

Приложение 1
к приказу государственного предприятия
«Минский метрополитен»
от . .2015 №

**ПОЛОЖЕНИЕ
О ПОРЯДКЕ ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ УСЛУГ ПО
РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ И ЕЁ СРЕДСТВ НА СТАЦИОНАРНЫХ
ОБЪЕКТАХ И В (НА) ПОДВИЖНОМ СОСТАВЕ
ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «МИНСКИЙ
МЕТРОПОЛИТЕН»**

Настоящее положение разработано в соответствии с Законом Республики Беларусь от 10.05.2007 № 225-3 «О рекламе», Законом Республики Беларусь от 10.05.1999 № 255-3 «О ценообразовании», Указом Президента Республики Беларусь от 25.02.2011 № 72 «О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь, приказами государственного предприятия «Минский метрополитен» от 29.12.2012 № 778 «О порядке формирования и применения цен (тарифов) на товары (работы, услуги)» и от 10.04.2013 № 239 «О внесении дополнений в порядок формирования и применения цен (тарифов) на товары (работы, услуги)» и определяет порядок формирования и применения тарифов и скидок при размещении рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен» (далее - Минский метрополитен).

**ГЛАВА 1
ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ ТАРИФОВ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ
РЕКЛАМЫ И ЕЁ СРЕДСТВ НА СТАЦИОНАРНЫХ ОБЪЕКТАХ И В (НА)
ПОДВИЖНОМ СОСТАВЕ МИНСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА**

1.1. Формирование тарифов на услуги по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена осуществляется в соответствии с действующими нормативными правовыми актами, с учетом

конъюнктуры рынка, на основе плановой себестоимости, налогов и неналоговых платежей.

1.2. Формирование тарифов производится по каждому виду рекламного носителя, в соответствии с требованиями действующего Положения о порядке формирования и применения отпускных цен (тарифов) на товары (работы, услуги) государственного предприятия «Минский метрополитен». Плановые калькуляции рассчитываются работниками рекламно-информационного отдела в соответствии с их должностными обязанностями, подписываются начальником рекламно-информационного отдела, согласовываются с начальником планово-экономического отдела, заместителем директора по направлению деятельности, утверждаются директором Минского метрополитена и в случаях установленных законодательством регистрируются в государственных органах.

1.3. При расчёте тарифов на услуги по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в подвижном составе Минского метрополитена в себестоимость услуг включаются расходы на электроэнергию, для обеспечения освещения рекламных носителей, не потребляющих электроэнергию и не имеющих внутренней (внешней) подсветки.

При размещении рекламы и её средств на стационарных объектах расчёт затрат на электроэнергию производится исходя из 15 Вт/м.кв. рекламного носителя и режима освещения в соответствии с режимом работы Минского метрополитена с 5 часов 30 минут до 00 часов 40 минут, что составляет 19,2 часов в сутки.

При размещении рекламы в подвижном составе расчёт затрат на электроэнергию производится исходя из общей площади, занимаемой рекламными носителями в подвижном составе, мощности светильников, потребляемой на освещение рекламных носителей и времени нахождения состава на линии.

1.4. Расход электроэнергии, потребляемой непосредственно рекламным носителем, оплачивается заказчиками на основании отдельно заключаемых договоров на пользование электрической энергией от электроустановок Минского метрополитена.

1.5. Стоимость услуг по размещению рекламы на бортах вагонов и дверях подвижного состава Минского метрополитена устанавливается в размере:

1 базовой величины – за один день размещения рекламы на бортах одного вагона (с налогом на добавленную стоимость);

0,35 базовой величины - за один день размещения рекламы на дверях одного вагона (с налогом на добавленную стоимость).

ГЛАВА 2

ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ И ЕЁ СРЕДСТВ НА СТАЦИОНАРНЫХ ОБЪЕКТАХ МИНСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА

2.1. Стоимость услуг по размещению рекламных носителей на стационарных объектах Минского метрополитена определяется исходя из действующих на момент оказания услуги тарифов, количества размещаемых рекламных носителей, срока их размещения, скидки и (или) коэффициентов.

