

<p>СВОДНЫЙ ОТЧЕТ</p> <p>о проведении оценки регулирующего воздействия проекта нормативного правового акта</p>					
<p>Решение Думы Великого Новгорода</p> <p>«О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе"»</p>					
<p>Срок проведения публичных консультаций в отношении проекта нормативного правового акта: с 09.07.2025 г. по 22.07.2025 г.</p> <p>1. Общая информация:</p>					
1.1.	<p>Разработчик проекта нормативного правового акта (далее - проект акта):</p> <p>Администрация Великого Новгорода в лице комитета по строительству и архитектуре</p>				
1.2.	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Вид и наименование проекта акта:</td> <td>Муниципальный правовой акт,</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Решение Думы Великого Новгорода «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе"»</td> </tr> </table>	Вид и наименование проекта акта:	Муниципальный правовой акт,	Решение Думы Великого Новгорода «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе"»	
Вид и наименование проекта акта:	Муниципальный правовой акт,				
Решение Думы Великого Новгорода «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе"»					
1.3.	<p>Краткое описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ правового регулирования:</p> <p>В рамках полномочий Думы Великого Новгорода, определенных Федеральным законом от 6 октября 2003 года № 131 – ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38 – ФЗ «О рекламе», ее решением утверждено Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе". Комитетом по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода был проведен анализ практики применения данного Положения. В ходе такого анализа было установлено, что отдельные нормы Положения требуют конкретизации. Кроме того, Положение необходимо дополнить новыми нормами. В частности необходимо исключить невостребованные виды рекламных конструкций, ввести индексацию размера платы на уровень инфляции, скорректировать описание городской зоны 1, изменить описание отдельных видов рекламных конструкций. Таким образом, имеющиеся пробелы в правовом регулировании необходимо устранить путем внесения изменений в Положение.</p>				
1.4.	<p>Краткое описание целей предлагаемого правового регулирования:</p> <p>Установить возможность размещения в городской зоне 1 пиллара; установить возможность размещения в городских зонах 1 и 2 односторонней или двухсторонней стелы; скорректировать описание городской зоны 1; исключить невостребованные виды рекламных конструкций – остановочный навес с сити –</p>				

	форматом, брендмауэрное панно; скорректировать описание рекламной конструкции – настенное панно; ввести индексацию размера платы на уровень инфляции; внести правки технического характера.																
1.5.	Краткое описание предлагаемого способа правового регулирования: ввести в положение новые нормы и изменить действующие нормы, позволяющие установить возможность размещения в городской зоне 1 пиллара, а в городских зонах 1и 2 - односторонней или двухсторонней стелы; изменить описание городской зоны 1; исключить из Положения пункты, предполагающие к размещению видов рекламных конструкций – остановочный навес с сити – форматом, брендмауэрное панно; изменить норму, дающую описание рекламной конструкции – настенное панно; изменить норму и ввести индексацию размера платы на уровень инфляции; внести правки редакционного характера.																
1.6.	Контактная информация исполнителя - разработчика проекта акта:																
	<table border="1"> <tr> <td>ФИО:</td> <td>Шустер Юлия Геннадьевна</td> </tr> <tr> <td>должность:</td> <td>начальник отдела архитектурно-художественного облика городской среды комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода</td> </tr> <tr> <td>телефон:</td> <td>8(8162) 994-078</td> </tr> <tr> <td>адрес электронной почты:</td> <td>shug@adm.nov.ru</td> </tr> <tr> <td>ФИО:</td> <td>Козлов Александр Александрович</td> </tr> <tr> <td>должность:</td> <td>заместитель председателя комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода</td> </tr> <tr> <td>телефон:</td> <td>8(8162) 994-069</td> </tr> <tr> <td>адрес электронной почты:</td> <td>koaa@adm.nov.ru</td> </tr> </table>	ФИО:	Шустер Юлия Геннадьевна	должность:	начальник отдела архитектурно-художественного облика городской среды комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода	телефон:	8(8162) 994-078	адрес электронной почты:	shug@adm.nov.ru	ФИО:	Козлов Александр Александрович	должность:	заместитель председателя комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода	телефон:	8(8162) 994-069	адрес электронной почты:	koaa@adm.nov.ru
ФИО:	Шустер Юлия Геннадьевна																
должность:	начальник отдела архитектурно-художественного облика городской среды комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода																
телефон:	8(8162) 994-078																
адрес электронной почты:	shug@adm.nov.ru																
ФИО:	Козлов Александр Александрович																
должность:	заместитель председателя комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода																
телефон:	8(8162) 994-069																
адрес электронной почты:	koaa@adm.nov.ru																
	2. Степень регулирующего воздействия проекта акта:																
2.1.	высокая																

