СВОДНЫЙ ОТЧЕТ
о проведении оценки регулирующего воздействия проекта нормативного правового акта

1. Общая информация

1.1. Орган исполнительной власти Республики Коми:

Администрация Главы Республики Коми

1.2. Вид и наименование проекта нормативного правового акта:

Проект приказа Администрации Главы Республики Коми «О внесении изменений в приказ Администрации Главы Республики Коми от «29» декабря 2018 № 124-р г. «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования городского округа «Сыктывкар» (далее – Проект).

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта: 25 января 2018 г.

1.4. Степень регулирующего воздействия (шкала жесткости):

Высокая/**средняя**/низкая

Обоснование отнесения проекта акта к определенной степени регулирующего воздействия:

Проект содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные нормативными правовыми актами Республики Коми обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

1.5. Краткое описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование:

В соответствии со ст. 19 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций осуществляется на основании Схемы размещения рекламных конструкций, которая является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования городского округа «Сыктывкар» утвержденная постановлением администрации МОГО «Сыктывкар» от 07.05.2015 № 5/1454 (далее – Схема от 07.05.2015) не соответствует требованиям нормативных правовых актов Республики Коми в сфере рекламы.

ГКУ РК «Коми реклама» разработана новая Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования городской округ «Сыктывкар» в границах территориальной зоны 1 (далее – Новая схема). Новая схема разработана в целях обеспечения требований законодательства о рекламе.

Проектом предлагается дополнить Новую схему рекламными местами в границах территориальных зон 3, 4.

1.6. Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования:

Упорядочение размещения рекламных конструкций на городской территории и создание условий, необходимых для благоустройства городской территории объектами наружной рекламы с учетом архитектурно-градостроительной ситуации, особенностей сформированного ландшафта,

требований по охране объектов культурного наследия на территории МО ГО «Сыктывкар».

1.7. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования:

Новая схема в границах территориальных зон 3, 4 предусматривает установку на территории МО ГО «Сыктывкар» 124 отдельно стоящих рекламных конструкций: 91 еврощита, 2 отдельно стоящих видеоэкранов, 2 супербордов, 29 остановочных комплексов с рекламным модулем.

В настоящее время в соответствии со Схемой от 07.05.2015 на территории МОГО «Сыктывкар» установлено и эксплуатируется:

1) в границах 3 территориальной зоны – 27 отдельно стоящих рекламных конструкций, в том числе 25 конструкций большого формата типа «еврощит» (площадь одной информационной поверхности 18 кв. метров), и 2 конструкции типа «суперборд» (площадь одной информационной поверхности 48 кв. метров).

2) в границах 4 территориальной зоны – 128 отдельно стоящих рекламных конструкций, в том числе 119 конструкций типа «еврощит».

Таким образом новое нормативное регулирование предусматривает сокращение количества рекламных конструкций в границах территориальных зон 3, 4 МО ГО «Сыктывкар» со 155 до 124.

1.8. Контактная информация исполнителя в регулирующем органе:

Белых Олег Валерьевич

начальник отдела информатизации и связи Управления массовых коммуникаций, информатизации и связи Администрации Главы Республики Коми

тел.: 8(8212)285-396

адрес электронной почты: o.v.belyh@adm.rkomi.ru;

Смирнов Сергей Анатольевич, заведующий отделом выдачи разрешений государственного казенного учреждения Республики Коми «Коми реклама»

тел.: 8(8212)255-454 (доб. 203)

адрес электронной почты: s.a.smirnov@kr.rkomi.ru

2. Описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование:

2.1. Формулировка проблемы:

Статья 19 Федерального закона «О рекламе» определяет особенности распространения наружной рекламы с использованием рекламных конструкций.

Согласно части 5.8 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся

застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций.

Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования городского округа «Сыктывкар» утверждена постановлением администрации МОГО «Сыктывкар» от 07.05.2015 № 5/1454 (далее – Схема от 07.05.2015).

С 01.01.2017 вступил в силу Закон Республики Коми от 05.12.2016 № 123-РЗ «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований Республики Коми и органами государственной власти Республики Коми» (далее – Закон № 123-РЗ).

