



РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН
МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
«КАРАБУДАХКЕНТСКИЙ РАЙОН»

=====

17 март 2016 г.

№ 29

РЕШЕНИЕ

**«О ПОРЯДКЕ
РАСЧЕТА РАЗМЕРА ОПЛАТЫ ЗА РАЗМЕЩЕНИЕ СРЕДСТВ
НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ, НАХОДЯЩИХСЯ
В МУНИЦИПАЛЬНОЙ И ИНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
МР «КАРАБУДАХКЕНТСКИЙ РАЙОН»»**

4я сессия Собрания депутатов муниципального района «Карабудахкентский район» 3-го созыва

Р Е Ш А Е Т:

1. Принять порядок расчета размера оплаты за размещение средств наружной рекламы и информации, находящихся в муниципальной и иной собственности муниципального района «Карабудахкентский район» по прилагаемой форме;
2. Опубликовать настоящее решение в газете «Будни района» и разместить на официальном сайте муниципального района «Карабудахкентский район» в сети Интернет.

**Председатель Собрания депутатов
МР "Карабудахкентский район"**

В.А.Алиев

**Глава муниципального района
"Карабудахкентский район"**

М.Г.Амиралиев



**КОЭФФИЦИЕНТЫ,
УЧИТЫВАЮЩИЕ РАЗЛИЧНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ
СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ
И ОТРАЖАЮЩИЕ ЗАВИСИМОСТЬ РАЗМЕРА ОПЛАТЫ**

1 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от места расположения (учитывающий территориальную привязку) средства наружной рекламы и информации на территории МР «Карабудахкентский район»

№	Зоны размещения средств наружной рекламы и информации	Значение коэффициента К1
1.1	Зона 1 – земли, находящиеся в собственности МР «Карабудахкентский район» вдоль ФАД М-29	1,0
1.2	Зона 2 - земли, находящиеся в собственности МР «Карабудахкентский район» вдоль Республиканских автомобильных дорог	1,0
1.3	Зона 3 - зоны общего районного значения (территории и объекты района, не вошедшие в зону 1 и зону 2)	0,5

К2 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от площади информационного поля средств наружной рекламы и информации:

№	Площадь информационного поля средств наружной рекламы и информации	Значение коэффициента К2
2.1	до 5 кв.м. включительно	1,2
2.2	от 5,01 до 18 кв.м. включительно	1,1
2.3	от 18,01 до 50 кв.м. включительно	1,0
2.4	свыше 50 кв.м.	0,95

К3 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от особенностей размещения отдельных видов средств наружной рекламы и информации (типов рекламоносителей):

№	Виды средств наружной рекламы и информации (тип рекламоносителя)	Значение коэффициента К3
3.1	Щитовые установки и объемно-пространственные конструкции	1,2
3.2	Наземные панно	1,1
3.3	Крышные установки	1,2

3.4	Настенные панно	1,1
3.5	Средства наружной рекламы, размещаемые на мачтах-опорах уличного освещения, опорах контактной сети, столбах, дорожных знаках, уличной мебели	1,2
3.6	Транспаранты-перетяжки на мягкой основе, предназначенные для размещения над полосой движения транспортных средств	1,3
3.7	Средства наружной рекламы, предназначенные для размещения над полосой движения транспортных средств (подвесы, транспаранты-перетяжки, кроме транспарантов - перетяжек на мягкой основе)	1,1
3.8	Проекционные установки, электронные экраны (электронные табло)	1,4
3.9	Другие стационарные средства наружной рекламы	1,1
3.10	Реклама на ограждениях - строительных	0,5
3.11	Другие временные средства наружной рекламы	1,0
3.12	В остальных случаях (прочие)	1,0

К4 - коэффициент, стимулирующий внедрение более сложных современных технологий:

№	Площадь информационного поля средств наружной рекламы и информации	Значение коэффициента К4
4.1	При отсутствии подсвета (за исключением флаговых композиций, навесов, зонтов, транспарантов-перетяжек на мягкой основе, проекционных установок, электронных экранов (электронных табло), маркиз)	1,1
4.2	При наличии подсвета (за исключением флаговых композиций, навесов, зонтов, транспарантов-перетяжек на мягкой основе, проекционных установок, электронных экранов (электронных табло), маркиз)	0,95
4.3	Для конструкций с автоматической сменой экспозиции, проекционных установок, электронных экранов (электронных табло), роллеров и других технически сложных конструкций	0,90
4.4	В остальных случаях	1,0

К5 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от содержания рекламы информации.

