

Сводный отчет  
об оценке регулирующего воздействия  
проекта муниципального нормативного правового акта

1. Общая информация:

1.1. Наименование разработчика проекта муниципального нормативного правового акта: департамент архитектуры и градостроительства.

1.2. Сведения о структурных подразделениях Администрации города, муниципальных учреждениях, а также работниках Администрации города, участвующих в разработке проекта муниципального нормативного правового акта: отсутствуют.

1.3. Вид и наименование проекта нормативного правового акта:

Проект решения Думы города «О внесении изменения в решение Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута».

1.4. Основания для разработки проекта муниципального нормативного правового акта:

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

- пункт 2.1 решения Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»;

- решение Думы города от 26.12.2017 № 206-VI ДГ «О Правилах благоустройства территории города Сургута»;

- абзац второй подпункта 2 пункта 1 постановления председателя Думы города от 26.12.2017 № 65 «О поручении постоянного комитета Думы города по городскому хозяйству и перспективному развитию города»;

- Федеральный закон от 05 декабря 2017 № 362-ФЗ «О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов».

1.5. Перечень действующих муниципальных нормативных правовых актов (их положений), устанавливающих правовое регулирование:

Решение Думы города от 29.09.2006 №74-IVДГ, решение Думы города от 26.12.2017 № 206-VI ДГ «О Правилах благоустройства территории города Сургута».

1.6. Планируемый срок вступления в силу предлагаемого правового регулирования:

Изменения, связанные с уточнением базовой ставки на 2019 год, вступают в силу с 01.01.2019 года, остальные пункты проекта решения вступают в силу после официального опубликования – июнь 2018 год.

1.7. Сведения о необходимости или отсутствии необходимости установления переходного периода:

Необходимость в установлении переходного периода отсутствует.

1.8. Дата размещения уведомления о проведении публичных консультаций по проекту муниципального нормативного правового акта: «02» апреля 2018 г. и срок, в течение которого принимались предложения в связи с размещением уведомления о проведении публичных консультаций по проекту нормативного правового акта: начало: «02» апреля 2018 г.; окончание: «13» апреля 2018г.

1.9. Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе публичных консультаций по проекту нормативного правового акта:

Всего замечаний и предложений: 2, из них:

учтено полностью: 2, учтено частично: 0, не учтено: 0.

1.10. Контактная информация ответственного исполнителя проекта:

Фамилия, имя, отчество: Беленец Оксана Викторовна

Должность: ведущий специалист отдела архитектуры, художественного оформления и рекламы департамента архитектуры и градостроительства Администрации города

Тел.: (3462) 52-82-95

Адрес электронной почты: belenets\_ov@admsurgut.ru

2. Степень регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта:

2.1. Степень регулирующего воздействия проекта муниципального правового акта (высокая/средняя) средняя

2.2. Обоснование отнесения проекта муниципального нормативного правового акта к определенной степени регулирующего воздействия:

Проект решения Думы города «О внесении изменения в решение Думы города от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные муниципальными правовыми актами, обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, а также изменяющие ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами расходы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

3. Описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование

3.1. Описание содержания проблемной ситуации, на решение которой направлено принятие проекта муниципального нормативного правового акта:

Согласно решению Думы города Сургута от 01 июля 2016 № 912-V ДГ размер базовой ставки в 2017 году, т.е. действующий до начала текущего года, составлял 769,07 рубля в год за один квадратный метр рекламной площади.

По информации Федеральной службы государственной статистики, в декабре 2017 года индекс потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации в % к декабрю предыдущего, 2016 года составил - 102,5%.

Согласно ч. 1 ст. 1 Федерального закона от 05 декабря 2017 № 362-ФЗ «О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов» прогнозируемый уровень инфляции в 2018 году не превысит 4,0 процента (декабрь 2018 года к декабрю 2017 года).

Таким образом, в проекте решения предложено внести изменения в размер базовой ставки, а именно размер базовой ставки на 2019 год составит 819,83 рубля.

Действующая редакция решения Думы города от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» не соответствует нормам решения Думы города Сургута от 26.12.2017 № 206-VI ДГ «О Правилах благоустройства территории города Сургута», что может повлечь выявление нарушений законодательства по результатам правового мониторинга и антикоррупционной экспертизы.

3.2. Информация о возникновении, выявлении проблемы и мерах, принятых ранее для ее решения, достигнутых результатах: отсутствует.

3.3. Опыт решения аналогичных проблем в муниципальных образованиях Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, других муниципальных образованиях Российской Федерации: отсутствует.