2.2.	<p>Обоснование отнесения проекта акта к определенной степени регулирующего воздействия:  вводятся положения, устанавливающие новые обязательные требования для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности</p>
<p>3. Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ правового регулирования, оценка негативных эффектов, возникающих в связи с наличием рассматриваемой проблемы:</p>	
3.1.	<p>Описание проблемы, на решение которой направлен предлагаемый способ правового регулирования, условий и факторов ее существования:</p> <p>Не установлена возможность размещения в городской зоне 1 пиллара, а в городских зонах 1 и 2 - односторонней или двухсторонней стелы; действующее описание городской зоны 1 является некорректным (не включает Вокзальную площадь и прилегающую территорию Октябрьской улицы); содержит нормы, допускающие возможность размещения видов рекламных конструкций, фактически неразмещенных на территории города; нет возможности размещения на фасадах зданий панно в виде светового короба и объемных букв; не закреплена возможность индексации размера платы на уровень инфляции; имеется необходимость внесения правок редакционного характера.</p>
3.2.	<p>Негативные эффекты, возникающие в связи с наличием проблемы:</p> <p>Наличие правовой неопределенности при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории города; отсутствие возможности индексации размера платы ведет к недополучению доходов в бюджет Великого Новгорода.</p>
3.3.	<p>Информация о возникновении, выявлении проблемы, принятых мерах, направленных на ее решение, а также затраченных ресурсах и достигнутых результатах решения проблемы:</p> <p>В рамках полномочий комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода была разработана представленная типовая форма.</p>
3.4.	<p>Описание условий, при которых проблема может быть решена в целом без вмешательства со стороны государства:</p> <p>Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" регламентация данных вопросов отнесены к полномочиям органов местного самоуправления (соблюдение архитектурно – градостроительного облика).</p>
3.5.	<p>Источник данных: Справочно – правовая система «Консультант Плюс»,</p>
3.6.	<p>Иная информация о проблеме:</p>

	отсутствует	
4. Анализ опыта субъектов Российской Федерации в соответствующих сферах деятельности:		
4.1.	Анализ опыта субъектов Российской Федерации в соответствующих сферах деятельности:	
	Аналогичные по своему смыслу положения (порядки) утверждены в муниципальных образованиях Ивановской обл., Тверской обл., Псковской обл., а также в муниципальных образованиях Новгородской области.	
4.2.	Источник данных:	
	Справочно – правовая система «Консультант Плюс»	
5. Цели предлагаемого правового регулирования и их соответствие принципам правового регулирования:		
5.1.	Основание для разработки проекта акта: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".	
5.2.	Описание целей правового регулирования, их соотношение с проблемой: цель 1: установление возможности размещения в городской зоне 1 пиллара; установление возможности размещения в городских зонах 1 и 2 односторонней или двухсторонней стелы; корректировка описания городской зоны 1; исключение невостребованных видов рекламных конструкций; корректировка описания рекламных конструкций; введение индексации размера платы на уровень инфляции.	
5.3.	Установленные сроки достижения целей предлагаемого правового регулирования: цель 1: с момента вступления нормативного правового акта в законную силу	
6. Описание предлагаемого правового регулирования и иных возможных способов решения проблемы:		
6.1.	Описание предлагаемого способа решения проблемы и преодоление связанных с ней негативных эффектов:	
	Решением проблемы и преодоление связанных с ней негативных эффектов является принятие Думой Великого Новгорода изменений в вышеназванное Положение.	
6.2.	Описание иных способов решения проблемы (с указанием того, каким образом каждым из способов могла бы быть решена проблема):	
	Иные способы решения данной проблемы не отвечают заявленным целям и нормативному регулированию	

