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

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 терри-тории города Сургута | Пунктом 1.1. проекта решения Думы города установлена базовая 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 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  регулирования) |
| 8.1. Содержание варианта решения проблемы | 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 853,43 рубля в год за один квадратный метр рекламной площади.   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.  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.  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 или доверительное управление.  5. Фасадные вывески - элементы оформления фасадов зданий, содержащие сведения, относящиеся к рекламе.  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".  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.  Для размещения информационной таблички, соответствующей настоящим требованиям, разрешение на установку рекламной конструкции не требуется.  Изменение фасада здания, вызванное размещением на нём вывески (информационной таблички), подлежит согласованию с органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства.  6. Орган Администрации города, уполномоченный в области архитектуры и градостроительства:  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;  принимает решение о демонтаже незаконно установленных и (или) незаконно эксплуатируемых объектов наружной рекламы.  7. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объёма 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.  8. Торги проводятся в целях:  улучшения благоустройства и внешнего облика города;  создания равных условий и возможностей для получения мест размещения объектов наружной рекламы на территории города.  9. 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 на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности, утверждаемой муниципальным правовым актом. | 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, *либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена* в размере *819,83 рубля* в год за один квадратный метр рекламной площади.  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, *либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена.*  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 26.12.2017 № 206-VI ДГ.*  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 или доверительное управление, *а также объектах, государственная собственность на которые не разграничена.*  5. Фасадные *баннеры* - элементы оформления фасадов зданий, содержащие сведения, относящиеся к рекламе.  Не относятся к объектам наружной рекламы вывески *и указатели, не содержащие сведений рекламного характера, содержащие информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой являются обязательным в соответствии с федеральным законом.*  *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.*  6. *Контрольное управление*:  *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;*  *выдает предписания о демонтаже незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций в соответствии с законодательством;*  *организовывает и координирует работу по демонтажу незаконно установленных и (или) эксплуатируемых рекламных конструкций.*  7. Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5-ти процентов годового объёма распространяемой им рекламы (общей площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.  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, *либо объектах, государственная собственность на которые не разграничена.*  9. *Предмет аукциона – право на заключение договора на установку 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 горда.* | - |
| 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 рекламораспространителя  составляют  58 829,54 руб.;  расходы 30 рекламораспростра-  нителей - 1 764 886,2 руб. | с учетом установленной базовой ставки на 2019 год в  размере 819,83 руб./кв.м., расходы 1 рекламораспространителя составят  56 939,54 руб.;  расходы 30 рекламораспростра-  нителей - 1 708 186,2 руб.  снижение расходов:  - на 1 рекламораспространителя на 1 890 руб.;  - на 30 рекламораспространителей 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