



ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА СЛУЖБА УКРАЇНИ

вул. Арсенальна, 9/11, м. Київ, 01011, тел./факс (044) 239-76-40

E-mail: inform@drs.gov.ua, Сайт: www.drs.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 39582357

від _____ № _____ на № _____ від _____ 20__ р.

**Аджамська сільська рада
Кропивницького району
Кіровоградської області**
вул. Центральна, 65, с. Аджамка,
Кропивницький район,
Кіровоградська область, 27200

*Стосовно пропозицій щодо удосконалення
проектів регуляторних актів*

Державна регуляторна служба України відповідно до Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» (далі – Закон) та постанови Кабінету Міністрів України від 23.09.2014 № 634 «Про порядок підготовки пропозицій щодо удосконалення проектів регуляторних актів, які розробляються органами місцевого самоврядування» розглянула проекти рішень Аджамської сільської ради Кропивницького району Кіровоградської області «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах на території Аджамської сільської ради» (далі – проект рішення 1), «Про затвердження Положення про порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності, у населених пунктах на території Аджамської сільської ради» (далі – проект рішення 2) (разом – проекти рішень) та документи, що надані до них листом Аджамської сільської ради Кропивницького району Кіровоградської області від 28.08.2020 № 301/02-30.

За результатами проведеного аналізу проектів рішень, експертних висновків постійної комісії Аджамської сільської ради з питань бюджету, фінансової та інвестиційної політики щодо їх регуляторного впливу та аналізів регуляторного впливу до проектів рішень на відповідність вимогам статті 4 Закону, повідомляємо.

Щодо проекту рішення 1

Проектом рішення 1 передбачається затвердити правила розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах на території Аджамської сільської ради (далі – проект Правил).

Державна регуляторна служба України
ВИХ №6358/0/20-20 від 15.09.2020

Онiщенко Наталiя Аркадiвна



Засади рекламної діяльності в Україні, регулювання відносин, які виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами, встановлені Законом України «Про рекламу» (далі – Закон про рекламу).

Частиною першою статті 16 Закону про рекламу передбачено, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться па підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Типові правила розміщення зовнішньої реклами затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 (далі – Типові правила).

Правові та організаційні засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності, а також порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та адміністраторів визначені Законом України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» (далі – Закон про дозвільну систему).

Згідно із частиною другою статті 11 Закону про дозвільну систему закони та інші нормативно-правові акти, прийняті до набрання чинності цим Законом, діють у частині, що не суперечить цьому Закону.

Відповідно до розділу 1 проекту Правил ці Правила регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами на території Аджамської сільської ради та визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами.

Разом з тим, наповнення проекту Правил не відповідає вимогам законодавства України з огляду на таке.

1. Розділ 2 проекту Правил пропонуємо доповнити термінами, визначеними Типовими правилами (а саме: алея, місце розташування рекламного засобу, пішохідна доріжка, спеціальні конструкції, вивіска чи табличка), а також визначити, що виконавчим органом Аджамської сільської ради є виконавчий комітет Аджамської сільської ради.

2. Пунктом 4.1 розділу 4 проекту Правил визначені повноваження робочого органу, до яких, зокрема, належить розгляд заяв розповсюджувачів зовнішньої реклами на надання дозволу, внесення змін у дозвіл, переоформлення дозволу та продовження строку його дії.

Зазначаємо, що частиною першою статті 4 Закону про дозвільну систему, серед іншого, встановлено, що виключно законами, які регулюють відносини, пов'язані з одержанням документів дозвільного характеру, встановлюються вичерпний перелік підстав для відмови у видачі, переоформлення, анулювання документа дозвільного характеру; строк дії документа дозвільного характеру або необмеженість строку дії такого документа; перелік та вимоги до документів, які суб'єкту господарювання необхідно подати для одержання документа дозвільного характеру.

На сьогодні Законом про дозвільну систему та Законом про рекламу не передбачено процедури внесення змін до дозволу, продовження строку його дії.



Таким чином, пропонуємо виключити з проекту Правил положення щодо внесення змін до дозволу, продовження строку його дії, зокрема у пункті 4.1 розділу 4 проекту Правил.

