

Сводный отчет о проведении оценки регулирующего воздействия

1. Общая информация.

1.1. Разработчик

Департамент информационной политики Администрации Томской области (далее – Департамент).

1.2. Вид и наименование проекта нормативного правового акта.

Закон Томской области «О внесении изменений в Закон Томской области от 11 октября 2013 года №156-ОЗ «Об установлении предельного срока, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области». Источник публикации: «Собрание законодательства Томской области», 31.10.2013, №10/2 (99).

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта.

4 квартал 2022 года.

1.4. Краткое описание проблемы, на решение которого направлено предлагаемое правовое регулирование:

Утверждение в новой редакции максимального предельного срока договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области для всех типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы – 10 лет.

Проект акта разработан в целях реализации части 5 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой субъект Российской Федерации устанавливает предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, но не менее чем на пять лет и не более чем на десять лет.

1.5. Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования.

В действующем в настоящее время Законе Томской области от 11.10.2013 №156 ОЗ «Об установлении предельного срока, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области» установлен предельный срок, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области, для всех типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, 5 лет.

Необходимость внесения изменений обусловлена тем, что хозяйствующие субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность по распространению наружной рекламы, для изготовления и размещения некоторых видов рекламных конструкций применяют дорогостоящие и сложные технологии. Установление длительных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области позволит предпринимателям осуществлять долгосрочное планирование, получать банковские кредиты на развитие бизнеса. Наличие долгосрочных договорных отношений с органами местного самоуправления существенно повышает доверие кредитных и иных организаций к субъектам малого и среднего предпринимательства. Принятие данного законопроекта позволит обеспечить стабильность денежных поступлений в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций, формирование целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования, повышение их качества и надежности за счет использования современных высокотехнологичных конструкций.

1.6. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования.

Утверждение в новой редакции максимального предельного срока договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области для всех типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации

рекламы – 10 лет. Приведение в соответствие с действующим законодательством нормативного правового акта.

1.7. Срок, в течение которого проводилось обсуждение идеи (концепции) предлагаемого правового регулирования.

Обсуждение не проводилось на основании абзаца второго пункта 6-1 порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов томской области, утвержденного постановлением Администрации Томской области от 14.03.2014 №75а.

1.8. Количество замечаний и предложений, полученных в связи с проведением обсуждения идеи (концепции) предлагаемого правового регулирования.

Отсутствует.

1.9. Контактная информация исполнителя разработчика проекта нормативного правового акта (фамилия, имя, отчество, должность, телефон, адрес электронной почты).

Уварова Ирина Геннадьевна, консультант комитета информационно-аналитической работы Департамента информационной политики Администрации Томской области, 8 (3822)510-034, uvarovaig@tomsk.gov.ru

1.10. Степень регулирующего воздействия проекта акта:

Средняя.

1.11. Обоснование отнесения проекта акта к определенной степени регулирующего воздействия:

В соответствии с пунктом подпунктом 2) пункта 6 Порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов Томской области, утвержденного постановлением Администрации томской области от 14.03.2014 №75а, проект нормативного правового акта содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные нормативными правовыми актами Томской области вопросы предпринимательской деятельности субъектов предпринимательства.

1.12. Срок проведения публичных консультаций, в течение которого разработчиком проекта нормативного правового акта принимаются предложения: с 28.06.2022 по 11.07.2022.

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

2.1. Формулировка проблемы:

Согласно части 5 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой субъект Российской Федерации устанавливает предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, но не менее чем на пять лет и не более чем на десять лет, на территории Томской области для всех типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы установлен предельный срок 5 лет.

Необходимость увеличения сроков, на которые могут заключаться договоры, связано с высоким уровнем капиталовложений в указанный вид рекламных конструкций, который не окупается в установленный на текущий момент срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций равный пяти годам. Кроме того, происходит ухудшение экономической ситуации на рынке рекламных услуг, связанное с резким оттоком рекламодателей, что может повлечь снижение заключений договоров на установку рекламных конструкций и поступления денежных средств в бюджет, установку незаконных конструкций и отсутствием формирования целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования.

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

Принятие Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2.3. Социальные группы, заинтересованные в устранении проблемы, их количественная оценка.

Исполнительные органы государственной власти Томской области, органы местного самоуправления Томской области;

Юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность.

Общество в лице населения, являющиеся с одной стороны, жителями муниципального образования, с другой стороны потребителями рекламируемых товаров, услуг.