В соответствии с частью 1 статьи 1 Закона № 123-РЗ к полномочиям Правительства Республики Коми отнесены полномочия органов местного самоуправления муниципальных образований городских округов и муниципальных районов в Республике Коми в сфере рекламы, в том числе:

определение типов и видов рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке, в том числе требований к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов;

утверждение схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Республики Коми или муниципальной собственности.

Распоряжением Правительства Республики Коми от 27.12.2016 № 563-р полномочиями в сфере рекламы, указанными в части 1 статьи 1 Закона № 123-РЗ, наделена Администрация Главы Республики Коми.

В целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки приказом Администрации Главы Республики Коми от 11.05.2018 № 39-р «О некоторых вопросах распространения наружной рекламы с использованием рекламных конструкций на территориях муниципальных образований в Республике Коми» утверждены Правила распространения наружной рекламы с использованием рекламных конструкций на территориях муниципальных образований в Республике Коми (далее – Правила).

Правилами определены типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке, в том числе требования к таким рекламным конструкциям с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов, в том числе:

1) отдельно стоящие рекламные конструкции, относящиеся к одному типу и установленные на одной улице (в пределах от перекрестка до перекрестка), должны иметь одинаковое конструктивное исполнение и габариты, располагаться на одинаковом расстоянии от проезжей части, тротуара, на одной высоте относительно поверхности проезжей части, тротуара (пункт 4.2.4);

2) запрет размещать отдельно стоящие рекламные конструкции на тротуарах, на клумбах и в цветниках; на территории, прилегающей к фасаду здания, на расстоянии до указанного объекта, меньшем высоты рекламной конструкции; на расстоянии менее 25 метров к рекламным конструкциям на остановочных пунктах;

3) определены минимально допустимые расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями.

Согласно пункту 1.3 Правил соблюдение настоящих Правил обязательно для всех физических, юридических лиц независимо от формы собственности, индивидуальных предпринимателей при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территориях муниципальных образований в Республике Коми.

Также в развитие пункта 4.1 Правил приказом Администрации Главы Республики Коми от 09.08.2018 № 70-р утверждены границы территориальных зон МОГО «Сыктывкар» (за исключением территории Эжвинского района), а также виды и типы рекламных конструкций, допустимых к размещению в пределах границ территориальных зон МОГО «Сыктывкар» (за исключением территории Эжвинского района) (далее – Приказ № 70-р).

В соответствии с требованием пункта 4.1 Правил зона 3 включает в себя автомобильные дороги либо участки автомобильных дорог общего пользования федерального, регионального, межмуниципального и местного значения в границах населенных пунктов, обеспечивающие транспортную связь между жилыми, промышленными районами и центрами городских округов (поселений), имеющие транспортную связь с внешними автомобильными дорогами, ведущие к аэропортам, местам массового отдыха общего пользования и поселениям в системе расселения.

В зоне 3 допускается установка всех видов и типов рекламных конструкций, предусмотренных Правилами: пилларс, пилон, афишная конструкция, рекламная конструкция на остановочном пункте, сити-борд, щит 3 х 4, еврощит, отдельно стоящий видеоэкран, суперборд, суперсайт.

В соответствии с требованием пункта 4.1 Правил зона 4 включает в себя территории, не включенные в территориальные зоны 1, 2, 3.

В зоне 4 допускается установка отдельно стоящих рекламных конструкций следующих типов: пилларс, пилон, афишная конструкция, рекламная конструкция на остановочном пункте, сити-борд, щит 3 х 4, еврощит, отдельно стоящий видеоэкран.

Территориальные зоны 3, 4 обладают меньшей архитектурной ценностью по сравнению с территориальными зонами 1, 2, соответственно Правила допускают установку большинства видов отдельно стоящих рекламных конструкций

Места под размещение наружной рекламы в пределах территориальных зон 3, 4 определены в Новой схеме с учетом требований Правил, требований ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», требований СП 42.13330.2016 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений.

