

СВОДНЫЙ ОТЧЕТ
о проведении оценки регулирующего воздействия проектов
муниципальных нормативных правовых актов

1. Общая информация

1.1. Регулирующий орган:

Управление архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования Кавказский район.

1.2. Вид и наименование проекта муниципального нормативного правового акта:

Проект решения Совета администрации муниципального образования Кавказский район «Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район».

1.3. Предполагаемая дата вступления в силу муниципального нормативного правового акта: 4 квартал 2025 г.

1.4. Краткое описание проблемы, на решение которой направлено предлагаемое правовое регулирование:

Ухудшение внешнего вида жилой среды из-за беспорядочного размещения рекламных конструкций. Повышен риск аварий из-за неправильно установленных или чрезмерно крупных рекламных конструкций, которые ограничивают видимость для водителей и пешеходов, создают препятствия на тротуарах и дорогах. Незаконное использование. Создание несправедливых условий для других участников рынка. Нарушение интересов граждан.

1.5. Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования:

Сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования Кавказский район, недопущение его нарушения;

сохранение историко-градостроительного облика;

обеспечение эффективного использования объектов муниципальной собственности муниципального образования Кавказский район в целях распространения наружной рекламы;

создание равных условий и возможностей для всех претендентов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район;

планомерное пополнение доходной части бюджета муниципального образования Кавказский район;

исключение установки недопустимых видов и типов рекламных конструкций

обеспечение безопасности водителей и пешеходов;

соблюдение прав собственников при использовании территорий;

защита интересов граждан.

1.6. Краткое описание содержания предлагаемого правового регулирования:

Нормативный правовой акт направлен на введение условий размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказ-

ский район:

1. размещение на территории муниципального образования Кавказский район только утвержденного вида и типа рекламных конструкций;
2. установить общие требования безопасности размещения рекламных конструкций, благоустройства территории размещения рекламных конструкций, условия и основания запрета размещения рекламных конструкций;
3. установить порядок оформления и выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;
4. установить порядок и условия заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;
5. установить условия контроля за соблюдением порядка установки и эксплуатацию рекламных конструкций.

1.6.1. Степень регулирующего воздействия: *высокая*.

Обоснование степени регулирующего воздействия:

Проект содержит положения, устанавливающие новые обязательные требования для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

1.6.2. Наличие или отсутствие в проекте муниципального нормативного правового акта обязательных требований, связанных с осуществлением предпринимательской и иной экономической деятельности, оценка соблюдения которых осуществляется в рамках муниципального контроля (далее - обязательные требования): *нет*.

Обоснование отнесения устанавливаемых новых или изменяемых требований к обязательным требованиям: *отсутствует*.

Информация о соответствии принципам, установленным Федеральным законом от 31 июля 2020 г. № 247-ФЗ "Об обязательных требованиях в Российской Федерации": *отсутствует*.

Информация о соблюдении условий установления обязательных требований, установленных Порядком установления и оценки применения устанавливаемых муниципальными нормативными правовыми актами муниципального образования Кавказский район обязательных требований, которые связаны с осуществлением предпринимательской и иной экономической деятельности и оценка которых осуществляется в рамках муниципального контроля, утвержденного постановлением администрации муниципального образования Кавказский район: *отсутствует*.

1.7. Контактная информация исполнителя в регулирующем органе:

Ф.И.О.: Клевин Андрей Юрьевич

Должность: Ведущий специалист управления архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования Кавказский район.

Тел.: 8(86138) 6-41-70 Адрес электронной почты: geo515@mail.ru

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

Ухудшение внешнего вида жилой среды. Повышен риск аварий. Незакон-

ное использование территорий. Создание несправедливых условий для других участников рынка при монополизации лучших мест для рекламы некоторыми организациями. Нарушение интересов граждан при размещении агрессивной рекламы или рекламы, вводящей в заблуждение.

2.1. Формулировка проблемы:

Беспорядочное размещение рекламных конструкций может ухудшать внешний вид городов, создавая визуальный хаос. Упорядоченное размещение помогает сохранить архитектурный облик и гармонию городского пространства.

Неправильно установленные или чрезмерно крупные рекламные конструкции могут ограничивать видимость для водителей и пешеходов, создавать препятствия на тротуарах или дорогах, что повышает риск аварий. Регламентация их размещения минимизирует такие риски.

Рекламные конструкции часто размещаются на зданиях, земельных участках или других объектах, которые могут находиться в частной или муниципальной собственности. Порядок размещения регулирует вопросы согласования с владельцами и предотвращает незаконное использование территорий.