3.4. Источники данных:

- социальная сеть Интернет;
- СПС «Гарант»;
- СПС «КонсультантПлюс».

3.5. Иная информация о проблеме: отсутствует

## 4. Определение целей предлагаемого правового регулирования и индикаторов для оценки их достижения

4.1. Цели предлагаемого правового регулирования	4.2. Сроки достижения целей предлагаемого правового регулирования	4.3. Периодичность мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования	
- Изменение базовой ставки, с учетом плановой инфляции, индекса потребительских цен; - Приведение в соответствие с действующим законодательством.	С даты вступления в силу НПА, в течении 1 года	Ежегодно	
4.4. Цели предлагаемого правового регулирования (в соответствии с пунктом 4.1 сводного отчета)	4.5. Наименование показателей достижения целей предлагаемого правового регулирования (ед. изм.)	4.6. Значения показателей по годам	4.7. Источники данных для расчета показателей
- Изменение базовой ставки, с учетом плановой инфляции, индекса потребительских цен;	- прозрачность применения базовых ставок для определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена, да/нет	да, ежегодно	Федеральный закон от 05.12.2017 № 362-ФЗ «О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов»; решение Думы города от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута».
- Приведение в соответствие с действующим законодательством	- количество выявленных нарушений законодательства по результатам правового мониторинга, антикоррупционных экспертиз и др., ед.	0 ед. ежегодно	Отчетные данные контролирующих органов по результатам правового мониторинга, антикоррупционных экспертиз и др.

5. Качественная характеристика и оценка численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (их групп)

5.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования	5.2. Количество участников группы	5.3. Источники данных
Некоммерческие организации, иные юридические и физические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие рекламную деятельность на территории города Сургута	30 рекламораспространителей	Прогнозные данные по результатам анализа прошлых лет

6. Изменение/дополнение функций (полномочий, обязанностей, прав) структурных подразделений Администрации города, муниципальных учреждений (в случае наделения их полномочиями по осуществлению функций) в связи с введением предлагаемого правового регулирования (раздел заполняется в случае возникновения дополнительных расходов (доходов) бюджета)

6.1. Наименование функции (полномочия/ обязанности/права)	6.2. Характер функции (новая/ изменяемая/ отменяемая)	6.3. Виды расходов (доходов) бюджета города	6.4. Количественная оценка расходов и доходов (тыс. рублей)	6.5. Источники данных для расчетов
Наименование структурного подразделения, муниципального учреждения: контрольное управление Администрации города				
- осуществляет осмотр территорий городского округа на предмет выявления незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций, документальное	изменяемая	Единовременные расходы в году.:	-	-
		Периодические расходы в 2019 году:	в пределах лимитов бюджетных ассигнований на оплату труда	-

<p>фиксирование фактов незаконной установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций;</p> <p>- выдает предписания о демонтаже незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций в соответствии с законодательством;</p> <p>- организывает и координирует работу по демонтажу незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций</p>		<p>Возможные доходы за 2019 г.:</p>	<p>15 599,86 тыс. рублей</p>	<p>1. Методика прогнозирования поступлений доходов в бюджет города Сургута;</p> <p>2. Федеральный закон от 05 декабря 2017 № 362-ФЗ «О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов».</p> <p>3. Статистические данные</p>
<p>Итого единовременные расходы за период _____ гг.:</p>		-	-	
<p>Итого периодические расходы за период 2019 г.:</p>		<p>в пределах лимитов бюджетных ассигнований на оплату труда</p>	-	
<p>Итого возможные доходы за 2019 год:</p>		<p>15 599,86 тыс. рублей</p>	-	

7. Изменение обязанностей, запретов и ограничений потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования и связанные с ними расходы (доходы)

7.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (в соответствии с пунктом 5.1 сводного отчета)	7.2. Новые обязанности, запреты и ограничения, изменения существующих обязанностей, запретов и ограничений, вводимые предлагаемым правовым регулированием (с указанием соответствующих положений проекта нормативного правового акта)	7.3. Описание расходов и возможных доходов, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	7.4. Количественная оценка (рублей)	7.5. Источники данных для расчетов
Некоммерческие организации, иные юридические и физические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие рекламную деятельность на территории города Сургута	Пунктом 1.1. проекта решения Думы города установлена базовая ставка для определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена в размере 819,83 рубля в год за один квадратный метр рекламной площади. Норма вступает в силу с 01.01.2019 года	снижение расходов по оплате при заключении договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции	на 1 рекламораспространителя – на 1 890,00 руб., для 30 рекламораспространителей в 2019 году – на 56 700,00 руб. (расчет прилагается)	прогноз социально-экономического развития города Сургута на 2018 – 2020 годы; методика определения размера платы, утвержденная решением Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»