№	Реклама/Информация	Значение коэффициента К5
5.1	Городская некоммерческая информация социальная реклама культурно-массовых, спортивных, благотворительных, просветительских и иных социально значимых мероприятий	0,1
5.2	Коммерческая реклама	1,0
5.3	Реклама игорного бизнеса, табачных	1,6

	изделий, слабоалкогольных и алкогольных напитков	
--	--	--

Примечание: В случаях возникновения условий одновременного применения различных значений одного и того же коэффициента применяется наибольшее значение коэффициента.

Значения коэффициентов К1-К5 приведены в приложении к настоящему Порядку.

1.4. Размер оплаты за конкретное средство наружной рекламы и информации и его вид (в соответствии с Правилами размещения средств наружной рекламы и информации) фиксируется в Договоре, в приложении к нему в качестве существенного условия указанного Договора. Изменение базовой ставки или коэффициентов К влечет за собой перерасчет размера оплаты за размещение средства наружной рекламы и информации и заключение дополнительного соглашения к Договору.

1.5. Отказ или уклонение рекламодателя от заключения дополнительного соглашения в течение одного месяца влечет прекращение действия разрешения на размещение средства наружной рекламы и информации.

1.6. Средства наружной рекламы и информации, установленные до вступления в силу настоящего Порядка, подлежат оплате в размере, установленном в соответствии с настоящим Порядком.

1.7. Оплата за размещение средства наружной рекламы и информации взимается вплоть до фактического демонтажа рекламоносителя.

1.8. Плата за размещение средства наружной рекламы и информации осуществляется рекламодателем ежеквартально в срок до пятого числа первого месяца за каждый из кварталов соответственно. С согласия рекламодателя Договором может быть предусмотрено ежемесячное внесение платы. В этом случае срок оплаты устанавливается не позднее пятого числа отчетного месяца.

1.9. При заключении Договора на срок менее трех месяцев плата за размещение вносится единовременно в срок не позднее пяти дней с даты заключения Договора.

1.10. Форма оплаты за размещение средства рекламы и информации: безналичная либо наличная, определяется Договором.



Приложение № 1
к Решению Собрания

депутатов муниципального района
«Карабудахкентский район»

от 17.03.2016г №29

**ПОРЯДОК
РАСЧЕТА РАЗМЕРА ОПЛАТЫ ЗА РАЗМЕЩЕНИЕ СРЕДСТВ
НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ, НАХОДЯЩИХСЯ
НА МУНИЦИПАЛЬНОЙ И ИНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
МР «КАРАБУДАХКЕНТСКИЙ РАЙОН»**

1.1. Настоящий Порядок применяется в соответствии с Правилами размещения средств наружной рекламы и информации в МР «Карабудахкентский район» (далее - Правила) при расчете размера оплаты по договорам о предоставлении права на размещение средств наружной рекламы, находящихся на муниципальной собственности МР «Карабудахкентский район».

1.2. За размещение объекта путем установки на муниципальной собственности МР «Карабудахкентский район» взимается оплата в размерах и порядке, установленных настоящим Порядком. Оплата за размещение средства наружной рекламы и информации определяется исходя из типа, размера, вида и содержания, места и периода размещения и других характеристик.

1.3. Размер ежемесячной оплаты за размещение средств наружной рекламы и информации определяется по следующей формуле (в рублях, без учета налога на добавленную стоимость):

$$A = Абс \times S \times П \times K1 \times K2 \times K3 \times K4 \times K5,$$

где:

A - размер оплаты в месяц;

Абс - базовая ставка оплаты за 1 кв. м рекламной информационно-поверхности в месяц, размер которой принимается равным 30 рублям;

S - площадь информационного поля средства наружной рекламы и информации (кв. м);

П - период размещения средства наружной рекламы и информации (в месяцах);

K - коэффициенты, учитывающие различные особенности размещения средств наружной рекламы и информации:

K1 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от места расположения (учитывающий территориальную привязку) средства наружной рекламы и информации на муниципальной собственности МР «Карабудахкентский район»;

K2 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от площади информационного поля средств наружной рекламы и информации;

K3 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от особенностей размещения отдельных видов средств наружной рекламы и информации (типов рекламных носителей);

K4 - коэффициент, стимулирующий внедрение более сложных современных технологий;

K5 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от содержания рекламы/информации.