**Сводный отчет   
об оценке фактического воздействия действующего муниципального нормативного правового акта**

1. Общая информация

1.1. Структурное подразделение, муниципальное учреждение, ответственное за проведение оценки фактического воздействия:

департамент архитектуры и градостроительства   
 (место для текстового описания)

1.2. Вид и наименование действующего муниципального нормативного правового акта:

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

(место для текстового описания)

* 1. Краткое описание содержания правового регулирования:

Настоящие правила, разработаны для устранения правовых пробелов в муниципальном правовом регулировании, в части определения типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа.

(место для текстового описания)

1.4. Сведения о результатах ОРВ:

Дата проведения публичных консультаций по проекту нормативного правового акта, в отношении которого проведена ОРВ:

начало: «18» марта 2019г. по «29» марта 2019г.

\*1.5. Дата размещения уведомления о проведении публичных консультаций по действующему муниципальному нормативному правовому акту: «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_20\_г. и срок, в течение которого принимались предложения в связи с размещением уведомления о проведении публичных консультаций по действующему муниципальному нормативному правовому акту: начало: «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_20\_г.; окончание: «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_20\_г.

\* 1.6. Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе публичных консультаций по действующему муниципальному нормативному правовому акту:

Всего замечаний и предложений: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, из них:

приняты полностью: \_\_\_\_\_\_\_, приняты частично: \_\_\_\_\_\_\_, не приняты: \_\_\_\_\_\_\_.

1.7. Контактная информация ответственного лица структурного подразделения, муниципального учреждения, осуществляющего оценку фактического воздействия действующего муниципального нормативного правового акта:

фамилия, имя, отчество: Беленец Оксана Викторовна

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

телефон: (3462)52-82-95

адрес электронной почты: belenets\_ov@admsurgut.ru.

2. Оценка достижения целей правового регулирования, заявленных в сводном отчете об оценке регулирующего воздействия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1. Цели действующего правового регулирования | 2.2. Показатели достижения целей действующего правового регулирования  (ед. изм.) | 2.3. Целевые значения показателей по годам | | 2.4. Источники данных для расчета показателей |
| значение, указанное в сводном отчете об ОРВ | фактическое значение |
| Соблюдение действующего законодательства | количество выявленных нарушений законодательства по результатам правового мониторинга, антикоррупционных экспертиз и др., ед. | 2019 год – 0 | 0 | Отчетные данные кон-тролирующих органов по результатам правового мониторинга, антикоррупционных экспертиз и др. |
| 2.5. Предложения, направленные на достижение заявленных целей правового регулирования, устранение (уменьшение) выявленных фактических отрицательных последствий принятия муниципального нормативного правового акта:  отрицательные последствия отсутствуют.  (место для текстового описания) | | | | |

1. Оценка численности потенциальных адресатов правового регулирования (их групп)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1. Группы потенциальных адресатов правового регулирования | 3.2. Количество участников группы на момент проведения ОФВ | 3.3. Данные об изменении числа участников с момента принятия нормативного правового акта | | 3.4. Источники данных |
| возросло/снизилось/ осталось неизменным | количественная оценка изменений |
| Юридические и физические лица независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности | 30  рекламораспространителей | осталось неизменным | 0 | Прогнозные данные по результатам анализа прошлых лет |

4. Изменение бюджетных расходов и доходов от реализации предусмотренных нормативным правовым актом функций (полномочий, обязанностей и прав) структурных подразделений Администрации города, муниципальных учреждений

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 4.1. Наименование функции (полномочия/обязанности/права) | 4.2. Виды расходов (доходов) бюджета города | 4.3. Количественная оценка расходов  и доходов  (руб.) | 4.4. Источники данных для расчетов |
| Наименование структурного подразделения, муниципального учреждения:  департамент архитектуры и градостроительства | | |  |
| Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции уполномоченным органом (ДАиГ) на основании выданного разрешения | Периодические расходы за период  2018 - 2019 гг. | *В пределах лимитов бюджетных ассигнований на оплату труда* |  |
| Итого периодические расходы за период  с 01.01.2018 по 01.08.2019 гг.: | | *В пределах лимитов бюджетных ассигнований на оплату труда* |  |

