

Отчет
о проведении публичных консультаций
по проекту муниципального нормативного правового акта

Проект постановления Администрации города Воткинска «Об утверждении положения о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования "Город Воткинск", или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена

(наименование проекта муниципального нормативного правового акта)

Раздел, пункт проекта акта	Наименование организации, Ф.И.О. и адрес физ. лица, направивших замечания (предложения)	Содержание замечания (предложения)	Сведения об учете или отказе в учете замечания (предложения)	Примечание
1	2	3	4	5
Информация не предоставлена	ООО «Центр»	<p>1. Проблема не актуальна. Существующая нормативная база, регулирующие данные правоотношения вполне соответствует интересам сторон, участвующих в правоотношениях. Предполагаемый проект постановления не упрощает, а лишь усугубляет положение субъектов малого бизнеса, осуществляющих свою деятельность в сфере рекламных услуг. Порядок проведения аукционов был прописан и ранее. Ничего нового кроме увеличения бремени за пользование земельными участками не придумали.</p> <p>2. Цель одна- пополнить бюджет, установив непосильные ставки арендной платы. Это самый простой путь, над которым даже не стоит работать целому аппарату чиновников. Но на наш взгляд цель будет достигнута прямо противоположная, поскольку занятие и развитие этого бизнеса станет нерентабельным. Риск оказаться в убытке возрастает многократно. Количество желающих в аукционе на право заключения договора эксплуатации рекламной конструкции станет минимальным, либо таковых не будет вообще.</p> <p>3. Размер платы по договору на установку и эксплуатацию</p>	Отказано в учете замечаний по неактуальности разработанного проекта. * Замечания по коэффициентам приняты для доработки проекта постановления.	-

		<p>рекламной конструкции, в том числе временной рекламной конструкции, а также размер начальной (минимальной) цены договора (цены лота) установить исходя из действующий с учетом текущей инфляции.</p> <p>4. Субъекты малого бизнеса. Объем услуг в сфере размещения наружной рекламы в нашем городе не велик. Им придется, скорее всего уйти с этого рынка, поскольку придется работать ради работы. Либо их вытеснит более крупный конкурент извне, который займет этот рынок услуг в городе полностью, что повлечет за собой его монополизацию. Резкое увеличение затрат собственника рекламной конструкции при получения разрешения на ее установку, безусловно скажется и на увеличении стоимости предоставляемых услуг.</p> <p>5. Повлияет. Негативно. Возможности конкурировать, выстраивая собственную ценовую политику, будет сведены к минимуму. Организаций, которые работают в данной сфере услуг в городе не много. В последние годы наметился постоянный спад клиентской активности, что значительно повлияло на рентабельность бизнеса. Мелкие игроки уйдут, придут (возможно) более крупные и начнут диктовать свои условия.</p> <p>6. Нет. Но перед тем, как предлагать подобные методики расчета и устанавливая ставки оплаты, необходимо провести экономическую экспертизу нововведений.</p> <p>7. Да. Размер платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, который будет являться первоначальной ценой предложения на аукционе. Обоснованием является простой экономический расчет, представленный ниже.</p> <p>8. Согласно формуле в предлагаемом порядке расчета платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (к примеру двухсторонний билборд), расчет выглядит следующим образом: Плата по договору = $120 * 36 \text{ кв.м.} * 2 * 5 \text{ лет} * 3(K1) * 3(K2) * 1,3 (K3) * 1,2(K4) = 303264 \text{ руб.}$</p> <p>Проектирование, изготовление и монтаж билборда в соответствии с требованиями СНиПов составляет в среднем 115000 руб. При условии, что победитель аукциона в течении 1 месяца изготовит и установит билборд, а потом сразу сдаст в аренду оба его рекламных поля на все пять лет, с учетом конкурентной арендной ставки выручка собственника составит: $4500 \text{ руб} \setminus \text{мес} * 2 \text{ поля} * 59 \text{ мес} = 531000 \text{ руб.}$ Также в прямые затраты стоит отнести налоговые</p>		
--	--	--	--	--

