

СВОДНЫЙ ОТЧЕТ

о результатах проведения оценки регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта муниципального образования город-курорт Геленджик, устанавливающего новые или изменяющего ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами муниципального образования город-курорт Геленджик обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности

1. Общая информация

1.1. Регулирующий орган: управление архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования город-курорт Геленджик.

1.2. Вид и наименование проекта муниципального нормативного правового акта муниципального образования город-курорт Геленджик (далее – нормативный правовой акт): решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик «О внесении изменений в решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 9 февраля 2010 года №376 «Об утверждении Правил размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик» (в редакции решения Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 26 июля 2019 года №137)» (далее – проект решения).

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта: решение вступает в силу со дня его официального опубликования.

1.4. Краткое описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование: приведение правил размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик в соответствие с действующим законодательством.

1.5. Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования: установление требований к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций.

1.6. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования: проектом решения Думы муниципального образования город-курорт Геленджик предлагается утвердить Правила размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик в новой редакции.

Вышеназванный проект разработан в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе», статьями 16, 35 Федерального закона от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах

организации местного самоуправления в Российской Федерации», статьями 8, 27, 70 Устава муниципального образования город-курорт Геленджик.

1.6.1. Степень регулирующего воздействия – средняя.

Проект муниципального нормативного правового акта содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами администрации обязанности, запреты и ограничения для физических и юридических лиц в сфере предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Проектом решения устанавливаются требования к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций.

1.7. Контактная информация исполнителя в регулирующем органе:

Ф.И.О. Антонова Галина Михайловна.

Должность: ведущий специалист управления архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования город-курорт Геленджик.

Тел.: 3-40-67. Адрес электронной почты: uag_gel@mail.ru.

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

2.1. Формулировка проблемы: установление требований к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций.

2.2. Информация о возникновении, выявлении проблемы и мерах, принятых ранее для ее решения, достигнутых результатах и затраченных ресурсах: изменение положений действующего законодательства в сфере рекламы.

2.3. Субъекты общественных отношений, заинтересованные в устранении проблемы, их количественная оценка:

собственник или иной указанный в частях 5, 6, 7 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» законный владелец соответствующего недвижимого имущества либо владелец рекламной конструкции.

Количественная оценка – невозможно определить.

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

отсутствие требований к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций.

Количественная оценка – невозможно определить.

2.5. Причины возникновения проблемы и факторы, поддерживающие ее существование: изменение положений действующего законодательства в сфере рекламы, необходимость установления требований к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций.

2.6. Причины невозможности решения проблемы участниками соответствующих отношений самостоятельно, без вмешательства органов

местного самоуправления муниципального образования город-курорт Геленджик:

частью 5.8 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» установлено, что 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, утверждают органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов;

частью 4 статьи 7 Федерального закона от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» установлено, что муниципальные правовые акты не должны противоречить Конституции Российской Федерации, федеральным конституционным законам, федеральным законам и иным нормативным правовым актам Российской Федерации, а также конституциям (уставам), законам, иным нормативным правовым актам субъектов Российской Федерации. В соответствии с частью 1 статьи 7 Федерального закона от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» муниципальные правовые акты по вопросам местного значения принимаются населением муниципальных образований непосредственно и (или) органами местного самоуправления и должностными лицами местного самоуправления.

2.7. Опыт решения аналогичных проблем в других субъектах Российской Федерации, муниципальных образованиях Краснодарского края, иностранных государствах:

решение городской Думы Краснодара от 25 апреля 2013 года №47 пункт 4 «Об утверждении порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Краснодар» (в редакции решения городской Думы Краснодара от 26 марта 2020 года №94 пункт 10);

решение Городского Собрания Сочи от 29 марта 2018 года № 26 «Об утверждении Правил размещения и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Сочи (в новой редакции)» (в редакции Решения Городского Собрания Сочи от 27 февраля 2020 года № 17);

постановление Правительства Москвы от 25 декабря 2013 года №902-ПП «О размещении информационных конструкций в городе Москве» (в редакции Постановления Правительства Москвы от 20 августа 2019 года №1058-ПП).

2.8. Источники данных: справочно-правовая система «Консультант-Плюс»; информация, размещенная на официальных сайтах органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, исполнительных органов местного самоуправления: <https://gs-sochi.ru/dokumenty-resheniya/resheniya/856/20235/>; <http://docs.cntd.ru/document/537945850>.

2.9. Иная информация о проблеме: отсутствует.

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
Цель 1 установление требований к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций	со дня официального опубликования	не нуждается в проведении мониторинга

3.4. Действующие 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 от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;

Федеральный закон от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе»;

решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 9 февраля 2010 года №376 «Об утверждении Правил размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик»;

решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 12 августа 2005 года № 107 «Об утверждении Правил благоустройства территории муниципального образования город-курорт Геленджик».

