

Сводный отчет
о проведении оценки регулирующего воздействия

1. Общая информация.

1.1. Разработчик – Департамент информационной политики Администрации Томской области.

1.2. Вид и наименование проекта нормативного правового акта – Закон Томской области «О внесении изменений в Закон Томской области «Об установлении предельного срока, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области».

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта – 8 мая 2015 года.

1.4. Краткое описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование - заключается в существовании незаконных рекламных конструкций, которые, зачастую, портят облик города, закрывают эстетически привлекательные объекты, фасады и представляют опасность для горожан и их имущества

1.5. Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования - Формирование и сохранение целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования.

1.6. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования -

Установление предельного срока, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы:

для сложных рекламных конструкций – 10 лет, для иных рекламных конструкций – 5 лет связано, главным образом с применением дорогостоящих и сложных технологий, используемых для изготовления, размещения рекламных конструкций и демонстрации рекламы.

Кроме того, принятие данного законопроекта позволит обеспечить стабильность дополнительных денежных поступлений в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций на имуществе муниципального образования, формирование целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования, оптимизацию рекламного пространства, включая сокращение количества рекламных конструкций, повышение их качества за счет использования современных высокотехнологичных конструкций.

1.7. Срок, в течение которого проводилось обсуждение идеи (концепции) предлагаемого правового регулирования – с 17 по 31 марта 2015 года.

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

1.9. Контактная информация исполнителя разработчика проекта нормативного правового акта (фамилия, имя, отчество, должность, телефон, адрес электронной почты) – Ухмылина Ольга Геннадьевна, консультант Департамента информационной политики Администрации Томской области. Тел (3822) 511-197, uhmylina@tomsk.gov.ru.

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

2.1. Формулировка проблемы - существование незаконных рекламных конструкций, которые, зачастую, портят облик города, закрывают эстетически привлекательные объекты, фасады и представляют опасность для горожан и их имущества

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

Закон 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»

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 по распространению наружной рекламы с использованием рекламных конструкций;

- общество в лице населения, являющееся, 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 – наличие незаконных рекламных конструкций, которые, зачастую, портят облик города, закрывают эстетически привлекательные объекты, фасады и представляют опасность для горожан и их имущества

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

Существование проблемы незаконных рекламных конструкций связано с тем, что большинство договоров с хозяйствующими субъектами, осуществляющими предпринимательскую деятельность по распространению наружной рекламы, были заключены пять лет назад и сейчас их срок истекает. Незаконной рекламы становится больше не потому, что появляются новые конструкции. Просто некоторые из них из разряда законных переходят в разряд незаконных.

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

Условия, при которых проблема может быть решена без вмешательства со стороны государства отсутствуют.

2.7. Опыт решения аналогичных проблем в других субъектах Российской Федерации, иностранных государствах - установление предельного срока для заключения договоров на установку и эксплуатацию всех видов и типов рекламных конструкций без учета их конструктивных особенностей (Ивановская область, Тульская область), установление дифференцированных предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции (Московская область).

2.8. Иная информация о проблеме – отсутствует.

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

Цели предлагаемого правового регулирования	Сроки достижения целей предлагаемого правового регулирования	Периодичность мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования
Обеспечение формирования целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования, оптимизация рекламного пространства, включая	май 2015 года	Раз в три года

сокращение количества рекламных конструкций, повышение их качества за счет использования современных высокотехнологичных конструкций.		
Увеличение дополнительных денежных поступлений в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций на имуществе муниципального образования	Май 2015 года	Раз в три года
(Цель N...)		

Цели предлагаемого правового регулирования (соответствует п. 3.1)	Индикаторы достижения целей предлагаемого правового регулирования	Единица измерения индикаторов	Целевые значения индикаторов по годам
Обеспечение формирования целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования, оптимизация рекламного пространства, включая сокращение количества рекламных конструкций, повышение их качества за счет использования современных высокотехнологичных конструкций.	Установление дифференцированных предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции	ед	1
Увеличение дополнительных денежных поступлений в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций на имуществе муниципального образования	Установление дифференцированных предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции	ед	1
(Цель N...)	(Индикатор N.1)		
	(Индикатор N.N)		

3.1. Методы расчета индикаторов достижения целей предлагаемого правового

регулирования, источники информации для расчетов.

3.2. Оценка затрат на проведение мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования.

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	5-10
Исполнительные органы государственной власти Томской области, органы местного самоуправления Томской области	21
Общество в лице населения, являющееся, с одной стороны, жителями муниципального образования, с другой стороны, потребителями рекламируемых товаров, услуг	Не определимо.

5. Сведения о дополнительных расходах (доходах) областного бюджета, связанных с введением предлагаемого правового регулирования - Дополнительные финансовые затраты из областного бюджета, связанных с введением предлагаемого правового регулирования не потребуются. Дополнительные денежные поступления в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций увеличатся.

