

Сводный отчет о результатах проведения оценки
регулирующего воздействия

Сроки проведения публичного обсуждения проекта муниципального нормативного правового акта: не требуется

1. Общая информация.

1.1. Регулирующий орган:

Муниципальное казенное учреждение «Управление потребительского рынка, рекламы и развития сельского хозяйства» городского округа Ступино Московской области

(указываются полное и краткое наименования)

1.2. Вид и наименование проекта муниципального нормативного правового акта:

Постановление администрации городского округа Ступино Московской области «О внесении изменений в Положение об организации и проведении открытого аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности городского округа Ступино Московской области, а также земельном участке, государственная собственность на который не разграничена на территории городского округа Ступино Московской области».

(место для текстового описания)

1.3. Краткое описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования:

Внесение изменений в НПА необходимо исключительно в целях приведения отдельных пунктов проекта Договора в соответствие с п.3 ст.10 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

(место для текстового описания)

1.4. Основание для разработки проекта муниципального нормативного правового акта:

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

(место для текстового описания)

1.5. Краткое описание целей предлагаемого регулирования:

Обеспечение администрации городского округа Ступино Московской области рекламными поверхностями для информирования населения об основных событиях социально-экономического развития и общественно-политической жизни посредством размещения социальной рекламы на объектах наружной рекламы и информации.

(место для текстового описания)

1.6. Краткое описание предлагаемого способа регулирования:

Проект договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции дополняется пунктами о размещении социальной рекламы в пределах пяти процентов годового объема распространяемой рекламы рекламораспространителем.

(место для текстового описания)

1.7. Контактная информация исполнителя разработчика:

Ф.И.О.: **Воробьева Екатерина Анатольевна**

Должность: **Начальник сектора наружной рекламы Муниципального казенного учреждения «Управление потребительского рынка, рекламы и развития сельского хозяйства» городского округа Ступино Московской области.**

Тел.: **8 496 64 4 17 30**

Адрес электронной почты: **reklama-st-adm@yandex.ru**

2. Степень регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта.

2.1. Степень регулирующего воздействия проекта муниципального нормативного правового акта: **низкая**

(указать: высокая, средняя, низкая)

2.2. Обоснование отнесения проекта муниципального нормативного правового акта к определенной степени регулирующего воздействия:

Проект нормативно-правового акта не содержит положений, предусмотренных подпунктами 1, 2 п.7 раздела II Постановления администрации городского округа Ступино Московской области от 03.05.2024 №1958-п «О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных правовых актов городского округа Ступино Московской области».

(место для текстового описания)

3. Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования, оценка негативных эффектов, возникающих в связи с наличием рассматриваемой проблемы.

3.1. Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ регулирования, условий и факторов ее существования:

В случае отсутствия пункта в проекте договора об обязательстве со стороны рекламодателя в предоставлении рекламных площадей администрации городского округа Ступино Московской области для размещения социальной рекламы снижается уровень информированности населения об основных событиях социально-экономического развития и общественно-политической жизни посредством размещения социальной рекламы на объектах наружной рекламы и информации.

(место для текстового описания)

3.2. Негативные эффекты, возникающие в связи с наличием проблемы:

Низкая информированность населения об основных событиях социально-экономического развития и общественно-политической жизни посредством размещения социальной рекламы на объектах наружной рекламы и информации.

(место для текстового описания)

3.3. Информация о возникновении, выявлении проблемы, принятых мерах, направленных на ее решение, а также затраченных ресурсах и достигнутых результатах решения проблемы:

-

(место для текстового описания)

3.4. Описание условий, при которых проблема может быть решена в целом

без вмешательства со стороны государства:

(место для текстового описания)

3.5. Источники данных:

(место для текстового описания)

4. Цели предлагаемого регулирования и их соответствие принципам правового регулирования, программным документам Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Губернатора Московской области и Правительства Московской области.