Места размещения рекламных конструкций, предусмотренных Схемой от 07.05.2015, не отвечают требованиям перечисленных нормативных актов, а именно:

Пункт 4.2.5 Правил: не допускается размещать отдельно стоящие рекламные конструкции:

а) на земельных участках, занимаемых культовыми объектами; а также на расстоянии менее 50 метров от границ указанных земельных участков, если информационное поле рекламной конструкции находится в зоне прямой видимости культового объекта;

б) на тротуарах (ограничение не распространяется на пилоны, пилларсы, афишные конструкции, рекламные конструкции на остановочных пунктах);

в) на клумбах и в цветниках;

г) на земельных участках, предназначенных для индивидуального жилищного строительства; для ведения личного подсобного хозяйства;

д) на земельных участках, предназначенных для размещения объектов промышленного и складского назначения;

е) на территории, прилегающей к фасаду здания, на расстоянии до указанного объекта, меньшем высоты рекламной конструкции;

ж) с размещением информационного поля рекламной конструкции параллельно стационарному ограждению на расстоянии меньшем высоты рекламной конструкции;

з) с размещением информационного поля рекламной конструкции перпендикулярно стационарному ограждению, если вертикальная проекционная плоскость информационного поля рекламной конструкции пересекается с вертикальной проекционной плоскостью стационарного ограждения;

и) на расстоянии менее 25 метров к рекламным конструкциям на остановочных пунктах;

к) на центральных частях перекрестков с круговым движением, на которых установлены памятники, мемориальные сооружения, малые архитектурные формы.

Пункт 4.2.6 Правил: в пределах населенного пункта расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями на одной стороне улицы, дороги в продольном направлении относительно оси проезжей части должно быть: не менее 140 метров для рекламных конструкций крупного формата; не менее 70 метров для рекламных конструкций большого и среднего форматов; не менее 40 метров для рекламных конструкций малого формата. Расстояние между двумя рекламными конструкциями разного формата в одном направлении движения не может быть менее расстояния, предусмотренного для рекламной конструкции меньшего формата.

2.2. Информация о возникновении, выявлении проблемы и мерах, принятых ранее для ее решения, достигнутых результатах и затраченных ресурсах:

Возникновение проблемы обусловлено формированием соответствующих нормативных правовых актов по размещению рекламных конструкций муниципалитетом без учета их влияния на внешний архитектурный облик сложившейся застройки.

ГКУ РК «Коми реклама» разработана Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования городской округ «Сыктывкар» в границах территориальных зон 3, 4.

2.3. Характеристика негативных эффектов, возникающих в связи с наличием проблемы, их количественная оценка:

Отсутствие утвержденной Схемы размещения рекламных конструкций препятствует проведению торгов на право установки и эксплуатации рекламных конструкций в МО ГО «Сыктывкар», что негативно влияет на предпринимательскую деятельность в данной сфере.

Новой схемой в границах территориальных зон 3, 4 предусмотрено 124 рекламных места, в том числе под установку: 91 еврощита, 2 отдельно стоящих видеоэкранов, 2 супербордов, 29 остановочных комплексов с рекламным модулем, из них: 40 расположены на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности, 9 – на земельных участках, предназначенных под размещение автомобильных дорог, находящихся в государственной собственности Республики Коми, 73 – на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, 1 – на земельном участке в частной собственности, 1 – на земельном участке, находящемся в общей собственности собственников помещений в многоквартирном доме.

2.4. Факторы, поддерживающие существование проблемы:

Отсутствуют.

2.5. Причины невозможности решения проблемы участниками соответствующих отношений самостоятельно, без вмешательства государства:

Полномочия по решению данной проблемы закреплены за Администрацией Главы Республики Коми, в соответствии с подпунктом 66 пункта 8 Положения об Администрации Главы Республики Коми, утвержденном Указом Главы Республики Коми от 1 ноября 2016 г. № 130 «Об Администрации Главы Республики Коми».

2.6. Опыт решения аналогичных проблем в других субъектах Российской Федерации, иностранных государствах:

В субъектах Российской Федерации применяется аналогичный механизм: поэтапное или полное утверждение схем размещения рекламных конструкций, плановое внесение изменений в данные схемы, организация торгов, демонтаж незаконно установленных рекламных конструкций.