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

Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (соответствует пункту 4)	Новые обязанности и ограничения, изменения существующих обязанностей и ограничений, вводимые предлагаемым правовым регулированием (с указанием соответствующих положений проекта нормативного правового акта)	Описание расходов и возможных доходов, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Количественная оценка, руб.
--	---	--	-----------------------------

Юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность по распространению наружной рекламы с использованием рекламных конструкций	Соблюдение условий, на которых заключены договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы.	Расходы субъектов предпринимательской деятельности возникнут в результате заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы.	Млн. руб
Исполнительные органы государственной власти Томской области, органы местного самоуправления Томской области	Заключение договоров с субъектами предпринимательской деятельности на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы.	Дополнительных финансовых затрат из областного бюджета, связанных с введением предлагаемого правового регулирования не потребуется. Дополнительные денежные поступления в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций увеличатся	Не определимо
Общество в лице населения, являющееся, с одной стороны, жителями муниципального образования, с другой стороны, потребителями рекламируемых товаров, услуг			Не определимо

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

7. Оценка рисков неблагоприятных последствий применения предлагаемого правового регулирования.

Виды рисков	Оценка вероятности наступления неблагоприятных последствий	Методы контроля рисков	Степень контроля рисков (полный/частичный/отсутствует)
Не соблюдение	50%		

<p>субъектами предпринимательской деятельности, условий договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы.</p>			
Риск N...			

8. Сравнение возможных вариантов решения проблемы.

	Вариант 1	Вариант 2	Вариант N...
8.1. Содержание варианта решения проблемы	Установление дифференцированных предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции	Установление предельного срока для заключения договоров на установку и эксплуатацию всех видов и типов рекламных конструкций без учета их конструктивных особенностей	Невмешательство
8.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1 - 3 года)	5-10 субъектов предпринимательской деятельности, в которые могут заключать договоры на установку и эксплуатацию	Не определено	Не определено

	рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы: для сложных рекламных конструкций – 10 лет; для иных рекламных конструкций – 5 лет.		
8.3. Оценка дополнительных расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Расходы субъектов предпринимательской деятельности возникнут в результате заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы.	Не определено	Не изменятся
8.4. Оценка расходов (доходов) областного бюджета, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	Дополнительных финансовых затрат областного бюджета, связанных с введением предлагаемого	Дополнительных финансовых затрат областного бюджета, связанных с введением предлагаемого	Не изменятся.

	<p>правового регулирования не потребуется. Дополнительные денежные поступления бюджет размещения сложных рекламных конструкций увеличатся.</p>	<p>правового регулирования не потребуется. Дополнительные денежные поступления в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций увеличатся.</p>	
<p>8.5. Оценка возможности достижения заявленных целей регулирования (раздел 3 сводного отчета) посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования</p>	<p>Заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов применяемых технологий демонстрации рекламы: для сложных рекламных конструкций – 10 лет; для иных рекламных конструкций – 5 лет.</p>	<p>Заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области на предельный срок и 10 лет.</p>	<p>Не изменится.</p>
<p>8.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий</p>	<p>Не соблюдение субъектами предпринимательской деятельности, условий договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории</p>	<p>Не определено</p>	<p>Не определено</p>

	Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы.		
--	---	--	--

8.7. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы - Наиболее предпочтительным вариантом предлагаемого правового регулирования выявленной проблемы является вариант, предусматривающий установление дифференцированных предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции. Данный вывод сделан исходя из анализа практики принятия аналогичных проектов в иных субъектах Российской Федерации:

- установление предельного срока для заключения договоров на установку и эксплуатацию всех видов и типов рекламных конструкций без учета их конструктивных особенностей (Ивановская область, Тульская область);

- установление дифференцированных предельных сроков для заключения договоров на установку и эксплуатацию в зависимости от вида и типа рекламной конструкции (Московская область).

Установление предельного срока, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы будет способствовать формированию целостного архитектурно-художественного облика муниципального образования, оптимизации рекламного пространства, включая сокращение количества рекламных конструкций, повышению их качества за счет использования современных высокотехнологичных конструкций, а также позволит обеспечить стабильность дополнительных денежных поступлений в бюджет от размещения сложных рекламных конструкций на имуществе муниципального образования.

8.8. Детальное описание предлагаемого варианта решения проблемы - Установление предельного срока, на который могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Томской области в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы:

для сложных рекламных конструкций – 10 лет, для иных рекламных конструкций – 5 лет связано, главным образом с применением дорогостоящих и сложных технологий, используемых для изготовления, размещения рекламных конструкций и демонстрации рекламы.

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 – переходный период не требуется.

9.1. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта - 8 мая 2015 года.

9.2. Необходимость установления переходного периода и (или) отсрочки введения

предлагаемого правового регулирования: есть (нет) (с обоснованием необходимости) – переходный период не требуется.

9.3. Необходимость распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения: есть (нет) – нет.