



**ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА СЛУЖБА УКРАЇНИ  
(ДРС)**

вул. Арсенальна, 9/11, м. Київ, 01011, тел./факс (044) 239-76-40  
E-mail: [inform@drs.gov.ua](mailto:inform@drs.gov.ua), Сайт: [www.drs.gov.ua](http://www.drs.gov.ua), код згідно з ЄДРПОУ 39582357

на № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

**Виконавчий комітет  
Броварської міської ради  
Броварського району  
Київської області**

вул. Героїв України, 15, м. Бровари,  
Броварський район, Київська обл.,  
07400

[info@brovary-rada.gov.ua](mailto:info@brovary-rada.gov.ua)

*Щодо проекту регуляторного акта*

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 вересня 2014 р. № 634 «Про порядок підготовки пропозицій щодо удосконалення проектів регуляторних актів, які розробляються органами місцевого самоврядування» опрацювала проект рішення Броварської міської ради Броварського району Київської області «Про затвердження Порядку розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Броварської міської територіальної громади Броварського району Київської області» (далі – проект рішення) та документи, надані до нього листом виконавчого комітету Броварської міської ради від 23.01.2025 № 1.5-3/01/1362.

За результатом опрацювання надаємо пропозиції щодо удосконалення проекту рішення відповідно до визначених Законом принципів адекватності, ефективності та збалансованості державної регуляторної політики.

Обґрунтування невідповідності	Пропозиція щодо удосконалення
<b>Проект рішення</b>	



**Державна регуляторна служба України**

№ 711/20-25 від 17.02.2025

Підписав: Кучер Олексій Володимирович

Сертифікат: 6FA97849F1B2570D040000008869000025DF0300

Дійсний: з 12.06.2024 11:11:30 по 12.06.2025 11:11:30

<p>За правилами нормопроекування у преамбулі нормативно-правового акта вказуються правові підстави його прийняття. У даному випадку це законодавчі та нормативно-правові акти, якими органу місцевого самоврядування надано повноваження приймати рішення з певних питань. Повноваження міської ради щодо розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах визначені статтею 16 Закону України «Про рекламу» (далі – Закон про рекламу) та статтею 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні». Також пунктом 32 Типових правил розміщення зовнішньої реклами, які затвердженні постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 (далі – Типові правила) органам місцевого самоврядування надається повноваження щодо визначення порядку встановлення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності.</p> <p>Отже, саме наведені нормативно-правові акти є правовими підставами прийняття міською радою цього рішення.</p>	<p>Пропонуємо виключити у преамбулі проекту рішення посилання на інші нормативно-правові документи.</p>
<p>У проекті рішення відсутні положення про оприлюднення та набрання нормативно-правовим актом чинності.</p> <p>Відповідно до частини п'ятої статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» акти органів та посадових осіб місцевого самоврядування нормативно-правового характеру набувають чинності з дня їх офіційного оприлюднення, якщо органом чи посадовою особою не встановлено пізніший строк введення цих актів у дію. Згідно із частинами одинадцятою та дванадцятою цієї статті акти органів та посадових осіб місцевого самоврядування підлягають обов'язковому оприлюдненню та наданню за запитом відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації». Акти органів та посадових осіб місцевого самоврядування, які відповідно до закону є регуляторними актами, розробляються, розглядаються, приймаються та оприлюднюються у порядку, встановленому Законом.</p> <p>Зокрема, статтею 12 Закону визначено, що регуляторні</p>	<p>Пропонуємо доповнити проект рішення положеннями про оприлюднення та набрання актом чинності.</p>