Без регулирования может возникнуть ситуация, когда одни компании монополизировать лучшие места для рекламы, что создает несправедливые условия для других участников рынка. Регламентация обеспечивает равный доступ к рекламным площадям.

Неконтролируемая реклама может вводить потребителей в заблуждение или быть агрессивной. Порядок размещения часто включает требования к содержанию рекламы, что помогает защитить интересы граждан.

Упорядоченное размещение рекламных конструкций позволяет более рационально использовать городское пространство, избегая дублирования и избыточности, что способствует экономии ресурсов.

Регламентация помогает контролировать соблюдение норм и правил, установленных законодательством, таких как ограничения на размер, тип и место размещения рекламы.

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

За период 2023–2024 годов антимонопольные органы при оценке соблюдения антимонопольного законодательства выдали 370 предупреждений органам местного самоуправления в отношении 2412 рекламных конструкций. Также было возбуждено 17 дел о нарушении антимонопольного законодательства, по результатам рассмотрения которых принято 12 решений о признании нарушений со стороны органов местного самоуправления. Ссылка- <https://fas.gov.ru/news/33551>.

Основной причиной появления данной проблемы послужило возникновение необходимости определения порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район в соответствии с:

- рекомендациями органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления о применении комплекса мер, направленных на предотвращение и профилактику нарушений антимонополь-

ного законодательства в сфере наружной рекламы.
Ссылка- <https://fas.gov.ru/documents/685510>.

- Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».
Ссылка- <https://base.garant.ru/12145525/>.

2.3. Субъекты общественных отношений, заинтересованные в устранении проблемы, их количественная оценка:

Собственники недвижимого имущества, а также владельцы рекламных конструкций.

2.4. Характеристика негативных эффектов, возникающих в связи с наличием проблемы, их количественная оценка, в том числе оценка риска причинения вреда (ущерба) охраняемым законом ценностям (с указанием видов охраняемых законом ценностей и конкретных рисков причинения им вреда (ущерба):

Нарушение конкуренции в данном секторе экономики, обеспечений недискриминационных (равных) условий доступа участников экономических отношений, осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере наружной рекламы;

В условиях перегруженности рекламного пространства эффективность отдельных рекламных сообщений снижается на 20–40%. Это связано с тем, что потребители перестают замечать рекламу из-за ее обилия.

Расходы на демонтаж незаконно установленных рекламных конструкций могут достигать сотен тысяч рублей в год.

По данным исследований, в районах с большим количеством рекламных щитов аварийность увеличивается на 10–15%. Это связано с отвлечением внимания водителей и ухудшением видимости дорожных знаков.

Падение рекламных конструкций может приводить к травмам и повреждению имущества.

В городах с избыточной наружной рекламой уровень светового загрязнения может увеличиваться на 20–30%, что негативно влияет на здоровье людей и экосистемы.

Опросы показывают, что 60–70% горожан негативно относятся к избыточной рекламе, считая ее навязчивой и ухудшающей качество жизни.

В условиях перегруженности рекламного пространства ROI наружной рекламы может снижаться на 30–50%, так как сообщения теряют свою заметность.

В 2024 году было демонтировано более 20 незаконных рекламных конструкций, а затраты на эти работы составили около 35 000 рублей.

2.5. Причины возникновения проблемы и факторы, поддерживающие ее существование:

Беспорядочное размещение рекламных конструкций, неправильно установлены или чрезмерно крупные рекламные конструкции, которые ограничивают видимость для водителей и пешеходов, создают препятствия на тротуарах и дорогах. Размещение рекламных конструкций на зданиях, земельных участках и других объектах, находящихся в частной или муниципальной собственности. Монополизация лучших мест для рекламы некоторыми организациями. Размещение агрессивной рекламы или рекламы, вводящей в заблуждение.

2.6. Причины невозможности решения проблемы участниками соответствующих отношений самостоятельно, без вмешательства органов местного самоуправления муниципального образования Кавказский район:

В соответствии с пп.5.1, пп.5.8 п.5, п.9, п.10, ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов наделены следующими полномочиями:

1. Утверждением схем 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;

2. Проведение аукциона или конкурса на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которое находится в государственной или муниципальной собственности;

3. Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

4. Демонтаж на основании предписания органа местного самоуправления муниципального района, в случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек.