2.7. Источники данных:

Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

Примеры утвержденных схем в регионах:

Постановление Исполкома муниципального образования г. Казани от 30.01.2014 № 471 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на территории города Казани»;

Приказ Министерства по управлению государственным имуществом Свердловской области от 29.07.2016 № 1684 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «город Екатеринбург»;

Решение городской Думы Краснодара от 30.06.2016 № 19 п.4 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций (светодиодный экран

на опоре) на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования город Краснодар или государственная собственность на которые не разграничена»;

Решение городской Думы Краснодара от 29.12.2015 № 8 п.6 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций (щит 6 х 3) на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования город Краснодар или государственная собственность на которые не разграничена, вдоль придорожной полосы (полосы отвода) автомобильной дороги «город Краснодар - город Ейск».

2.8. Иная информация о проблеме:

Нет.

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

3.1. Цели предлагаемого правового регулирования	3.2. Сроки достижения целей предлагаемого правового регулирования	3.3. Периодичность мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования	3.4. Индикаторы достижения целей предлагаемого правового регулирования, целевые значения индикаторов по годам
Упорядочение размещения рекламных конструкций на городской территории и создание условий, необходимых для благоустройства городской территории объектами наружной рекламы с учетом архитектурно-градостроительной ситуации, особенностей сформированного ландшафта, требований по охране объектов культурного	Февраль 2019 г.	Ежемесячно по– май 2019 г.	Упорядоченное размещение рекламных конструкций в границах территориальных зон МО ГО Сыктывкар»: декабрь 2018 г. – 1-я территориальная зона МО ГО «Сыктывкар»; январь 2019 г. – 3-я и 4-я территориальные зоны МО ГО «Сыктывкар»; февраль 2019 г. – 2-я территориальная зона МО ГО «Сыктывкар»; апрель 2019 г. – 1, 2, 3, 4 территориальные зоны Эжвинского

наследия на территории МО ГО «Сыктывкар».	Декабрь 2019 г.	По итогам 2019 года	района МО ГО «Сыктывкар» Демонтаж 48 рекламных конструкций, не попавших в схему размещения рекламных конструкций

3.5. Нормативные правовые акты, поручения, другие решения, из которых вытекает необходимость разработки предлагаемого правового регулирования в данной области, которые определяют необходимость постановки указанных целей:

Федеральный закон «О рекламе»,

Закон Республики Коми от 5 декабря 2016 г. № 123-РЗ «О перераспределении отдельных полномочий в сфере рекламы между органами местного самоуправления муниципальных образований Республики Коми и органами государственной власти Республики Коми»,

Распоряжение Правительства Республики Коми от 27 декабря 2016 г. № 563-р о наделении Администрации Главы Республики Коми полномочиями в сфере рекламы,

Указ Главы Республики Коми от 19 января 2017 г. № 9 О внесении изменений в Указ Главы Республики Коми от 1 ноября 2016 г. № 130 «Об Администрации Главы Республики Коми»,

Постановление Правительства Республики Коми от 29 декабря 2016 г. № 630 о создании государственного казенного учреждения Республики Коми «Коми реклама».

3.6. Методы расчета индикаторов достижения целей предлагаемого правового регулирования, источники информации для расчетов:

Мониторинг упорядоченного размещения рекламных конструкций в границах территориальных зон МО ГО Сыктывкар» будет осуществляться Администрацией Главы Республики Коми в рамках контроля за выполнением государственного задания ГКУ РК «Коми реклама». Индикатором исполнения служит издание и (или) внесение изменений в соответствующий нормативный правовой акт об утверждении схемы размещения рекламных конструкций в МО ГО «Сыктывкар». Отслеживание индикатора ведется до полного формирования схемы размещения рекламных конструкций в МО ГО «Сыктывкар», а именно утверждение 1, 2, 3, 4 территориальных зон по данному муниципальному образованию.