<p>акти, прийняті органами та посадовими особами місцевого самоврядування, офіційно оприлюднюються в друкованих медіа відповідних рад, а у разі їх відсутності – у місцевих друкованих медіа, визначених цими органами та посадовими особами, не пізніш як у десятиденний строк після їх прийняття та підписання.</p>	
<p><b>Проект Порядку розміщення об'єктів зовнішньої реклами на території Броварської міської територіальної громади Броварського району Київської області (далі – проект Порядку)</b></p>	
<p>Частиною першою статті 16 Закону про рекламу передбачено, серед іншого, що розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, в порядку, встановленому цими органами <i>на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України</i>. Також пунктом 3 Типових правил передбачено, що <i>зовнішня реклама</i> розміщується на підставі дозволів та у порядку, встановленому виконавчими органами сільських, селищних, міських рад відповідно до цих Правил.</p> <p>Звертаємо увагу, що Законом про рекламу та Типовими правилами не передбачено терміну «об'єкт зовнішньої реклами».</p>	<p>Пропонуємо у проекті Порядку врахувати вимоги частини першої статті 16 Закону про рекламу та привести його у відповідність до Типових правил, а також виключити положення, які ними не передбачені.</p>
<p>Інформуємо, що деякі пункти Типових правил (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1173) Постановою Окружного адміністративного суду міста Києва від 22.06.2016 у справі № 826/2002/16 визнано незаконними з моменту прийняття постанови № 1173. Отже, постанова Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2003 р. № 2067 «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» є чинною в редакції, що діяла до 16 грудня 2015 року, в частині що не суперечить Закону про рекламу, Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» (далі – Закон про дозвільну систему) та Закону України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності».</p>	<p>Пропонуємо під час підготовки проекту Порядку врахувати Постанову Окружного адміністративного суду міста Києва від 22.06.2016 у справі № 826/2002/16.</p>
<p>Абзац другий пункту 1.1 розділу 1 проекту Порядку не</p>	<p>Пропонуємо абзац другий</p>

<p>відповідає вимогам пункту 1 Типових правил. Також пункти 1.2 та 1.3 цього розділу не передбачені Типовими правилами, а тому потребують виключення.</p>	<p>пункту 1.1 розділу 1 проєкту Порядку привести у відповідність до пункту 1 Типових правил, а пункти 1.2 та 1.3 - виключити.</p>
<p>У пункті 1.4 розділу 1 проєкту Порядку розробник наводить визначення, які не відповідають Типовим правилам та Закону про рекламу (наприклад, «вивіска чи табличка», «дозвіл», «місце розташування об'єкта зовнішньої реклами», «робочий орган» тощо) та не передбачені Типовими правилами та Законом про рекламу (наприклад, «аудіореklама», «банер», «стаціонарна або рухома надувна реклама, що складається з фігури», «скрол», «призматрон», «оракал, перфоплівка на поверхні вікон, вітрин», «прапор», «трієдр» «рекламна акція, промоакція з демонстрацією зразків продукції» тощо).</p> <p>Звертаємо увагу, що органи місцевого самоврядування не наділені повноваженнями визначати терміни, не передбачені законами, або змінювати їх значення своїми рішеннями. Загальновизначений термінологічний глосарій повинен мати однакове застосування на території країни.</p> <p>Крім того, при визначенні терміну «робочий орган» розробник наводить перелік його повноважень, який не відповідає вимогам пункту 6 Типових правил.</p>	<p>Пропонуємо визначення термінів у пункті 1.4 розділу 1, які застосовуються у проєкті Порядку, привести у відповідність до законодавства, а також виключити положення, що не є предметом його регулювання.</p> <p>Також пропонуємо перелік повноважень робочого органу викласти окремим пунктом розділу 1 та привести його у відповідність до пункту 6 Типових правил.</p>
<p>Видача (переоформлення, припинення дії) дозволів на розміщення зовнішньої реклами має здійснюватися відповідно до Закону про рекламу та Типових правил <i>в частині, що не суперечить Закону про дозвільну систему</i>.</p> <p>Законом про рекламу та Законом про дозвільну систему <i>не передбачено</i> процедури внесення змін до дозволу, продовження строку його дії, встановлення та скасування пріоритету заявника (відмову в його встановленні, продовження його строку) на місце розташування рекламних засобів.</p> <p>Також слід зазначити, що Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» та деяких інших законодавчих актів</p>	<p>Пропонуємо по тексту проєкту Порядку виключити положення щодо внесення змін у дозвіл, продовження строку його дії, видачі дубліката дозволу, встановлення та скасування пріоритету заявника (відмову в його встановленні, продовження його строку), а також додаток 1 до проєкту Порядку.</p>