5. Оценка фактических расходов (доходов) потенциальных адресатов правового регулирования, связанных с необходимостью соблюдения установленных муниципальным правовым актом обязанностей, запретов и ограничений

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 5.1. Обязанности, запреты и ограничения, установленные правовым регулированием, для потенциальных адресатов правового регулирования (с указанием соответствующих положений нормативного правового акта) | 5.2. Описание расходов  и возможных  доходов, связанных с правовым регулированием | 5.3. Количественная оценка  (руб.) | 5.4. Источники  данных  для расчетов |
| Пунктом 4 статьи 6 Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута установлено, что плата по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление, определяется согласно [методике](#Par353). | увеличение расходов в 2020 году при оплате по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (содержательные издержки) | 1 рекламорас-пространителя –  на 1 982,81 руб.,  30 рекламорас-пространителей  – на 59 484,3 руб.  (расчет расходов прилагается) | итоги социально-экономического развития за 2019 год, статистические данные, данные из сети Интернет,  с официальных сайтов предприятий продажи |

6. Определение и оценка фактических положительных и отрицательных последствий принятия муниципального нормативного правового акта

|  |
| --- |
| 6.1. Качественное описание и количественная оценка фактических положительных и отрицательных последствий принятия муниципального нормативного правового акта (в том числе от действия обязанностей, запретов и ограничений субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности):  Настоящие правила, разработаны для устранения правовых пробелов в муниципальном правовом регулировании, в части определения типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городского округа:   1. Определены типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории муниципального образования; 2. Установлены требования к рекламным конструкциям в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки города Сургута; 3. Определен порядок оформления документации.   Отрицательных последствий не выявлено.  (место для текстового описания) |

Приложения:

1. Расчет расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

2. Свод предложений о результатах проведения публичных консультаций.

Примечание: разделы сводного отчета, отмеченные «\*», заполняются при корректировке (доработке) сводного отчета по результатам проведения публичных консультаций и урегулирования разногласий с участниками публичных консультаций (при необходимости)

Приложение

к сводному отчету об оценке

фактического воздействия

действующего муниципального

нормативного правового акта

Расчет расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, связанных с необходимостью соблюдения требований, устанавливаемых решением Думы города от 29.09.2006 № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута»

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

отсутствуют

***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:

Рп = БСтг х S х П х Ктр х Крк, где:

БСтг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), устанавливаемая в текущем календарном году;

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

П - 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);

Ктр - коэффициент, учитывающий территориальную привязку места размещения рекламной конструкции;

Крк - коэффициент, учитывающий вид рекламной конструкции.

С 01.01.2020 базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади, рассчитываемая по формуле:

БСтг =БСпг х Ипг, где:

БСпг - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции в год за один квадратный метр рекламной площади (рублей), действовавшая в предыдущем календарном году,

Ипг – индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за предыдущий календарный год.

Индекс потребительских цен, опубликованный Федеральной службой государственной статистики за 2018 год, составил 1,043.

Для расчета издержек взята максимальная площадь рекламной конструкции 36 кв.м.

Рп = 819,83\*36\*1\*1,25\*1,25 = 46 115,44 руб. в 2019 году

Рп = 855,08\*36\*1\*1,25\*1,25 = 48 098,25 руб. в 2020 году

Таким образом, содержательные издержки 1 рекламораспространителя при заключении договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в 2020 возрастут на 1 982,81 руб. (48 098,25 руб. – 46 115,44 руб.).

Для 30 рекламораспространителей расходы возрастут на 59 484,3 руб. (1 982,81 руб. \* 30).

Расходы одного рекламораспространителя в 2019 году составят - 46 115,44 руб.

Расходы одного рекламораспространителя в 2020 году составят - 48 098,25 руб.