

СВОДНЫЙ ОТЧЕТ
о результатах проведения оценки регулирующего
воздействия проекта нормативного правового акта

1. Общая информация

1.1. Наименование проекта нормативного правового акта:

Проект решения Думы Находкинского городского округа «О внесении изменений в решение Думы Находкинского городского округа от 27 октября 2016 года № 999-НПА «О порядке заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа» (далее – проект МНПА, Решение 999-НПА соответственно).

1.2. Регулирующий орган (полное и краткое наименование):

Муниципальное казенное учреждение «Департамент архитектуры, градостроительства и землепользования города Находка» (МКУ «Находка ДАГиЗ»).

Соисполнитель: Дума Находкинского городского округа.

1.3. Степень регулирующего воздействия – высокая.

1.4. Срок проведения публичных консультаций об оценке регулирующего воздействия проекта МНПА, начало: с 13 июля 2026г по 07 августа 2026 г.

1.5. Контактная информация исполнителя в регулирующем органе:

Ф.И.О.: Терещенко Ирина Геннадьевна.

Должность: зам. начальника отдела дизайна, рекламы и нестационарных объектов МКУ «Находка ДАГиЗ».

Тел.: 8 (4236) 69-81-13.

Адрес электронной почты: reklama@nakhodka-city.ru.

2. Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования, оценка негативных эффектов, возникающих в связи с наличием рассматриваемой проблемы.

2.1. Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования, условий и факторов ее существования.

Действующая редакция Решения 999-НПА:

- предусматривает проведение торгов на право заключения с администрацией Находкинского городского округа договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе,

находящемся в муниципальной собственности Находкинского городского округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (далее – договор), только в очной форме и создает барьер для проведения торгов в электронной форме на электронной площадке, как того требует законодательство Российской Федерации в настоящее время;

- ставит в неравное положение рекламораспространителей в части платы по договорам в муниципалитет в зависимости от периода, когда были заключены такие договоры;

- не содержит условия и порядок применения поправочного коэффициента при размещении на рекламной конструкции социальной рекламы в рамках действующего договора с администрацией Находкинского городского округа, что создает неясности его применения.

2.2. Характеристика негативных эффектов, возникающих в связи с наличием проблемы, группы участников отношений, испытывающих негативные эффекты.

На территории Находкинского городского округа до настоящего времени торги проводились в очной форме. С 01.07.2026 вступило в силу постановление Правительства РФ от 04.06.2026 № 693 «Об утверждении Правил проведения торгов (в форме аукциона или конкурса) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности», согласно которому торги проводятся в электронной форме и являются открытыми по составу участников и форме подачи предложений. Предлагаемые изменения позволят перевести аукционы из бумаги в цифровое поле, сократить расходы на оплату стоимости проезда к месту проведения аукциона, и, в целом, оптимизировать процедуру проведения торгов, сделать процедуры более прозрачными и конкурентными. Электронный формат снимает географические барьеры: компания может участвовать в торгах, проводимых в других регионах, что открывает новые рынки и потенциально увеличивает поток заказов.

Необходимость пересмотра размера базовой стоимости за 1 квадратный метр площади рекламно-информационного поля рекламной конструкции (тарифы) путем ежегодной индексации на размер уровня инфляции, установленного в федеральном законе о федеральном бюджете на очередной финансовый год и плановый период, вызвана тем, что часть договоров на установку большинства рекламных конструкций, установленных на муниципальной земле (на 168 билбордов), были продлены в 2024г по заявлениям от

рекламораспространителей на период до 31.12.2034г с условием обязательной ежегодной индексации размера платы по договору на уровень инфляции и размещения социальной рекламы в пределах 10% (вместо 5%) годового объема распространяемой рекламы рекламораспространителем, начиная с 2025г, на основании действовавших в 2024г изменений законодательства Российской Федерации. Действующая редакция Решения 999-НПА ставит в неравное положение рекламораспространителей в части платы по договорам в муниципалитет в зависимости от периода, когда были заключены такие договоры. Таким образом, начиная с 2027 года, предусматривается пересмотр тарифов в сторону увеличения на уровень инфляции для всех договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, как вновь заключаемых с администрацией Находкинского городского округа, так и действующих, срок действия которых истекает в период с 2027 по 2031 год. Указанная мера в настоящее время затронет порядка 68 рекламных конструкций различного формата, имеющих действующие договоры с администрацией Находкинского городского округа, и позволит пополнить местный бюджет.