2.7. Опыт решения аналогичных проблем в других субъектах Российской Федерации, муниципальных образованиях Краснодарского края, иностранных государствах:

Решение Совета муниципального образования Туапсинский район от 30.03.2023 г. № 679 «Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Туапсинский район».

2.8. Источники данных:

Ссылка - <https://tuapseregion.ru/dokumenty/normativnye-pravovye-akty/42528/2.9>.

2.9. Иная информация о проблеме: *отсутствует.*

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. Периодичность мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования
Цель 1 Сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования Кавказский район, недопущение его нарушения	1 ноября 2025 г.	ежеквартально
Цель 2 Сохранение историко-градостроительного облика	1 ноября 2025 г.	ежеквартально

Цель 3 Упорядочения мест размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район	1 ноября 2025 г.	ежеквартально
Цель 4 Обеспечение эффективного использования объектов муниципальной собственности муниципального образования Кавказский район в целях распространения наружной рекламы	1 ноября 2025 г.	ежеквартально
Цель 5 Создание равных условий и возможностей для всех претендентов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район	1 ноября 2025 г.	ежеквартально
Цель 6 Планомерное пополнение доходной части бюджета муниципального образования Кавказский район	1 ноября 2025 г.	ежеквартально
Цель 7 Исключение установки недопустимых видов и типов рекламных конструкций	1 ноября 2025 г.	ежемесячно

3.4. Действующие нормативные правовые акты, поручения, другие решения, из которых вытекает необходимость разработки предлагаемого правового регулирования в данной области, которые определяют необходимость постановки указанных целей:

Гражданский кодекс РФ;

Федеральный закон РФ от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления»;

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

Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

3.5. Цели предлагаемого правового регулирования	3.6. Индикаторы достижения целей предлагаемого правового регулирования	3.7. Единица измерения индикаторов	3.8. Целевые значения индикаторов по годам
Цель 1 Сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования Кавказский район,	Число зданий и сооружений	%	2025 г. - 100

недопущение его нарушения			
Цель 2 Сохранение историко-градостроительного облика	Число сохранённых исторически градостроительных объектов	%	2025 г. - 100
Цель 3 Упорядочения мест размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район	Количество мест размещения рекламных конструкций приведенных в надлежащий вид	%	2025 г. - 100
Цель 4 Обеспечение эффективного использования объектов муниципальной собственности муниципального образования Кавказский район в целях распространения наружной рекламы	Наличие и сохранность муниципального имущества	%	2025 г. - 100
Цель 5 Создание равных условий и возможностей для всех претендентов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район	Защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования рекламной деятельности	%	2025 г. - 100
Цель 6 Планомерное пополнение доходной части бюджета муниципального образования Кавказский район	Объем доходов, поступивших от размещения рекламных конструкций	руб.	2025 г. – 922 235 тыс.руб.
Цель 7 Исключение установки недопустимых видов и типов рекламных конструкций	Количество устраненных нарушений действующего законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов муниципального образования Кавказский район	%	2025 г. - 100

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

3.10. Оценка затрат на проведение мониторинга достижения целей предлагаемого правового регулирования: *затраты отсутствуют*.

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

4.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (краткое описание их качественных характеристик)	4.2. Количество участников группы	4.3. Источники данных
<i>Индивидуальные предприниматели</i>	<i>20</i>	<i>Журнал выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район</i>
<i>Юридические лица</i>	<i>6</i>	<i>Журнал выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального образования Кавказский район</i>

5. Изменение функций (полномочий, обязанностей, прав) органов местного самоуправления муниципального образования Кавказский район, а также порядка их реализации в связи с введением предлагаемого правового регулирования:

5.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права)	5.2. Характер функции (новая /изменяемая/отменяемая)	5.3. Предполагаемый порядок реализации	5.4. Оценка изменения трудовых затрат (чел./час в год), изменения численности сотрудников (чел.)	5.5. Оценка изменения потребностей в других ресурсах
<i>1. Управление архитектуры и градостроительства администрации муниципального образования Кавказский район</i>				
<i>Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции</i>	<i>изменяемая</i>	<i>Принятие решения о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции; Принятие решения об аннулировании разрешения на установку и эксплуатацию реклам-</i>	<i>Объем трудовых затрат не изменится, так как реализация функции предполагается в пределах штатной численности</i>	<i>отсутствует</i>