## 8. Сравнение возможных вариантов решения проблемы

Наименование	Вариант 1 (существующее правовое регулирование)	Вариант 2 (предлагаемое правовое регулирование)	Вариант N (иной вариант правового регулирова- ния)
8.1. Содержание варианта решения проблемы	<p>1. Базовая ставка для определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, в размере <u>853,43 рубля</u> в год за один квадратный метр рекламной площади.</p> <p>2. Настоящие Правила регулируют порядок проектирования, выдачи разрешений и условия эксплуатации объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление.</p>	<p>1. Установление базовой ставки для определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, <u>либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена</u> в размере <u>819,83 рубля</u> в год за один квадратный метр рекламной площади.</p> <p>2. Настоящие Правила регулируют порядок проектирования, выдачи разрешений и условия эксплуатации объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, <u>либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена</u>.</p>	-

	<p>3. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", в соответствии с основными положениями Конституции Российской Федерации, Градостроительного, Гражданского, Жилищного и Земельного кодексов Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, в соответствии с Уставом муниципального образования городской округ город Сургут Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, Правилами благоустройства территории города Сургута, утверждёнными решением Думы города от 20.06.2013 N 345-VДГ.</p> <p>4. Основанием для размещения объектов наружной рекламы является разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение), выдаваемое уполномоченным органом Администрации города и договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе</p>	<p>3. Правила разработаны на основании Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", в соответствии с основными положениями Конституции Российской Федерации, Градостроительного, Гражданского, Жилищного и Земельного кодексов Российской Федерации и иных нормативных правовых актов Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, в соответствии с Уставом муниципального образования городской округ город Сургут Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, Правилами благоустройства территории города Сургута, утверждёнными решением Думы города <u>от 26.12.2017 № 206-VI ДГ.</u></p> <p>4. Основанием для размещения объектов наружной рекламы является разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - разрешение), выдаваемое уполномоченным органом Администрации города и договор на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное</p>	
--	---	--	--

	<p>переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление.</p> <p>5. Фасадные <u>вывески</u> - элементы оформления фасадов зданий, содержащие сведения, относящиеся к рекламе.</p> <p>Не относятся к объектам наружной рекламы вывески (информационные таблички), предназначенные для доведения до сведения потребителя информации об изготовителе (исполнителе, продавце) согласно статье 9 Федерального закона "О защите прав потребителей".</p> <p>Информационная табличка должна содержать информацию, раскрывающую профиль предприятия и его наименование, в соответствии со статьей 54 Гражданского кодекса Российской Федерации. Допускается размещать на информационной табличке зарегистрированные в установленном порядке товарные знаки, логотипы и знаки обслуживания данного предприятия, а также декоративные элементы. Прочая информация, размещенная на информационной табличке, считается рекламной.</p>	<p>или доверительное управление, <u>а также объектах, государственная собственность на которые не разграничена.</u></p> <p>5. Фасадные <u>баннеры</u> - элементы оформления фасадов зданий, содержащие сведения, относящиеся к рекламе.</p> <p>Не относятся к объектам наружной рекламы вывески <u>и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, содержащие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой являются обязательным в соответствии с федеральным законом.</u></p> <p><u>Для отдельных вывесок и информационных элементов (содержащих только обязательные сведения), если они изготовлены и размещены в соответствии с согласованным комплексным решением, соответствуют приложению 3 Правил благоустройства территории города Сургута, дополнительного согласования или выдачи разрешения не требуется ни в случае их первоначальной установки, ни в случае замены.</u></p>	
--	---	---	--

	<p>Для размещения информационной таблички, соответствующей настоящим требованиям, разрешение на установку рекламной конструкции не требуется.</p> <p>Изменение фасада здания, вызванное размещением на нём вывески (информационной таблички), подлежит согласованию с органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства.</p> <p>6. <u>Орган Администрации города, уполномоченный в области архитектуры и градостроительства:</u> осуществляет контроль за размещением и эксплуатацией объектов наружной рекламы, направляет требования и выдает предписания о демонтаже объектов наружной рекламы или улучшении их внешнего вида; выявляет административные правонарушения при размещении, эксплуатации и демонтаже объектов наружной рекламы и направляет материалы в компетентный орган или должностному лицу для привлечения нарушителей к административной ответственности;</p>	<p>6. <u>Контрольное управление:</u> <u>осуществляет осмотр территорий городского округа на предмет выявления незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций, документальное фиксирование фактов незаконной установки и (или) эксплуатации рекламных конструкций;</u> <u>выдает предписания о демонтаже незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций в соответствии с законодательством;</u> <u>организовывает и координирует работу по демонтажу незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций.</u></p>	
--	---	--	--