В действующей редакции Решения 999-НПА в пунктах 2.1.1 и 2.2.1 предусмотрено, что при размещении социальной рекламы к базовой стоимости, установленной пунктами 2.1 и 2.2, применяется поправочный коэффициент 0,5, при этом условия произведения перерасчета платы по действующим договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, заключенным между администрацией Находкинского городского округа и владельцем рекламной конструкции, за размещение социальной рекламы с применением указанного поправочного коэффициента не установлено, что создает неясности его применения. Предлагаемые изменения устанавливают понятные условия для его применения. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5 процентов (для договоров, продленных на период до 31.12.2034 - в пределах 10 процентов) годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций).

Размеры базовой стоимости, указанные в Приложении 1 Решения 999-НПА, не изменялись с 2016 года, условия произведения перерасчета за размещение социальной рекламы не устанавливались.

Исключение обязанности рекламодателя по установке рекламной конструкции на месте ее размещения в течение 30 дней после заключения договора с администрацией Находкинского городского округа, обусловлено тем, что Закон о рекламе не содержит обязательных для рекламодателя требований как в части установки и эксплуатации рекламной конструкции в рамках договора, так и обязанности обратиться с заявлением о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в орган местного самоуправления на соответствующей территории. Установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии соответствующего разрешения, которое оформляется после заключения договора и на получение такого разрешения законодатель установил срок не более 2-х месяцев со дня приема от заявителя необходимых документов, то есть срок установки рекламной конструкции напрямую зависит от действий владельца рекламной конструкции, направленных на получение разрешения.

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

Проблема несоответствия действующей редакции Решения 999-НПА законодательству Российской Федерации, а также отсутствия в действующей редакции Решения 999-НПА условий применения поправочного коэффициента для произведения перерасчета платы по действующим договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, заключенным между администрацией Находкинского городского округа и владельцем рекламной конструкции, за размещение социальной рекламы, возможности применения индексации тарифов на уровень инфляции выявлена в ходе мониторинга законодательной базы и правоприменительной практики.

Принятие предлагаемых изменений является необходимым условием для устранения правовой неопределённости и обеспечения корректной работы в сфере наружной рекламы.

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

Проблему невозможно решить иным способом, поскольку владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в муниципальной собственности городского округа, и установление формы проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, относятся к полномочиям органов местного самоуправления.

2.5. Иная информация о проблеме: отсутствует.

3. Анализ опыта иных субъектов Российской Федерации в соответствующих сферах деятельности: анализ показал, что многие регионы активно проводят торги в электронной форме, а также применяют индексацию/коэффициент инфляции тарифов и понижающий коэффициент при размещении на рекламной конструкции социальной рекламы.

Субъект Российской Федерации	Наименование нормативного правового акта субъекта Российской Федерации	Краткий анализ опыта нормативного правового регулирования
Московская обл., г. Котельники	Решение Совета депутатов городского округа Котельники Московской области от 24.10.2023 № 7/70 «Об утверждении Положения об организации и проведении открытого аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа Котельники Московской области, а также земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящихся на территории городского округа Котельники Московской области и Порядка расчета годового размера платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции.».	Положение определяет порядок организации и проведения открытого аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа Котельники Московской области, а также земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящихся на территории городского округа Котельники Московской области.
Тюменская обл., г. Ишим	Постановление администрации города Ишима от 24 октября 2022 года № 1823 «Об утверждении положения о порядке проведения аукционов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и о внесении изменений в постановление администрации города Ишима от 31.05.2011 № 605 «Об утверждении Положения о рекламных	Положение устанавливает проведение аукционов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в форме аукциона в электронной форме.

