

СВОДНЫЙ ОТЧЕТ
о проведении оценки регулирующего воздействия проекта
муниципального нормативного правового акта города
Новосибирска, устанавливающего новые или изменяющего ранее
предусмотренные муниципальными нормативными правовыми
актами города Новосибирска обязательные требования
для субъектов предпринимательской и иной
экономической деятельности, обязанности для
субъектов инвестиционной деятельности

1. Общая характеристика
проекта муниципального правового акта

1.1. Вид и наименование проекта муниципального правового акта, устанавливающего новые или изменяющего ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности (далее - проект муниципального акта): *решение Совета депутатов города Новосибирска «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372».*

1.2. Разработчик проекта муниципального акта (с указанием контактной информации): *департамент информационной политики мэрии города Новосибирска (управление наружной рекламы), контактные данные – Ярик Алексей Александрович.*

1.3. Предполагаемый срок вступления в силу проекта муниципального акта: *сентябрь 2026 года.*

2. Анализ возможных вариантов правового регулирования
конкретных общественных отношений

2.1. Проблемы, на решение которых направлены варианты правового регулирования конкретных общественных отношений, причины возникновения указанных проблем и негативные эффекты, возникающие вследствие их наличия: *увеличение значения коэффициента K2, отражающего техническую специфику рекламных конструкций; уточнение порядка получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций; приведение Порядка организации торгов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствие с постановлением Правительства Российской Федерации от 04.06.2026 г. № 693.*

2.2. Возможные варианты правового регулирования конкретных общественных отношений, направленные на решение проблем, указанных в пункте 2.1:

№ п/п	Проблема	Возможные варианты правового регулирования конкретных общественных отношений
1	<i>Необходимость корректировки порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части размещения рекламных конструкций с автоматической</i>	<i>Внесение изменений в порядок расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, в части размещения рекламных конструкций с автоматической сменой информационного поля (видеоэкраны, призматыроны)</i>

	сменой информационного поля (видеоэкраны, призматроны); необходимость уточнения порядка получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций; приведение порядка организации торгов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствие с постановлением Правительства Российской Федерации от 04.06.2026 № 693	внесение изменений в порядок получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций; внесение изменений в порядок организации торгов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций
--	---	--

2.3. Изучение опыта решения заявленных проблем в других субъектах, муниципальных образованиях Российской Федерации: *не проводилось*.

2.4. Выводы по результатам проведения анализа возможных вариантов правового регулирования конкретных общественных отношений (обоснование выбора предлагаемого проектом муниципального акта способа правового регулирования): *отсутствуют*.

2.5. Цели предлагаемого способа правового регулирования:

№ п/п	Цель	Показатели достижения целей правового регулирования	Обоснование расчета показателей достижения целей
1	2	3	4
	Корректировка порядка расчета размера начальной (минимальной) оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска в части размещения рекламных конструкций с автоматической сменой информационного поля (видеоэкраны, призматроны); уточнение порядка получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций; приведение порядка организации торгов на установку и	Нормативно – правовое регулирование	-

	эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 04.06.2026 № 693		
--	---	--	--

2.6. Планируемые мероприятия по контролю достижения целей предлагаемого муниципальным актом способа правового регулирования: *отсутствуют.*

2.7. Содержание устанавливаемых (изменяемых) предлагаемым проектом муниципального акта способом правового регулирования обязательных требований для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанностей для субъектов инвестиционной деятельности и полномочий:

№ п/п	Категория лиц, на которых распространяется правовое регулирование (субъекты предпринимательской и иной экономической деятельности, субъекты инвестиционной деятельности, органы местного самоуправления, жители города Новосибирска)	Содержание устанавливаемых (изменяемых) обязательных требований для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, субъектов инвестиционной деятельности, полномочий органов местного самоуправления города Новосибирска	Расходы и доходы субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, субъектов инвестиционной деятельности, бюджета города Новосибирска
1	2	3	4
1	Физические лица, юридические лица, индивидуальные предприниматели (рекламораспространители)	Размещение рекламных конструкций в соответствии с вносимыми изменениями	-
2	Органы местного самоуправления города Новосибирска (мэрия города Новосибирска в лице управления художественного облика города)	Реализация полномочий в соответствии с вносимыми изменениями	-

2.8. Обоснование необходимости установления переходного периода, распространения способа правового регулирования на ранее возникшие отношения: *установление переходного периода не требуется.*

3. Анализ воздействия предлагаемого регулирования
на состояние конкуренции в городе Новосибирске
в регулируемой сфере деятельности

3.1. Положения, применение которых может оказывать отрицательное влияние на состояние конкуренции:

N п/п	Положение, которое может оказывать отрицательное влияние на состояние конкуренции	Наличие положения в проекте муниципального акта		
		есть/нет	содержание положения	обоснование введения положения
1	2	3	4	5
1. Ограничение количества или круга субъектов предпринимательской деятельности				
1.1	Предоставление преимуществ по реализации товаров, выполнению работ, оказанию услуг субъектам предпринимательской деятельности	нет		
1.2	Ограничение возможности субъектов предпринимательской деятельности реализовывать товары, выполнять работы, оказывать услуги (введение территориальных ограничений, создание административных барьеров и другие)	нет		
1.3	Введение требования по получению разрешения или согласования в качестве условия для начала или продолжения деятельности	нет		
2. Ограничение способности субъектов предпринимательской деятельности вести конкуренцию				
2.1	Ограничение возможности субъектов предпринимательской деятельности устанавливать цены на товары, работы или услуги	нет		
2.2	Ограничение свободы субъектов предпринимательской деятельности осуществлять рекламу или маркетинг своих товаров или услуг	нет		
2.3	Создание неравных экономических условий осуществления предпринимательской деятельности, влекущих повышение производственных затрат одних субъектов предпринимательской деятельности по сравнению с затратами других (ограничение использования	нет		

	технологий производства, введение дополнительных требований и иные)			
--	---	--	--	--

4. Результаты размещения уведомления о намерении разработать проект муниципального акта

4.1. Уведомление о намерении разработать проект муниципального акта было размещено и доступно в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" по следующему адресу: <https://dem.nso.ru/npa/bills/30229>.