		ной конст- рукции;		
<i>Заключение догово- ра на установку и эксплуатацию рекламной конст- рукции</i>	<i>изменяемая</i>	<i>Подготовка положения, состав аук- ционной ко- миссии; порядок приема зая- вок, условия доступа к участию в аукционе; проведение аукциона и определение победите- лей; порядок за- ключения договора на установку и эксплуата- цию реклам- ной конст- рукции; порядок оп- латы права на заключе- ние догово- ра.</i>	<i>Объем трудовых затрат не изменится, так как реализация функции предполагается в преде- лах штатной численно- сти</i>	<i>отсутствует</i>
<i>Контроль за со- блюдением поряд- ка размещения рекламных конст- рукций</i>	<i>изменяемая</i>	<i>Проведение контрольных мероприя- тий, со- ставление акта про- верки; выдача предписаний о демонта- же реклам- ных конст- рукций в от- ношении рекламных конструк- ций, уста- новленных и (или) экс- плуатируе-</i>	<i>Объем трудовых затрат не изменится, так как реализация функции предполагается в преде- лах штатной численно- сти</i>	<i>отсутствует</i>

		<i>мых без разрешения; составление акта демонтажа.</i>		
--	--	--	--	--

6. Оценка дополнительных расходов (доходов) районного бюджета (бюджета муниципального образования Кавказский район), связанных с введением предлагаемого правового регулирования:

6.1. Наименование функции (полномочия, обязанности или права) (в соответствии с подпунктом 5.1 пункта 5 настоящего сводного отчёта)	6.2. Виды расходов (возможных поступлений местного бюджета (бюджета муниципального образования Кавказский район))	6.3. Количественная оценка расходов и возможных поступлений, млн рублей
Администрация муниципального образования Кавказский район		
1. Выдача разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции	<i>отсутствует</i>	<i>отсутствует</i>
2. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции	<i>Поступления в бюджет муниципального образования Кавказский район по заключенным договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций</i>	922 235
3. Контроль за соблюдением порядка размещения рекламных конструкций	<i>отсутствует</i>	<i>отсутствует</i>
Итого единовременные расходы за период _-__ гг.: отсутствуют		отсутствуют
Итого периодические расходы за период _-__ гг.: отсутствуют		отсутствуют
Итого возможные доходы за период 2025 г.: 922 235		922 235

6.4. Другие сведения о дополнительных расходах (доходах) районного бюджета (бюджета муниципального образования Кавказский район), возникающих в связи с введением предлагаемого правового регулирования: *отсутствуют*

6.5. Источники данных: *прогнозирование поступлений доходов в бюджет, схема размещения рекламных конструкций.*

7. Изменение обязанностей (ограничений) потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования и связанные с ними дополнительные расходы (доходы):

7.1. Группы потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования (в соответствии с подпунктом 4.1 пункта 4 настоящего сводного отчета)	7.2. Новые обязательные требования, обязанности и ограничения, изменения существующих обязательных требований, обязанностей и ограничений, вводимые предлагаемым правовым регулированием (с указанием соответствующих положений проекта муниципального нормативного правового акта)	7.3. Описание расходов и возможных доходов, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	7.4. Количественная оценка, тыс. рублей
<i>Индивидуальные предприниматели и юридические</i>	<i>Изготовление проектной документации</i>	<i>Заказ услуг</i>	<i>150 000 руб.</i>

ские лица			
Индивидуальные предприниматели и юридические лица	подсвет рекламных конструкций (в зависимости от типа и вида рекламных конструкций) в темное время суток в соответствии с графиком работы уличного освещения	отсутствуют	отсутствуют
Индивидуальные предприниматели и юридические лица	мытьё и очистка от загрязнений рекламных конструкций	Расходы на мойщиков или автовышку	2 160 руб.
Индивидуальные предприниматели и юридические лица	подача заявления на выдачу разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции	Расходы на бумагу, зарплату, проезд или курьера для доставки заявления	500 руб.

7.5. Издержки и выгоды адресатов предлагаемого правового регулирования, не поддающиеся количественной оценке: *отсутствуют*.

7.6. Источники данных: *статистические данные*.