	конструкциях и порядке выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, аннулировании таких разрешений, выдачи предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории муниципального образования городской округ город Ишим».	
г. Краснодар	Решение Городской Думы Краснодара LIII заседания Думы 5 созыва от 24 сентября 2013 г. № 53 п.7 «Об утверждении порядка проведения конкурса или аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности муниципального образования город Краснодар или государственная собственность на который не разграничена, а также здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования город Краснодар.».	Нормативный правовой акт предусматривает проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования город Краснодар или государственная собственность на которые не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности муниципального образования город Краснодар в форме конкурса или аукциона в электронной форме.
Администрация города Барнаула	Постановление от 19.12.2025 №2045 «О применении коэффициента инфляции для расчета платежей за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях, сооружениях или ином недвижимом имуществе, являющемся муниципальной собственностью городского округа - города Барнаула Алтайского края».	Нормативный правовой акт предусматривает применение коэффициента инфляции для расчета платежей за установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях, сооружениях или ином недвижимом имуществе, являющемся муниципальной собственностью городского округа - города Барнаула Алтайского края.

Администрация города Оренбурга	Постановление администрации города Оренбург от 22.12.2025 № 2706-п «Об увеличении (индексации) базовой ставки для определения размера платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования «город Оренбург» на 2026 год».	Нормативный правовой акт предусматривает индексацию базовой ставки для определения размера платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования «город Оренбург» на 2026 год».
Верхнесалдинский муниципальный округ Свердловской области	Положение о порядке распространения наружной рекламы на территории Верхнесалдинского городского округа, утвержденное решением Думы городского округа от 02.10.2014 № 256 «Об утверждении Положения о порядке распространения наружной рекламы на территории Верхнесалдинского городского округа». Источник: https://www.glavbukh.ru/npd/edoc/81_8144359 Любое использование материалов допускается только при наличии гиперссылки	Нормативный правовой акт предусматривает коэффициент, учитывающий размещение на рекламной конструкции социальной рекламы – 0,2.
город Новосибирск	Порядок рассмотрения предложений некоммерческих организаций о размещении социальной рекламы, утвержденный постановлением мэрии города Новосибирска от 03.06.2020 № 1759.	Нормативный правовой акт предусматривает безвозмездное размещение социальной рекламы.

4. Цели предлагаемого регулирования и их соответствие принципам правового регулирования.

4.1. Основание для разработки проекта нормативного правового акта (указывается нормативный правовой акт более высокого уровня, поручения Губернатора Приморского края, действующие нормативные правовые акты, другие решения, указание на инициативный порядок разработки).

Действующие нормативные правовые акты, решения, из которых вытекает необходимость разработки предлагаемого проекта МНПА:

- Гражданский кодекс Российской Федерации,
- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,
- Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее - № 131-ФЗ),
- Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - № 135-ФЗ),
- Федеральный закон от 29.12.2025 № 577-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее - № 577-ФЗ),
- постановление Правительства РФ от 04.06.2026 № 693 «Об утверждении Правил проведения торгов (в форме аукциона или конкурса) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности» (далее – Постановление № 693).

4.2. Документы, содержащие принципы правового регулирования, программные документы Российской Федерации, Приморского края с указанием положений, которым соответствуют цели предлагаемого регулирования.

В соответствии со ст. 447 Гражданского кодекса РФ торги (в том числе электронные) проводятся в форме аукциона, конкурса или в иной форме, предусмотренной законом. Форма торгов определяется собственником продаваемой вещи или обладателем реализуемого имущественного права, если иное не предусмотрено законом.

В соответствии с ч. 5.1 ст. 19 № 38-ФЗ (в ред. Федерального закона № 577-ФЗ) заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в установленном Правительством Российской Федерации порядке с учетом общих требований к организации и проведению торгов, предусмотренных статьей 17.3 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

В соответствии с ч. 1 Правил проведения торгов (в форме аукциона или конкурса) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, утвержденных Постановлением № 693, торги проводятся в электронной форме и являются открытыми по составу участников и форме подачи предложений.

В соответствии с п.п. 3 п. 1 ст.16 № 131-ФЗ к вопросам местного значения городского округа относится владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в муниципальной собственности муниципального, городского округа.