<p>України щодо децентралізації повноважень з державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» від 26 листопада 2015 р. № 835-VIII внесені зміни, зокрема до Закону про дозвільну систему, яким <i>скасовано видачу дубліката документів дозвільного характеру.</i></p>	
<p>У проєкті Порядку відсутні положення, передбачені пунктами 9, 10, 28 Типових правил.</p>	<p>Пропонуємо проєкт Порядку доповнити положеннями пунктів 9, 10, 28 Типових правил.</p>
<p>Перелік органів та осіб, з якими погоджується видача відповідного дозволу, визначені пунктом 16 Типових правил. При цьому відповідно до абзацу п'ятого пункту 16 Типових правил видача дозволу робочим органом погоджується з Агентством відновлення або власниками автомобільних доріг та Національною поліцією - у разі розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг.</p>	<p>Пропонуємо пункт 2.6 розділу 2 проєкту Порядку привести у відповідність до пункту 16 Типових правил.</p>
<p>Відповідно до вимог пункту 20 Типових правил виконавчий орган ради <i>протягом одного робочого дня</i> з дати одержання зазначених пропозицій приймає рішення про надання дозволу або про відмову у його наданні. Дозвіл або відмова у його видачі видається не пізніше ніж протягом наступного робочого дня після прийняття відповідного рішення.</p>	<p>Пропонуємо пункт 2.17 розділу 2 проєкту Порядку привести у відповідність до вимог пункту 20 Типових правил.</p>
<p>У пункті 2.19 розділу 2 проєкту Порядку зазначається, що договори на право користування місцями розташування ОЗР, незалежно від форми власності чи користування, для укладання між розповсюджувачами зовнішньої реклами та виконавчим комітетом Броварської міської ради, готуються Робочим органом та видаються в ЦНАП не пізніше ніж протягом наступного дня з дати прийняття рішення виконавчим комітетом Броварської міської ради, наведені у додатках 4 та 5 до цього Порядку. Звертаємо увагу на невірне посилання на номери додатків до проєкту Порядку. Водночас Законом про рекламу та Типовими правилами органам місцевого самоврядування надається повноваження щодо визначення порядку</p>	<p>Пропонуємо виключити пункт 2.19 розділу 2 та додатки 5 та 6 з проєкту Порядку.</p>

<p>встановлення плати за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, але повноваження щодо затвердження таких договорів у органів місцевого самоврядування <i>відсутні</i>.</p> <p>Згідно із частиною другою статті 179 Господарського кодексу України Кабінет Міністрів України, уповноважені ним або законом <i>органи виконавчої влади, державні органи та органи державної влади</i> можуть рекомендувати суб'єктам господарювання орієнтовні умови господарських договорів (примірні договори), а у визначених законом випадках – затверджувати типові договори.</p>	
<p>Пункти 2.21 та 2.24 розділу 2 проекту Порядку не передбачені Типовими правилами, а отже потребують виключення.</p>	<p>Пропонуємо пункти 2.21 та 2.24 розділу 2 виключити з проекту Порядку.</p>
<p>Положення пункту 2.25 розділу 2 проекту Порядку не відповідають вимогам пункту 26 Типових правил.</p>	<p>Пункт 2.25 розділу 2 проекту Порядку пропонуємо привести у відповідність до пункту 26 Типових правил.</p>
<p>Відповідно до абзацу другого пункту 37 Типових правил перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, визначений пунктами 34 - 37 цих Правил, <i>є вичерпним</i>.</p> <p>Звертаємо увагу, що положення пунктів 3.23 та 3.24 розділу 3 проекту Порядку дублюють абзаци четвертий та п'ятий пункту 3.11 цього розділу відповідно та потребують виключення.</p>	<p>Пропонуємо розділ 3 проекту Порядку узгодити з Типовими правилами та виключити положення, які не передбачені Типовими правилами.</p>
<p>В абзаці другому пункту 3.12 розділу 3 проекту Порядку розробник забороняє розташовувати рекламні засоби на пішохідних доріжках та алеях, <i>якщо це перешкоджає вільному руху пішоходів</i>. Однак, стаття 16 Закону про рекламу <i>взагалі забороняє</i> розташовувати засоби зовнішньої реклами на пішохідних доріжках та алеях незалежно від того перешкоджає це руху пішоходів чи ні.</p> <p>Вимоги та заборони щодо розміщення зовнішньої реклами повинні відповідати вимогам, встановленим статтею 16 Закону про рекламу та пунктами 34-44</p>	<p>Пропонуємо в абзаці другому пункту 3.12 розділу 3 проекту Правил виключити слова: <i>«якщо це перешкоджає вільному руху пішоходів»</i>.</p>