2.2. Расчёт стоимости услуг производится по следующей формуле:

$$Д = \sum_{i=1}^n П_i = П_1 + П_2 + \dots + П_n, \text{ где}$$

Д – стоимость услуг по договору;

П_i, – стоимость размещения i-го вида рекламного носителя;

n – количество видов рекламных носителей.

2.3. Расчёт стоимости размещения i-го вида рекламного носителя производится по следующей формуле:

$$П_i = T_i \times N_i \times (1 - C/100) \times K_{\text{кат.}} \times K_{\text{пл.}} \times K_{\text{пон.}} + \text{НДС}, \text{ где:}$$

П_i – стоимость услуг по размещению i-го вида рекламного носителя, в месяц, руб.;

T_i – тариф на услугу по размещению i-го вида рекламного носителя, установленный за 1 календарный месяц размещения в независимости от количества дней в месяце, руб.;

N_i – количество рекламных носителей i-го вида, ед.;

C – размер применяемой скидки, %;

K_{кат.} – коэффициент категорийности станций с учётом пассажиропотока;

K_{пл.} – коэффициент площади рекламного носителя;

K_{пон.} – понижающий коэффициент;

НДС – налог на добавленную стоимость.

2.4. При расчете стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах Минского метрополитена к утвержденным в установленном порядке тарифам применяются скидка, коэффициент категорийности станций, коэффициент площади рекламного носителя и понижающие коэффициенты, установленные настоящим Положением.

2.5. Размер применяемых скидок и (или) коэффициентов должен обеспечивать безубыточность услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах Минского метрополитена.

2.6. При расчёте стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах Минского метрополитена устанавливаются следующие скидки:

| Вид скидки | Размер скидки, % |
|---|------------------|
| В зависимости от количества единиц рекламных носителей одного вида* | |
| 1.1. от 50 до 99 единиц включительно | 10% |
| 1.2. от 100 до 199 единиц включительно | 20% |
| 1.3. от 200 и более | 30% |

* Рекламными носителями одного вида признаются рекламные носители, соответствующие одной определённой строке прейскуранта на услуги по размещению рекламных носителей на станциях Минского метрополитена.

2.7. При расчёте стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах Минского метрополитена устанавливаются следующие коэффициенты:

2.7.1. Коэффициент категоричности станций с учётом пассажиропотока ($K_{кат}$), исходя из среднесуточной перевозки пассажиров:

| Категория станции | Станции Минского метрополитена | Коэффициент |
|--|---|-------------|
| первая категория (свыше 50 000 чел.) | Уручье, Площадь Я.Коласа, Площадь Ленина, Октябрьская, Купаловская, Каменная Горка | 3 |
| вторая категория (свыше 30 000 чел. до 50 000 чел. включительно) | Малиновка, Петровщина, Институт Культуры, Площадь Победы, Академия Наук, Могилёвская, Партизанская, Немига, Пушкинская | 2 |
| третья категория (до 30 000 чел.) включительно | Михалово, Грушевка, Парк Челюскинцев, Московская, Восток, Борисовский тракт, Автозаводская, Тракторный завод, Пролетарская, Первомайская, Фрунзенская, Молодёжная, Спортивная, Кунцевщина | 1 |

2.7.2. Коэффициент площади ($K_{пл}$) - в зависимости от размера рекламного носителя:

| Размер рекламного носителя, кв.м. | Коэффициент |
|-------------------------------------|-------------|
| до 2 кв.м. включительно | |
| свыше 2,0 до 6,3 кв.м включительно | 1,0 |
| свыше 6,3 до 10,0 кв.м включительно | 1,5 |

Коэффициент площади применяется при расчёте стоимости следующих рекламных носителей:
рекламный стенд;

рекламная растяжка.