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

Период, установленный Законом Томской области, срока действия договоров - 5 лет, влечет за собой нерентабельность для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих предпринимательскую деятельность по распространению наружной рекламы с использованием рекламных конструкций, в установке высокотехнологичных и дорогостоящих видов рекламных конструкций по причине не окупаемости. С ухудшением экономической ситуации на рынке рекламных услуг, связанное с резким оттоком рекламодателей, возможно снижение заключаемых договоров, снижение поступления денежных средств в бюджет, увеличением незаконных конструкций. Отказ от установки высокотехнологичных и дорогостоящих видов рекламных конструкций.

2.5. Причины возникновения проблемы и факты, поддерживающие ее существование.

Ухудшение экономической ситуации на рынке рекламных услуг, связанное с резким оттоком рекламодателей.

2.6. Причины невозможности решения проблемы участниками соответствующих отношений самостоятельно, без вмешательства государства: сроки установления предельного срока, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, устанавливаются законодательством субъектов Российской Федерации.

2.7. Опыт решения аналогичных проблем в других субъектах Российской Федерации:

Анализ опыта других субъектов Российской Федерации показал три варианта правотворческой деятельности:

- установление максимального (10 лет) предельного срок, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций для всех типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы: *Республика Хакасия (Постановление Правительства Республики Хакасия от 15.11.2013 №627 «О мерах по реализации положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»)*, *Новосибирская область (Постановление Правительства Новосибирской области от 30.09.2013 №416-п «О мерах по реализации положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»)*, *Алтайский край (Постановление Правительства Алтайского края от 12.12.2018 № 448 «О внесении изменения в постановление Администрации Алтайского края от 26.08.2013 № 448)*, *Хабаровский край (Постановление Правительства Хабаровского края от 30.12.2013 №477-пр «Об установлении предельного срока заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций»)*.
- установление минимального срока для заключения договоров на установку и эксплуатацию всех видов и типов рекламных конструкций без учета их конструктивных особенностей (5 лет): *Республика Тыва (Постановление Правительства Республики Тыва от 15 июля 2015 года №353 «Об утверждении предельных сроков заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и Порядка предварительного*

согласования схем размещения рекламных конструкций на территории Республики Тыва и вносимых в них изменений»).

- установление дифференцированных предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции (от 5 до 10 лет): *Свердловская область* (Постановление Правительства Свердловской области от 22.01.2014 №29-ПП «Об утверждении предельных сроков, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы»), *Тюменская область* (Постановление Правительства Тюменской области от 25.07.2013 №300-п «О сроках, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы»), *Удмуртская республика* (Закон Удмуртской республики от 18.12.2013 №83-РЗ «Об установлении предельных сроков заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Удмуртской Республики») и др.

Таким образом, в большинстве регионов установлен либо максимальный срок для заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, либо дифференцированные предельные сроки для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции.

2.8. Иная информация о проблеме.

Отсутствует.

3. Определение целей предлагаемого правового регулирования.

Цели предлагаемого правового регулирования	Сроки достижения целей	Периодичность мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования
Оптимизация рекламного пространства, сокращение количества незаконных рекламных конструкций, повышение качества рекламных конструкций за счет использования современных высокотехнологичных устройств, а также обеспечение стабильности дополнительных денежных поступлений в бюджет от размещения рекламных конструкций.	2023 год	Не требуется

3.1. Определение индикаторов для оценки достижения целей предлагаемого правового регулирования.

Отсутствует.

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

Отсутствуют.

3.3. Оценка затрат на проведение мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования (их групп).

Отсутствует.

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

Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (краткое описание их качественных характеристик)	Количество участников группы
Юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность по распространению наружной рекламы с использованием рекламных конструкций.	Оценка количества участников не проводилась.
Население, являющееся, с одной стороны, жителями муниципального образования, с другой стороны, потребителями рекламируемых товаров, услуг.	Оценка количества участников не проводилась.
Исполнительные органы государственной власти Томской области.	Оценка количества участников не проводилась.
Органы местного самоуправления Томской области в регулируемой сфере деятельности.	20 ед.

5. Сведения о дополнительных расходах (доходах) областного бюджета, связанных с введением предлагаемого правового регулирования: дополнительное финансирование из областного бюджета не требуется.

6. Новые обязанности, запреты и ограничения, изменение существующих обязанностей, запретов и ограничений потенциальных адресов предлагаемого правового регулирования и связанные с ним дополнительные расходы (доходы).

Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (соответствует пункту 4)	Новые обязанности, запреты и ограничения, изменения существующих обязанностей, запретов и ограничений, вводимые прилагаемым правовым	Описание расходов и возможных доходов, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Количественная оценка, руб.

	регулированием (с указанием соответствующих положений проекта нормативного правового акта)		
Юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность по распространению наружной рекламы с использованием рекламных конструкций, Население, являющееся, с одной стороны, жителями муниципального образования, с другой стороны, потребителями рекламируемых товаров, услуг. Исполнительные органы государственной власти Томской области, органы местного самоуправления Томской области в регулируемой сфере деятельности.	Отсутствует.	Дополнительных финансовых затрат, связанных с введением правового регулирования не потребуется.	Оценка не осуществлялась.

6.1. Издержки и выгоды адресатов предлагаемого правового регулирования, не поддающихся количественной оценке:

Издержки: отсутствуют;

Выгода: обеспечение стабильности денежных поступлений в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций,

- повышение качества и надежности сложных рекламных конструкций за счет использования современных высокотехнологичных конструкций, формирование целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования.

- поддержка предпринимателей в части осуществления долгосрочного планирования.

7. Оценка рисов неблагоприятных последствий применения предлагаемого правового регулирования:

По предварительной оценке, неблагоприятные последствия применения предлагаемого правового регулирования по сравнению с действующим регулированием отсутствует.

8. Сравнение возможных вариантов решения проблемы.

	Вариант 1	Вариант 2
8.1.Содержание варианта решения проблемы	Принятие проекта нормативного правового акта	Действующее правовое регулирование
8.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования среднесрочном периоде (1-3 года)	Не определено	Не определено
8.3. Оценка дополнительных расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Расходы (доходы) потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования не изменятся. Дополнительные расходы не потребуются. Обеспечение стабильности денежных поступлений в бюджет.	Расходы (доходы) потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования не изменятся.
8.4. Оценка расходов (доходов) областного бюджета, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Дополнительные расходы и доходы областного бюджета не потребуются. Принятие данного законопроекта по предварительной оценке позволит обеспечить стабильность денежных поступлений в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций, формирование целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования, повышение их качества и надежности за счет использования современных высокотехнологичных конструкций.	Информация об объемах денежных средств, поступивших в бюджеты муниципальных образований в соответствии с Законом Томской области №156-ОЗ от 11.10.2013*: Томский район: 2019 г. - 428,35 тыс.руб., 2020 г. - 792,2 тыс.руб., 2021 г. - 610,5 тыс.руб. город Стрежевой: 2019 г. - 468,5 тыс.руб., 2020 г. - 462,0 тыс.руб., 2021 г. - 562,8 тыс.руб. Шегарский район: 2019 г. - 72,5 тыс.руб., 2020 г. - 75,2 тыс.руб., 2021 г. - 65,9 тыс.руб., Асиновский район: 2019 г. - 10,0 тыс.руб., 2020 г. - 50,0 тыс.руб., 2021 г. - 5,0 тыс.руб. г.Томск: 2019 г. - 69,4 тыс.руб.,

		2020 г. -53,8 тыс.руб., 2021 г. – 79,8 тыс.руб.
8.5. Оценка возможности достижения заявленных целей регулирования (раздел 3 сводного отчета посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования)	Заявленные цели достигаются полностью.	Заявленные цели достигаются не в полном объеме.
5.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий	Риски отсутствуют	Заключение договоров на пять лет становятся нерентабельными для предпринимателей. Отказ от установки дорогостоящих и высокотехнологичных конструкций, ухудшение целостного архитектурно-художественного облика муниципальных образований.

*Информация представлена по запросу ассоциации «Совет муниципальных образований Томской области».

8.7. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы:

Вариант решения 1, поскольку установление длительных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области позволит предпринимателям осуществлять долгосрочное планирование, получать банковские кредиты на развитие бизнеса. Наличие долгосрочных договорных отношений с органами местного самоуправления существенно повышает доверие кредитных и иных организаций к субъектам малого и среднего предпринимательства. Улучшение и оптимизация рекламного пространства в муниципальных образованиях области за счёт использования современных высокотехнологичных конструкций.

8.8. Детальное описание предлагаемого варианта решения проблемы:

Описание предлагаемого правового регулирования изложено в пункте 1.6.

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

9.1. Необходимость установления переходного периода и (или) отсрочки ведения предлагаемого правового регулирования: необходимость отсутствует.

9.2. Необходимость распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения: отсутствует.

Начальник Департамента информационной политики
Администрации Томской области



А.В. Севостьянов