Мониторинг демонтажа 48 рекламных конструкций, не попавших в схему размещения рекламных конструкций, будет осуществляться Администрацией Главы Республики Коми в рамках контроля за выполнением государственного задания ГКУ РК «Коми реклама». Индикатором исполнения служат извещения

о необходимости демонтажа рекламных конструкций, публикуемых на официальном сайте ГКУ РК «Коми реклама».

3.7. Оценка затрат на проведение мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования:

Финансовых затрат на проведение мониторинга не потребуется.

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

4.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (краткое описание их качественных характеристик)	4.2. Количество участников группы	4.3. Источники данных
ГКУ РК «Коми реклама»	1	Приказ Администрации Главы Республики Коми от 16.01.2017 № 2-р
Администрация МО ГО «Сыктывкар»	1	Устав муниципального образования городского округа "Сыктывкар"
Хозяйствующие субъекты (собственники рекламных конструкций и потенциальные участники торгов на размещение рекламных конструкций)	15	Экспертная оценка

5. Изменение функций (полномочий, обязанностей, прав) органов государственной власти Республики Коми (органов местного самоуправления), а также порядка их реализации в связи с введением предлагаемого правового регулирования: не планируется

5.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права)	5.2. Характер функции (новая/изменяемая/отменяемая)	5.3. Оценка изменения трудовых затрат (чел./час в год), изменения численности сотрудников (чел.)	5.4. Оценка изменения потребностей в других ресурсах

6. Оценка дополнительных расходов (доходов) бюджета Республики Коми (местных бюджетов), связанных с введением предлагаемого правового регулирования:

6.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права) (в соответствии с пунктом 5.1)	6.2. Виды расходов (возможных поступлений) республиканского бюджета Республики Коми (местных бюджетов)	6.3. Количественная оценка расходов и возможных поступлений, млн. рублей
1. ГКУ РК «Коми реклама»		
1.1. Проведение мероприятий по демонтажу рекламных конструкций не соответствующих утвержденной схеме, выдача разрешений	Единовременные расходы (от 1 до №) в 2019 г.: да	**2,0**
	Периодические расходы (от 1 до №) за период 2019 г.: нет	-
	Возможные доходы (от 1 до №) за период 2019 г.: Да (доходы в муниципалитет)	**0,68**
Итого единовременные расходы за период 2019 г.: да		**2,0**
Итого периодические расходы за период 2019 г.: нет		**-**
Итого возможные доходы за период 2019 г.: да		**0,68**

6.4. Другие сведения о дополнительных расходах (доходах) республиканского бюджета Республики Коми (местных бюджетов), возникающих в связи с введением предлагаемого правового регулирования:

Проведение торгов в сфере рекламы на муниципальных землях относится к полномочиям Администрации МО ГО «Сыктывкар».

Оценка доходов на 2019 год МО ГО «Сыктывкар», связанная с проведением торгов на право заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в 1-й территориальной зоне МО ГО «Сыктывкар» составляет не менее 685 тыс. руб.

Ожидается уменьшение поступлений в консолидированный бюджет Республики Коми по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории МО ГО «Сыктывкар» на 1,092 млн. руб. в год. В настоящее время поступления в бюджет от конструкций, установленных в зонах 3, 4 по Схеме от 07.05.2017, составляют 5,76 млн. руб. С принятием новой схемы поступления от ежемесячных платежей за право установки конструкций в пределах зон 3, 4 составят 4,668 млн. руб.

6.5. Источники данных:

Нет.

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

7.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (в соответствии с п. 4.1 сводного отчета)	7.2. Новые обязанности и ограничения, изменения существующих обязанностей 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, количественная оценка
Хозяйствующие субъекты (собственники рекламных конструкций и потенциальные участники торгов на размещение рекламных конструкций)	Новые обязанности: 1) Необходимость участия в проводимых торгах для размещения рекламных конструкций; 2) Необходимость осуществления демонтажа 48 рекламных конструкций, имеющих действующие разрешения, не соответствующих новой схеме.	Расходы: 1) На демонтаж рекламных конструкций, не соответствующих схеме размещения (расчет стоимости демонтажа 1 рекламной конструкции приведен в п. 7.4.); 2) Потеря доходов собственников рекламных конструкций в связи с сокращением рекламных конструкций (общая сумма указана в п. 7.4.). Доходы: 1) Компенсация расходов в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» владельцам рекламных