3. Абзац перший пункту 5.2 розділу 5 проекту Правил пропонуємо привести у відповідність до вимог підпункту другої частини четвертої статті 13 Закону України «Про адміністративні послуги», відповідно до якого основним завданням адміністратора є, серед іншого, прийняття від суб'єктів звернень документів, необхідних для надання адміністративних послуг, їх реєстрація та подання документів (їх копій) відповідним суб'єктам надання адміністративних послуг не пізніше наступного робочого дня після їх отримання.

4. Абзац третій пункту 5.3 розділу 5 проекту Правил потребує приведення до вимог абзацу третього пункту 16 Типових правил, зокрема щодо погодження видачі дозволу у разі розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках місцевого значення, а також у межах зон охорони цих пам'яток з Кіровоградською обласною державною адміністрацією.

5. Пунктом 5.1 розділу 5 проекту Правил передбачено, що для одержання дозволу заявник звертається до Центру надання адміністративних послуг з заявою встановленої форми.

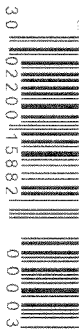
Враховуючи зазначене пропонуємо доповнити проект Правил додатком 1, в якому визначити форму (зразок) заяви про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, з урахуванням вимог додатка 1 до Типових правил.

Також пропонуємо доповнити проект Правил додатком 2, в якому визначити форму (зразок) дозволу на розміщення зовнішньої реклами, що видається Аджамською сільською радою, з урахуванням вимог додатка 3 до Типових правил.

Підсумовуючи вищевикладене, проект рішення не узгоджується з вимогами статті 4 Закону, зокрема з принципом адекватності – відповідність форм та рівня державного регулювання господарських відносин потребі у вирішенні існуючої проблеми та ринковим вимогам з урахуванням усіх прийнятних альтернатив.

Наданий аналіз регуляторного впливу до проекту рішення 1 (далі – АРВ 1) не у повній мірі відповідає вимогам Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 (із змінами, внесеними постановою Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1151) (далі – Методика).

Так, у розділі VIII АРВ 1 не наведені всі обов'язкові показники результативності дії регуляторного акта. Згідно із пунктом 10 Методики, прогнозні значення показників результативності регуляторного акта встановлюються протягом різних періодів після набрання чинності актом, обов'язковими з яких повинні бути: розмір надходжень до державного та місцевих бюджетів і державних цільових фондів, пов'язаних з дією акта; кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта; розмір коштів і час, що витратимуться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог



акта; рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта.

У розділі IX АРВ 1 визначено, що повторне відстеження результативності регуляторного акта буде проведене через рік після проведення базового відстеження. При цьому зазначено, що базове відстеження буде проведене до набрання чинності регуляторним актом.

Натомість відповідно до статті 10 Закону повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом або більшістю його положень, якщо рішенням регуляторного органу, який прийняв цей регуляторний акт, не встановлений більш ранній строк.

Звертаємо увагу, що строк виконання заходів з відстеження результативності регуляторного акта не може бути більшим ніж сорок п'ять робочих днів.

У розділі 3 Тесту малого підприємництва (далі – М-тест) до АРВ 1 до «прямих» витрат суб'єктів мікропідприємництва та малого підприємництва (далі – СМП) розробником віднесена плата за тимчасове користування місцями зовнішньої реклами.

Натомість, проектом Правил не регулюються питання встановлення плати за користування місцями розміщення реклами, а визначається порядок надання дозволів на розміщення такої реклами. Згідно проекту Правил суб'єкти господарювання несуть «прямі» витрати на виготовлення фотокартки або комп'ютерного макету місця (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів), на якому планується розташування рекламного засобу, та ескізу рекламного засобу з конструктивним рішенням (підпункт 5.1 розділу 5 проекту Правил); виготовлення фотокартки місця розташування рекламного засобу (розміром не менш як 6 x 9 сантиметрів) після розташування рекламного засобу (пункт 5.9 розділу 5 проекту Правил) тощо.

Але зазначені «прямі» витрати СМП не враховані в розділі 3 М-тесту.

Адміністративні витрати СМП, визначені в розділі 3 М-тесту, включають витрати на процедури, не передбачені проектом Правил, а саме на процедури офіційного звітування (3 год.) та процедури організації виконання вимог регулювання (витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання) (1 год.).