В соответствии с ч.1 ст. 15 № 135-ФЗ органам местного самоуправления запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия).

4.3. Цели регулирования и сроки их достижения

Цели предлагаемого регулирования	Сроки достижения целей предлагаемого регулирования
Исполнение требований законодательства Российской Федерации органами местного самоуправления при проведении торгов в сфере наружной рекламы путем проведения торгов в электронной форме.	На период действия МННА
Исключение неравного положения рекламодателей в части платы по договорам с муниципалитетом путем применения индексации тарифов на уровень инфляции для всех договоров, независимо от даты их заключения.	На период действия МНПА
Устранение неясности применения поправочного коэффициента при распространении социальной рекламы на рекламной конструкции путем установления условий его применения.	На период действия МННА

4.4. Иная информация о целях предполагаемого регулирования: отсутствует.

5. Описание предлагаемого регулирования и иных возможных способов решения проблем.

5.1. Описание предполагаемого способа решения проблемы и преодоления связанных с ним негативных эффектов.

Форма торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Находкинского городского округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, будет соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации; будет достигнуто равное положение рекламораспространителей в части платы по договорам с муниципалитетом; условия для применения поправочных коэффициентов, указанных в Приложении 1 Решения 999-НПА, за размещение на рекламной конструкции социальной рекламы будут понятными.

5.2. Описание иных способов решения проблемы (с указанием того, каким образом каждым из способов может быть решена проблема).

Проблему невозможно решить иным способом, поскольку владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в муниципальной собственности городского округа, и установление формы проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, относятся к полномочиям органов местного самоуправления.

5.3. Обоснование выбора предлагаемого способа решения проблемы.

Предпочтительным и необходимым является вариант принятия проекта МНПА, который будет выполнен в соответствии с требованиями действующего законодательства.

5.4. Иная информация о предлагаемом способе решения проблемы: отсутствует.

6. Основные группы субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, иные заинтересованные лица, включая органы государственной власти и органы местного самоуправления, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием, оценка количества таких субъектов.

Юридические лица, независимо от организационно-правовой формы, или физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели – владельцы рекламных конструкций, как заинтересованные в участии в торгах на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Находкинского городского округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, так и эксплуатирующие рекламные конструкции на территории

Находкинского городского округа на основании заключенных с администрацией Находкинского городского округа договоров, муниципальное образование Находкинский городской округ.

По данным управления архитектуры, градостроительства и рекламы администрации Находкинского городского округа по состоянию на 13.07.2026:

- количество рекламораспространителей, имеющих рекламные конструкции на муниципальной земле по договорам с администрацией Находкинского городского округа – 32;

- общее количество рекламораспространителей, являющихся получателями услуги по выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа – 90.

7. Оценка воздействия проекта нормативного правового акта на состояние конкуренции.

7.1. Положения, которые могут отрицательно воздействовать на состояние конкуренции:

п/п	Положения, которые могут отрицательно воздействовать на состояние конкуренции	Наличие положения в проекте акта	
		да/нет	ссылка на положение
1.	Ограничения количества или круга субъектов предпринимательской деятельности		
1.1.	Предоставляет преимущество по продаже товаров, выполнению, оказанию услуг субъекту (группе субъектов) предпринимательской деятельности	нет	-
1.2.	Ограничивает возможность субъектов предпринимательской деятельности продавать товары, выполнять работы, оказывать услуги	нет	-
1.3.	Вводит требование по получению разрешения или согласования в качестве условия для начала или продолжения деятельности	нет	-
1.4.	Создает географический барьер, ограничивающий возможность субъектов предпринимательской деятельности продавать товары, выполнять работы, оказывать услуги	нет	-

2.	Ограничение способности субъектов предпринимательской деятельности вести конкуренцию		
2.1.	Ограничивает возможность субъектов предпринимательской деятельности устанавливать цены на товары, работы или услуги	нет	-
2.2.	Ограничивает свободу субъектов предпринимательской деятельности осуществлять рекламу или маркетинг	нет	-

7.2. Обоснование необходимости введения указанных положений

Проект МНПА не содержит ограничений количества или круга субъектов предпринимательской деятельности, а также не ограничивает способность субъектов предпринимательской деятельности вести конкуренцию.