6.3.	Обоснование выбора предлагаемого способа решения проблемы: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".			
6.4.	Иная информация о предлагаемом способе решения проблемы:			
	отсутствует			
7. Основные группы субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности, органов государственной власти и органов местного самоуправления и иные заинтересованные лица, интересы которых будут затронуты предлагаемым правовым регулированием, оценка количества таких субъектов:				
7.1.	Группа участников отношений: Физические, в т.ч. самозанятые и юридические лица, индивидуальные предприниматели, заинтересованные в размещении рекламных конструкций на территории Великого Новгорода			
7.2.	Количество участников: не ограничено			
7.3.	Описание иной группы участников отношений:			
	отсутствует			
7.4.	Источник данных:			
	информационная система информационная система «Реестр рекламных конструкций».			
8. Новые функции, полномочия, обязанности и права органов местного самоуправления Великого Новгорода или сведения об их изменении, а также порядок их реализации:				
8.1.	8.2.	8.3.	8.4.	8.5.
Наименование функции, полномочия, обязанности или права	Характер изменения	Предлагаемый порядок реализации	Оценка изменения трудозатрат (чел./час в год), изменения численности сотрудников (чел.)	Оценка изменения потребностей в иных ресурсах
Администрация Великого Новгорода				
Функция 1	Устанавливается возможность размещения в городской зоне 1	Возможность упорядочения работы по размещению рекламных конструкций	Утверждение изменений не приведет к увеличению трудозатрат и изменению численности специалистов	Утверждение изменений не приведет к возникновению необходимости в привлечении

	<p>пиллара; устанавливается возможность размещения в городских зонах 1 и 2 односторонне й или двухсторонне й стеллы; корректируется описание городской зоны 1; исключаются невысокие виды рекламных конструкций; корректируются описания рекламных конструкций; вводится индексация размера платы на уровень инфляции.</p>	<p>на территории города</p>		<p>новых ресурсов для исполнения специалистами своих обязанностей</p>
<p>9. Оценка соответствующих расходов бюджета Великого Новгорода (возможных поступлений в него):</p>				
<p>9.1.</p>	<p>9.2.</p>		<p>9.3.</p>	
<p>Наименование новой, изменяемой функции, полномочия, обязанности или права</p>	<p>Качественное описание расходов и возможных поступлений в бюджет Великого Новгорода</p>		<p>Количественная оценка расходов и возможных поступлений (тыс. руб.)</p>	
<p>Наименование органа, которым будут реализовываться функции (полномочия, обязанности или права) Администрация Великого Новгорода</p>				
<p>Функция 1</p>	<p>единовременные расходы (указать</p>		<p>Дополнительных расходов</p>	

	год возникновения)	не повлечет.
	вид расходов 1	
	периодические расходы за период ____ годов	
	вид расходов 1 "Средства бюджета Великого Новгорода"	0
	вид расходов...	
	возможные доходы за период _____ годов	Для оценки возможных доходов бюджета Великого Новгорода проанализирован размер платы за установку и эксплуатацию р/к, увеличенный на размер инфляции, заложенный в федеральном законе о бюджете на 2025 год. Для сравнения взяты 3 наиболее популярных р/к, размер платы по которым сформирован в 2024 году по результатам торгов: 1. Двусторонний билборд, размер платы 427829, 81 x 4,5 % = 447082,15, возможный доход 19252,34 2. Стела, размер платы 82432,94 x 4,5 % = 86135,42, возможный доход 3709,48 3. Экран, размер платы 1500045,36 x 4,5 % = 1567547,40, возможный доход 67502,04.
	вид поступления 1	
	вид поступления...	
	Итого единовременные расходы по _____ годам	0
	Итого периодические расходы за год	0
	Итого возможные доходы за год	1520000,38 (с учетом следующего количества заключенных договоров: двусторонние билборды 63 дог-ра, стела – 10 дог-в, экран – 4 дог-ра)
9.4.	Итого единовременные расходы	0