		<p>платежи. При УСН 6% от выручки налог составит $531000 * 6\% = 31860$ руб. Обслуживание конструкции, оформление бухгалтерской отчетности, платежи в ПФР и др. добавляют к расходной части еще около 10000 руб. в год (на основании собственных данных.) Чистая прибыль от эксплуатации рассчитываемой рекламной конструкции за 5 лет составит $531000 - 303264 - 115000 - 31860 - 50000 = 30876$ руб. или 515 рублей в месяц! В случае простоя рекламного поля (не сдано в аренду, что бывает не редко, прибыль от данного рода деятельности) становится отрицательной.</p> <p>9. Закрытие данного направления в бизнесе, сокращение штата сотрудников. Если данный вид деятельности у организации является основным, то ее закрытие и ликвидация.</p> <p>10. Сформулированные разработчиком административные процедуры понятны.</p> <p>11. Иных предложений и замечаний нет.</p>		
Информация не предоставлена	ООО «ГРАНД»	<p>1. Проблема не актуальна. Есть действующее положение. Все устраивает. Аукцион прошел успешно.</p> <p>2. Стоимость рекламного места вырастет до уровня крупных городов. Это нецелесообразно. Себестоимость рекламируемого товара увеличится. Рекламные компании уйдут на территории частных.</p> <p>3. Выбранный вариант решения проблемы не является оптимальным. Дополнительная нагрузка увеличит себестоимость рекламируемых товаров, уменьшится потребность в рекламных конструкциях, и как следствие, доходная часть городского бюджета уменьшится. Надо работать с тем, что есть, т.е. с действующим Положением.</p> <p>4. Все действующие компании, оказывающие рекламные услуги в городе Воткинске.</p> <p>5. Повлияет. Уйдет с рынка малый бизнес.</p> <p>6. –</p> <p>7. При предварительном подсчете, стоимость 1 стороны рекламной конструкции должна составить в районе 17000 рублей, а средняя стоимость места сейчас в городе 7000 рублей. Это значительно затруднит ведение бизнеса.</p> <p>8. –</p> <p>9. Закрытие предприятия либо нелегальное размещение .</p>	Отказано в учете замечаний по неактуальности разработанного проекта. * Замечания по коэффициентам приняты для доработки проекта постановления.	

		10. – 11. Количество размещения социальной рекламы в год.		
Информация не предоставлена	ООО «АЛЬФА-РИА»	<p>1. На сегодняшний день на территории города Воткинска действует Положение «О регулировании правоотношений возникающих при размещении и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Воткинска» и аукционы на рекламные места проходили успешно. Действующее Положение отвечает всем требованиям действующего законодательства и позволяет субъектам предпринимательства быть полноценными участниками данного процесса, позволяя им в равной степени почувствовать в формировании рынка рекламных услуг с соблюдением правил добросовестной конкуренции. Поэтому разработка нового Положения на сегодняшний день не актуальна.</p> <p>2. Целью Постановления является увеличение доходной части бюджета города Воткинска от проведения аукционов, но критерии, заложенные в данный проект (срок действия, договоры, размер арендной платы за кв.м., корректирующие коэффициенты), сделают невозможным участие и вытеснят из области рекламных услуг таких участников, как субъекты малого бизнеса (местные субъекты), сделают их не конкурентно-способными с крупными участниками рынка (возможно, из других регионов зарегистрированных в других областях). В конечном итоге конечная часть бюджета не увеличится, а уменьшится. Вся политика В.В. Путина направлена на поддержку и развитие малого бизнеса. «Мы все нуждаемся наших успехах: вы сами нуждаетесь в них, и страна вся нуждается. Мы всегда об этом говорим: малый и средний бизнес представляет из себя, должен представлять из себя действительную опору развития экономики нашей страны»,-сказал президент. А при ведении нового Положения, вы наоборот хотите лишить возможности развиваться малому бизнесу в городе Воткинске.</p> <p>3. Данный вариант регулирования правоотношений при размещении и эксплуатации рекламных конструкций мог бы стать инвестиционно-привлекательным, если в него внесены следующие коррективы: увеличен срок Договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции до допустимых законом 10 лет, пересчитан размере базовой ставки и откорректированы размеры</p>	Отказано в учете замечаний по неактуальности разработанного проекта. * Замечания по коэффициентам приняты для доработки проекта постановления.	