3.5. Цели предлагаемого правового регулирования	3.6. Индикаторы достижения целей предлагаемого правового регулирования	3.7. Единица измерения индикаторов	3.8. Целевые значения индикаторов по годам
Цель 1 установление требований к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций	Индикатор принятие рассматриваемого проекта муниципального нормативного правового акта муниципального образования город-курорт Геленджик	принято/не принято решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик	август/сентябрь 2020 года – принятие решения Думы муниципального образования город-курорт Геленджик

3.9. Методы расчета индикаторов достижения целей предлагаемого правового регулирования, источники информации для расчетов: не подлежат расчету.

3.10. Оценка затрат на проведение мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования: затраты не предусмотрены.

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
собственник рекламной конструкции; владелец соответствующего недвижимого имущества либо владелец рекламной конструкции	не ограничено	отсутствуют

5. Изменение функций (полномочий, обязанностей, прав) органов местного самоуправления муниципального образования город-курорт Геленджик, а также порядка их реализации в связи с введением предлагаемого правового регулирования

5.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права)	5.2. Характер функции (новая/изменяемая/отменяемая)	5.3. Предполагаемый порядок реализации	5.4. Оценка изменения трудовых затрат (чел./час в год), изменения численности сотрудников (чел.)	5.5. Оценка изменения потребностей в других ресурсах
Управление архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования город-курорт Геленджик				
утверждение изменений в Правила размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик	изменяемая	в соответствии с решением Думы муниципального образования город-курорт Геленджик «О внесении изменений в решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 9 февраля 2010 года №376 «Об утверждении Правил размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-	отсутствует	отсутствует

		курорт Геленджик» (в редакции решения Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 26 июля 2019 года №137)»		
--	--	--	--	--

6. Оценка дополнительных расходов (доходов) бюджета муниципального образования город-курорт Геленджик (местного бюджета), связанных с введением предлагаемого правового регулирования

6.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права) (в соответствии с подпунктом 5.1 пункта 5 настоящего сводного отчета)	6.2. Виды расходов (возможных поступлений местного бюджета)	6.3. Количественная оценка расходов и возможных поступлений (млн. рублей)
Управление архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования город-курорт Геленджик		
утверждение Правил размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик в новой редакции	возможны поступления в местный бюджет	0

6.4. Другие сведения о дополнительных расходах (доходах) местного бюджета, возникающих в связи с введением предлагаемого правового регулирования: дополнительные расходы (доходы) бюджета муниципального образования город-курорт Геленджик отсутствуют.

6.5. Источники данных: отсутствуют.

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 подпунктом 4.1 пункта 4 настоящего сводного отчета)	7.2. Новые обязанности и ограничения, изменения существующих обязанностей и ограничений, вводимые предлагаемым правовым регулированием (с указанием соответствующих)	7.3. Описание расходов и возможных доходов, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	7.4. Количественная оценка, (млн. рублей)

	положений проекта муниципального нормативного правового акта)		
собственник рекламной конструкции; владелец соответствующего недвижимого имущества либо владелец рекламной конструкции	предполагается установить требования к содержанию и техническому обслуживанию, внешнему виду рекламных конструкций	возможны расходы	отсутствуют

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

издержки: отсутствуют;

выгоды: приведение рекламных конструкций в надлежащий, эстетический вид в соответствии с требованиями технической, а в случае необходимости, и проектной документации.

7.6. Источники данных:

Федеральный закон от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;

Федеральный закон от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе»;

решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 9 февраля 2010 года №376 «Об утверждении Правил размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик»;

решение Думы муниципального образования город-курорт Геленджик от 12 августа 2005 года № 107 «Об утверждении Правил благоустройства территории муниципального образования город-курорт Геленджик».

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)
отсутствуют	отсутствуют	-	-

8.5. Источники данных: отсутствуют.

9. Сравнение возможных вариантов решения проблемы

	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
9.1. Содержание варианта решения проблемы	введение правового регулирования	невведение правового регулирования	
9.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1-3 года)	изменяется	не изменяется	
9.3. Оценка дополнительных расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	расходы возможны, возможно увеличение доходов	отсутствуют	
9.4. Оценка расходов (доходов) местного бюджета, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	расходы отсутствуют, возможны поступления в местный бюджет	отсутствуют	
9.5. Оценка возможности достижения заявленных целей регулирования (пункт 3 настоящего сводного отчета) посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования	заявленные цели будут достигнуты	заявленные цели не будут достигнуты	
9.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий	риски отсутствуют	- содержание рекламных конструкций в нарушение требований технической и, в случае необходимости, проектной документации; - нарушение единого архитектурного стиля муниципального образования город-курорт Геленджик; - отсутствие новых поступлений в местный бюджет.	

9.7. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы: выявленная проблема может быть решена

исключительно посредством введения предполагаемого правового регулирования.

9.8. Детальное описание предлагаемого варианта решения проблемы: проект решения Думы муниципального образования город-курорт Геленджик предусматривает утверждение:

Правил размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город-курорт Геленджик в новой редакции.

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

10.1. Предполагаемая дата вступления в силу муниципального нормативного правового акта: решение вступает в силу со дня его официального опубликования.

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

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

10.3.1. Период распространения на ранее возникшие отношения: отсутствует.

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

Исполняющий обязанности
начальника управления
архитектуры и градостроительства
администрации муниципального
образования город-курорт Геленджик



Н.В. Мальцева