<p>Типових правил. Перелік заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений пунктом 35 Типових правил, є вичерпним.</p>	
<p>Положення пунктів 3.14, 3.20 та 3.21 розділу 3 проекту Порядку не відповідають вимогам пунктів 43, 44 та 39 Типових правил відповідно.</p>	<p>Пропонуємо пункти 3.14, 3.20 та 3.21 розділу 3 проекту Порядку привести у відповідність до вимог пунктів 43, 44 та 39 Типових правил відповідно.</p>
<p>Пункт 3.16 розділу 3 проекту Порядку містить умови розміщення реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, що суперечить статті 22 Закону про рекламу, яка взагалі забороняє рекламу алкогольних напоїв і тютюнових виробів засобами зовнішньої реклами.</p>	<p>Пропонуємо пункт 3.16 розділу 3 проекту Порядку виключити або викласти у такій редакції:  «Забороняється зовнішня реклама:  - алкогольних напоїв, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої;  - тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються</p>

	<p>тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюномісні вироби для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням».</p>
<p>У розділі 4 проєкту Порядку встановлюються положення щодо плати за користування місцями для розміщення ОЗР незалежно від форми власності чи користування.</p> <p>Також додатком 4 до проєкту Порядку затверджується Порядок визначення розміру плати за право користування місцями для розміщення об'єктів зовнішньої реклами незалежно від форми власності чи користування на території Броварської міської територіальної громади.</p> <p>Пунктом 32 Типових правил визначено, що плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, - на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою). При цьому площа місця розташування рекламного засобу визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну</p>	<p>Пропонуємо у розділі 4 проєкту Порядку виключити положення, які не передбачені Типовими правилами.</p>



<p>паралельну їй площину. Звертаємо увагу, що питання соціальної реклами встановлюються статтею 12 Закону про рекламу, тому відповідні положення не є предметом регулювання проєкту Порядку (пункт 4.5 розділу 4).</p>	
<p>Звертаємо увагу, що 15 листопада 2024 р. набрав чинності Закон України від 10.10.2024 № 4017-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів у зв'язку з прийняттям Закону України «Про адміністративну процедуру» (далі – Закон № 4017-IX), яким внесено зміни, серед іншого, до Закону про дозвільну систему та до Закону про рекламу з метою приведення їх у відповідність до Закону України «Про адміністративну процедуру».</p> <p>При цьому слід зазначити, що Закон про дозвільну систему (зі змінами, внесеними Законом № 4017-IX) не передбачає, зокрема процедури <i>анулювання</i> документів дозвільного характеру, а передбачає - <i>припинення дії</i> документу дозвільного характеру.</p> <p>Підстави <i>припинення дії (відкликання)</i> документа дозвільного характеру передбачені частиною сьомою статті 4<sup>1</sup> Закону про дозвільну систему.</p>	<p>Пропонуємо у розділі 5 проєкту Порядку слово «скасування» замінити на слова «припинення дії».</p> <p>Крім цього, пропонуємо пункти 5.1-5.4 розділу 5 проєкту Порядку привести у відповідність до законодавства.</p>
<p>Відповідно до пункту 28 Типових правил здійснення демонтажу передбачається лише у разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу. Крім того, пункт 49 Типових правил передбачає порядок демонтажу вивісок та табличок (згідно із Законом про рекламу вони не відносяться до рекламних засобів). Пункт 46 Типових правил передбачає, що у разі порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами уповноважена особа органу, який здійснює контроль за додержанням цих Правил, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з <i>вимогою</i> щодо усунення порушень у визначений строк. У разі невиконання цієї вимоги орган, який здійснює контроль, подає інформацію спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у порядку, встановленому</p>	<p>Пропонуємо пункти 5.5-5.7 розділу 5 виключити з проєкту Порядку, а також виключити положення, які Типовими правилами не передбачені.</p>