		конструкций, не вошедших в новую схему размещения, на демонтаж рекламных конструкций (примерная стоимость демонтажа 1 рекламной конструкции приведена в п. 7.4)

7.4. Издержки и выгоды адресатов предлагаемого правового регулирования, не поддающиеся количественной оценке:

1) Выгоды и издержки муниципальных образования выражаются:

В упорядоченном размещении рекламных конструкций с учетом архитектурного облика сложившейся застройки городского округа (поселения);

В установке 33 остановочных комплексов с рекламными модулями победителями торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

По расчетам выпадающие доходы бюджета от сокращения количества рекламных конструкций в 3-4-й зоне составляют 1 092,1 тыс. руб. в год.

2) Выгоды и издержки владельцев рекламных конструкций:

Сокращение рекламных носителей должно привести к увеличению заполняемости рекламных конструкций, увеличению стоимости размещения наружной рекламы за счет превышения спроса над предложением, а соответственно и росту доходов владельцев рекламных конструкций.

Издержки владельцев рекламной конструкции связаны с необходимостью демонтажа рекламных конструкций, не попавших в схему размещения рекламных конструкций. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» владельцам рекламных конструкций, не вошедшим в новую схему размещения, выплачивается компенсация расходов на демонтаж рекламных конструкций. Оценить стоимость демонтажа конкретной рекламной конструкции не представляется возможным – расчетная стоимость демонтажа 1-й рекламной конструкции формата 6 м на 3 м составляет 38,4 тыс. руб.

Потери доходов владельцев рекламных конструкций от сдачи в аренду рекламных мест по расчетам составляют 7 062,1 тыс. руб. в год. до 2025 года.

7.5. Источники данных:

Нет.

8. Оценка рисков неблагоприятных последствий применения предлагаемого правового регулирования:

8.1. Виды рисков	8.2. Оценка вероятности наступления неблагоприятных последствий	8.3. Методы контроля рисков	8.4. Степень контроля рисков (полный/частичный/ отсутствует)

Судебные иски на действия связанные с принятием и исполнением новой схемы размещения рекламных конструкций	Высокая	Разъяснительная работа с владельцами рекламных конструкций	частичный
Нежелание собственников рекламных конструкций осуществлять демонтаж рекламных конструкций не попавших в новую схему размещения рекламных конструкций	Высокая	Разъяснительная работа с владельцами рекламных конструкций	полный

8.5. Источники данных:
Нет.
9. Сравнение возможных вариантов решения проблемы:

	Вариант 1	Вариант 2
9.1. Содержание варианта решения проблемы	Утверждение новой схемы	Сохранение старой схемы
9.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1 - 3 года)	1– ГКУ РК «Коми реклама»; 1 – Администрация МО ГО «Сыктывкар» 12 – владельцы рекламных конструкций (прогнозируется снижение количества субъектов указанной группы)	1- ГКУ РК «Коми реклама»; 1 – Администрация МО ГО «Сыктывкар» 15 – владельцы рекламных конструкций
9.3. Оценка дополнительных расходов (доходов)	Увеличение расходов владельцев рекламных связанных с участием в	Размер расходов владельцев рекламных конструкций не

потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	процедурах торгов и расходов связанных с демонтажем. Издержки владельцев рекламной конструкции связаны с необходимостью демонтажа рекламных конструкций, не попавших в схему размещения рекламных конструкций. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» владельцам рекламных конструкций, не вошедшим в новую схему размещения, выплачивается компенсация расходов на демонтаж рекламных конструкций. Оценить стоимость демонтажа конкретной рекламной конструкции не представляется возможным – расчетная стоимость демонтажа 1-й рекламной конструкции 6 м на 3 м составляет 38,4 тыс. руб. Потери доходов владельцев рекламных конструкций от сдачи в аренду рекламных мест по расчетам составляют 7 062,1 тыс. руб. в год. (расчет приведен в приложении)	изменится.
9.4. Оценка расходов (доходов) республиканского бюджета Республики Коми, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Ожидается уменьшение в 2019 г. поступлений в консолидированный бюджет Республики Коми по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории МО ГО «Сыктывкар» на 1,09 млн.руб. в год.	Доходы (расходы) консолидированного бюджета Республики Коми не изменятся.