		<p>повышающих коэффициентов в сторону уменьшения.</p> <p>4. Все действующие компании, оказывающие рекламные услуги в городе Воткинске. И как следствие и субъекты, которые рекламировали свой товар\услуги в городе Воткинске, т.к. данная нагрузка ляжет на себестоимость рекламируемых товаров\услуг.</p> <p>5. Повлияет.</p> <p>6. –</p> <p>7. При предварительном подсчете: стоимость на право заключения договора (исходя только из базовой до аукционной базовой ставки платы) составит $P = 120 * 36 * 5 * 3 * 3 * 1,2 = 303264$ руб. Плюс ежемесячная арендная плата $2500 * 12 * 5 = 150000$ руб. Плюс стоимость самой конструкции = 120000 руб. Плюс госпошлина = 5000 руб. Итого 578264 руб. Получается стоимость рекламного места в месяц составит 9637 руб. – и это без расходов оплаты труда, накладных расходов, налоговых платежей. А какой инвестиционной привлекательности может идти речь, если средняя стоимость рекламного места сейчас в городе составляет 6500-7000 руб.</p> <p>8. Прежде, чем оценить издержки, необходимо ознакомиться с методикой расчета базовой ставки и корректирующих коэффициентов, оценить экономическую эффективность данных показателей. Для сравнения базовая ставка по Тюмени 50 рублей, Воткинск, видимо более экономически успешный регион, и корректирующие коэффициенты значительно ниже.</p> <p>9. -</p> <p>10. Административные процедуры, сформулированы разработчиком на 3.</p> <p>11. Размещение социальной рекламы.</p>		
Информация не предоставлена	ООО «Бренд Сервис»	<p>Считаем, что нужно внимательней отнестись к рекламным конструкциям на заборах и временных ограждениях. Не следует на наш взгляд вводить полный запрет, так как этот вид конструкций является наиболее доступным особенно для малого бизнеса с точки зрения издержек на рекламу, что необходимо для его дальнейшего развития. Данные конструкции могут регулироваться через согласование проектного решения, с тем, чтобы конструкции органично вписывались в окружающую архитектуру и при возможности могли дополнить освещенность улицы.</p> <p>Также чувствительный момент любое повышение арендных</p>	Отказано в учете замечаний*	Проект Постановления не содержит запретов и ограничений на рекламные конструкции на ограждениях земельных

		<p>платежей и пошлин, что в свою очередь будет причиной повышения стоимости размещения рекламы для рекламодателей. Это также повлияет на доступность рекламоносителей и экономическую целесообразность установки рекламной конструкции.</p> <p>Считаем, что нужно внимательней отнестись к рекламным конструкциям на заборах и временных ограждениях. Не следует на наш взгляд вводить полный запрет, так как этот вид конструкций является наиболее доступным особенно для малого бизнеса с точки зрения издержек на рекламу, что необходимо для его дальнейшего развития. Данные конструкции могут регулироваться через согласование проектного решения, с тем, чтобы конструкции органично вписывались в окружающую архитектуру и при возможности могли дополнить освещенность улицы.</p> <p>Настенные, фасадные панно также можно регулировать путем согласования проекта конструкции по ее надежности и эстетичности, не ограничивать глухими стенами (их практически нет). Такие конструкции приносят доход жильцам многоквартирных домов для содержания и ремонта дома, что сейчас очень актуально.</p>	участков, конструкций размещаемых на фасадах жилых домов.
--	--	--	---

Начальник Управления архитектуры
и градостроительства Администрации
города Воткинска-главный архитектор
города
14.06.2017г.



Н.М. Власюк

Сушкова М.М.
51967

*Отказано в учете замечаний и предложений по следующим причинам.

В действующем Положении «О регулировании правоотношений, возникающих при размещении и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Воткинска», утвержденном Решением Воткинской городской Думы

от 27.11.2013г. № 325 ,не прописан подробный порядок проведения аукционов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования "Город Воткинск", или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, не установлены требования к участникам аукциона, права и обязанности участников и организаторов аукциона, требования к аукционной документации, условия участия в аукционе т.д. В соответствии с действующим Положением Порядок проведения аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (рекламных конструкций) на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования "Город Воткинск" или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, порядок расчета начальной (минимальной) цены договора (цены лота), сроки и порядок оплаты по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (рекламных конструкций), форма договора устанавливаются правовыми актами Администрации города Воткинска.

Органы местного самоуправления вправе устанавливать плату по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, каких-либо ограничений действующим законодательством не предусмотрено.

Размещение социальной рекламы регламентируется статьей 10 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

Проведен анализ методик оплаты по договорам на размещения рекламных конструкций других городов и районов. Плата в бюджет муниципального образования за рекламный щит 6 x 3 м (билборд двусторонний) согласно Методик расчета платы в других городах и районах за 5 лет составляет: в Сарапуле от 121000 руб., в Ижевске от 378378 руб., в Завьяловском районе от 182520,0 руб. На рекламные конструкции сити-формата: в Сарапуле от 59202,0 руб., в Ижевске от 45405,35 руб., в Завьяловском районе от 101088,00 руб.

Проведен анализ размещения рекламы в-месяц в других городах Удмуртской Республики, Свердловской области, Пермского края, согласно прайс-листов рекламных агентств стоимость размещения рекламы составляет: в Глазове от 6000,0 до 140000 руб., в Сарапуле от 10000,0 до 16000,0 руб., в Верхней Пышме (Свердловская область) от 12000 руб., в Нижние Туре (Свердловская область) от 8000,0 руб., в Соликамске (Пермский край) от 10000,0 до 13000,0 руб.