	<p>принимает решение о демонтаже незаконно установленных и (или) незаконно эксплуатируемых объектов наружной рекламы.</p> <p>7. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объема распространяемой им рекламы (общей площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации и законодательством Российской Федерации о размещении муниципального заказа.</p> <p>8. Торги проводятся в целях: <u>улучшения благоустройства и внешнего облика города;</u> создания равных условий и возможностей для получения мест размещения объектов наружной рекламы на территории города.</p> <p>9. Состав лотов, выставляемых на аукцион, представляющий собой перечень мест размещения рекламных</p>	<p>7. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объема распространяемой им рекламы (общей площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.</p> <p>8. Торги проводятся в целях создания равных условий и возможностей для получения мест размещения объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, <u>либо объектах государственной собственности на которые не разграничена.</u></p> <p>9. <u>Предмет аукциона – право на заключение договора на установку</u></p>	
--	---	--	--

	конструкций с указанием их типов и видов, установка которых допускается схемой размещения рекламных конструкций <u>на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности, утвержденной муниципальной правовой актом.</u>	<u>и эксплуатацию рекламных(ой) конструкций(и) и состав лотов, выставляемых на аукцион, представляющий собой перечень мест размещения рекламных конструкций с указанием их типов и видов, установка которых допускается схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной постановлением Администрации города.</u>	
8.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1 – 3 года)	Некоммерческие организации, иные юридические и физические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие рекламную деятельность на территории города Сургута (30 адресатов) ежегодно	Некоммерческие организации, иные юридические и физические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие рекламную деятельность на территории города Сургута (30 адресатов) ежегодно	-
8.3. Оценка расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	с учетом установленной базовой ставки на 2018 год в размере 853,43 руб./кв.м., расходы 1 рекламодателя составляют 58 829,54 руб.; расходы 30 рекламодателей - 1 764 886,2 руб.	с учетом установленной базовой ставки на 2019 год в размере 819,83 руб./кв.м., расходы 1 рекламодателя составят 56 939,54 руб.; расходы 30 рекламодателей - 1 708 186,2 руб. снижение расходов: - на 1 рекламодателя на 1 890 руб.; - на 30 рекламодателей на 56 700 руб.	-

8.4. Оценка расходов (доходов) бюджета города, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	доходы местного бюджета в расчете на 2018 год 16 239 705,23 руб.	доходы местного бюджета в расчете на 2019 год 15 599 860,84 руб.	-
8.5. Оценка рисков неблагоприятных последствий	нарушение действующего законодательства	отсутствует	-

8.6. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы:

Предлагаемый вариант решения проблемы отвечает положениям действующего законодательства и полностью обеспечивает достижение заявленных целей регулирования.

Приложения:

1. Свод предложений о результатах публичных консультаций.
2. Расчет расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Беленец Оксана Викторовна  
(3462) 52-82-95  
Бердяева Анна Ивановна  
(3462) 52-82-50  
Рахматуллина Эльвира Ахатовна  
(3462) 52-82-26

Приложение  
к сводному отчету об оценке  
регулирующего воздействия  
проекта муниципального  
нормативного правового акта

Расчет расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, связанных с необходимостью соблюдения устанавливаемых нормативным правовым актом обязанностей

**I Информационные издержки (на одного субъекта)**

1 этап. Выделение информационных требований

1. В соответствии с предлагаемыми изменениями в решение Думы города Сургута от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» предусмотрено изменение базовой ставки для определения размера платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена, за один квадратный метр рекламной площади, начиная с 01.01.2019 года.

2 этап. Выделение информационных элементов из состава информационных требований

Внесение платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Пунктом 2 статьи 2 типового договора на установку и эксплуатацию рекламных (ой) конструкций (и) на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление установлено, что годовая плата по договору вносится рекламораспространителем равными долями в течение первых трёх кварталов текущего года не позднее 25-го числа последнего месяца текущего квартала, а в 4-м квартале - не позднее 01 декабря текущего года.