2.7.3. При размещении на одной станции двух и более дисплеев (плазменных, жидкокристаллических), объединенных в сеть с дисплеями на других станциях, при условии подачи сигнала на все дисплеи из одной серверной, а также динамических дисплеев, применяется понижающий коэффициент $K_{\text{пон}} = 0,7$.

2.7.4. Для стимулирования внедрения вновь вводимых в эксплуатацию плазменных и жидкокристаллических дисплеев, объединённых в организованную сеть смены информации, которые предназначены для размещения рекламы, к тарифам по размещению рекламы применяется понижающий коэффициент $K_{\text{пон}} = 0,5$ на первые 12 календарных месяцев размещения. В этом случае, коэффициент установленный подпунктом 2.7.3 пункта 2 настоящего Положения не применяется.

ГЛАВА 3 ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ В ПОДВИЖНОМ СОСТАВЕ МИНСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА

3.1. Стоимость услуг по размещению рекламной продукции в подвижном составе Минского метрополитена определяется исходя из действующих на момент оказания услуги тарифов, количества размещаемой рекламной продукции, срока её размещения.

3.2 Расчёт стоимости услуг производится по следующей формуле:

$$Д = \sum_{i=1}^n П_i = П_1 + П_2 + \dots + П_n, \text{ где:}$$

Д — стоимость услуг по договору;

$П_i$ — стоимость размещения i -го вида рекламной продукции;

n — количество видов рекламной продукции.

3.3. Расчёт стоимости размещения i -го вида рекламной продукции производится по следующей формуле:

$$П_i = T_i \times N_i / 10 \times t_i + \text{НДС},$$

где:

$П_i$ — стоимость услуг по размещению i -го вида рекламной продукции, руб.;

T_i — тариф на услугу по размещению i -го вида рекламной продукции, (установленный за 1 сутки размещения 10 единиц), руб.;

N_i — количество рекламной продукции i -го вида, ед.;

t_i — срок размещения рекламной продукции i -го вида, сутки;

НДС – налог на добавленную стоимость.

3.4. Размер применяемых тарифов должен обеспечивать безубыточность услуг по размещению рекламы в подвижном составе Минского метрополитена.

ГЛАВА 4 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1. Стоимость услуг по размещению рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена может устанавливаться по итогам торгов (аукционов), проводимых УП «Минский городской центр недвижимости», согласно утвержденному 02.05.2016 Положению о порядке проведения торгов на право заключения договора оказания услуг по размещению рекламы на стационарных объектах и подвижном составе Минского метрополитена и в соответствии с дизайн-проектами размещения рекламы в кассовых и платформенных залах станций Минского метрополитена и утвержденными схемами размещения рекламы в подвижном составе метрополитена.

4.1.1. Начальная цена предмета торгов формируется исходя из действующих на предприятии Положения о порядке формирования стоимости и прейскурантов на услуги по размещению рекламы и ее средств на стационарных и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен», или фактической выручки, полученной от предоставления рекламных услуг за предыдущий год.

В случае признания торгов не состоявшимися по причине высокой стоимости рекламных услуг, начальная цена предмета торгов для последующего аукциона может снижаться до 10 процентов.

4.2. Размещение рекламной продукции, рекламоделателями которой являются государственные учреждения, бюджетные, общественные, религиозные и другие некоммерческие организации, размещение рекламы по поручениям председателя (заместителя председателя) Мингорисполкома, осуществляется в соответствии с действующим на предприятии прейскурантом на услуги по размещению рекламной продукции в подвижном составе, утвержденным для данных организаций.

В случае безвозмездного оказания услуг по размещению рекламы в порядке установленном законодательством на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена, формирование стоимости осуществляется на основании плановых затрат, налогов и неналоговых платежей установленных законодательством, без учета рентабельности.

4.3. Персональная ответственность за правильность оформления договоров, применения действующих тарифов, скидок и коэффициента при

заключении и исполнении договоров на оказание услуг по размещению рекламы в (на) подвижном составе Минского метрополитена возлагается на начальника рекламно-информационного отдела.

Начальник рекламно-
информационного отдела

С.А.Зизико