Учитывая поступившие отрицательные отзывы на представленный проект, проведенный анализ Методик других муниципальных образований и анализ аренды рекламного места в других городах, изменены значения коэффициента К2 на рекламные щиты-билборды с 3,0 на 2,0. Плата от торгов в бюджет муниципального образования «Город Воткинск» за рекламный щит 6 x 3 м (билборд двусторонний) составит 155520,0 руб. или 2592, руб. в месяц. Изменены значения коэффициента К2 на рекламные щиты сити-формата с 2,0 на 2,8, значение коэффициента К4 с 2,5 на 2,6 – при площади информационного поля до 17,0 кв.м. (включительно). Плата в бюджет муниципального образования «Город Воткинск» за рекламный щит сити-формата (общей площадью информационных полей 4,32 кв.м) составит 56609,0 руб. или 943 руб. в месяц.

Учитывая среднее данные прайс листов рекламных агентств доходы владельца рекламного щита (билборда 3х6 м) могут составить от 16000,0 до 28000,0 руб. Ежемесячная плата в бюджет города Воткинска с учетом рассматриваемого проекта может составить от 9,0 до 16,0 % размера доходов, получаемых владельцами рекламных конструкций от эксплуатации одного двустороннего билборда, что позволит сохранить рентабельность рекламного бизнеса. После утверждения рассматриваемого проекта будут проведены торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, что позволит рекламным агентствам вновь приобрести рекламные места на ближайшие 5 лет и развивать рекламный бизнес на территории города Воткинска.

В случае непринятие проекта постановления Администрации города Воткинска не будет совершенствования муниципального регулирования в области наружной рекламы. Неприятие проекта негативно отразится на эффективности использования муниципального имущества для установки рекламных конструкций на территории муниципального образования «Город Воткинск».

**Опросный лист
для проведения публичных консультаций
по проекту муниципального нормативного правового акта**

Проекта постановления Администрации города Воткинска «Об утверждении положения о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования "Город Воткинск", или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена», разработанного управлением архитектуры и градостроительства Администрации города Воткинска.

Контактная информация об участнике публичных консультаций

Наименование: ООО «Центр».

Сфера деятельности: создание сайтов, web-дизайн, изготовление и размещение наружной рекламы.

Фамилия, имя, отчество контактного лица: Краснов Алексей Геннадьевич.

Номер контактного телефона: 8-919-9000-561.

Адрес электронной почты: genta-fvf@mail.ru.

Перечень вопросов, обсуждаемых в ходе проведения публичных консультаций.

1. Является ли проблема, на решение которой направлен проект муниципального нормативного правового акта, актуальной в настоящее время?

Нет. Существующая нормативная база, регулирующая данные правоотношения, вполне соответствует интересам сторон, участвующим в правоотношениях. Предлагаемый проект Постановления не упрощает, а лишь усугубляет положение субъектов малого бизнеса, осуществляющих свою деятельность в сфере рекламных услуг. Порядок проведения аукционов был прописан и ранее. Ничего нового, кроме увеличения бремени за пользование земельными участками не придумали.

2. Насколько корректно разработчик обосновал необходимость муниципального вмешательства? Насколько цель предлагаемого регулирования соотносится с проблемой, на решение которой оно направлено? Достигнет ли, на Ваш взгляд, предлагаемое муниципальное регулирование тех целей, на которые оно направлено?

Цель одна – пополнить бюджет, установив непосильные ставки арендной платы. Это самый простой путь, над которым даже не стоит работать целому аппарату чиновников. Но на наш взгляд цель будет достигнута прямо противоположная, поскольку занятие и развитие этого бизнеса станет нерентабельным. Риск оказаться в убытке возрастает многократно. Количество желающих участвовать в аукционе на право заключения договора эксплуатации рекламной конструкции станет минимальным, либо таковых не будет вообще.

3. Является ли выбранный вариант решения проблемы оптимальным (в том числе с точки зрения выгод и издержек) для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, общества в целом? Существуют ли иные варианты достижения заявленных целей муниципального регулирования? Если да, выделите те из них, которые, по Вашему мнению, были бы менее затратны и/или более эффективны.

Размер платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в том числе временной рекламной конструкции, а также размер начальной (минимальной) цены договора (цены лота) установить исходя из действующей с учетом текущей инфляции.

Сусинов М.М.
08.06.2017

62 01-168a
08.06.2017

4. Какие, по Вашему мнению, субъекты предпринимательской и инвестиционной деятельности будут затронуты предлагаемым муниципальным регулированием (по видам субъектов, по отраслям, по количеству таких субъектов)?

Субъекты малого бизнеса. Объем услуг в сфере размещения наружной рекламы в нашем городе не велик. Им придется скорее всего уйти с этого рынка, поскольку придется работать ради работы. Либо их вытеснит более крупный конкурент извне, который займет этот рынок услуг в городе полностью, что повлечет за собой его монополизацию. Резкое увеличение затрат собственника рекламной конструкции при получении разрешения на ее установку, безусловно скажется и на увеличении стоимости предоставляемых услуг.