3 этап. Показатели масштаба информационных требований

Данные расчеты произведены для 1 рекламораспространителя (сотрудник, занятый реализацией требований);

1 рекламная конструкция.

4 этап. Частота выполнения информационных требований

Внесение платы по договору на размещение рекламной конструкции производится 4 раза в год (за 1-3 кварталы до 25 числа последнего месяца квартала и за 4 квартал до 1 декабря).

Частота выполнения – 4.

5 этап. Затраты рабочего времени,  
необходимые на выполнение информационных требований

Расчет трудозатрат на 1 рекламную конструкцию:

$TЗ = (п \text{ раб.} * t) / \text{продолжительность рабочего дня}$ , где

п раб. – число работников, участвующих в работе;

t – продолжительность времени в часах или днях, затраченных на выполнение работ (услуг).

$TЗ = (1 * 8 \text{ часов}) / 8 = 1 \text{ человеко-день} = 8 \text{ часов}$ .

В качестве заработной платы заявителя взята среднемесячная номинальная заработная плата в городе Сургуте на 2018 год (данные взяты в соответствии с прогнозом социально-экономического развития города Сургута на 2018-2020 годы) и составляет 85 532 руб.

Средняя заработная плата = 85 532 руб.

Рабочий месяц = 22 раб. дня = 176 часов (8-часовой рабочий день).

Средняя стоимость работы часа =  $85\,532 / 176 = 485,98$  руб.

С учетом начислений на оплату труда (30,2%) – 632,74 руб.

Для реализации информационных элементов, определенных во 2 этапе, необходимо следующее административное действие - внесение арендной платы, которое займет в среднем 15 часов.

Оплата составит:

$Tит = 15 * 632,74 = 9\,491,10$  руб.

Для реализации информационных элементов, определенных во 2 этапе, рекламораспространитель понесет расходы в среднем на 4 поездки.

Стоимость проезда на общественном транспорте – 23,5 руб.

$4 * 23,5 = 94,00$  руб.

6 этап. Стоимость приобретений, необходимых для выполнения информационных требований

Картридж – 1 000 руб./шт.

Пачка бумаги (А4) – 239 руб./пачка

(данные из сети интернет, с официальных сайтов предприятий продажи).

$A_{иэ} = MP / (n * q)$ , где:

MP – средняя рыночная цена на соответствующий товар;

n – нормативное число лет службы приобретения (для работ (услуг) и расходных материалов n=1)

q – ожидаемое число использования приобретения в год для осуществления информационного требования

$$A_{\text{иэ}} = (1000,00 + 239,00) / (1*1) = 1\,239,00 \text{ руб.}$$

7 этап. Сумма информационных издержек

$$I_{\text{ит}} = t_{\text{ит}} + A_{\text{ит}}, \text{ где}$$

$t_{\text{ит}}$  – затраты рабочего времени в часах, полученных на пятом этапе, на выполнение информационного требования

$A_{\text{ит}}$  – стоимость приобретений, полученных на шестом этапе, необходимых для выполнения информационного требования с учетом показателя масштаба и частоты

$$I_{\text{ит}} = 9\,491,10 + 1\,239,00 + 94,00 = 10\,824,10 \text{ руб.}$$

**Информационные издержки на 1 рекламораспространителя составят 10 824,10 руб.**

## II Содержательные издержки (на одного субъекта)

Внесение платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Расчет платы за установку и эксплуатацию 1 рекламной конструкции расположенной на территории города в соответствии с Методикой определения размера платы, производится по формуле:

$$R_{\text{п}} = B_{\text{с}} \times S \times \Pi \times K_{\text{тр}} \times K_{\text{рк}} \times K_1, \text{ где:}$$

**$B_{\text{с}}$**  - базовая ставка (в рублях);

**$S$**  - площадь информационного поля рекламной конструкции (в квадратных метрах);

**$\Pi$**  - период размещения рекламной конструкции (базовая ставка = 1, при исчислении периода в месяцах, месяц = 1/12 базовой ставки, при исчислении в днях, один день = 1/365 базовой ставки);

**$K_{\text{тр}}$**  - коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции;

**$K_{\text{рк}}$**  - коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции;

**$K_1$**  - понижающий коэффициент.

В расчете издержек взята максимальная площадь рекламной конструкции 36 кв.м.

$$R_{\text{п}} = 853,43 * 36 * 1 * 1,25 * 1,25 * 1 = 48\,005,44 \text{ руб. в 2018 году}$$

$$R_{\text{п}} = 819,83 * 36 * 1 * 1,25 * 1,25 * 1 = 46\,115,44 \text{ руб. в 2019 году}$$