<p>Кабінетом Міністрів України. Проте Закон про місцеве самоврядування не передбачає повноважень виконавчих комітетів місцевих рад щодо ухвалення рішень про демонтаж рекламних засобів. Закон про дозвільну систему та Закон про рекламу не встановлюють процедуру і способи здійснення демонтажу рекламних засобів, а також повноважень органів влади щодо можливості та/або необхідності врегулювання ними зазначених питань.</p> <p>Разом з тим пункт 5.9 розділу 5 проекту Порядку потребує редакційного доопрацювання з метою приведення у відповідність до вимог абзацу другого пункту 28 Типових правил, а саме: виключення слова «не».</p>	
<p>Пунктом 6.1 розділу 6 проекту Порядку передбачено, зокрема, що контроль за додержанням цього Порядку здійснює відділ контролю за станом благоустрою Управління інспекції та контролю Броварської міської ради Броварського району Київської області, Робочий орган, а також інші органи згідно з чинним законодавством у межах своїх повноважень.</p> <p>Зазначаємо, що згідно із пунктом 45 Типових правил <i>контроль за додержанням цих Правил здійснюють виконавчі органи сільських, селищних, міських рад та інші органи відповідно до законодавства. У разі порушення порядку розповсюдження та розміщення реклами уповноважена особа органу, який здійснює контроль за додержанням цих Правил, звертається до розповсюджувача зовнішньої реклами з вимогою усунення порушень у визначений строк. У разі невиконання цієї вимоги орган, який здійснює контроль, подає інформацію спеціально уповноваженому органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України (пункт 46 Типових правил).</i></p>	<p>Пропонуємо у розділі 6 проекту Порядку врахувати пункти 45 та 46 Типових правил та виключити положення, які ними не передбачені.</p>
<p>У розділі 7 проекту Порядку, а також у пункті 7.1, визначаються заключні положення, що не є предметом регулювання проекту Порядку.</p> <p>Крім того, у пункті 7.2 зазначено, що питання, що не врегульовані цим Порядком, вирішуються згідно з</p>	<p>Пропонуємо розділ 7, а також пункт 7.1, виключити з проекту Порядку.</p> <p>Крім того, пункт 7.2 пропонуємо виключити або</p>

<p>чинним законодавством України, а також відповідно до рішень Броварської міської ради Броварського району Київської області та її виконавчих органів.</p>	<p>слова «а також відповідно до рішень Броварської міської ради Броварського району Київської області та її виконавчих органів» виключити.</p>
<p>Додатком 2 до проекту Порядку встановлено форму заяви про надання дозволу на розміщення зовнішньої реклами, а додатком 3 – форму дозволу на розміщення зовнішньої реклами, посилення на які відсутні у проекті Порядку.</p> <p>Разом з тим форми заяви та дозволу на розміщення зовнішньої реклами не відповідають відповідним додаткам 1 та 3 до Типових правил.</p>	<p>Пропонуємо у проекті Порядку передбачити посилення на додатки 2 та 3 до проекту Порядку, а також привести їх у відповідність до додатків 1 та 3 до Типових правил.</p>
<p>У додатку 4 до проекту Порядку передбачається затвердити Порядок визначення розміру плати за право користування місцями для розміщення об'єктів зовнішньої реклами, незалежно від форми власності чи користування на території Броварської міської територіальної громади.</p> <p>Пунктом 32 Типових правил визначено, що <i>плата за тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів, що перебуває у комунальній власності</i>, встановлюється у порядку, визначеному органами місцевого самоврядування, а місцем, що перебуває у державній або приватній власності, – на договірних засадах з його власником або уповноваженим ним органом (особою).</p> <p>При цьому <i>площа місця розташування рекламного засобу</i> визначається як сума площі горизонтальної проекції рекламного засобу на це місце та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу. Для неназемного та недахового рекламного засобу площа місця дорівнює площі вертикальної проекції цього засобу на уявну паралельну їй площину.</p> <p>Отже, такий порядок має стосуватися виключно визначення плати за <i>тимчасове користування місцем розташування рекламних засобів</i>, розміщених з дотриманням усіх вимог законодавства.</p> <p>Разом з тим додаток 4 до проекту Порядку містить</p>	<p>Пропонуємо назву та текст додатка 4 до проекту Порядку привести у відповідність до вимог пункту 32 Типових правил, а також виключити положення, які не є предметом його регулювання.</p>