9.5.	Итого периодические расходы	0
9.6.	Итого возможные доходы	1520000,38 (с учетом следующего количества заключенных договоров: двусторонние билборды 63 дог-ра, стела – 10 дог-в, экран – 4 дог-ра)
9.7.	Иные сведения о расходах и возможных доходах бюджета Великого Новгорода	-
9.8.	Источники данных	Реестр рекламных конструкций
<p>10. Новые или изменяющие ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, а также устанавливающие или изменяющие ранее установленную ответственность за нарушение муниципальных нормативных правовых актов обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, порядок организации их исполнения:</p>		
10.1.	10.2.	10.3.
Группы потенциальных адресатов предлагаемого регулирования (в соответствии с пунктом 7.1 сводного отчета)	Новые или изменяющие ранее предусмотренные муниципальными нормативными правовыми актами обязанности для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, а также устанавливающие или изменяющие ранее установленную ответственность за нарушение муниципальных нормативных правовых актов обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, порядок организации их исполнения	Порядок организации исполнения обязанностей и соблюдения ограничений

<p>физические лица, в т.ч. самозанятые, юридические лица, индивидуальные предприниматели</p>	<p>Установление возможности размещения новых рекламных конструкций; введение индексации размера платы на уровень инфляции</p>	<p>Любое заинтересованное лицо, может участвовать в торгах на право размещения и эксплуатации рекламных конструкций на местах, предусмотренных Схемой размещения рекламных конструкций на территории Великого Новгорода</p>
--	---	---

11. Оценка расходов и доходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, связанных с необходимостью соблюдения установленных обязанностей либо изменением содержания таких обязанностей, а также связанных с введением или изменением ответственности:

11.1.	11.2.	11.3.
<p>Группа участников отношений</p>	<p>Установление возможности размещения новых рекламных конструкций; введение индексации размера платы на уровень инфляции</p>	<p>Описание и оценка видов и расходов</p>

<p>физические лица, в т.ч. самозанятые, юридические лица, индивидуальные предприниматели</p>	<p>Установление возможности размещения новых рекламных конструкций; введение индексации размера платы на уровень инфляции</p>		<p>Для оценки возможных расходов проанализирован размер платы за установку и эксплуатацию р/к, увеличенный на размер инфляции, заложенный в федеральном законе о бюджете на 2025 год. Для сравнения взяты 3 наиболее популярных р/к, размер платы по которым сформирован в 2024 году по результатам торгов:</p> <p>1. Двусторонний билборд, размер платы 427829, 81 х 4,5 % = 447082,15, возможный расход 19252,34</p> <p>2. Стела, размер платы 82432,94 х 4,5 % = 86135,42, возможный расход 3709,48</p> <p>3. Экран, размер платы 1500045,36 х 4,5 % = 1567547,40, возможный расход 67502,04.</p>
<p>11.4. Источник данных</p>	<p>Реестр рекламных конструкций</p>		
<p>12. Риски решения проблемы предложенным способом правового регулирования и риски негативных последствий:</p>			
<p>12.1.</p>	<p>12.2.</p>	<p>12.3.</p>	<p>12.4.</p>
<p>Риски решения проблемы предложенным</p>	<p>Оценка вероятности наступления рисков</p>	<p>Методы контроля эффективности избранного способа</p>	<p>Степень контроля рисков</p>