8. Оценка рисков неблагоприятных последствий применения предлагаемого правового регулирования:

8.1. Виды рисков	8.2. Оценка вероятности наступления неблагоприятных последствий	8.3. Методы контроля рисков	8.4. Степень контроля рисков (полный/частичный/отсутствует)
Отсутствие контроля за установкой и эксплуатацией рекламных конструкций со стороны лиц, в чьи обязанности входит осуществление такого контроля	минимальная	Контроль проводится начальником управления	полный
Неправильное оформление разрешительной документации или несоблюдение норм гра-	минимальная	Контроль проводится начальником управления	полный

достроительного, земельного и рекламного законодательства			
Повреждение зеленых насаждений, нарушение ландшафта или ухудшение экологической обстановки	минимальная	Контроль проводится начальником управления	полный
Негативная реакция населения из-за ухудшения визуальной среды, шума или других неудобств	минимальная	Контроль проводится начальником управления	полный
Падение неправильно установленных конструкций вследствие чего, создание угрозы для пешеходов и транспорта	минимальная	Контроль проводится начальником управления	полный
Риск аварий из-за ограничения видимости на дорогах	минимальная	Контроль проводится начальником управления	полный

8.5. Источники данных: отсутствуют.

9. Сравнение возможных вариантов решения проблемы:

	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
9.1. Содержание варианта решения проблемы	<i>В соответствии с проектом акта</i>	<i>Создание профессиональной ассоциации рекламодателей, которые самостоятельно разрабатывают и контролируют стандарты размещения рекламы</i>	<i>Сохранение сложившейся ситуации без изменений</i>
9.2. Качественная характеристика и оценка динамики численности потенциальных адресатов предлагаемого правового регулирования в среднесрочном периоде (1 - 3 года)	<i>Индивидуальные предприниматели и юридические лица</i>	<i>Индивидуальные предприниматели и юридические лица</i>	<i>Индивидуальные предприниматели и юридические лица</i>
9.3. Оценка дополнительных расходов (доходов) потенциальных адресатов регулирования, связанных с введением предлагаемого правового регулирования	<i>2 660</i>	<i>в зависимости от правил, установленных ассоциацией</i>	<i>0</i>
9.4. Оценка расходов (доходов) районного бюджета (бюджета муниципального образования Кавказский район), связанных с введением предлагаемого правового регулирования	<i>922 235</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
9.5. Оценка возможности достижения заявленных целей регулирования (пункт 3 настоящего сводного отчета) посредством применения рассматриваемых вариантов предлагаемого правового регулирования	<i>Предлагаемые цели будут достигнуты</i>	<i>Предлагаемые цели будут достигнуты</i>	<i>Предлагаемые цели не будут достигнуты</i>
9.6. Оценка рисков неблагоприятных последствий	<i>Отсутствие контроля за установкой и эксплуатацией рекламных конструкций со стороны лиц, в чьи обязанности входит осуществление такого контроля Неправильное оформление раз-</i>	<i>1. Конфликт интересов Риск: Ассоциация, состоящая из рекламодателей, может разрабатывать стандарты, которые выгодны её членам, но не учитывают интересы других стейкхолдеров (например, потребителей, городских властей, экологических организаций). Последствия: Это может привести к необъективности</i>	<i>Отсутствие четких правил и регламентов размещения рекламных конструкций влечет за собой ряд негативных последствий. Во-первых, визуальный хаос. Бесконтрольное размещение баннеров,</i>

решительной документации или несоблюдение норм градостроительного, земельного и рекламного законодательства Повреждение зеленых насаждений, нарушение ландшафта или ухудшение экологической обстановки Негативная реакция населения из-за ухудшения визуальной среды, шума или других неудобств Падение неправильно установленных конструкций вследствие чего, создание угрозы для пешеходов и транспорта Риск аварий из-за ограничения видимости на дорогах	стандартов, что вызовет недовольство со стороны общества или регуляторов. 2. Отсутствие законодательной базы Риск: Если стандарты ассоциации не закреплены на законодательном уровне, их выполнение может быть необязательным для всех участников рынка. Последствия: Это снижает эффективность таких стандартов и может привести к их игнорированию недобросовестными участниками. 3. Ограничение конкуренции Риск: Стандарты, разработанные ассоциацией, могут создавать барьеры для входа на рынок новых игроков, особенно малых и средних предприятий. Последствия: Это может привести к монополизации рынка и снижению инноваций в рекламной индустрии. 4. Недостаточный контроль за соблюдением стандартов Риск: Ассоциация может не иметь достаточных ресурсов или полномочий для эффективного контроля за соблюдением стандартов. Последствия: Это может привести к их формальному соблюдению или полному игнорированию. 5. Отсутствие учета региональных особенностей Риск: Стандарты могут быть унифицированными и не учитывать специфику разных регионов (культурные, климатические, архитектурные особенности). Последствия: Это может привести к неэффективности рекламных конструкций или их негативному восприятию местным населением. 6. Риск бюрократизации	щитов и вывесок уродует городской ландшафт, создавая ощущение беспорядка и визуальной перегруженности. Это негативно сказывается на восприятии города жителями и туристами. Во-вторых, безопасность дорожного движения. Неправильно расположенные рекламные конструкции отвлекают внимание водителей, загромождают обзор, увеличивая риск ДТП. Особенно опасны крупные щиты, размещенные вблизи перекрестков и пешеходных переходов. В-третьих, недобросовестная конкуренция. Отсутствие единых правил позволяет некоторым компаниям захватывать лучшие места для рекламы, тем самым ставя другие предприятия в неравные условия. В-четвертых, экономические потери. Нелегально размещенные конструкции не приносят дохода в бюджет города, а их демонтаж требует дополнительных затрат. В конечном итоге, отсутствие по-
---	--	--

