

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, приказом государственного предприятия «Минский метрополитен» от 01.03.2019 № 227 «О порядке формирования и применения цен (тарифов) на товары (работы, услуги)» и определяет порядок формирования и применения тарифов и коэффициентов при размещении рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен» (далее - Минский метрополитен, 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 экономике (либо лицом его замещающим), утверждаются директором Минского метрополитена.

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.

ГЛАВА 2

ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ В МИНСКОМ МЕТРОПОЛИТЕНЕ.

2.1. Стоимость услуг по размещению рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена устанавливается:

2.1.1. по итогам торгов (аукционов) – для сложно-технических средств рекламы, расположенных в вестибюлях, платформенных и кассовых залах станций метрополитена; рекламных стендов, расположенных на путевых стенах и в вестибюлях станций; стикеров, размещаемых на входных-выходных группах постоянных дверей станций метрополитена, а также рекламных плакатов, расположенных в подвижном составе Минского метрополитена, рекламодателями которых являются коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

Торги проводятся государственным предприятием «МГЦН» в соответствии с утвержденным Положением о порядке проведения торгов на право заключения договора оказания услуг по размещению рекламы на

стационарных объектах и подвижном составе Минского метрополитена на основании договора поручения.

Формирование лотов для стационарных объектов осуществляется в соответствии с дизайн-проектами размещения рекламы, для подвижного состава метрополитена - согласно схемам размещения рекламы.

Начальная цена предмета торгов может быть сформирована исходя из: действующих на предприятии Положения и прейскурантов на услуги по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен»;

фактической выручки, полученной от предоставления рекламных услуг по отдельным видам рекламной продукции, сформированной по результатам последних торгов с учетом индексации;

величины, определяющейся как среднее значение между стоимостью по прейскуранту с учётом действующего Положения и фактической выручки, полученной от предоставления рекламных услуг по отдельным видам рекламной продукции, сформированной по результатам последних торгов с учетом индексации.

Порядок формирования начальной цены предмета торгов определяет постоянно действующая Комиссия по вопросам размещения рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен» (далее – комиссия) на заседании. Решение комиссии отражается в протоколе заседания.

В случае признания торгов несостоявшимися (за исключением случаев приобретения предмета торгов, лицом, приравненным к победителю торгов), нерезультативными, аннулирования результатов торгов для проведения последующего аукциона может быть пересмотрен порядок формирования лота и (или) его начальной цены.

2.1.2. по действующим на момент оказания услуги тарифам, установленным в соответствии с прейскурантом по размещению рекламы на стационарных объектах государственного предприятия «Минский метрополитен» и прейскурантом на услуги по размещению рекламной продукции и её средств в подвижном составе, оказываемые государственным предприятием «Минский метрополитен», с учётом применения коэффициентов, определенных в данном Положении.

Расчёт стоимости услуг на стационарных объектах метрополитена производится по следующей формуле:

$$Д = Т \times N \times K_{\text{кат.}} \times K_{\text{пон.}} + \text{НДС}, \text{ где:}$$

Д – стоимость услуг по договору;

T – тариф на услугу по размещению рекламного носителя, установленный за 1 календарный месяц, руб.;

N – количество рекламных носителей, ед.;

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

$K_{пон.}$ – понижающий коэффициент;

НДС – налог на добавленную стоимость.

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

Коэффициент категорийности 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, Ковальская Слобода, Вокзальная, Площадь Франтишка Богушевича, Юбилейная площадь	1

При принятии организацией, размещающей рекламу с применением сложно-технических средств (плазменных, жидкокристаллических дисплеев (двух и более на одной станции), объединённых в организованную сеть смены информации при условии подачи сигнала на все дисплеи из одной серверной), договорных обязательств по размещению социальной рекламы объёмом не менее 25 % от общего объёма размещаемой рекламы с применением технически сложных устройств, при расчете стоимости услуг применяется коэффициент $K_{пон.} = 0,84$.

Расчёт стоимости размещения мониторов, расположенных в подвижном составе, с ЖК-экраном диагональю 18,5 дюймов производится по следующей формуле:

$$Д = ((Т \times N) + НДС) \times t ,$$

где:

Д – стоимость услуг по договору;

Т — тариф на услугу по размещению рекламной продукции, руб.;

N — количество рекламной продукции, ед.;

t — срок размещения рекламной продукции, сутки;

НДС – налог на добавленную стоимость.

2.1.3. по действующим на момент оказания услуги тарифам по размещению рекламной продукции в подвижном составе метрополитена, рекламодателями которой являются государственные учреждения, бюджетные, общественные, религиозные и другие некоммерческие организации, размещение рекламы по поручениям председателя (заместителя председателя) Мингорисполкома (далее – тарифы для некоммерческих организаций).

В случаях, если деятельность рекламодателя связана с оказанием услуг по перевозке пассажиров железнодорожным транспортом и (или) имеет непосредственное отношение к деятельности, осуществляемой Минским метрополитеном, решение о размещении рекламной продукции по тарифам для некоммерческих организаций вправе принять директор Минского метрополитена.

Расчёт стоимости услуг в подвижном составе метрополитена производится по следующей формуле:

$$Д = ((Т \times N / 10) + НДС) \times t ,$$

где:

Д – стоимость услуг по договору;

Т — тариф на услугу по размещению рекламной продукции, (установленный за 1 сутки размещения 10 единиц), руб.;

N — количество рекламной продукции, ед.;

t — срок размещения рекламной продукции, сутки;

НДС – налог на добавленную стоимость.

2.1.4. стоимость услуг по размещению рекламы на бортах, внутренней стороне салона вагона и дверях подвижного состава Минского метрополитена устанавливается в размере:

1 базовой величины – за один день размещения рекламы на бортах, внутренней стороне салона 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);

0,11 базовой величины - за один день размещения рекламы на бортах одного вагона (с налогом на добавленную стоимость), при размещении рекламы культурно-просветительской направленности по поручениям председателя (заместителя председателя) Мингорисполкома.

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

2.2. Размер применяемых тарифов и коэффициентов должен обеспечивать безубыточность услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена.

ГЛАВА 3 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

3.1. Персональная ответственность за правильность оформления договоров, применения действующих тарифов, и коэффициентов при заключении и исполнении договоров на оказание услуг по размещению рекламы на стационарных объектах и в (на) подвижном составе Минского метрополитена возлагается на начальника рекламно-информационного отдела.

Положение о порядке формирования стоимости услуг по размещению рекламы и её средств на стационарных объектах и в (на) подвижном составе государственного предприятия «Минский метрополитен» утверждено Приказом директора государственного предприятия «Минский метрополитен» от 23.09.2019 № 789. Вводится в действие с 01.10.2019.

Изменения внесены Приказом директора государственного предприятия «Минский метрополитен» от 26.11.2020 №685 и вступают в силу с 26.11.2020.