Натомість в М-тесті не враховані адміністративні витрати СМП на подачу та отримання документів через Центр надання адміністративних послуг (підпункти 5.1 та 5.5 розділу 5 проекту Правил), виготовлення фотокарток та ескізу рекламного засобу з конструктивним рішенням (підпункти 5.1 та 5.9 розділу 5 проекту Правил) інші.

Крім того, розділ 3 М-тесту не містить розрахунок вартості адміністрування регулювання для Аджамської сільської ради, хоча проект Правил передбачає такі бюджетні витрати, зокрема облік суб'єкта господарювання та перевірка місця розташування рекламного засобу (пункт 5.2



розділу 5 проекту Правил), погодження видачі дозволу з іншими органами влади та установами (пункт 5.3 розділу 5 проекту Правил), підготовка пропозицій та проектів відповідних рішень (пункт 5.5 розділу 5 проекту Правил), заповнення форми дозволу та його видача (пункт 5.7 розділу 5 проекту Правил) тощо.

Таким чином, витрати СМП та Аджамської сільської ради потребують уточнення та перерахунку в М-тесті до АРВ 1.

Отже, у зв'язку із неналежною підготовкою АРВ 1, зокрема з відсутністю у ньому необхідних числових даних та розрахунків витрат, які понесуть суб'єкти господарювання в результаті прийняття проекту регуляторного акта, розробником не доведена відповідність проекту рішення 1 таким принципам державної регуляторної політики, як збалансованість – забезпечення у регуляторній діяльності балансу інтересів суб'єктів господарювання, громадян та держави, та ефективність – забезпечення досягнення внаслідок дії регуляторного акта максимально можливих позитивних результатів за рахунок мінімально необхідних витрат ресурсів суб'єктів господарювання, громадян та держави.

Додатково повідомляємо, що АРВ 1 потребує уточнення дат прийняття і номерів нормативно-правових актів, на які наводяться посилання в тексті.

Щодо проекту рішення 2

Проектом рішення 2 планується затвердити Положення про порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності, у населених пунктах на території Аджамської сільської ради (далі – проект Положення).

У реченні першому абзацу дванадцятого проекту Положення передбачається, що під час проведення рекламних акцій (виставок, шоу тощо) для визначення площі місця береться загальна площа території, яка надається організаторам таких акцій.

Відповідно до визначення, наданого у Типових правилах, загальна площа території не може визначатися як місце розміщення рекламних засобів.

Пропонуємо виключити з проекту Положення речення перше абзацу дванадцятого та відповідні строки таблиці 2 додатку 1 до проекту Положення, а питання встановлення плати за проведення рекламних акцій (виставок, шоу тощо), які відносяться до масових заходів, визначати відповідно до вимог Типових правил.

Підсумовуючи вищевикладене, проект рішення 2 не узгоджується з вимогами статті 4 Закону, зокрема з принципом адекватності – відповідність форм та рівня державного регулювання господарських відносин потребі у вирішенні існуючої проблеми та ринковим вимогам з урахуванням усіх прийнятних альтернатив.

Наданий аналіз регуляторного впливу до проекту рішення 2 (далі – АРВ 2) не у повній мірі відповідає вимогам Методики.

У розділі I АРВ, згідно з вимогами Методики, розробник повинен чітко визначити проблему, яку пропонується розв'язати шляхом державного регулювання, зокрема визначити причини її виникнення; оцінити важливість зазначеної проблеми, навести дані у цифровому чи кількісному вимірі, що доводять факт існування проблеми і характеризують її масштаб; визначити



основні групи, на які проблема справляє вплив; обґрунтувати, чому проблема не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів та чинних регуляторних актів.

Натомість у АРВ 2 розробник обмежився текстовим описом проблеми, не навів даних у числовій формі, які б обґрунтовували її наявність, важливість та масштаб.

У розділі III АРВ розробник повинен визначити усі можливі альтернативні способи вирішення існуючої проблеми та оцінити (порівняти) вигоди і витрати держави, населення та суб'єктів господарювання від застосування кожної з них.

Натомість у АРВ 2 розробник при оцінці альтернативних способів досягнення цілей надав мінімальний текстовий опис вигод і витрат держави, населення та суб'єктів господарювання від застосування кожного з них, не зазначив та не порівняв вигоди та витрати суб'єктів господарювання, громадян та держави у кількісному (грошовому) виразі.

