

Пояснительная записка

Наружная реклама – это индикатор рыночной экономики. При наблюдении большого количества рекламы в любом её виде – это говорит о том, что рынок услуг и реализации товаров находится в рабочем состоянии. Ведь при отсутствии покупательской способности, что и продемонстрировал кризисный период, отсутствует интерес в дополнительной рекламации товаров и услуг. Любое предприятие, будь это представитель малого, среднего или крупного Бизнеса, в тяжелые финансовые времена оптимизирует/сокращает расходы и как не странно первыми попадают под сокращение затраты на рекламу (опять же в отсутствие потребительского спроса и финансовой возможности).

В связи, с чем в адрес рекламораспространителей не только нашего города, но и по всему миру начали поступать письма от клиентов с просьбой, либо об дополнительных скидках от 15 до 50%, либо о расторжении договора ввиду отсутствия финансирования (см. Приложения №1). Далее падает не только стоимость, но и занятость рекламных площадей.

В кризисный период рекламные компании, не сокращая персонала, пытаются настроить работу предприятий и неоднократно обращаясь в Администрацию и Думу города с просьбами уменьшить финансовое обременение по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. В период с последнего разового увеличения и последующего «замораживания до 01.01.2011г.» Базовой ставки (БС) в методике расчета по вышеуказанным договорам с 300 руб. до 449,3руб. (практически на 50%), рекламный рынок такого резкого скачка не выдержал. Стали копиться долги перед бюджетом, от Департамента архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута стали приходить уведомления об одностороннем разрыве договоров, а далее следуют судебные разбирательства. После того как с предприятиями начинают разрывать договора, уже как неизбежность начинают банкротиться/разоряться компании, кстати представители малого и среднего бизнеса, в том числе неизбежно пополняются ряды безработных. После чего «болты зажимают дальше» утверждая ставку 509,06 руб. с 01.01.2011г. ситуация только ухудшается, бюджет не получает даже тех финансовых средств, которые получал ранее, кол-во легальных операторов наружной рекламы продолжает сокращаться. Компании переходят в разряд «нелегалов» продолжая работать!, но не платить в бюджет!, при этом создавая неконкурентные условия работы легальным компаниям, демпингуя рыночные цены. При принятии предлагаемой Базовой ставки ДАиГ в 553,86 руб. ситуация только обострится. Для статистики из общего количества рекламных конструкций (~1100 шт.) в городе установлено и действует на данный момент около 300-350 незаконных рекламных конструкций и даже не смотря на активные действия ДАиГ в проведении демонтажных работ, их ряды только пополняются.

Есть масса примеров где такой ситуации Администрации городов не допустили. г.Тюмень, весной 2009г., в разгар экономического кризиса вместо очередного увеличения, пошли на встречу предпринимателям и уменьшили на 25% Базовую ставку (БС), заодно пересмотрев некоторые коэффициенты по территориальным привязкам в сторону уменьшения. На данный момент, ситуация на рынке наружной рекламы в г.Тюмень более стабильная, причем периодически предприятия стали привлекать инвестиции для улучшения внешнего архитектурного облика города, устанавливая более высокотехнологичные рекламные конструкции. Аналогичные решения о послаблении финансовых обременений на предприятия малого и среднего бизнеса, работающих в сфере рекламы, наблюдаются во многих регионах. В нашем городе с учетом действующей Базовой ставки (БС) 449,30 руб. отсутствует финансовая возможность во внедрении каких—либо высокотехнологичных рекламных конструкций. В отличие от 2006-2008гг. предприятия потеряли финансовую возможность принятия участия в каких-либо благотворительных мероприятиях.

В связи с чем, предлагаем уменьшить Базовую ставку (БС) в методике расчета оплаты по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на 20% и установить с 01.06.2011г. на уровне 407 рублей 25 копеек на период до 01.06.2012г.

Динамика изменения Базовой ставки за период 2007-2012

БС=300 руб. период 2007-2008 гг.

БС=449,30 руб. период 2009-2010 гг.

БС=509,06 руб. период 2010 г – по наст.вр.

БС=553,86 руб. принимаемая ДАиГ Базовая ставка период 2011-2012 гг.

