

*Ұлттық экономика Вице-министрі  
А. Ә. Әріпхановтың «Қазақстан  
Республикасының кейбір  
заңнамалық актілеріне жарнама  
мәселелері бойынша өзгерістер мен  
толықтырулар енгізу туралы» заң  
жобасына баяндамасы*

**Құрметті Маулен Сағатханұлы!**

**Құрметті депутаттар!**

### **1-слайд**

Сіздердің қарауыңызға «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне жарнама мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» заң жобасы енгізіледі.

Аталған заң жобасы 2016 жылға арналған заңжобалық жұмыстар жоспарының 21-1-тармағына сәйкес жарнама саласындағы заңнаманы жетілдіру мақсатында әзірленген.

### **2-слайд**

Бүгін жарнама қызметі көптеген тауарлар, жұмыстар, көрсетілетін қызметтер нарықтарын қамтып түрлі экономика салаларында бар және оның реттеуін көптеген мемлекеттік органдар жүргізеді.

Атап айтқанда, **Инвестициялар және даму министрлігі**(автомобиль жолдарының бөлінген белдеуіндегі сыртқы жарнаманың орналастырылуын реттеуін), **Ақпарат және коммуникациялар министрлігі**(бұқаралық ақпарат құралдарында жарнаманы бақылау), **Денсаулық сақтау және әлеуметтік даму**

**министрлігі**(медициналық қызметтердің, дәрілік заттардың және медициналық техниканың жарнаманы бақылау),**Ұлттық экономика министрлігі**(тамаққа биологиялық активті қоспалардың жарнаманы бақылау), **жергілікті атқарушы органдар** (сыртқы жарнаманы жергілікті деңгейінде орналастыруды бақылауын жүргізеді).

Астанадағы жарнаманың реттелуін бөлек айтып кеткім келеді, мұнда жергілікті өкілдік органдар басқа облыстармен және қалалармен салыстырғанда сыртқы жарнаманы орналастыру қағидаларын өз бетінше белгілейді.

Всего в Казахстане осуществляют свою деятельность порядка **1654** субъектов предпринимательства в области рекламы, из них: **1062** – рекламораспространителей и **592** – рекламопроизводителей.

### **Слайд 3**

В ходе разработки проекта закона изучен опыт многих зарубежных стран, в результате чего нами отмечены разные методы регулирования сферы рекламы.

Так, государственное регулирование в Гонконге, Китае и Малайзии осуществляется **несколькими государственными органами**, в Австралии, Сингапуре, Таиланде и Японии - **одним государственным органом**, а в России, США и Европейском союзе внедрен институт **саморегулирования**.

### **Слайд 4**

С учетом особенностей осуществления рекламной деятельности в нашей стране законопроектом предлагается определение **уполномоченного органа**, который будет осуществлять руководство и межотраслевую координацию, и **регулирующих государственных органов**, ответственных за руководство в отдельных отраслях, в которых осуществляется рекламная деятельность.

**Справочно:** определение **единого уполномоченного органа**, ответственного за выработку политики, **невозможно**, по причине многосторонности регулируемых правоотношений в данной сфере, а внедрение **саморегулирования преждевременно** по причине отсутствия готовности бизнеса.

Роль акиматов в целом останется без изменений, при этом по опыту столицы и по аналогии с порядком благоустройства территорий, акиматы на основе Типовых правил, утверждаемых уполномоченным органом, будут разрабатывать правила размещения наружной рекламы, а маслихаты их утверждать.

Таким образом, за выработку государственной политики в области рекламы будут ответственны уполномоченный и регулирующие органы, а за ее реализацию – регулирующие и местные органы.

