

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

1. Общая информация

1.1. Наименование проекта нормативного правового акта:

Проект постановления администрации Находкинского городского округа «Об утверждении Правил к отдельно стоящим рекламным конструкциям» (далее – проект МНПА).

1.2. Регулирующий орган (полное и краткое наименование):

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

1.3. Степень регулирующего воздействия – высокая.

1.4. Срок проведения публичных консультаций об оценке регулирующего воздействия проекта МНПА, начало: 31.08.2026г. окончание: 25.09.2026г.

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.

Проектом МНПА предполагается признать утратившим силу постановление главы Находкинского городского округа от 24.01.2006 № 31 «Об утверждении Правил к отдельно стоящим щитовым установкам с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м.» (далее – Правила № 31), ввиду неактуальности некоторых его положений и утвердить Правила к отдельно стоящим рекламным конструкциям в новой редакции, которые будут распространять свое действие на все типы и виды отдельно стоящих рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа.

Действующая редакция Правил № 31 не содержит общих требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций, установленных в ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и распространяет свое действие только на рекламные конструкции большого формата - с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м., тем самым не соответствует указанному закону.

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

К негативным эффектам, возникающим в связи с наличием проблемы, можно отнести отсутствие возможности качественного улучшения городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа, а также неактуальности некоторых положений Правил № 31.

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

Действующая редакция Правил № 31 не содержит общих требований к установке и эксплуатации рекламных конструкций, установленных в ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и распространяет свое действие только на рекламные конструкции большого формата - с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м., тем самым не соответствует указанному закону. Проблема выявлена по итогам анализа нормативной базы и правоприменительной практики.

Согласно протоколу от 09.04.2026 № 1 комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа, полномочия которой утверждены распоряжением администрации Находкинского городского округа от 23.09.2019 № 420-р «О создании комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа» в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Находкинского городского округа управлению архитектуры, градостроительства и рекламы администрации Находкинского городского округа рекомендовано рассмотреть вопрос о внесении изменений в постановление главы Находкинского городского округа от 24.01.2006 № 31 «Об утверждении правил к отдельно стоящим щитовым установкам с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м», а именно: для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв. м. ввести ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных

участках, находящихся в частной собственности, в том числе в аренде, разрешив установку не более одной рекламной конструкции на таких земельных участках, а также изменить минимальное допустимое расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, с 50 метров на 150 метров.

Принятие предлагаемых изменений является необходимым условием для устранения правовой неопределённости, обеспечения единообразия правоприменения и создания предсказуемых условий деятельности участников рынка в сфере наружной рекламы.

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

Проблему невозможно решить иным способом, поскольку правила и требования к рекламным конструкциям в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Находкинского городского округа должны быть определены муниципальным нормативным правовым актом органа местного самоуправления.

2.5. Иная информация о проблеме: отсутствует.

3. Анализ опыта иных субъектов Российской Федерации в соответствующих сферах деятельности:

Субъект Российской Федерации	Наименование нормативного правового акта субъекта Российской Федерации	Краткий анализ опыта нормативного правового регулирования
Свердловская область	Приказ министерства по управлению государственным имуществом Свердловской области от 26.07. 2019 № 1872 «Об утверждении Концепции оформления и размещения объектов наружной рекламы на территории Свердловской области»	Концепция задаёт общие принципы и правила, чтобы наружная реклама не портила облик городов, гармонично вписывалась в среду и при этом выполняла свою информационную функцию. Среди ключевых задач: упорядочить места размещения рекламных конструкций; сформировать единый стиль рекламных носителей; прописать требования к плотности их расположения; стимулировать использование цифровых рекламных конструкций. В документе закреплены конкретные нормы и общие требования, в том числе прописаны нормы дистанции между отдельно

		стоящими рекламными конструкциями.
г.Нижний Новгород	Решение городской Думы города Нижнего Новгорода от 17.12. 2025 № 129 «О Правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в муниципальном образовании городской округ город Нижний Новгород»	Документ содержит общие требования к установке и эксплуатации рекламных конструкций и распространяет свое действие на все форматы рекламных конструкций. Закреплены конкретные нормы, например, размещение возможно только в рамках утверждённой схемы, также есть детальные требования к типам конструкций и их параметрам и правила по минимальным расстояниям между рекламными конструкциями.

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:

- Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее - № 131-ФЗ),
- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),
- Решение Думы Находкинского городского округа от 27.12.2019 № 542-НПА «О Правилах благоустройства территории Находкинского городского округа» (далее – Правила благоустройства),
- протокол заседания комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа от 09.04.2026 № 1 (далее – протокол Комиссии).

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

В соответствии с ч. 1 ст. 16 № 131-ФЗ к вопросам местного значения городского округа относятся: владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в муниципальной собственности городского округа и утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 5.8 ст. 19 ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций.