4.2. Предложения в связи с размещением уведомления принимались в период с 09.07.2026 по 22.07.2026.

4.3. Предложения, поступившие по итогам размещения уведомления: не поступили.

5. Результаты проведения публичных консультаций по проекту муниципального акта*

5.1. Публичные консультации по проекту муниципального правового акта проводились в период с 27.07.2026 по 14.08.2026.

5.2. О проведении публичных консультаций были извещены следующие лица и органы: исполняющий обязанности Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Новосибирской области, Союз «Новосибирская городская торгово-промышленная палата», муниципальное автономное учреждение города Новосибирска «Городской центр развития предпринимательства», Новосибирское областное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Союз «Новосибирская торгово-промышленная палата», а также члены экспертного совета по оценке регулирующего воздействия проектов муниципальных правовых актов города Новосибирска, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами города Новосибирска обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов инвестиционной деятельности.

5.3. Сводка предложений, поступивших во время проведения публичных консультаций:

№ п/п	Лицо, представившее предложения	Содержание предложения	Обоснование принятия или отклонения предложения
1	2	3	4
	Исполняющий обязанности Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Новосибирской области	Исключение из проекта муниципального акта п. 1.6, в соответствии с которым значение коэффициента К2, отражающего техническую специфику рекламных конструкций с автоматической сменой информационного поля (видеоэкраны, призматыроны) увеличивается с 1,5 до 6,0	<i>Предложение отклонено.</i> Согласно статье 209 Гражданского кодекса РФ собственник вправе владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом, по своему усмотрению совершать в отношении него любые действия, не противоречащие закону и иным правовым актам и не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города

		Новосибирска, является формой управления и распоряжения таким имуществом. Обеспечение эффективного использования муниципального имущества является одной из важнейших задач органа местного самоуправления. Размер прибыли, получаемой рекламодателями от размещения видеоэкранов, значительно превышает плату, поступающую в бюджет города Новосибирска по договорам на установку и эксплуатацию видеоэкранов, соответственно, увеличение значения коэффициента K2, отражающего техническую специфику рекламных конструкций с автоматической сменой информационного поля (видеоэкранов и призматронов) с 1,5 до 6,0 необходимо с целью повышения эффективности использования муниципального имущества. В частности, средняя плата, поступающая в бюджет города Новосибирска от размещения одного видеоэкрана, составляет 466 321 руб. в год. По информации, размещенной на сайте одного из ведущих рекламодателей (прилагается) стоимость размещения на видеоэкранах варьируется от 215 940 руб. до 223 260 руб. Определяем среднюю сумму, получаемую рекламодателем в месяц: $215\,940 + 223\,260 = 439\,200$ руб., $439\,200/2 = 219\,600$ руб. средняя плата за размещение одного видеоэкрана в месяц. $219\,600 \times 12$ (месяцев) = 2 635 200 руб., средняя плата за размещение одного видеоэкрана - в год. Определяем разницу в поступлениях: $2\,635\,200/466\,321 = 5,6$ Округление значения коэффициента в большую
--	--	--

		сторону является следствием того факта, что представленные расчеты подготовлены для видеоз экранов формата 3 м. × 6 м. Вместе с тем, на территории города Новосибирска предусмотрена возможность размещения видеоз экранов большего формата, таких как 3 м. × 12 м., 4 м. × 12 м., 5 м. × 15 м. Предлагаемые изменения будут применяться к вновь заключаемым договорам на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по результатам проведения аукционов, в связи с чем, оценить точную сумму поступлений в бюджет города Новосибирска не представляется возможным. Однако предлагаемые изменения позволят увеличить доходы от размещения видеоз экранов, поступающие в бюджет, так как видеоз экраны наиболее популярный в настоящее время способ технологии демонстрации рекламы. Вместе с тем, фактическое развитие рекламного рынка не сопровождается аналогичным ростом бюджетных поступлений. Кроме того, Правилами распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирск, принятыми решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, и схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной постановлением мэрии города Новосибирска от 01.08.2023 № 4014, помимо видеоз экранов и призматронов, предусмотрено двенадцать видов отдельно стоящих рекламных конструкций, а также шесть видов рекламных конструкций, размещаемых на зданиях, строениях, сооружениях, что позволяет удовлетворить потребности рынка для тех участников, которые не
--	--	--

			располагают необходимыми финансовыми ресурсами. Таким образом, предлагаемые изменения позволят восстановить баланс интересов участников рынка и его регулятора.
--	--	--	--

5.4. Информация об отказе от принятия муниципального акта по результатам проведения публичных консультаций (при его наличии): –.

Примечания: * – раздел сводного отчета заполняется после проведения публичных консультаций по проекту муниципального акта.».