5. Повлияет ли введение предлагаемого муниципального регулирования на конкурентную среду в отрасли, будет ли способствовать необоснованному изменению расстановки сил в отрасли? Если да, то как? Приведите, по возможности, количественные оценки.

Повлияет. Негативно. Возможности конкурировать, выстраивая собственную ценовую политику, будут сведены к минимуму. Организаций, которые работают в данной сфере услуг в городе не много. В последние годы наметился постоянный спад клиентской активности, что значительно повлияло на рентабельность бизнеса. Мелкие игроки уйдут, придут (возможно) более крупные и начнут диктовать свои условия.

6. Считаете ли Вы, что предлагаемые нормы не соответствуют или противоречат иным действующим нормативным правовым актам? Если да, укажите такие нормы и нормативные правовые акты.

Нет. Но перед тем, как предлагать подобные методики расчета и устанавливать ставки оплаты, необходимо провести экономическую экспертизу нововведений.

7. Содержит ли проект муниципального нормативного правового акта положения, которые необоснованно затрудняют ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности? Если да, приведите обоснования по каждому такому положению.

Да. Размер платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, который будет являться первоначальной ценой предложения на аукционе. Обоснованием является простой экономический расчет, представленный ниже.

8. Оцените издержки субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, возникающие при введении предлагаемого регулирования. Какие из них Вы считаете избыточными? Если возможно, оцените затраты на выполнение вводимых требований количественно (в часах рабочего времени, в денежном эквиваленте и прочее).

Согласно формуле в предлагаемом порядке расчета платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (к примеру двухсторонний билборд), расчет выглядит следующим образом:

Плата по договору=120 руб.*36м2*5лет*3(K1)*3(K2)*1,3(K3)*1,2(K4) = 303264 руб.

Проектирование, изготовление и монтаж билборда в соответствии с проектируемыми нагрузками и требованиями СНиПов составляет в среднем 115000 руб.

При условии, что победитель аукциона в течении 1 месяца изготовит и установит билборд, а потом сразу сдаст в аренду оба его рекламных поля на все пять лет, с учетом конкурентной арендной ставки выручка собственника составит:

$4500 \text{ руб/мес} * 2 \text{ поля} * 59 \text{ мес} = 531\,000 \text{ руб.}$

Также в прямые затраты стоит отнести налоговые платежи. При УСН 6% от выручки налог составит $531\,000 * 6\% = 31\,860 \text{ руб.}$

Обслуживание конструкции, оформление бухгалтерской и отчетности, платежи в ПФР и пр. добавляет к расходной части еще около 10 000 руб. в год (на основании собственных данных)

Чистая прибыль от эксплуатации рассчитываемой рекламной конструкции за 5 лет составит:

$531\,000 - 303\,264 - 115\,000 - 31\,860 - 50\,000 = 30\,876 \text{ руб.}$, или 515 рублей в месяц!

В случае простоя рекламного поля (не сдано в аренду), что бывает не редко, прибыль от данного рода деятельности становится **отрицательной.**

9. К каким последствиям может привести принятие нового муниципального регулирования в части невозможности исполнения субъектами предпринимательской и (или) инвестиционной деятельности дополнительных обязанностей, возникновения избыточных административных и иных ограничений?

Приведите конкретные примеры.

Закрытие данного направления в бизнесе, сокращение штата сотрудников. Если данный вид деятельности у организации является основным, то ее закрытие и ликвидация.

10. Оцените насколько понятно сформулированы административные процедуры, реализуемые разработчиком?

Понятны

11. Иные предложения и замечания, которые, по Вашему мнению, целесообразно учесть при проведении оценки регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта и его принятии.

нет



Директор ООО "Центр"
А. Краснов А.И.

**Опросный лист
для проведения публичных консультаций
по проекту муниципального нормативного правового акта**

Проекта постановления Администрации города Воткинска «Об утверждении положения о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования "Город Воткинск", или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена

(наименование проекта муниципального нормативного правового акта)

разработанного управлением архитектуры и градостроительства Администрации города Воткинска.

Контактная информация об участнике публичных консультаций

Наименование: ООО «ГРАНД»

Сфера деятельности: реклама.

Фамилия, имя, отчество контактного лица: Ясинский Денис Анатольевич.

Номер контактного телефона: 8-909-057-55-81.

