



10-46  
27.01.16.

До реєстр. № 3642 від 14.12.2015 р.  
Н.д. України І.Васюник

## АПАРАТ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ

Головне науково-експертне управління

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.: 255-40-25, 255-45-01; факс: 255-41-86

№ 16/3-81/3642 (16777)

"26" 01 2016 р.

### ВИСНОВОК

**на проект Закону України «Про внесення змін Закону України  
«Про рекламу» щодо врегулювання розміщення внутрішньої реклами,  
реклами на транспорті та соціальної реклами»**  
(реєстр. № 3642 від 14.12.2015 р.)

У законопроекті, шляхом внесення змін до статей 12, 17 та 18 Закону України «Про рекламу» (далі – Закон) пропонується передбачити, що погодження розміщення внутрішньої реклами та реклами на транспорті відбувається на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. Також пропонується поширити обов'язок щодо безкоштовного розміщення соціальної реклами державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій в обсязі не менше 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами на всіх розповсюджувачів реклами, незалежно від форм власності та надання ними пільг при розміщенні соціальної реклами, замовником якої є заклади освіти, культури, охорони здоров'я, які утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, а також благодійні організації.

Головне науково-експертне управління, розглянувши законопроект, висловлює наступні зауваження і пропозиції.

1. Прийняття змін до статей 17 та 18 Закону у запропонованій редакції не забезпечить досягнення поставленої мети проекту Закону, задекларованої у п. 2 пояснювальної записці до нього: «надання функцій контролю окремим органам на місцях та розробки принципів організації простору внутрішньої реклами та реклами на транспорті...». Виходячи зі змісту запропонованих змін до цих статей, за типовими правилами, що затверджуються Кабінетом Міністрів України, буде відбуватися погодження розміщення внутрішньої реклами та реклами на транспорті з власниками місця розташування та власниками об'єктів транспорту або уповноваженими ними особами, а не сам порядок її розміщення.



У зв'язку з наведеним, запропоновані зміни до статей 17 та 18 Закону доцільно доповнити словами «та здійснюється».

2. На думку управління, пропозиція законопроекту щодо поширення обов'язку на безкоштовне розміщення соціальної реклами державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій в обсязі не менше 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами на всіх розповсюджувачів реклами, незалежно від форм власності та надання ними пільг при розміщенні соціальної реклами, замовником якої є заклади освіти, культури, охорони здоров'я, які утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, а також благодійні організації, виглядає як певне порушення права власності, що гарантується ч. 4 ст. 41 Конституції України. Тому, встановлення відповідних зобов'язань для розповсюджувачів реклами, має кореспондуватися з наданням їм пропорційного фінансування або податкових пільг в частині покриття вартості розміщення такої реклами.

3. Законопроект має вади техніко-юридичного характеру. Так, у разі внесення змін до закону, викладеного в новій редакції, зміни вносяться до його оновленої редакції з посиланням на джерело його опублікування. При цьому посилання на всі попередні редакції закону не робиться, що як порушення розглядається і в п. 2 розділу III Методичних рекомендацій щодо розроблення проектів законів та дотримання вимог нормопроектної техніки, схвалені постановою колегії Міністерства юстиції України № 41 від 21.11.2000 р. Натомість у законопроекті здійснюється посилання на джерело опублікування Закону України «Про рекламу» в редакції від 3 липня 1996 року, тоді як 11 липня 2003 року цей Закон був прийнятий у новій редакції.

4. Не можна погодитись із запропонованим порядком набрання чинності Законом, проект якого розглядається, – «з дня наступного за днем його опублікування» (пункт 1 розділу II «Прикінцеві положення»), адже реалізація положень проекту потребує комплексного оновлення підзаконної нормативно-правової бази, на яке Кабінету Міністрів України дається один місяць (пункт 2 розділу II проекту), та здійснення низки практичних заходів. У зв'язку із цим, на думку управління, Закон повинен вводиться в дію щонайменше через місяць після дня його опублікування.

**Узагальнюючий висновок: за результатами розгляду в першому читанні законопроект доцільно повернути суб'єктам права законодавчої ініціативи на доопрацювання.**

Керівник Головного управління



В. Борденюк

Вик.: В.Грицак, В. Гергелійник