8. Новые функции, полномочия, обязанности и права органов государственной власти и органов местного самоуправления или сведения об их изменении, также порядок их реализации.

Внесение новых функций, полномочий, обязанностей и прав, их изменение, а также изменение порядка их реализации, не предусмотрены.

9. Устанавливаемые или изменяемые обязанности субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности.

9.1. Новые или изменяемые ранее предусмотренные нормативными актами обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, а также устанавливаемые или изменяемые ранее установленную ответственность за нарушение нормативных правовых актов для субъектов предпринимательской или инвестиционной деятельности.

В целях заключения с администрацией Находкинского городского округа договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Находкинского городского округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, предполагается участие заинтересованных субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности в торгах на право заключения такого договора, проводимых в форме открытого аукциона в электронной форме на электронной площадке, вместо ранее предусмотренного аукциона с очным присутствием.

В связи с планируемой индексацией тарифов в сторону увеличения на уровень инфляции рекламораспространителям необходимо будет предусмотреть средства на оплату по заключенным договорам с администрацией Находкинского городского округа в необходимом размере.

При размещении социальной рекламы на рекламной конструкции, установленной по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключенному между администрацией Находкинского городского округа и владельцем рекламной конструкции, рекламораспространитель вправе обратиться за получением льготы. Для получения льготы необходимо соблюсти условия безвозмездности ее размещения и обеспечить предоставление необходимых документов и сведений в администрацию Находкинского городского округа.

Меры ответственности настоящим проектом МННА не устанавливаются, также меры ответственности отсутствуют в МНПА, в который вносятся изменения.

9.2. Порядок организации исполнения новых или изменяемых ранее предусмотренных нормативными актами обязанности, запретов, ограничений для субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, оценки расходов и доходов субъектов предпринимательской, инвестиционной и иной экономической деятельности, связанных с необходимостью соблюдения установленных обязанностей или ограничений либо с изменением содержания таких обязанностей или ограничений.

Порядок организации исполнения - в соответствии с принимаемым МНПА.

Ожидаемые дополнительные расходы в связи с электронной формой торгов: на оформление и получение усиленной квалифицированной электронной подписи (УКЭП), оплату средств связи и доступа к сети Интернет, обучение работе с электронными площадками.

Доходы увеличатся за счет снижения логистических и временных затрат, а также экономии средств на бумагу и оформление доверенности при необходимости.

УКЭП выпускается в том числе удостоверяющим центром Федеральной налоговой службы Российской Федерации (далее - ФНС РФ). Непосредственно через сервисы ФНС РФ возможно получить КЭП бесплатно, но для его хранения необходим сертифицированный физический носитель (далее - Носитель), который в свою очередь приобретается отдельно в коммерческих организациях, стоимость варьируется от 2,0 тыс. руб. до 6,0 тыс. руб. Тем самым необходимо для использования и обеспечения безопасности процесса - Носитель и

средство криптографической защиты информации (программное обеспечение) (далее - СКЗИ), что соответствует требованиям законодательства Российской Федерации и регулируется Федеральным законом от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи». СКЗИ имеют демонстрационный режим 90 суток, по истечении которого работа возможна при приобретении соответствующей лицензии, которая бывает двух видов - годовая (1350,00 руб.) и постоянная (2700,00 руб.). Постоянная лицензия отзывается при устаревании версии СКЗИ, временные рамки не установлены.

Расходы от применения индексации тарифов: в связи с привязкой повышения тарифов к уровню инфляции, такая индексация является незначительной. В 2027 при индексации тарифов части действующих договоров с администрацией Находкинского городского округа доход в местный бюджет составит порядка 71 тыс.руб. (на 68 рекламных конструкций разного типа). Примечание: размеры базовой стоимости, указанные в Приложении 1 Решения 999-НПА, не изменялись с 2016 года, при этом действующая редакция Решения 999-НПА предусматривает повышение размеров базовой стоимости не более одного раза в год.