**Справочно:**

**Компетенция уполномоченного органа:**

руководство и межотраслевая координация в сфере рекламы;  
разработка, утверждение и согласование НПА, регулирующих рекламную деятельность;

взаимодействие с регулирующими органами в сфере рекламы;  
внесение в Правительство предложений по совершенствованию законодательства о рекламе;

**рассмотрение обращения физических и (или) юридических лиц по вопросам рекламной деятельности, в том числе с привлечением регулирующих государственных органов в области рекламы, а также местных исполнительных органов для дальнейшего принятия ими мер ответственности к нарушителям законодательства Республики Казахстан о рекламе;**

**утверждение Типовых правил размещения наружной (визуальной) рекламы в населенных пунктах.**

**Компетенция регулирующих органов:**

руководство в соответствующей отрасли, в которой осуществляется рекламная деятельность;

разработка и утверждение НПА;

внесение в уполномоченный орган предложений по совершенствованию законодательства о рекламе;

применение мер ответственности к нарушителям законодательства Республики Казахстан о рекламе;

осуществление контроля в области рекламы в соответствующих отраслях и иные функции.

## **Слайд 5**

Законопроектом предусматривается ряд мер, направленных на улучшение условий для осуществления рекламной деятельности в стране.

1. Во исполнение Антикризисного плана проектом закона в целях сокращения уровня долларизации вводится требование об указании стоимости продукта только в национальной валюте.

2. В целях усиления ответственности за нарушение запретов в области рекламы вводится ответственность за их нарушение, так как многие из них на практике не соблюдаются.

**Справочно:** Запреты по Закону «О рекламе», за нарушение которых вводится ответственность:

1) недобросовестная, недостоверная, неэтичная и скрытая реклама;

2) реклама в дни национального траура на теле-, радиоканалах;

3) реклама в форме проведения различных мероприятий, в том числе розыгрышей призов, лотерей, направленных на стимулирование спроса и интереса к алкогольной продукции, табаку и табачным изделиям;

4) прерывание рекламой, в том числе способом бегущей строки, трансляции официальных сообщений, выступлений кандидатов в Президенты Республики Казахстан и в депутаты представительных органов, образовательных и религиозных телепрограмм, а также демонстрации детских телепрограмм, за исключением рекламы, предназначенной для детей и подростков;

5) прерывание рекламой демонстрации фильма в кино- и видеообслуживании, за исключением перерывов между сериями;

6) размещение наружной (визуальной) рекламы на территории памятников истории и культуры, культовых объектов, а также на особо охраняемых природных территориях;

7) реклама строящегося, а также впервые введенного в эксплуатацию жилого дома (жилого здания), не соответствующая его проектной документации и классификации жилых зданий, предусмотренной государственными строительными нормами и правилами.

В ходе проведенного анализа за 2015 год **в печатных изданиях** выявлено – **11 нарушений**, которые касались отсутствия данных о лицензировании при размещении рекламы.

В **телевизионном эфире** телеканалов за аналогичный период зафиксировано **1484** нарушений законодательства касательно:

отсутствия данных о лицензировании – **33 факта**;  
прерывания рекламой детских телепрограмм – **969 факта**;  
превышения двадцати процентов рекламы от общего объема вещания в сутки – **482 факта**.

**Справочно:** штраф на физических лиц в размере **20 МРП**, на должностных лиц – **70 МРП**, на субъектов малого предпринимательства или некоммерческие организации – **100 МРП**, на субъектов среднего предпринимательства – **200 МРП**, на субъектов крупного предпринимательства – **400 МРП**.

По предварительным подсчетам, к примеру, за 969 совершенных фактов прерывания рекламой детских телепрограмм, из расчета отнесения правонарушителей к субъектам среднего предпринимательства, поступления в государственный бюджет составил бы более чем 411 млн. тенге.

Более того, назрела необходимость введения соответствующей ответственности за нарушения **запретов к рекламе биологических активных добавок к пище (БАД)**, установленных Кодексом о здоровье народа и системе

здравоохранения, так как по данным Комитета по защите прав потребителей участились случаи их нарушения, что приводит к обману потребителей и возможному в конечном итоге ухудшению их здоровья.

**Справочно:** Запреты по Кодексу «О здоровье народа и системе здравоохранения», за нарушение которых вводится ответственность:

1) распространение и размещение рекламы биологически активных добавок к пище в общественном транспорте, в организациях, не имеющих отношения к их назначению, использованию и отпуску;

2) представление в рекламе биологически активных добавок к пище как уникальных, наиболее эффективных и безопасных;

3) вызов предположения, что эффективность лечения рекламируемой биологически активной добавкой к пище является гарантированной и применение не сопровождается развитием побочных эффектов.

