

ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

**Комітет з питань інтеграції України з Європейським Союзом**

01008, м.Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.: 255-34-42, факс: 255-33-13, e-mail: comeuroint@v.rada.gov.ua

ВИСНОВОК

щодо проекту Закону України

 «Про внесення змін до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо заборони розміщення реклами на автошляхах»

(реєстр. 4534 від 22.12.2020, н.д. Р. Стефанчук та ін.)[[1]](#footnote-1)

1. ***Загальна характеристика законопроекту.***

Метою прийняття акта є зменшення аварійності на автомобільних дорогах України шляхом заборони розміщення рекламних засобів на автомобільних дорогах, вулицях, залізничних переїздах.

За інформацією ініціаторів законопроекту, стан аварійності вітчизняних автошляхів є критичним. За питомими показниками аварійності та наслідків дорожньо-транспортних пригод Україна є одним з лідерів серед країн ЄС. Так, у середньому в країнах - членах ЄС (за даними 2017 року) на 100 тис. населення припадає 5 загиблих у дорожньо-транспортних пригодах, тоді як в Україні такий показник становить (за даними 2017 року) відповідно 12,5 осіб, що більше середньоєвропейського показника на 150%. Лише упродовж 2019 року було скоєно 160675 дорожньо-транспортних пригод, у яких загинуло 3454 людини, ще 32736 осіб було травмовано.

Поряд із перевищенням безпечної швидкості, до найбільш поширених причин ДТП відносяться порушення правил маневрування, а також порушення правил проїзду пішохідних переходів і перехресть. Не в останню чергу, такому стану речей сприяє фактично безконтрольне розміщення обабіч автомобільних доріг, на узбіччях вулиць і безпосередньо поблизу залізничних переїздів рекламних щитів, білбордів, розміри яких істотно перевищують допустимі норми. Встановлені на автошляхах рекламоносії відвертають увагу водіїв, перешкоджають оцінці дорожньо-транспортної ситуації, що особливо погіршується через їх яскраве освітлення в темну пору доби.

Змінами до Кодексу України про адміністративні правопорушення пропонується передбачити адміністративну відповідальність за порушення визначеної законодавством заборони розміщення рекламних засобів на автомобільних дорогах, вулицях, залізничних переїздах у новій ч. 4 ст. 140.

1. ***Належність законопроекту за предметом правового регулювання до сфери дії законодавства ЄС, зобов’язань України в рамках Ради Європи, норм та принципів системи ГАТТ/СОТ.***

Проект акта за предметом правового регулювання охоплюється зобов'язаннями у сфері європейської інтеграції, зокрема положеннями статті 368 Глави 7 «Транспорт» Розділу V «Економічне та галузеве співробітництво» Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (далі - Угода про асоціацію), згідно з якими співробітництво між Україною та ЄС спрямовується на покращення руху пасажирів та вантажів, зростання плинності транспортних потоків між Україною, ЄС і третіми країнами регіону за рахунок усунення адміністративних, технічних, прикордонних та інших перешкод, підвищення рівня безпеки.

***3. Відповідність законопроекту праву ЄС, зобов’язанням України в рамках Ради Європи, нормам та принципам системи ГАТТ/СОТ.***

Придорожня реклама та, зокрема, цифрові білборди стають дедалі більш поширеними, і можуть бути важливим джерелом доходу для дорожніх органів. Однак придорожня реклама може представляти ризик для безпеки через відволікання проїжджаючих автомобілістів, оскільки лише короткий момент неуважності в дорожньому русі може мати серйозні наслідки.

У науково-дослідницьких інституціях ЄС можна відшукати напрацювання щодо неоднозначності висновків, пов’язаних з питаннями про те, чи призводять дорожні щити до більшої кількості нещасних випадків[[2]](#footnote-2). Було виявлено лише п’ять досліджень, які спеціально зосереджувались на впливі білбордів на аварії, два з яких були науково надійними. Одне дослідження виявило збільшення кількості аварій[[3]](#footnote-3), інше - ні[[4]](#footnote-4). Обидва дослідження розглядали статичні цифрові білборди. Слід зазначити, що дуже важко науково надійно оцінити вплив білбордів на аварії. Аварії - це рідкісні події. Отже, потрібен дуже довготривалий період спостереження, перш ніж буде достатньо даних для надійного статистичного аналізу. Протягом цього тривалого періоду може бути багато інших подій, які впливають на кількість аварій, наприклад, зміни обсягу руху або швидкості руху. Отже, необхідна дуже надійна конструкція досліджень (включаючи декілька локацій, дані про ряд змінних та застосування відповідних методів аналізу), щоб виключити можливість того, що інші зовнішні фактори відігравали роль у будь-яких змінах аварій, помічених під час період навчання.