На территории Находкинского городского округа Схема размещения рекламных конструкций утверждена постановлением администрации Находкинского городского округа от 03.02.2016 № 96 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках, расположенных на территории Находкинского городского округа, независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности Приморского края или муниципальной собственности». Типы и виды рекламных конструкций утверждены постановлением администрации Находкинского городского округа от 12.08.2020 № 867 «Об утверждении положения о типах и видах рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке и эксплуатации на территории Находкинского городского округа».

В соответствии с п. 1. ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на

рынке. Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования. Информация, не содержащая объекта рекламирования и не направленная на продвижение, рекламой не является. Частные объявления или личные поздравления по своей природе персонифицированы. Рекламная конструкция — это инфраструктурный объект, предназначенный для решения конкретных задач: информирования широкой аудитории о товарах, услугах, социальных проектах, культурных событиях.

В соответствии с ч. 5. ст. 19 ФЗ «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

В соответствии с ч. 1-3 ст. 13 Правил благоустройства земляные работы, за исключением земляных работ, направленных на устранение аварий, произошедших при эксплуатации инженерных сетей и сооружений, выполняются согласно разрешению (ордеру) на проведение земляных работ, выдаваемому уполномоченным органом администрации Находкинского городского округа. Не требуется получать разрешение (ордер) на проведение земляных работ в границах земельного участка при строительстве, реконструкции объектов капитального строительства, на которые в случаях, установленных ст.51 Градостроительного кодекса Российской Федерации, предусмотрено получение разрешения на строительство. Порядок выдачи, продления и закрытия разрешения (ордера) на проведение земляных работ устанавливается муниципальным правовым актом администрации Находкинского городского округа.

В соответствии с ч. 9. ст. 19 ФЗ «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 ст. 19 законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления городского округа, на территориях которого предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Согласно п. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе» решение об отказе в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции должно быть мотивировано и принято

органом местного самоуправления городского округа исключительно по следующим основаниям:

1) несоответствие проекта рекламной конструкции и ее территориального размещения требованиям технического регламента;

2) несоответствие установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции в соответствии с частью 5.8 ст. 19 определяется схемой размещения рекламных конструкций);

3) нарушение требований нормативных актов по безопасности движения транспорта;

4) нарушение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселения, муниципального округа или городского округа. Органы местного самоуправления муниципальных районов, органы местного самоуправления муниципальных округов или 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 поселений, муниципальных округов или городских округов;

5) нарушение требований законодательства Российской Федерации об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, их охране и использовании;

6) нарушение требований, установленных частью 5 в случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции используется общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, частями 5.1, 5.6, 5.7 ст. 19.

Согласно протоколу Комиссии в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Находкинского городского округа управлению архитектуры, градостроительства и рекламы администрации Находкинского городского округа рекомендовано рассмотреть вопрос о внесении изменений в постановление главы Находкинского городского округа от 24.01.2006 № 31 «Об утверждении правил к отдельно стоящим щитовым установкам с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв.м», а именно: для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв. м. ввести ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, находящихся в частной

собственности, в том числе в аренде, разрешив установку не более одной рекламной конструкции на таких земельных участках, а также изменить минимальное допустимое расстояние между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, с 50 метров на 150 метров.

При плотной застройке и наличии нескольких рекламных конструкций с рекламно-информационным полем более 10 кв. м. на одной стороне улицы возникает «визуальный шум», снижается читаемость внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, нарушается целостность восприятия среды Находкинского городского округа. На территории Находкинского городского округа под действие этой нормы подпадают такие допустимые к установке крупноформатные типы рекламных конструкций, как билборд, сити-борд, суперборд, тривижн и цифровой билборд. Указанные ограничения приведут к недопущению роста «визуального шума» и сохранению архитектурного облика Находкинского городского округа.

Таким образом, правила и требования к рекламным конструкциям в целях сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки Находкинского городского округа должны быть определены муниципальным нормативным правовым актом органа местного самоуправления.

4.3. Цели регулирования и сроки их достижения

Цели предлагаемого регулирования	Сроки достижения целей предлагаемого регулирования
Качественное улучшение городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа, повышение уровня исполнения, а также безопасности рекламных конструкций, размещаемых на территории Находкинского городского округа	На период действия МНПА

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.

В соответствии с законодательством Российской Федерации в сфере рекламы и безопасности новая редакция Правил к отдельно стоящим рекламным конструкциям дополнена следующими требованиями:

- об установке рекламных конструкций только в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной соответствующим постановлением администрации Находкинского городского округа;

- о необходимости соответствия устанавливаемых рекламных конструкций типам и видам рекламных конструкций, установленным нормативным правовым актом администрации Находкинского городского округа;

- о недопустимости размещения на рекламных конструкциях информации, не предназначенной для неопределенного круга лиц (частные объявления, личные поздравления и т. п.).