Крім того, при оцінці витрат для суб'єктів господарювання за альтернативою 2 розробником зазначено, що ця альтернатива не потребує витрат з бюджету. Але відповідно до розділу 3 М-тесту СМП несуть витрати у розмірі 399 тис. гривень.

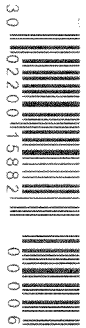
У розділі VIII АРВ 2 не наведені всі обов'язкові показники результативності дії регуляторного акта. Згідно із пунктом 10 Методики, прогнозні значення показників результативності регуляторного акта встановлюються протягом різних періодів після набрання чинності актом, обов'язковими з яких повинні бути розмір надходжень до державного та місцевих бюджетів і державних цільових фондів, пов'язаних з дією акта; кількість суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб, на яких поширюватиметься дія акта; розмір коштів і час, що витрачатимуться суб'єктами господарювання та/або фізичними особами, пов'язаними з виконанням вимог акта; рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень акта.

У розділі IX АРВ 2 визначено, що повторне відстеження результативності регуляторного акта буде проведено через рік після проведення базового відстеження. При цьому зазначено, що базове відстеження буде проведено до набрання чинності регуляторним актом.

Натомість відповідно до статті 10 Закону повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюється через рік з дня набрання ним чинності або набрання чинності більшістю його положень, але не пізніше двох років з дня набрання чинності цим актом або більшістю його положень, якщо рішенням регуляторного органу, який прийняв цей регуляторний акт, не встановлено більш ранній строк.

Звертаємо увагу, що строк виконання заходів з відстеження результативності регуляторного акта не може бути більшим ніж сорок п'ять робочих днів.

У розділі 3 М-тесту до АРВ 2 до адміністративних витрат СМП віднесені, серед іншого, витрати на процедури, не передбачені проектом Правил, а саме процедури офіційного звітування (3 год.).



Крім того, розділ 3 М-тесту не містить розрахунок вартості адміністрування регулювання для Аджамської сільської ради, хоча відповідно до речення другого абзацу дванадцятого проекту Положення контроль за своєчасністю та повнотою сплати за тимчасове користування місцем розміщення рекламного засобу покладено на відділ бухгалтерського обліку, планування та звітності Аджамської сільської ради. Зазначене може передбачати бюджетні витрати (витрати робочого часу працівника відділу бухгалтерського обліку, планування та звітності Аджамської сільської ради) на: облік суб'єктів, що користуються місцем розміщення рекламного засобу, розрахунок плати, контроль за надходженням коштів, підготовку звітів тощо.


Таким чином, витрати СМП та Аджамської сільської ради потребують уточнення та перерахунку в М-тесті до АРВ 2.

Отже, у зв'язку із неналежною підготовкою АРВ 2, зокрема з відсутністю у ньому необхідних числових даних та розрахунків витрат, які понесуть суб'єкти господарювання в результаті прийняття проекту регуляторного акта, розробником не доведена відповідність проекту рішення 2 таким принципам державної регуляторної політики, як збалансованість – забезпечення у регуляторній діяльності балансу інтересів суб'єктів господарювання, громадян та держави, та ефективність – забезпечення досягнення внаслідок дії регуляторного акта максимально можливих позитивних результатів за рахунок мінімально необхідних витрат ресурсів суб'єктів господарювання, громадян та держави.

Враховуючи вищевикладене, пропонуємо привести проекти рішень Аджамської сільської ради Кропивницького району Кіровоградської області «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах на території Аджамської сільської ради», «Про затвердження Положення про порядок визначення розміру плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебувають у комунальній власності, у населених пунктах на території Аджамської сільської ради» у відповідність до вимог чинного законодавства України згідно з наданими пропозиціями, а аналізу регуляторного впливу до проектів рішень – до вимог Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11.03.2004 № 308 (із змінами, внесеними постановою Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1151).

Про результати розгляду цього листа пропонуємо поінформувати Державну регуляторну службу України.

**Т. в. о. Голови Державної
регуляторної служби України**



Олег МІРОШНІЧЕНКО