**Таким образом, содержательные издержки 1 рекламодателя при заключении договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в 2019 снизятся на 1 890,00 руб. (48 005,44 руб. – 46 115,44 руб.).**

**Для 30 рекламодателей расходы снизятся на 56 700,00 руб. (1 890 руб. \* 30).**

**ВСЕГО Расходы одного рекламодателя в 2018 году составят:  
10 824,10 + 48 005,44 = 58 829,54 руб.**

**ВСЕГО Расходы одного рекламодателя в 2019 году составят:  
10 824,10 + 46 115,44 = 56 939, 54 руб.**

## Свод предложений о результатах проведения публичных консультаций

В соответствии с порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов в Администрации города, утвержденным постановлением Главы города от 05.09.2017 № 137, департаментом архитектуры и градостроительства Администрации города в период с «02» апреля 2018 г. по «13» апреля 2018 г. проведены публичные консультации по проекту решения Думы города «О внесении изменения в решение Думы города от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута».

В период с «02» апреля 2018 г. по «13» апреля 2018 г. проведены публичные консультации по обсуждению проекта решения Думы города «О внесении изменения в решение Думы города от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута».

Уведомления о проведении публичных консультаций были направлены:

1. Союзу Сургутская торгово-промышленная палата;
2. ООО «СургутСтройРеклама»;
3. ИП Шевченко А.В.

При проведении публичных консультаций получены отзывы от:

1. Союза Сургутская торгово-промышленная палата;
2. ООО «СургутСтройРеклама»;
3. ИП Шевченко А.В.

Результаты публичных консультаций и позиция разработчика отражены в таблице результатов публичных консультаций.

Таблица результатов публичных консультаций

Наименование участника публичных консультаций	Высказанное мнение (замечания и (или) предложения)	Позиция разработчика об учете (принятии) или отклонении мнения (замечания и (или) предложения), полученного от участника публичных консультаций (с обоснованием позиции)	Принятое решения об учете (принятии) или отклонении мнения (замечания и (или) предложения) (по результатам урегулирования разногласий с участниками публичных консультаций)
1. Союз Сургутская торгово-промышленная палата	1) Проектом предлагается из понятия «крышных установок» исключить плоскостные конструкции (п. 1.6). Считаем, что предлагаемые изменения приведут к необоснованному ограничению прав хозяйствующих субъектов в части выбора форм рекламных конструкций. Согласно Правилам распространения наружной рекламы на территории города Сургута понятие «объемные наружные рекламы» подразумевает любые технические средства (рекламные конструкции) стабильного территориального размещения, являющиеся	Принять. Подпункт 2 части 3 статьи 3 приложения к решению оставить в прежней редакции.	-

	<p>носителями рекламной информации, размещаемые в городской среде и предназначенные для визуального восприятия.</p> <p>Таким образом, предлагаем оставить подпункт 2 части 3 статьи 3 приложения к решению в прежней редакции.</p>		
	<p>2) П 1.8 проекта предлагается рассчитывать объем заключенных договоров на распространение социальной рекламы в пределах 5% годового объема распространяемой рекламы (общей рекламной площади рекламных конструкций). При этом понятие «рекламная площадь» отсутствует в решении Думы № 74-IV ДГ. В разрешении на установку рекламных конструкций в обязательном порядке указываются в т.ч. площадь информационного поля рекламной конструкции. Использование в тексте нормативного правового акта понятия, с неясным, не определенным содержанием, допускающих различные трактовки либо обозначение одних и тех же явлений различными терминами рассматри-</p>	<p>Принять.</p> <p>Часть 2 статьи 7 приложения к решению изложить в следующей редакции:</p> <p>«2. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объема распространяемой им рекламы (общей площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.».</p>	-

	вается как фактор коррупциогенности (несовершенство юридической техники). Считает целесообразным привести терминологию, используемую в проекте в соответствии с решением Дымы № 74-IV ДГ.		
2. ООО «СургутСтрой-Реклама»	Замечания и (или) предложения отсутствуют	-	-
3. ИП Шевченко А.В.	Замечания и (или) предложения отсутствуют	-	-

Приложения:

1. Копия отзыва участника публичных консультаций Сургутской ТПП;
2. Копия отзыва участника публичных консультаций ООО «СургутСтройРеклама»;
3. Копия отзыва участника публичных консультаций ИП Шевченко А.В.;
4. Копия письма-уведомления участнику публичных консультаций Сургутской ТПП.