

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

1. Общая информация

1.1. Орган-разработчик:

Департамент градостроительства и землепользования Администрации города
Тобольска

1.2. Вид и наименование проекта

Проект постановления «О внесении изменения в постановление Администрации города
Тобольска от 24.05.2021 № 36-пк»

1.3. Нормы федерального законодательства, из которых вытекает необходимость разработки проекта: статья 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

1.4. Степень регулирующего воздействия проекта:

Средняя

(высокая, средняя, низкая)

1.5. Обоснование отнесения проекта к определенной степени регулирующего воздействия (выбрать нужное):

Высокая

содержит положения, устанавливающие ранее не предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Тобольска обязанности, запреты, ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности либо способствующие их установлению, и (или) положения, приводящие к возникновению ранее не предусмотренных муниципальными нормативными правовыми актами города Тобольска расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и (или) расходов бюджета города Тобольска

Средняя

содержит положения, изменяющие ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Тобольска обязанности, запреты, ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности либо способствующие их изменению, и (или) положения, приводящие к увеличению ранее предусмотренных муниципальными нормативными правовыми актами города Тобольска расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и (или) расходов бюджета города Тобольска

Низкая

не содержит положений, предусмотренных подпунктами «а» и «б» настоящего пункта, но в соответствии с пунктом 1.1 настоящего Порядка подлежит ОРВ

1.6. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования:

Проектом постановления предлагается внести изменение в Положение о типах и видах рекламных конструкций, допустимых к установке на территории города Тобольска, утвержденном постановлением Администрации города Тобольска от 24.05.2021 № 36-пк (далее – Положение), согласно которому на одной стороне двустороннего отдельно стоящего видеозащита допускается размещение информационного поля на неподвижном полиграфическом баннере (статичное информационное поле).

1.7. Срок проведения публичных консультаций в отношении идеи (концепции) правового регулирования (если проводились):

начало: «18» мая 2023 г.; окончание: «26» мая 2023 г.

1.8. Полный электронный адрес размещения сводки предложений, составленной по результатам обсуждения идеи (концепции) правового регулирования:

www.admtobolsk.ru

1.9. Контактная информация исполнителя в органе-разработчике:

Воронина Е.П., заместитель директора, начальник управления градостроительства Департамента градостроительства и землепользования, тел.: 24-45-70, dgz-tobolsk@prto.ru

(Ф.И.О., должность, телефон, адрес электронной почты)

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

2.1. Формулировка проблемы:

В действующей редакции Положения предусмотрено, что отдельно стоящий экран может быть двусторонним или односторонним. В случае одностороннего исполнения задняя часть видеозэкрана должна быть закрыта декоративным оформлением.

Вместе с тем в настоящее время у предпринимателей существует потребность в размещении на задней части видеозэкрана информационного поля на неподвижном полиграфическом баннере (статичное информационное поле) ввиду того, что электрические мощности не позволяют смонтировать на тыльной стороне еще один видеозэкран.

(приводится текстовое описание проблемы, количественная оценка ущерба от наличия проблемы - при возможности дать такую оценку)

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

Проблема ранее не существовала, проблема была выявлена посредством обращений предпринимателей.

2.3. Негативные эффекты, возникающие в связи с наличием проблемы, по возможности их количественная оценка (выбрать нужное, привести текстовое описание):

наличие высокого риска причинения вреда жизни и здоровью граждан, общественному порядку, имуществу физических или юридических лиц, причинения экологического или экономического ущерба

другие негативные эффекты для общества, экологии, безопасности, состояния конкуренции, инвестиционного климата, социального благополучия

невозможность более эффективно использовать рекламную конструкцию.

(текстовое описание негативных эффектов, подтверждающие статистические данные, источники информации, в том числе данные независимых исследований, собственные экспертные оценки, мнения участников общественных отношений и другие источники данных)

2.4. Причины невозможности решения проблемы участниками соответствующих отношений самостоятельно, без введения предлагаемого правового регулирования:

В соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

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

3.1. Цели предлагаемого правового регулирования	3.2. Сроки достижения целей предлагаемого правового регулирования	3.3. Индикаторы (показатели) достижения целей предлагаемого правового регулирования (при наличии)
Установление требований к типам и видам рекламных конструкций, учитывающих потребности владельцев рекламных конструкций	С момента вступления в силу нормативного правового акта	Выданные разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции

3.4. Методы расчета индикаторов достижения целей предлагаемого правового регулирования, источники информации для расчетов: отсутствуют.

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

4.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования	4.2. Количество участников группы (фактическое и прогнозное)	4.3. Источники данных
Владельцы рекламных конструкций (физические или юридические лица)	70	Реестр выданных разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций

5. Период воздействия вносимых в правовое регулирование изменений или введения нового правового регулирования на субъекты предпринимательской и иной экономической деятельности (кратко-, средне- или долгосрочный).

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

6.1. Обязанности, ответственность субъектов предпринимательской деятельности, вводимые и (или) изменяемые проектом акта (с указанием соответствующих норм проекта акта)	6.2. Обоснование необходимости введения, изменения каждой указанной в столбце 6.1 обязанности, ответственности (в случае ссылки на другие НПА указывается конкретная статья, часть, пункт, подпункт)	6.3. Количественная оценка расходов (доходов), связанных с введением, изменением каждой указанной в столбце 6.1 обязанности, ответственности, в рублях
Изготавливать рекламные конструкции в соответствии с требованиями, установленными постановлением Администрации города Тобольска от 24.05.2021 № 36-пк	Статья 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»	отсутствуют

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

Дополнительных расходов (доходов) городского бюджета, владельцев рекламных конструкций связанных с введением предлагаемого правового регулирования, Проектом постановления не предполагается

7. Оценка рисков неблагоприятных последствий применения предлагаемого правового регулирования <*>

7.1. Виды рисков (риски с низкой вероятностью наступления не указываются)	7.2. Оценка вероятности наступления неблагоприятных последствий (очень высокая, высокая, средняя)	7.3. Методы контроля рисков	7.4. Степень контроля рисков (полный/частичный/отсутствует)
Риски отсутствуют			

<*> Примечание.

Могут быть рассмотрены следующие виды рисков:

- риски несоответствия предложенного правового регулирования заявленным целям;
- риски недостаточности механизмов реализации предлагаемого правового регулирования для решения проблемы;
- риски несоответствия предложенного способа правового регулирования уровню распространения необходимых технологий;
- риски ухудшения инвестиционного климата;
- риски снижения темпов развития малого и среднего предпринимательства;
- риски снижения конкуренции;
- риски снижения безопасности и качества продукции;
- экологические риски;
- социальные риски;
- иные риски.

7.5. Источники данных: нет.

8. Сравнение возможных вариантов решения проблемы.

8.1. Описание иных возможных вариантов решения проблемы, отличных от предлагаемого проектом акта:

Иные варианты решения проблемы не рассматривались, поскольку в соответствии с пунктом 4 части 15 статьи 19 Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки городских округов.

8.2. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы:

В соответствии со статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

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

9.1. Предполагаемая дата вступления в силу нормативного правового акта: апрель 2023 года.

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

а) срок переходного периода: ____ дней со дня принятия проекта нормативного правового акта;

б) отсрочка введения предлагаемого правового регулирования: ____ дней со дня принятия проекта нормативного правового акта.

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

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

Руководитель органа-разработчика

С.А. Карева

(инициалы, фамилия)

15.05.2023

(дата)

(подпись)