БС=407,25 руб. предлагаемая Базовая ставка

Проблема принятия предложение ДАиГ - БС 553,86 руб. на период действия 2011-2012г. состоит в том, что бюджет не получит той заявленной прибыли по нескольким причинам:

1. Аналогичное повышение в 2010 г. (~ 449 руб) и 01.01.2011г. (~509 руб.) повлекло за собой снижение оплат в бюджет и разрыв действующих договоров. Определенные минусы это наложило на работу действующих легально компаний, т.к. компании которые расторгли договора и продолжают по факту работать в статусе «нелегал» , т.е. не платить в бюджет.
2. Кроме, того они создают большие проблемы для «легальных» компании имея возможность не платить в бюджет снижают рыночную стоимость на свои услуги, что автоматически делает рынок не конкурентным и ставит в неравные условия работы легальные и нелегальные компании.
3. Сравнительный анализ рыночных цен и занятости (см. таблица 3) наглядно показывает, что от кризиса 2008 года рынок «Наружной рекламы» ещё не отошел, уменьшение % занятости конструкций и соотношение средней стоимости к сумме оплаты в бюджет (на что влияет Базовая ставка) на данный момент даже ниже применяемой практически в 2 раза.

Основные поступления в бюджет от 1 рекламной конструкции за 1 календарный год

ПЕРИФЕРИЯ

Базовая ставка 300 руб. период 2007/2008 год

Рп = **300** x 36 x 1 x 1 x 1,25 + 18%НДС = 15 930 руб.

Базовая ставка 509,06 руб. период 2010 г. по наст.вр.

Рп = **509,06** x 36 x 1 x 1 x 1,25 + 18%НДС = 27 031, 09 руб.

Принимаемая ДАиГ Базовая ставка 553,86 руб. 2012 г.

Рп = 553,86 x 36 x 1 x 1 x 1,25 + 18%НДС= 29 409, 97 руб.

Предлагаемая Базовая ставка 407,25 руб.2012 г.

Рп = 407,25 x 36 x 1 x 1 x 1,25 + 18%НДС= 21 624, 97 руб.

ЦЕНТР

Базовая ставка 300 руб. период 2007/2008 год

Рп = **300** x 36 x 1 x 1,25 x 1,25 + 18%НДС= 19 912,50 руб.

Базовая ставка 509,06 руб. период 2010 г. по наст.вр.

Рп = **509,06** x 36 x 1 x 1,25 x 1,25 + 18%НДС= 33 788, 88 руб.

Принимаемая Базовая ставка 553,86 руб. 2012 г.

Рп = 553,86 x 36 x 1 x 1,25 x 1,25 + 18%НДС= 36 762, 46 руб.

Предлагаемая Базовая ставка 407,25 руб.2012 г.

Рп = 407,25 x 36 x 1 x 1,25 x 1,25 + 18%НДС= 27 031, 21 руб.

Таблица №1

Аналитическая информация о средней ежеквартальной стоимости и занятости рекламных конструкций

Период	Средняя фактическая стоимость аренды рекламной конструкции (в руб. с НДС18% 1 мес.) Фактическая занятость (в %)			
	ООО «Ярмарка» Средняя стоимость, руб. с НДС Занятость, %	ООО «Арт-имидж»	СГМУЭП «Горсвет»/ ООО «Вершина»	ООО РА «Амалкер»
2007 г. - I кв.	11 096-86	10 079-76	9 671-73	10 628-54
	67,9 %	73,3%	66,3 %	71,7 %
- II кв.	10 476-90	10 136-28	9 656-27	10 818-16
	74,3 %	72,8%	66,9 %	69,8 %
- III кв.	9 517- 20	8 975-31	9 235-19	9 715-95
	75,3%	76,7%	68,7%	74,9%
- IV кв.	9 948-12	7 360-27	7 360-27	9 830-31
	77,2 %	79,2 %	78,4 %	75,8%
2008г. - I кв.	11 230-66	10 340-12	9 481-68	10 704-11
	63,3%	67,1%	70,3%	65,7%
- II кв.	10 759-10	10 079-66	9 829-98	10 971-34
	63,5%	66,4%	68,1%	62,6%
- III кв.	9 580-07	8 741-15	8 327-16	9 320-12
	65,7%	60,4%	62,5%	59,4%
- IV кв.	7 633-15	7 928-14	7 785-34	8 547-88
	67,7%	58,7%	59,1%	59,7%
2009г. - I кв.	7 470-62	6 109-85	6 010-32	7 428-22
	54,9 %	52,5%	53,4%	52,7%
- II кв.	6 472-98	6 058-66	6 102-35	6 715-18
	50,4 %	51,4%	50,7%	50,2%
- III кв.	5 491- 62	5 704-91	5 605-19	5 989-29
	49,0 %	48,9 %	49,2 %	47,7 %
- IV кв.	4 837- 29	5 830-73	5 914-57	5 780-23
	46,4 %	44,3 %	41,4 %	45,1%
2010г. - I кв.	7 441-78	6 092-58	6 153-70	7 217-18
	43,5 %	48,5 %	48,9 %	43,4 %
- II кв.	6 792-14	6 170-31	6 104-86	6 778-75
	47,8%	48,6%	49,5%	46,9%
- III кв.	6 460-11	6090-49	6 108-43	6 142 - 31
	48,1 %	50,2 %	49,8 %	49,1 %
- IV кв.	5 380-25	5 930-28	5 803-26	5 920-22
	51,4 %	49,8 %	52,7 %	51,2 %