Адрес электронной почты:

Перечень вопросов,

обсуждаемых в ходе проведения публичных консультаций по оценке регулирующего воздействия проекта постановления Администрации города Воткинска «Об утверждении положения о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «Город Воткинск», или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

(название проекта нормативного правового акта)

Пожалуйста, заполните и направьте данную форму по электронной почте на адрес электронной почты ответственного сотрудника не позднее "08" июня 2017 года. Разработчик проекта муниципального нормативного правового акта не будет иметь возможности проанализировать позиции, направленные ему после указанного срока, а также направленные не в соответствии с настоящей формой.

1. Является ли проблема, на решение которой направлен проект муниципального нормативного правового акта, актуальной в настоящее время?

Нет. Не актуальна. Есть действующее положение. Все устраивает. Аукцион прошел успешно.

2. Насколько корректно разработчик обосновал необходимость муниципального вмешательства? Насколько цель предлагаемого регулирования соотносится с проблемой, на решение которой оно направлено? Достигнет ли, на Ваш взгляд, предлагаемое муниципальное регулирование тех целей, на которые оно направлено?

*Султанов М.М.
в каталоге
08.06.2017.*

*62 01-107a
07.06.2017*

Стоимость рекламного места вырастет до уровня крупных городов. Это нецелесообразно. Себестоимость рекламируемого товара увеличится. Рекламные компании уйдут на территории частников.

3. Является ли выбранный вариант решения проблемы оптимальным (в том числе с точки зрения выгод и издержек) для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, общества в целом? Существуют ли иные варианты достижения заявленных целей муниципального регулирования? Если да, выделите те из них, которые, по Вашему мнению, были бы менее затратны и/или более эффективны.

Нет. Дополнительная нагрузка увеличит себестоимость рекламируемых товаров, уменьшится потребность в рекламных конструкциях, и как следствие, доходная часть городского бюджета уменьшится.

Надо работать с тем, что есть, т.е. с действующим Положением.

4. Какие, по Вашему мнению, субъекты предпринимательской и инвестиционной деятельности будут затронуты предлагаемым муниципальным регулированием (по видам субъектов, по отраслям, по количеству таких субъектов)?

Все действующие компании, оказывающие рекламные услуги в городе Воткинске.

5. Повлияет ли введение предлагаемого муниципального регулирования на конкурентную среду в отрасли, будет ли способствовать необоснованному изменению расстановки сил в отрасли? Если да, то как? Приведите, по возможности, количественные оценки.

Повлияет. Уйдут с рынка малый бизнес.

6. Считаете ли Вы, что предлагаемые нормы не соответствуют или противоречат иным действующим нормативным правовым актам? Если да, укажите такие нормы и нормативные правовые акты.

7. Содержит ли проект муниципального нормативного правового акта положения, которые необоснованно затрудняют ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности? Если да, приведите обоснования по каждому такому положению.

При предварительном подсчете, стоимость 1 стороны рекламной конструкции должна составить в районе 17000 рублей, а средняя стоимость рекламного места сейчас в городе составляет 7000 рублей. Это значительно затруднит ведение бизнеса.

8. Оцените издержки субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, возникающие при введении предлагаемого регулирования. Какие из них Вы считаете избыточными? Если возможно, оцените затраты на выполнение вводимых требований количественно (в часах рабочего времени, в денежном эквиваленте и прочее).

9. К каким последствиям может привести принятие нового муниципального регулирования в части невозможности исполнения субъектами предпринимательской и (или) инвестиционной деятельности дополнительных обязанностей, возникновения избыточных административных и иных ограничений?

Приведите конкретные примеры.

Заккрытие предприятия либо нелегальное размещение.

10. Оцените насколько понятно сформулированы административные процедуры, реализуемые разработчиком?

11. Иные предложения и замечания, которые, по Вашему мнению, целесообразно учесть при проведении оценки регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта и его принятии.

Количество размещения социальной рекламы в год.

Опросный лист
для проведения публичных консультаций
по проекту муниципального нормативного правового акта

Проекта постановления Администрации города Воткинска «Об утверждении положения о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования "Город Воткинск", или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена

(наименование проекта муниципального нормативного правового акта)

Разработанного управлением архитектуры и градостроительства Администрации города Воткинска.

Контактная информация об участнике публичных консультаций

Наименование: ООО «АЛЬФА-РИА»

Сфера деятельности: реклама.

Фамилия, имя, отчество контактного лица: Мельникова Елена Валентиновна.

Номер контактного телефона: (34145)53383.

Адрес электронной почты: alfa-ria@mail.ru.

Перечень вопросов,

обсуждаемых в ходе проведения публичных консультаций по оценке регулирующего воздействия проекта постановления Администрации города Воткинска «Об утверждении положения о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования «Город Воткинск», или на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

(название проекта нормативного правового акта)

Пожалуйста, заполните и направьте данную форму по электронной почте на адрес электронной почты ответственного сотрудника не позднее "08" июня 2017 года. Разработчик проекта муниципального нормативного правового акта не будет иметь возможности проанализировать позиции, направленные ему после указанного срока, а также направленные не в соответствии с настоящей формой.