положення, що не відносяться до предмету його регулювання (пункти 2, 5, 6).	
<b>Аналіз регуляторного впливу до проєкту рішення (далі – АРВ)</b>	
<p>АРВ не відповідає вимогам Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 11 березня 2004 р. № 308 (далі – Методика).</p> <p>У розділі III АРВ не зазначено розмір витрат, які понесуть суб'єкти господарювання, громадяни та держава, як внаслідок впровадження проєкту рішення, так і внаслідок застосування альтернативних способів досягнення цілей, що підтверджували б економічну доцільність обраного способу. Таким чином, у зв'язку з неналежною підготовкою зазначеного розділу АРВ розробником не доведений вибір оптимального альтернативного способу, як передбачено вимогами розділу IV додатка 1 до Методики.</p> <p>В АРВ зазначено, що проєкт рішення матиме вплив на суб'єктів великого та середнього підприємництва (13 од.). У разі поширення дії регуляторного акта на суб'єктів великого та середнього підприємництва, розробником повинна проводитися оцінка впливу на сферу їх інтересів, що передбачає кількісне визначення витрат внаслідок дії регуляторного акта (додаток 2 до Методики). Проте, такі розрахунки в АРВ не проведені.</p> <p>Розділ VIII АРВ заповнений розробником із порушенням вимог пункту 10 Методики. Прогнозні значення показників результативності регуляторного акта встановлюються <i>протягом різних періодів після набрання чинності актом</i>, 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. Всі показники результативності мають бути визначені у <i>числовій та/або монетарній формі</i>.</p>	Пропонуємо привести АРВ у відповідність до вимог Методики.

Враховуючи, що термін дії проєкту рішення необмежений, розробнику відповідно до вимог Методики необхідно визначити прогностичні значення показників результативності регуляторного акта за наступні 5 років.

Наголошуємо, що числові дані витрат суб'єктів господарювання у розділах III, IV, VIII АРВ не наведені. При цьому інформація щодо витрат суб'єктів господарювання повинна узгоджуватися з проведеними розрахунками: суми витрат суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва (за наявності), які виникають внаслідок дії регуляторного акта, та сумарних витрат малого підприємництва на виконання запланованого регулювання, наведеними у пункті 4 Тесту малого підприємництва (далі – М-Тест).

У М-Тесті розробником не розраховані всі витрати, які мають нести суб'єкти мікропідприємництва у зв'язку з виконанням вимог, встановлених проєктом рішення. М-Тест містить розрахунки виключно адміністративних процедур, розробником не враховані «прямі» витрати суб'єктів господарювання, що виникатимуть у суб'єктів господарювання у зв'язку з прийняттям запропонованого проєкту рішення, що суперечить вимогам пункту 8 Методики. Так, у М-Тесті не наведені розрахунки витрат, які понесуть суб'єкти господарювання в результаті внесення плати за розміщення рекламних засобів, розрахованих за формулою, наведеною у додатку 4 до проєкту Порядку. Водночас у пункті 3 М-Тесту адміністративні витрати суб'єктів малого підприємництва на процедури отримання первинної інформації розраховано на перший (стартовий) рік реалізації проєкту та наступні роки. Натомість проєкт рішення має необмежений термін дії (до прийняття нового рішення), що передбачає одноразове отримання первинної інформації про регулювання у перший (стартовий) рік реалізації проєкту. Отже, сумарні витрати за п'ять років на отримання первинної інформації про регулювання будуть дорівнювати витратам за перший (стартовий) рік.

Крім того, наведені в М-Тесті розрахунки потребують

уточнення, оскільки кількість суб'єктів господарювання, які підпадають під дію регулювання, наведена у розділі III АРВ (281 суб'єкт), не узгоджується з кількістю суб'єктів, для яких ці розрахунки проведені.	
--	--

Звертаємо увагу, що на офіційному вебсайті <http://www.drs.gov.ua> у рубриці «Регуляторна політика» (підрубрика «Роз'яснення») розміщені роз'яснення щодо питань здійснення регуляторної діяльності органами місцевого самоврядування.

**Голова Державної  
регуляторної служби України**

**Олексій КУЧЕР**