- о необходимости установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции на основании договора с собственником объекта, к которому присоединяется рекламная конструкция, а также при наличии соответствующего разрешения;

- о необходимости получения, при установке отдельно стоящих рекламных конструкций, разрешения на проведение земельных работ в порядке, предусмотренном нормативным правовым актом администрации Находкинского городского округа.

Также изменения предусматривают, для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв. м., установление минимального допустимого расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, в 150 метров, вместо 50 метров, и вводится ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, находящихся в частной собственности, в том числе в аренде, до одной рекламной конструкции на таких земельных участках, по рекомендации комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа, полномочия которой утверждены распоряжением администрации Находкинского городского округа от 23.09.2019 № 420-р «О создании комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа» (далее – Распоряжение № 420-р).

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 правила и требования к рекламным конструкциям в целях сохранения внешнего архитектурного облика

сложившейся застройки Находкинского городского округа должны быть определены нормативным правовым актом органа местного самоуправления.

5.3. Обоснование выбора предлагаемого способа решения проблемы.

Предпочтительным и необходимым является вариант принятия проекта МНПА, который будет выполнен в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и направлен на качественное улучшение городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа.

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, муниципальное образование Находкинский городской округ.

По данным управления архитектуры, градостроительства и рекламы администрации Находкинского городского округа по состоянию на 31.08.2026: общее количество рекламораспространителей, являющихся получателями муниципальной 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	нет	-

	(группе субъектов) предпринимательской деятельности		
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.

Изменения предусматривают для вновь устанавливаемых рекламных конструкций с размерами рекламно-информационного поля более 10 кв. м., установление минимального допустимого расстояния между отдельно стоящими рекламными конструкциями, расположенными на одной стороне проезжей части улиц, проспектов, магистралей, в 150 метров, вместо 50 метров, и вводится ограничение на количество рекламных конструкций, устанавливаемых на земельных участках, находящихся в частной собственности, в том числе в аренде, до одной рекламной конструкции на таких земельных участках.

Меры ответственности настоящим проектом МНПА не устанавливаются, также меры ответственности отсутствуют в Правилах № 31, которые признаются утратившими силу.

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.

Проект МНПА обязателен для исполнения на территории Находкинского городского округа физическими лицами, индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами, независимо от их организационно-правовых форм, размещающих отдельно стоящие рекламные конструкции на территории Находкинского городского округа.

В разделе 2 проекта МНПА установлены общие требования к установке и эксплуатации отдельно стоящих рекламных конструкций.

Расходы (доходы) потенциальных адресатов предполагаемого правового регулирования, связанные с его введением, не изменятся.

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

Риски решения проблемы предложенным способом регулирования и риски негативных последствий отсутствуют, так как проект МНПА разработан в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и направлен на качественное

улучшение городской визуальной среды и внешнего облика 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
Доля мест в схеме размещения рекламных конструкций, соответствующих утверждённым типам и видам рекламных конструкций, с учетом необходимости соблюдения дистанции между крупноформатными рекламными конструкциями и ограничением количества рекламных конструкций на 1 земельном участке для вновь устанавливаемых рекламных конструкций	100 %
Улучшение городской визуальной среды и внешнего облика Находкинского городского округа путем предотвращения «перегруженности» крупными рекламными конструкциями	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 Находкинского городского округа, в ведении которого находятся вопросы установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа, а также комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа, полномочия которой утверждены Распоряжением № 420-р.

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, а также комиссии по рассмотрению возможности установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Находкинского городского округа, полномочия которой утверждены Распоряжением № 420-р.

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 заявителей на выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории Находкинского городского округа невозможно заранее определить, так как предоставление соответствующей муниципальной услуги 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): 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 консультации 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":_____.

14.1.2. Срок, в течение которого принимались предложения в связи с размещением уведомления о проведении публичных консультаций проекта нормативного правового акта:
с 31.08. 2026г по 25.09. 2026г.

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

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

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

Всего: __, из них положительных: __, отрицательных: __.

Количество просмотров проекта МНПА: __.

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, органов местного самоуправления, уведомленных о проведении публичных консультаций по проекту нормативного правового акта:

ВРИО Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Приморском крае (ombudsman@primorsky.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); ООО «РА «Вирго-груп» (avrora@ravirgo.ru); 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 (troyka64@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 Бикинцев (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: _____.

14.1.7. Сведения о рассмотрении предложений _____.

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.

Врио директора МКУ «Находка ДАГиЗ»



Н.А. Паршикова