9.5. Оценка возможности достижения заявленных целей регулирования (раздел 3 сводного отчета) посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования	Заявленные цели достижимы	Заявленные цели не достижимы
9.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий	1) Судебные иски на действия, связанные с принятием и исполнением новой схемы размещения рекламных конструкций. 2) Нежелание собственников рекламных конструкций осуществлять демонтаж рекламных конструкций не попавших в новую схему размещения рекламных конструкций	Признание в судебном порядке действующей Схемы размещения рекламных конструкций, утвержденной МО ГО «Сыктывкар» не соответствующей федеральному законодательству и соответственно отсутствие условий для функционирования рынка наружной рекламы на территории МО ГО «Сыктывкар», что приведет к необходимости демонтажа всех рекламных конструкций, установленных в МО ГО «Сыктывкар».

9.7. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы:

Правовое регулирование варианта 1 по всем обозначенным проблемам является предпочтительным, поскольку обеспечивает достижение поставленных целей в полном объеме.

9.8. Детальное описание предлагаемого варианта решения проблемы:

Новая схема в границах территориальных зон 3, 4 предусматривает установку на территории МО ГО «Сыктывкар» 124 отдельно стоящих рекламных

конструкций: 91 еврощита, 2 отдельно стоящих видеоэкранов, 2 супербордов, 29 остановочных комплексов с рекламным модулем. А именно территориальная зона 3: …, территориальная зона 4:…

10. Оценка необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу нормативного правового акта либо необходимости распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения:

10.1. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта:

25 января 2018 г.

10.2. Необходимость установления переходного периода и (или) отсрочки введения предлагаемого правового регулирования: нет.

а) срок переходного периода: 0 дней с даты принятия проекта нормативного правового акта;

б) отсрочка введения предлагаемого правового регулирования: 0 дней с даты принятия проекта нормативного правового акта.

10.3. Необходимость распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения: нет.

10.3.1. Период распространения на ранее возникшие отношения: 0 дней с даты принятия проекта нормативного правового акта.

10.4. Обоснование необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу нормативного правового акта либо необходимости распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения: отсутствуют

Заполняется по итогам проведения общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта и сводного отчета:

11. Информация о сроках проведения общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта.

11.1. Срок, в течение которого принимались предложения в связи с общественными обсуждениями по проекту нормативного правового акта и сводному отчету об оценке регулирующего воздействия:

начало: «09» января 2019 г.;

окончание: «22» января 2019 г.

11.2. Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта:

всего замечаний и предложений 20, из них учтено:

полностью: 0, учтено частично: 0.

11.3. Полный электронный адрес размещения свода предложений, поступивших по итогам проведения общественных обсуждений по проекту нормативного правового акта: http://pravo.rkomi.ru/projects#npa=7159

Приложение. Свод предложений, поступивших в ходе общественных обсуждений, проводившихся в ходе процедуры оценки регулирующего воздействия, с указанием сведений об их учете или причинах отклонения.
Иные приложения (по усмотрению регулирующего органа).

И.о. Руководителя Администрации
Главы Республики Коми

Е.В. Морозов

_____ _____

(дата) (подпись)

Приложение

Тип конструкции	в утвержденной схеме г. Сыктывкара	средний доход за 1 стороны в месяц (руб.)	количество сторон	средний процент заполняемости рекламной конструкции	потери владельцев рекламных конструкций в год (гр.2*гр.3*гр.4*гр.5*12)
1	2	3	4	5	6
Еврощит	47	11 200,00	2	54%	6 822 144,00
Суперборд	1	10 000,00	2	100%	240 000,00
Итого	**48**				**7 062 144,00**