В качестве доходов (возврата при перерасчете) можно рассмотреть возможность получения льготы при безвозмездном размещении социальной рекламы путем перерасчета платы по заключенному с администрацией Находкинского городского округа договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с применением поправочного коэффициента.

Справочно: за безвозмездное размещение социальной рекламы на статичной односторонней рекламной конструкции формата 3м * 6м с площадью рекламной-информационной поверхности 18 кв.м., установленной в зоне размещения 1, в течение 18 дней (5% годового объема) или 36 дней (10% годового объема) льгота составит 417,0 руб. или 834,0 руб. соответственно; за больший период, например, за 60 дней = 1391,0 руб., при действующем тарифе.

10. Риски решения проблемы предложенным способом регулирования и риски негативных последствий

Риски невозможности решения проблемы предложенным способом регулирования: невозможность проведения торгов в очной форме на право заключения с администрацией Находкинского городского округа договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Находкинского городского округа, а также на

земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, недополучение средств в местный бюджет, неясность применения поправочного коэффициента при размещении на рекламной конструкции социальной рекламы в рамках действующего договора с администрацией Находкинского городского округа.

11. Индикативные показатели. Описание методов контроля эффективности избранного способа достижения цели регулирования, программы мониторинга и иные способы (методы) оценки достижения заявленных целей регулирования.

11.1. Способ расчета индикативных показателей

Индикативные показатели	Выполнение
Проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Находкинского городского округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, в форме открытого аукциона в электронной форме на электронной площадке.	100 %
Достижение равного положения рекламораспространителей в части платы по договорам с муниципалитетом путем применения индексации тарифов на уровень инфляции для всех договоров, независимо от даты их заключения.	100 %
Размещение социальной рекламы на рекламных конструкциях с возможностью обращения рекламораспространителя с заявлением о получении льготы по договорам с муниципалитетом путем перерасчета платы, в случае безвозмездного размещения.	100 %

11.2. Описание методов контроля эффективности избранного способа достижения цели регулирования, программы мониторинга и иные способы (методы) оценки достижения заявленных целей регулирования:

подготовка аналитической справки по данным соответствующего органа администрации, в ведении которого находятся вопросы установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа.

11.3. Описание источников информации для расчета индикативных показателей:
сведения соответствующего органа администрации, в ведении которого находятся вопросы

установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа.

12. Анализ издержек и выгод предлагаемого варианта достижения цели регулирования.

12.1. Оценка изменений расходов бюджета Находкинского городского округа на исполнение полномочий органов местного самоуправления Находкинского городского округа для реализации предлагаемого правового регулирования.

Изменений расходов бюджета Находкинского городского округа на исполнение полномочий органов местного самоуправления Находкинского городского округа для реализации предлагаемого правового регулирования не предполагается.

12.2. Общий объем затрат на организационно-технические, методические, информационные и иные мероприятия, необходимые для достижения заявленных целей регулирования:

На обработку одного пакета документов: 1 чел./час.

Среднемесячная заработная плата: 60 000 руб.

Средняя стоимость часа работы: 341 руб. (60 000 руб. / 22 раб. дн. / 8 раб. ч).

Стоимость функции (из расчета на 1 заявителя): 341 руб. * 1 чел./час * 1 заявитель = 341 руб.

Планируемое и (или) максимальное количество претендентов на право заключения с администрацией Находкинского городского округа договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности Находкинского городского округа, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена - невозможно заранее определить, так как участие в торгах на право заключения такого договора зависит от волеизъявления заинтересованных лиц. Стоимость функции: 341 руб. * 1 заявитель = 341 руб.

13. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта, необходимость установления переходных положений

13.1. Предполагаемая дата вступления в силу (если положения вводятся в действие в разное время, указываются статья/пункт проекта акта и дата введения): 3-4 квартал 2026.

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

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

14. Сведения о размещении уведомления о проведении публичных консультаций проекта нормативного правового акта, сроках предоставления предложений и связи с такими размещениями, лицах, представивших предложения, результаты рассмотрения предложений.

