщення засобів зовнішньої реклами на приєднаних територіях.
Альтернатива 2. Прийняти запропонований проєкт	1. Наявність єдиного систематизованого нормативно-правового акта, який регулює	1. Витрати на ознайомлення з вимогами регуляторного акта. 2. Витрати на здійснення сплати



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат 3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00

Підписувач Чебелюк Ірина Іванівна

Дійсний з 04.08.2023 12:06:42 по 04.08.2025 12:06:42

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

регуляторного акта	відносини, що виникають у сфері розміщення зовнішньої реклами на території всієї громади. 2. Впорядкованість та наявність чітких вимог до розміщення зовнішньої реклами на територіях населених пунктів, які буди приєднані до Луцької міської територіальної громади.	до бюджету громади за користування місцем розміщення зовнішньої реклами, зокрема в населених пунктах приєднаних територій.
--------------------	---	--

3.3. Витрати, які виникають внаслідок дії регуляторного акта на сферу інтересів суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва.

Сумарні витрати за альтернативами на сферу інтересів суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва	Сума витрат, грн. (за 5 років)
Альтернатива 1. Збереження існуючого стану	2 702 606,9
Альтернатива 2. Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта	2 702 606,9

4. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за 4-х бальною системою оцінювання)	Коментарі щодо присвоєння відповідного балу
Альтернатива 1. Збереження існуючого стану	1	Чинний регуляторний акт з питань розміщення зовнішньої реклами не враховує зміни, які відбулись в Луцькій міській територіальній громаді внаслідок приєднання до громади інших населених пунктів. Проблема продовжуватиме існувати, що не забезпечить досягнення поставлених цілей.
Альтернатива 2. Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта	4	У разі прийняття проєкту регуляторного акта, заплановані цілі буде досягнуто. Оптимальний варіант збалансування інтересів міської влади, громадян та суб'єктів господарювання



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00](#)

Підписувач [Чебелюк Ірина Іванівна](#)

Дійсний з [04.08.2023 12:06:42](#) по [04.08.2025 12:06:42](#)

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1. Збереження існуючого стану	1	1	2-ге місце У разі залишення існуючої на цей час ситуації без змін, проблема не буде вирішена, що не забезпечить досягнення поставлених цілей.
Альтернатива 2. Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта	4	4	1-ше місце Цей альтернативний спосіб є найбільш придатним для вирішення проблеми тому, що при прийнятті запропонованого проєкту регуляторного акта буде досягнуто визначених цілей.

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1. Збереження існуючого стану	Перший альтернативний спосіб не є прийнятним та не забезпечує досягнення цілей щодо регулювання прав та обов'язків суб'єктів у сфері розміщення зовнішньої реклами, та не сприяє в цілому розвитку рекламного ринку на території міської громади.	X
Альтернатива 2. Прийняти запропонований проєкт регуляторного акта	Другий альтернативний спосіб є найбільш придатним для вирішення проблеми, тому що при ухваленні проєкту рішення буде досягнуто вказаних цілей, що сприятиме розвитку рекламного ринку на території міської громади.	Ризик зміни чинного законодавства

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

Для розв'язання визначеної проблеми пропонується ухвалити рішення виконавчого комітету міської ради "Про затвердження Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади у новій редакції".

Відповідно до проєкту Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади в новій редакції основними заходами для розв'язання визначеної проблеми будуть:



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00](#)

Підписувач [Чебелюк Ірина Іванівна](#)

Дійсний з [04.08.2023 12:06:42](#) по [04.08.2025 12:06:42](#)

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

встановлення порядку видачі (відмови у видачі), переоформлення, анулювання, внесення змін та продовження строку дії дозволу на розміщення зовнішньої реклами, в тому числі на приєднаних територіях;

встановлення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, в тому числі на приєднаних територіях;

встановлення вимог до розміщення зовнішньої реклами, в тому числі на приєднаних територіях;

запровадження контролю за дотриманням Порядку розміщення зовнішньої реклами на території Луцької міської територіальної громади, в тому числі на приєднаних територіях;

вдосконалення процедури проведення демонтажу, обліку, зберігання демонтованих засобів зовнішньої реклами, в тому числі щодо приєднаних територій.

6. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються Луцька міська рада, фізичні та юридичні особи, які повинні впроваджувати або виконувати ці вимоги.

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва зазначені у додатку 2 до АРВ.

Сумарні витрати на виконання вимог регулювання для суб'єктів підприємництва зазначені у додатках 1, 2 до АРВ.

За невиконання вимог, визначених регуляторним актом, суб'єкти господарювання несуть відповідальність згідно з чинним законодавством.

На дію регуляторного акта виключений вплив зовнішніх факторів, за винятком випадків внесення змін до законодавства України.

Перешкоди для впровадження регуляторного акта та виконання його вимог відсутні.

7. Обґрунтування запропонованого терміну дії регуляторного акта.

Дія регуляторного акта запроваджується на майбутній період до прийняття нового акта або зміни чинного законодавства на державному рівні.

При виникненні обґрунтованих підстав до регуляторного акта можуть вноситись зміни та доповнення.

8. Визначення показників результативності дії регуляторного акта.

Показник	Прогнозовані значення показників результативності регуляторного акта	
	2024	2025
1. Розмір надходжень до бюджету громади, пов'язаних з виконанням цього акта, тис. грн	6 454,8	6 454,8
2. Кількість суб'єктів господарювання на яких поширюється дія акта, од.	105	95



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [3FAA9288358EC003040000001B642C00E04EBF00](#)

Підписувач [Чебелюк Ірина Іванівна](#)

Дійсний з [04.08.2023 12:06:42](#) по [04.08.2025 12:06:42](#)

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023

3. Розмір коштів, що витрачаються суб'єктами господарювання, пов'язаними з виконанням вимог акта, грн	6 454,8	6 454,8
4. Час, що витрачається суб'єктами господарювання, пов'язаними з виконанням вимог акта, год (для одного об'єкта)	1,5	1,5
5. Кількість звернень, які подаються суб'єктами господарювання щодо питань розміщення зовнішньої реклами, од.	355	360
6. Кількість виданих дозволів на розміщення зовнішньої реклами (далі – дозвіл), од.	15	10
7. Кількість продовжених дозволів, од.	290	310
8. Кількість переоформлених дозволів, од.	10	15
9. Кількість дозволів, в які внесено зміни щодо зміни технологічної схеми рекламного засобу, од.	25	10
10. Кількість дозволів у які внесено зміни у разі зміни містобудівної ситуації, од.	5	5
11. Кількість анульованих дозволів, од.	10	10
12. Кількість демонтованих рекламних засобів, од.	375	150
13. Рівень поінформованості суб'єктів господарювання щодо положень акта	високий	

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

Відносно цього регуляторного акта послідовно буде здійснюватися базове, повторне та періодичне відстеження його результативності.

Базове відстеження результативності дії регуляторного акта буде проведено до набрання чинності цього регуляторного акта.

Повторне відстеження результативності дії регуляторного акта буде здійснено через 1 (один) рік з дня набрання чинності цього регуляторного акта, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом.

Періодичні відстеження будуть проводитись раз на кожні три роки з дня закінчення заходів з повторного відстеження.

Відповідні відстеження будуть проводитись департаментом містобудування, земельних ресурсів та реклами при взаємодії з іншими виконавчими органами міської ради та КП «Луцьккреклама» шляхом аналізу наявної інформації та статистичних даних.

У разі виявлення проблемних питань, вони будуть врегульовані шляхом внесення відповідних змін до регуляторного акта згідно з чинним законодавством України.

Заступник міського голови

Ірина ЧЕБЕЛЮК

Веніамін Туз 777 863

Борис Смаль 777955



ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [3FAA9288358EC00304000001B642C00E04EBF00](#)

Підписувач [Чебелюк Ірина Іванівна](#)

Дійсний з [04.08.2023 12:06:42](#) по [04.08.2025 12:06:42](#)

ЛУЦЬКА МІСЬКА РАДА



№ 15/20-5/2023 від 05.12.2023