	<i>Риск:</i> Процесс разработки и утверждения стандартов может стать излишне бюрократизированным, что замедлит их внедрение. <i>Последствия:</i> Это может снизить гибкость и оперативность реагирования на изменения рынка. 7. Экологические риски <i>Риск:</i> Стандарты могут не учитывать экологические аспекты, такие как использование устойчивых материалов или минимизация светового загрязнения. <i>Последствия:</i> Это может вызвать негативную реакцию со стороны экологических организаций и общественности. 8. Юридические риски <i>Риск:</i> Если стандарты ассоциации вступают в противоречие с действующим законодательством, это может привести к судебным разбирательствам. <i>Последствия:</i> Это может подорвать авторитет ассоциации и привести к финансовым потерям. 9. Сопротивление со стороны участников рынка <i>Риск:</i> Некоторые участники рынка могут сопротивляться внедрению новых стандартов, особенно если они требуют значительных инвестиций. <i>Последствия:</i> Это может замедлить процесс внедрения и снизить эффективность стандартов. 10. Риск устаревания стандартов <i>Риск:</i> Рекламная индустрия быстро развивается, и стандарты могут устареть, не успевая за изменениями. <i>Последствия:</i> Это может привести к их неактуальности и снижению доверия к	ряда в размещении рекламы негативно влияет на имидж города, безопасность его жителей и экономическую стабильность.
--	--	---

9.7. Обоснование выбора предпочтительного варианта решения выявленной проблемы, в том числе обоснование соразмерности затрат на исполнение обязательных требований лицами, в отношении которых они устанавливаются, с рисками, предотвращаемыми этими обязательными требованиями, при обычных условиях гражданского оборота:

Выявленная проблема может быть решена исключительно посредством введения предлагаемого правового регулирования, в связи с тем, что в этом варианте решения проблемы сумма издержек и риски минимальны по сравнению с возможными издержками и рисками остальных вариантов решения проблемы.

9.8. Детальное описание предлагаемого варианта решения проблемы:

1. размещение на территории муниципального образования Кавказский район только утвержденного вида и типа рекламных конструкций;

2. установить общие требования безопасности размещения рекламных конструкций, благоустройства территории размещения рекламных конструкций, условия и основания запрета размещения рекламных конструкций;

3. установить порядок оформления и выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

4. установить порядок и условия заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций;

5. установить условия контроля за соблюдением порядка установки и эксплуатацию рекламных конструкций.

10. Оценка необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу муниципального нормативного правового акта либо необходимость распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения: *отсутствует.*

10.1. Предполагаемая дата вступления в силу муниципального нормативного правового акта: *4 кварта 2025 года.*

10.2. Необходимость установления переходного периода и (или) отсрочки введения предлагаемого правового регулирования, и (или) срока действия регулирования: *нет*

а) срок переходного периода: *нет;*

б) отсрочка введения предлагаемого правового регулирования: *нет;*

в) срок действия правового регулирования: *соответствует сроку действия Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».*

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

10.3.1. Период распространения на ранее возникшие отношения: *(нет)* дней с даты принятия проекта муниципального правового акта.

10.4. Обоснование необходимости установления переходного периода и (или) отсрочки вступления в силу, и (или) срока действия муниципального нормативного правового акта либо необходимости распространения предлагаемого правового регулирования на ранее возникшие отношения: *отсутствует*

Иные приложения (по усмотрению регулирующего органа): *отсутствуют.*

Начальник управления
архитектуры и градостроительства
администрации
муниципального образования
Кавказский район

А.А. Чукина

(инициалы, фамилия)

(дата)

(подпись)