1. Является ли проблема, на решение которой направлен проект муниципального нормативного правового акта, актуальной в настоящее время?

На сегодняшний момент на территории города Воткинска действует Положение «О регулировании правоотношений возникающих при размещении и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Воткинска» и аукционы на рекламные места успешно проходили. Действующее Положение отвечает всем требованиям действующего законодательства и позволяет субъектам предпринимательства быть полноценными участниками данного процесса, позволяя им в равной степени участвовать в формировании рынка рекламных услуг с соблюдением правил добросовестной конкуренции. Поэтому разработка нового Положения на сегодняшний день не актуальна.

Сушиковой М.М.
в разговоре 08.06.2017.

Вх 21-166а
07.06.2017

2. Насколько корректно разработчик обосновал необходимость муниципального вмешательства? Насколько цель предлагаемого регулирования соотносится с проблемой, на решение которой оно направлено? Достигнет ли, на Ваш взгляд, предлагаемое муниципальное регулирование тех целей, на которые оно направлено?

Целью Постановления является увеличение доходной части бюджета города Воткинска от проведения аукционов, но критерии, заложенные в данный проект (срок действия, договоры, размер арендной платы за кв.м., корректирующие коэффициенты), сделают невозможным участие и вытеснят из области рекламных услуг таких участников, как субъекты малого бизнеса (местные субъекты), сделает их не конкурентно-способными с крупными участниками рынка (возможно из других регионов и зарегистрированных в других областях). В конечном итоге конечная часть бюджета не увеличится, а уменьшится.

Вся политика В.В.Путина направлена поддержке и развитие малого бизнеса.

"Мы все нуждаемся в ваших успехах: вы сами нуждаетесь в них, и страна вся нуждается. Мы всегда об этом говорим: малый и средний бизнес представляет из себя, должен представлять из себя действительно опору развития экономики нашей страны", - сказал президент.

А при введении нового Положения, вы наоборот хотите лишить возможности развиваться малому бизнесу в городе Воткинске.

3. Является ли выбранный вариант решения проблемы оптимальным (в том числе с точки зрения выгод и издержек) для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, общества в целом? Существуют ли иные варианты достижения заявленных целей муниципального регулирования? Если да, выделите те из них, которые, по Вашему мнению, были бы менее затратны и/или более эффективны.

Данный вариант регулирования правоотношений при размещении и эксплуатации рекламных конструкций мог бы стать инвестиционно - привлекательным, если в него были внесены следующие коррективы: увеличен срок Договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции до допустимых законом 10 лет, пересчитан размер базовой ставки и откорректированы размеры повышающих коэффициентов в сторону уменьшения.

4. Какие, по Вашему мнению, субъекты предпринимательской и инвестиционной деятельности будут затронуты предлагаемым муниципальным регулированием (по видам субъектов, по отраслям, по количеству таких субъектов)?

Все действующие субъекты, оказывающие рекламные услуги в городе Воткинске. И как следствие и субъекты, которые рекламировали свой товар/услуги в городе Воткинске, т.к данная нагрузка ляжет на себестоимость рекламируемых товаров/услуг.

5. Повлияет ли введение предлагаемого муниципального регулирования на конкурентную среду в отрасли, будет ли способствовать необоснованному изменению расстановки сил в отрасли? Если да, то как? Приведите, по возможности, количественные оценки.

ДА. повлияет

6. Считаете ли Вы, что предлагаемые нормы не соответствуют или противоречат иным действующим нормативным правовым актам? Если да, укажите такие нормы и нормативные правовые акты.

7. Содержит ли проект муниципального нормативного правового акта положения, которые необоснованно затрудняют ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности? Если да, приведите обоснования по каждому такому положению.

При предварительном подсчете: стоимость на право заключения договора (исходя только из базовой до аукционной базовой ставки платы) составит $P = 120 * 36 * 5 * 3 * 3 * 1,3 * 1,2 = 303264$ руб. Плюс ежемесячная арендная плата 2500 руб. * 12 * 5 = 150000 руб. Плюс стоимость самой конструкции = 120000 руб. Плюс госпошлина = 5000 руб. Итого 578264 руб. Получаем стоимость рекламного места в месяц составит 9637 руб. — и это без расходов на оплату труда, накладных расходов, налоговых платежей. А какой инвестиционной привлекательности может идти речь, если средняя стоимость рекламного места сейчас в городе составляет 6500-7000 рублей.