4.1. Цели предлагаемого регулирования:	4.2. Установленные сроки достижения целей предлагаемого регулирования
(Цель 1) Предоставление администрации городского округа Ступино Московской области площади рекламного поля рекламодателем для размещения социальной рекламы в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» с целью информирования населения об основных событиях социально-экономического развития и общественно-политической жизни посредством размещения социальной рекламы на объектах наружной рекламы и информации.	2024год

4.3. Обоснование соответствия целей предлагаемого регулирования принципам правового регулирования, программным документам Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Губернатора Московской области и Правительства Московской области, городского округа Ступино Московской области:

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

(место для текстового описания)

5. Описание предлагаемого регулирования и иных возможных способов решения проблемы.

5.1. Описание предлагаемого способа решения проблемы и преодоления, связанных с ней негативных эффектов:

(место для текстового описания)

5.2. Описание иных способов решения проблемы:

(место для текстового описания)

5.3. Обоснование выбора предлагаемого способа решения проблемы:

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

(место для текстового описания)

11. Риски решения проблемы предложенным способом регулирования и риски негативных последствий, а также описание методов контроля эффективности избранного способа достижения целей регулирования

11.1. Риски решения проблемы предложенным способом и риски негативных последствий	11.2. Оценки вероятности наступления рисков	11.3. Методы контроля эффективности избранного способа достижения целей регулирования	11.4. Степень контроля рисков
(Риск 1)-	-		
(Риск N)-	-		
11.5. Источники данных: (место для текстового описания)			

12. Предполагаемая дата вступления в силу проекта муниципального нормативного правового акта, оценка необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу проекта муниципального нормативного правового акта либо необходимость распространения предлагаемого регулирования на ранее возникшие отношения

12.1. Предполагаемая дата вступления в силу проекта нормативного правового акта: после официального опубликования в Ступинской газете «Вестник» и на официальном сайте администрации, Совета депутатов и контрольно-счетной палаты.

12.2. Необходимость установления переходного периода и (или) отсрочки введения предлагаемого регулирования:

Нет

(есть/нет)

12.3. Срок –

(дней с момента принятия проекта муниципального нормативного правового акта)

12.4. Необходимость распространения предлагаемого регулирования на ранее возникшие отношения: - (есть/нет)	12.5. Срок - (дней до момента вступления в силу проекта муниципального нормативного правового акта)
12.6. Обоснование необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу проекта акта либо необходимости	

распространения предлагаемого регулирования на ранее возникшие отношения:

(место для текстового описания)

14. Индикативные показатели, программы мониторинга и иные способы (методы) оценки достижения заявленных целей регулирования

14.1. Цели предлагаемого регулирования	14.2. Индикативные показатели	14.3. Единицы измерения индикативных показателей	14.4. Способы расчета индикативных показателей
(Цель N)	(Показатель N.1)		
	(Показатель N.K)		
14.5. Информация о программах мониторинга и иных способах (методах) оценки достижения заявленных целей регулирования: _____ (место для текстового описания)			
14.6. Оценка затрат на осуществление мониторинга (в среднем в год):		_____ млн. рублей	
14.7. Описание источников информации для расчета показателей (индикаторов): _____ (место для текстового описания)			

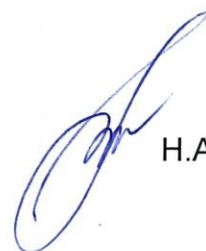
15. Сведения о размещении уведомления, сроках предоставления предложений в связи с таким размещением, лицах, предоставивших предложения, и рассмотревших их органы регулирующего органа.

15.1. Полный электронный адрес размещения уведомления в информационно-телекоммуникационной сети Интернет: **<https://stupinoadm.ru/dokumenty/otsenka-reguliruyushhego-vozhdejstviya/ekspertiza-proektov-npa/>**

15.2. Срок, в течение которого разработчиком принимались предложения в связи с размещением уведомления о подготовке проекта акта: не требуется

15.3. Сведения о лицах, предоставивших предложения: не требуется.

Директор МКУ «Управление
потребительского рынка, рекламы
и развития сельского хозяйства»
городского округа Ступино Московской области



Н.А. Лопушанская