Таблица №2

Расчет по средней стоимости за 1 календарный год

Период (средняя стоимость в руб. с НДС)	Фактическая занятость (в %)			
	ООО «Ярмарка»	ООО «Арт-имидж»	СГМУЭП «Горсвет»/ ООО «Вершина»	ООО РА «Амалкер»
2007 г.				
- I кв.	11 096-86	10 079-76	9 671-73	10 628-54
- II кв.	10 476-90	10 136-28	9 656-27	10 818-16
- III кв.	9 517-20	8 975-31	9 235-19	9 715-95
- IV кв.	9 948-12	7 360-27	7 360-27	9 830-31
	10 259-77	9 137-21	8 200-07	10 248-24
2008г.				
- I кв.	11 230-66	10 340-12	9 491-68	10 704-11
- II кв.	10 759-10	10 079-66	9 829-98	10 971-34
- III кв.	9 580-07	8 741-15	8 327-16	9 320-12
- IV кв.	7 633-15	7 928-14	7 785-34	8 547-88
	9 800-75	9 272-27	8 858-54	9 885-86
2009г.				
- I кв.	7 276-62	6 109-85	6 018-39	7 428-22
- II кв.	6 472-98	6 058-66	6 102-35	6 715-18
- III кв.	5 491-62	5 704-91	5 605-19	5 989-29
- IV кв.	4 837-29	5 830-73	5 914-57	5 780-23
	6 019-63	5 926-04	5 910-13	6 478-23
2010г.				
- I кв.	7 441-78	6 092-58	6 153-70	7 217-18
- II кв.	6 792-14	6 170-31	6 104-86	6 778-75
- III кв.	6 460-11	6 090-49	6 108-43	6 142-31
- IV кв.	5 380-25	5 930-28	5 803-26	5 920-22
	6 518-57	6 070-92	6 042-56	6 514-62

Сравнительный анализ средней стоимости

В сравнительном анализе расчет средней стоимости наглядно показывает о том, что стоимость в сравнении с 2009 годом увеличилась на ~7-8%, но при этом стоимость в сравнении с 2007 годом (на момент действия Базовой ставки (БС) в размере 300 руб.) разница в средней стоимости составляет порядка 33-35% (при том, что на данный момент действует базовая ставка 449,30 руб., а с 01.01.2010г. уже утверждена ставка в 518,22руб.).

Таблица №3

Расчет средней фактической занятости за 1 календарный год

Период		Фактическая занятость (в %)			
		ООО «Ярмарка»	ООО «Арт-имидж»	СГМУЭП «Горсвет»/ ООО «Вершина»	ООО РА «Амалкер»
2007 г.	- I кв.	67,9 %	73,3%	66,3 %	71,7 %
	- II кв.	74,3 %	72,8%	66,9 %	69,8 %
	- III кв.	75,3%	76,7%	68,7%	74,9%
	- IV кв.	77,2 %	79,2 %	78,4 %	75,8%
		73,7%	75,5%	70,1%	73,1%
2008г.	- I кв.	63,3%	67,1%	70,3%	65,7%
	- II кв.	63,5%	66,4%	68,1%	62,6%
	- III кв.	65,7%	60,4%	62,5%	59,4%
	- IV кв.	67,7%	58,7%	59,1%	59,7%
		65,1%	63,2%	65%	61,9%
2009г.	- I кв.	54,9 %	52,5%	53,4%	52,7%
	- II кв.	50,4 %	51,4%	50,7%	50,2%
	- III кв.	49,0 %	48,9 %	49,2 %	47,7 %
	- IV кв.	46,4 %	44,3 %	41,4 %	45,1%
		50,2%	49,3%	48,7%	49%
2010г.	- I кв.	43,5 %	48,5 %	48,9 %	43,4 %
	- II кв.	47,8%	48,6%	49,5%	46,9%
	- III кв.	48,1 %	50,2 %	49,8 %	49,1 %
	- IV кв.	51,4 %	49,8 %	52,7 %	51,2 %
		47,7%	49,3%	50,2%	46,7%

Сравнительный анализ фактической занятости

В сравнительном анализе расчет фактической занятости за период 2007-2010 гг. наглядно указывает на факт снижения занятости в период с III кв. 2008г. и по IV кв. 2009г. включительно. Причем перепад занятости в сторону уменьшения составляет порядка 35% от первоначальной величины.