способом и риски негативных последствий			достижения цели		
Снижение исполнительской дисциплины со стороны Рекламодателей, недополучение средств в бюджет Великого Новгорода		средняя	Количество заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций		средняя
12.5.	Источник данных	отсутствуют			
13. Описание методов контроля эффективности избранного способа достижения цели правового регулирования:					
13.1.		13.2.		13.3.	
13.4.		13.5.			
Наименование цели правового регулирования		Показатели достижения цели правового регулирования		Единица измерения показателя	
Способ расчета показателя		Источники информации для расчета			
Установить возможность размещения в городской зоне 1 пиллара; установить возможность размещения в городских зонах 1 и 2 односторонней или		Количество заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций		ед.	
				Реестр рекламных конструкций	
				Базы данных комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода	

<p>двухсторонней стелы; скорректировать описание городской зоны 1; исключить не востребуемые виды рекламных конструкций – остановочный навес с сити – форматом, брендмауэрное панно; скорректировать описание рекламной конструкции – настенное панно; вести индексацию размера платы на уровень инфляции.</p>				
13.6.	Оценка общих затрат на ведение мониторинга (в среднем в год) не потребуется			
13.7.	Описание методов контроля эффективности избранного способа достижения цели правового регулирования, программы мониторинга и иных способов (методов) оценки достижения заявленной цели правового регулирования:			
	количество заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции			
14. Необходимые для достижения заявленных целей правового регулирования организационно-технические, методологические, информационные и иные мероприятия:				
14.1.	14.2.	14.3.	14.4.	14.5.
Мероприятия, необходимые для достижения целей правового регулирования	Сроки мероприятий	Описание ожидаемого результата	Объем финансирования	Источник финансирования
Заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по	По мере проведения торгов	Увеличение количества заключенных договоров на 15 %	финансирование не требуется	финансирование не требуется

результатам торгов				
14.6.	Общий объем затрат на необходимые для достижения заявленных целей правового регулирования организационно-технические, методологические, информационные и иные мероприятия: <u>финансирование не требуется</u>			
15. Индикативные показатели, программы мониторинга и иные способы (методы) оценки достижения заявленных целей правового регулирования:				
	15.1.	15.2.	15.3.	15.4.
	Цели предлагаемого правового регулирования	Индикативные показатели	Единицы измерения индикативных показателей	Способы расчета индикативных показателей
	Цель – установить возможность размещения в городской зоне 1 пиллара; установить возможность размещения в городских зонах 1 и 2 односторонней или двухсторонней стелы; скорректировать описание городской зоны 1; исключить не востребуемые виды рекламных конструкций – остановочный навес с сити – форматом, брандмауэрное панно; скорректировать описание рекламной конструкции – настенное панно; ввести индексацию размера платы на уровень инфляции.	Количество заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций	ед.	-
15.5.	Информация о программах мониторинга и иных способах (методах) оценки достижения заявленных целей правового регулирования: установление причин нарушения законодательства о градостроительной деятельности			
15.6.	Оценка затрат на осуществление мониторинга (в среднем в год) отсутствуют			
15.7.	Описание источников информации для расчета показателей (индикаторов): -			

16. Предполагаемая дата вступления в силу проекта муниципального нормативного правового акта, необходимость установления переходных положений (переходного периода):	
16.1.	Предполагаемая дата вступления в силу проекта муниципального нормативного правового акта август 2025 года
16.2.	Необходимость установления переходных положений
	нет
17. Сведения о размещении уведомления, сроках представления замечаний и предложений в связи с таким размещением, лицах, представивших замечания и предложения (раздел 17 сводного отчета заполняется по итогам проведения публичных консультаций по проекту нормативного правового акта и сводному отчету):	
17.1.	Полный электронный адрес размещения уведомления в
	информационно-телекоммуникационной сети Интернет:
17.2.	Срок, в течение которого разработчиком принимались замечания и предложения в связи с размещением уведомления о проведении публичных консультаций: начало окончание
17.3.	Сведения о лицах, представивших замечания и предложения:
17.4.	Иные сведения о размещении уведомления:
	-
18. Наличие или отсутствие в проекте акта обязательных требований:	

Вводятся положения, устанавливающие новые обязательные требования для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности.