Водночас, непереконливий характер доказової бази щодо впливу білбордів на аварійність не слід сприймати як ознаку їхньої безпеки.

У державах-членах ЄС законодавство, як правило, передбачає базову структуру, яка визначає межі юрисдикції (тобто, які органи відповідають за яку землю), хто відповідає за обробку та управління видами дозволів для зовнішньої реклами. Законодавство про автомобільні дороги, як правило, визначає конкретні обов'язки агентств дорожнього руху (наприклад, для забезпечення дотримання правил та вимог безпеки дорожнього руху). У деяких випадках законодавство дозволяє автотранспортному агентству прибирати знаки, які не відповідають цим вимогам.

Зазвичай місцеві або регіональні органи влади відповідають за дозвіл на розміщення зовнішньої реклами за межами проїзду основних транспортних коридорів, але вони також зобов’язані проконсультуватися з агенцією дорожнього руху, щоб переконатися, що запропонований знак не загрожує безпеці руху. Питання для консультації різняться. Наприклад, поріг відстані коливається від фіксованої відстані від шосе до будь-якої відстані, якщо знак видно з шосе. У більшості випадків місцева влада має право на розсуд визначити, чи є знак потенційною загрозою безпеки дорожнього руху, перед тим, як проконсультуватися з агенцією шосе (іншими словами, консультування з агенцією автомобільних доріг є необов’язковим, що на думку представників відповідних агентств вважають слабким місцем у законодавстві). Щоб опрацьовувати кількість заявок для розгляду в межах, що підлягають контролю, деякі агенції шосейних доріг розглядають лише певні типи заявок на отримання дозволів (наприклад, анімовані або електронні знаки на певній відстані від дороги, що підтримується державою).

Хоча дорожні агенції, як правило, не наділені правом вето (тобто остаточне рішення схвалити чи відхилити пропозицію приймається на місцевому рівні), місцеві органи влади часто дослуховуються до їхніх рекомендацій.

Для цілей регулятивного контролю вивіски можуть бути вилучені без компенсації (дозвіл трактується як привілей, а не як право власності). У деяких, але не всіх, державах-членах існує механізм відшкодування власникам білбордів фактичних витрат на вивезення. Також невідповідність вимогам власників зовнішньої реклами на автошляхах карається штрафами[[5]](#footnote-5).

Проект Закону за своєю метою ***не суперечить*** міжнародно-правовим зобов’язанням України.

1. Комітет розглянув проект Закону на своєму засіданні 03 лютого 2021 року (протокол № 61) відповідно до статті 93 Регламенту Верховної Ради України. [↑](#footnote-ref-1)
2. CEDR Transnational Road Research Programme 2016 Safety Funded by Belgium-Flanders, Ireland, Netherlands, Slovenia, Sweden, United Kingdom [↑](#footnote-ref-2)
3. Gitelman, v., Zaidel, D. & Doveh, E. (2012, 29-31 August ). Influence of billboards on driving behavior and road

safety. Paper presented at the 18th International Conference on Traffic and Transport Psychology ICTTP,

Groningen, The Netherlands. [↑](#footnote-ref-3)
4. Izadpanah, P., Omrani, R., Koo, S. & Hadayeghi, A. (2014). Effect of Static Electronic Advertising Signs on Road Safety: An Experimental Case Study. Journal of Orthopaedic Trauma, 28 (Supplement 1), S33-S36. [↑](#footnote-ref-4)
5. https://international.fhwa.dot.gov/mwg-internal/de5fs23hu73ds/progress?id=hfe5pxDWAi04ozAS50xExFv8pK13uBHT4auP7CXZR2U, [↑](#footnote-ref-5)