14.1. Результаты проведения публичных консультаций

14.1.1. Полный электронный адрес размещения уведомления о проведении публичных консультаций проекта нормативного правового акта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет":

<https://regulation-new.primorsky.ru/projects#npa=7325;>

[https://www.nakhodka-city.ru/administration/structure/docx/item/?deptid=12&cid=2&gid=139&subid=1031&sid=9415.](https://www.nakhodka-city.ru/administration/structure/docx/item/?deptid=12&cid=2&gid=139&subid=1031&sid=9415)

14.1.2. Срок, в течение которого принимались предложения в связи с размещением уведомления о проведении публичных консультаций проекта нормативного правового акта:

с 13 июля 2026г по 07 августа 2026г.

14.1.3. Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе публичных консультаций:

Всего замечаний и предложений: 9, из них: учтено полностью: 9, учтено частично: 0, не учтено: 0.

14.1.4. Количество оценок, полученных в ходе проведения публичных консультаций:

Всего: 3, из них положительных: 3, отрицательных: 0.

Количество просмотров проекта МНПА: 29.

14.1.5. Сведения о физических и юридических лицах, общественных объединениях предпринимателей Приморского края, иных организациях и экспертах - участниках публичных консультаций, органах исполнительной власти Приморского края, органах местного самоуправления, уведомленных о проведении публичных консультаций по проекту нормативного правового акта:

Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Приморском крае (ombudsman@primorsky.ru); Михальков Александр Дмитриевич Деловая Россия (yamato@mail.ru); Опора России-отделение ПК (prim@opora.ru); Деловая Россия

(primdelros@mail.ru); Ковальчук Ольга Владимировна (director@ravirgo.ru); Пак Сергей Вячеславович (servac@mail.ru); ООО «Рекламное агентство «Аврора» (director@ravirgo.ru); ООО «БиЭфЭй Находка» (bfa-reklama@mail.ru); Ассоциация рекламных компаний Находкинского городского округа (bfa-reklama@mail.ru); Воронкова Анастасия Алексеевна (radiofree@yandex.ru); ООО «РА «Вирго-груп» (avrova@ravirgo.ru); Зирченко Владимир Константинович (zirchenko@gmail.com); Топ Медиа (info@topmedia-tm.ru); Восток Торговая компания (buhvostok-14@mail.ru); Гиперавто (eklama@hyperauto.ru); РА Европа (ra.europa@gmail.com); Реал Секьюрити ОА (real-sekyriti-dv@mail.ru); Тройка ТВД (troika64@list.ru); Оникс (oniks_salon@mail.ru); Счастливое детство (nkh3stp@sdetstvo.com); Палладиум (84236625256@mail.ru); Мега Плюс (ella_25@mail.ru); Компания Надежда (zaonadegda@bk.ru); АПР-Сити/ТВД (cheredova.oksana@rwb.ru); РА Стэп дизайн (outdoor2@stepdesign.ru); ВЫБЕСКА ПРИНТ Ко Реклама и Типография (viveska@mail.ru); РА Экспромт (expromtr@mail.ru); ИП Бикинеев (ip.bikineev@gmail.com); Красный мамонт (administratortmt2@redmamont.ru); Адов ДМ (adovdm@gmail.com); ООО Гефест (gefest118@mail.ru); ООО НЭК Находка (nec.nakhodka@mail.ru); ИП Лобко (prede@impermebel.ru); АИТА (sea1998@mail.ru); СОЛТА (Solta1@inbox.ru); ИП Шуваев (tuningmix@mail.ru).

14.1.6. Сведения о лицах, представивших предложения: 2508055660 ООО «Рекламное агентство «Вирго-груп» director@ravirgo.ru.

14.1.7. Сведения о рассмотрении предложений: участник публичных консультаций оставил положительные отзывы, которые были полностью учтены. Предложений от участника публичных консультаций не поступило.

14.1.8. Иные сведения о размещении уведомления о проведении публичных консультаций проекта нормативного правового акта: отсутствуют.

15. Иные сведения, которые, по мнению регулирующего органа, позволяют оценить обоснованность предлагаемого регулирования: отсутствуют.

Директор МКУ «Находка ДАГиЗ»



В.А. Фирсенков