19. Иные сведения, которые, по мнению разработчика, позволяют оценить

обоснованность предлагаемого правового регулирования:

-

**Председатель комитета по  
строительству и архитектуре  
администрации Великого Новгорода**

**Баранов  
Руслан  
Павлович**

Подписано: Баранов Руслан  
Павлович  
DN: cn=Баранов Руслан Павлович,  
o=RU, ou=АДМИНИСТРАЦИЯ  
ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА,  
email=brp@adm.nov.ru  
Дата: 2025.07.09 10:00:59 +03'00'

**Р.П. Баранов  
09.07.2025**

**ОПРОСНЫЙ ЛИСТ**  
**для проведения публичных консультаций по проекту**  
**нормативного правового акта и сводному отчету**

Разработчик проекта нормативного правового акта:

Администрация Великого Новгорода в лице комитета по строительству и архитектуре,

(наименование разработчика).

Председатель комитета по строительству и архитектуре Баранов Р.П.,

(ФИО должностного лица)

Проект решения Думы Великого Новгорода «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе"»

(наименование проекта нормативного правового акта)

Сроки проведения публичных консультаций:09.07.2025 – 22.07.2025.

(дата начала, окончания)

Способ направления замечаний и предложений:

направление по электронной почте на адрес: info@adm.nov.ru

(адрес электронной почты)

в виде прикрепленного файла (форматы .doc, .xls, .pdf);

по адресу: 173007, Новгородская обл., г. Великий Новгород, ул. Каберова – Власьевская, д. 4, каб. 205.

(индекс, местонахождение)

Контактное лицо по вопросам заполнения формы опросного листа и его отправки: Шустер Ю.Г., начальник отдела архитектурно – художественного облика комитета по строительству и архитектуре Администрации Великого Новгорода, тел. 8 (8162) 994-078, электронного почта: shug@adm.nov.ru, режим работы: пн – пт с 08.30 – до 17.30, перерыв на обед: с 13.00 до 14.00.

(фамилия, имя, отчество, должность, номер рабочего телефона, режим работы)

Прилагаемые документы:

1. проект решения;
2. пояснительная записка;
3. материалы по обоснованию;
4. сводный отчет о проведении оценки регулирующего воздействия проекта нормативного правового акта

Проект решения Думы Великого Новгорода «О внесении изменений в Положение о порядке осуществления органами местного самоуправления Великого Новгорода полномочий по реализации Федерального закона "О рекламе"» имеет своей целью установить возможность размещения в городской зоне 1 пиллара; установить возможность размещения в городских зонах 1и 2 односторонней или двусторонней стелы; скорректировать описание городской зоны 1; исключить невостребованные виды рекламных конструкций – остановочный навес с сити – форматом, брендмауэрное панно; скорректировать описание рекламной конструкции – настенное панно; ввести индексацию размера платы на уровень инфляции; внести правки технического характера.

(краткое описание вводимого проектом нормативного правового акта правового регулирования)

В целях проведения публичных консультаций по проекту акта и выявления в нем положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности либо способствующих их введению, влекущих возникновение у субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности необоснованных расходов, возникновение необоснованных расходов бюджета Великого Новгорода, Администрация Великого Новгорода в лице председателя комитета по строительству и архитектуре, председатель комитета по строительству и архитектуре Баранов Р.П.

(наименование разработчика, ФИО должностного лица)

в соответствии с Порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, оценки фактического воздействия и экспертизы действующих нормативных правовых актов Администрации Великого Новгорода, Мэра Великого Новгорода, утвержденным постановлением Администрации Великого Новгорода от 22.11.2023 № 5638, проводит публичные консультации. В рамках указанных консультаций все заинтересованные лица могут направлять свои замечания и предложения по данному проекту нормативного правового акта.