8. Оцените издержки субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, возникающие при введении предлагаемого регулирования. Какие из них Вы считаете избыточными? Если возможно, оцените затраты на выполнение вводимых требований количественно (в часах рабочего времени, в денежном эквиваленте и прочее).

Прежде, чем оценить издержки, необходимо ознакомиться с методикой расчета базовой ставки и корректирующих коэффициентов, оценить экономическую эффективность данных показателей. Для сравнения базовая ставка по Тюмени 50 рублей, Воткинск видимо более экономически успешный регион, и корректирующие коэффициенты значительно ниже.

9. К каким последствиям может привести принятие нового муниципального регулирования в части невозможности исполнения субъектами предпринимательской и (или) инвестиционной деятельности дополнительных обязанностей, возникновения избыточных административных и иных ограничений?

Приведите конкретные примеры.

Заккрытие предприятия

10. Оцените насколько понятно сформулированы административные процедуры, реализуемые разработчиком?

3

11. Иные предложения и замечания, которые, по Вашему мнению, целесообразно учесть при проведении оценки регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта и его принятии.

Размещение социальной рекламы



Агентство Маркетинговых Коммуникаций
«Бренд Сервис» ООО

ИНН: 1828015880, КПП: 182801001

Р/с № 40702810668140101068 в Воткинском отд. Сбербанка РФ.
К/с № 30101810400000000601 НБ УР, БИК: 049401601 Удм. отд. №8618 г. Ижевск
Адрес: г. Воткинск, ул. 1905г., д. 2А, тел: 8-919 918 555 3; 8-909 715 99 80. E-mail: brend.bs@yandex.ru

Исх. № 53 от 07.06.2017г.

Начальнику
Управления архитектуры и градостроительства
Администрации города Воткинска
главному архитектору города Власюк Н.М.

Прошу Вас рассмотреть следующие комментарии по проекту постановления изменений в положение о наружной рекламе и требованиях к рекламным конструкциям:

Считаем, что нужно внимательней отнестись к рекламным конструкциям на заборах и временных ограждениях. Не следует на наш взгляд вводить полный запрет, так как этот вид конструкций является наиболее доступным особенно для малого бизнеса с точки зрения издержек на рекламу, что необходимо для его дальнейшего развития. Данные конструкции могут регулироваться через согласование проектного решения, с тем, чтобы конструкции органично вписывались в окружающую архитектуру и при возможности могли дополнить освещенность улицы.

Также чувствительный момент любое повышение арендных платежей и пошлин, что в свою очередь будет причиной повышения стоимости размещения рекламы для рекламодателей. Это также повлияет на доступность рекламоносителей и экономическую целесообразность установки рекламной конструкции.

Директор ООО АМК «Бренд Сервис»

С.А. Кузнецов

Принято по
электронной почте
07.06.2017
Власюк Н.М.



Агентство Маркетинговых Коммуникаций
«Бренд Сервис» ООО

ИНН: 1828015880, КПП: 182801001

Р/с № 40702810668140101068 в Воткинском отд. Сбербанка РФ.

К/с № 30101810400000000601 НБ УР, БИК: 049401601 Удм. отд. №8618 г. Ижевск

Адрес: г. Воткинск, ул. 1905г., д. 2А, тел: 8-919 918 555 3; 8-909 715 99 80. E-mail: brend.bs@yandex.ru

Исх. № 53 от 07.06.2017г.

Начальнику
Управления архитектуры и градостроительства
Администрации города Воткинска
главному архитектору города Власюк Н.М.

Прошу Вас рассмотреть следующие комментарии по проекту постановления изменений в положение о наружной рекламе и требованиях к рекламным конструкциям:

Считаем, что нужно внимательней отнестись к рекламным конструкциям на заборах и временных ограждениях. Не следует на наш взгляд вводить полный запрет, так как этот вид конструкций является наиболее доступным особенно для малого бизнеса с точки зрения издержек на рекламу, что необходимо для его дальнейшего развития. Данные конструкции могут регулироваться через согласование проектного решения, с тем, чтобы конструкции органично вписывались в окружающую архитектуру и при возможности могли дополнить освещенность улицы.

Также чувствительный момент любое повышение арендных платежей и пошлин, что в свою очередь будет причиной повышения стоимости размещения рекламы для рекламодателей. Это также повлияет на доступность рекламоносителей и экономическую целесообразность установки рекламной конструкции.

Настенные, фасадные панно также можно регулировать путем согласования проекта конструкции по ее надежности и эстетичности, не ограничивать глухими стенами (их практически нет). Такие конструкции приносят доход жильцам многоквартирных домов для содержания и ремонта дома, что сейчас очень актуально.

Директор ООО АМК «Бренд Сервис»

С.А. Кузнецов

Принято
по электронной почте
08.06.2017