**Штраф** на физических лиц в размере 5 МРП, на должностных лиц – в размере 20 МРП, на субъектов малого предпринимательства или некоммерческие организации – 50 МРП, на субъектов среднего предпринимательства – 100 МРП, на субъектов крупного предпринимательства – 150 МРП.

Предлагаемые размеры штрафных санкций определены на основе установленных ранее штрафов за нарушение требований к языку рекламы,

А штрафы за нарушение требований к рекламе БАДов установлены исходя из уже установленных штрафов за рекламу незарегистрированных лекарственных средств, так как данные правонарушения схожи по характеру, возможным последствиям и регулируются одним законодательством в области здравоохранения.

По данным поправкам проведен **Анализ регуляторного воздействия**. Проведены **общественные обсуждения** с участием представителей государственных органов, НПП, бизнес-сообщества, а также отечественных телеканалов, в ходе которых данные поправки поддержаны.

**3.** Для повышения уровня нравственно-культурного воспитания общества, а также продвижения имиджевой политики страны посредством широкого распространения социальной рекламы, вводится обязанность для обязательных теле-, радиоканалов размещать на безвозмездной основе социальную рекламу в размере не менее 1 % от общего объема вещания в месяц (14,4 минуты в сутки).

***Справочно:** Перечень обязательных теле-, радиоканалов утвержден приказом и.о. Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 13 апреля 2016 года № 368, согласно которому следующие **15 телеканалов** обязательны для распространения на всей территории Республики Казахстан: «Казахстан», «Хабар», «24 KZ», «Балапан», «Білім және Мәдениет», «Kazsport», «Первый канал Евразия», «Астана», «КТК», «МИР», «НТК», «7 канал», «31 канал», «СТВ», «Алматы».*

Порядок размещения социальной рекламы на безвозмездной основе будет установлен уполномоченным органом в сфере информации и коммуникации.

## **Слайд 6**

**4.** В целях сокращения административных барьеров для предпринимателей в виде ежегодного продления разрешительных документов на размещение наружной рекламы проектом закона предлагается продлить срок их действия с 1 года на 5 лет.

При этом разрешения, выданные до введения в действие законопроекта, сохраняют свое действие в течение пяти лет со дня их выдачи.

**5.** В целях совершенствования законодательства о рекламе проектом закона исключаются правовые коллизии, пересмотрены основные понятия в области рекламы ввиду их

различного толкования, оптимизированы виды разрешительных документов, в связи с их дублированием и другое.

***Справочно:** по всему действующему законодательству (Налоговый кодекс, законы «О рекламе», «Об автомобильных дорогах» и другие) используются понятия «объект рекламы», «объект наружной (визуальной) рекламы», которые не предусмотрены законодательством.*

*Также используются различные термины специальных конструкций наружной рекламы, такие как стенды, световые табло, билборды, стелы, указатели, афиши и другие которые не носят правовой характер и отражают только размеры, технические характеристики и особенности рекламных конструкций.*

*Таким образом, происходит подмена понятий и различное толкование норм законодательства.*

*В этой связи, в целях единообразного применения норм законодательства, законопроектом предлагается введение понятия «объект наружной (визуальной) рекламы».*

## **Слайд 7**

Проектом Закона предлагается внесение изменений и дополнений в **5 кодексов и 9 законов** в рамках вышеуказанных нововведений.

## **8-слайд**

Қорытындылай келе, заң жобасының іске асырылуы жарнама қызметін мемлекеттік реттеу тәсілдерін жүйелеуге, жарнама туралы заңнама талаптарының орындалуын қамтамасыз етуге, әлеуметтік жарнама рөлін күшейтуге және ұлттық валюта мәртебесін нығайтуға жәрдемдесетінін атап кеткім келеді.

Жалпы, заң жобасын қабылдау келеңсіз әлеуметтік-экономикалық және құқықтық салдарларға алып келмейді.

Осыған байланысты, заң жобасын мақұлдауды сұраймын.

**Назарларыңызға рахмет!**