

**Администрация города Пензы**

**Муниципальное казенное учреждение «Рекламная служба города Пензы»**

440000, г.Пенза, пл.Маршала Жукова, 4 тел.54-15-53

*№ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ "\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015г.*

**Отчет о проведении оценки регулирующего воздействия проекта постановления администрации города Пензы «О внесении изменений в постановление администрации города Пензы от 22.10.2014 № 1239 «Об утверждении Положения о порядке проведения торгов в форме конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Пензы, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена»**

1. Проблемы, на решение которых направлено новое правовое регулирование:

 - Исчисление минимальной цены продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций при объединении в один лот нескольких мест размещения рекламных конструкций.

2. Цели нового правового регулирования:

 - Закрепление нормативно-правовым актом порядка формирования начальной цены продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций при объединении в один лот нескольких мест размещения рекламных конструкций.

 - Возможность объединения нескольких мест размещения рекламных конструкций в один лот позволит сформировать лоты таким образом, чтобы они были привлекательны в первую очередь крупнейшим операторам рынка наружной рекламы, которые способны качественно их обслуживать.

 -Исключение сговора между рекламораспространителями и повышение эффективности проведения торгов.

 -Утверждение справедливой по отношению к покупателям, наиболее рациональной и оптимально обеспечивающей поступление денежных средств в бюджет города Пензы методики расчета минимальной цены продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций при объединении в один лот нескольких мест размещения рекламных конструкций.

 3. Основные группы участников общественных отношений, интересы которых могут быть затронуты новым правовым регулированием – субъекты малого и среднего бизнеса.

4. Риск, связанный с решением выявленной проблемы предложенным способом правового регулирования:

- Определение чрезмерно высокой стартовой цены может ограничить доступ к торгам отдельных субъектов рекламного рынка.

 5. Возможные издержки и выгоды для субъектов предпринимательской деятельности от нового правового регулирования :

 -Издержки в виде авансовых платежей.

 -Выгода от возможности приобретения большего количества мест размещения рекламных конструкций, с последующим получением дохода от установки эксплуатации рекламных конструкций.

 6. Возможные расходы и поступления в бюджет города Пензы, связанные с введением нового правового регулирования –расходы с введением данного нормативно-правового акта не предвидятся. Предполагаемые поступления в бюджет города Пензы в виде внесения рекламораспространителями оплаты за право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

 7. Возможные расходы субъектов предпринимательской деятельности, связанные с введением нового правового регулирования –расходами является оплата победителями конкурса права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

 8. Альтернативные способы решения выявленной проблемы:

 – Формирование лотов по принципу «один лот – одно рекламное место». Иная методика расчета минимальной цены продажи права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций при объединении в один лот нескольких мест размещения рекламных конструкций.

 9. Существующий опыт решения данной или аналогичной проблемы в других муниципальных образованиях - Федеральный закон «О рекламе» не содержит указания на какую-либо стартовую цену для участия в торгах на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Организатор торгов вправе установить стартовую цену торгов по своему усмотрению, в том числе и в случае объединения в один лот нескольких мест размещения рекламных конструкций. Аналогичный опыт существует в других регионах РФ - Москве, Самаре, Нижнем Новгороде, Казани, Сочи.

**И.о.директора МКУ «РСП» А.В.Никулин**

Лаврина О.В.

54-15-53