СОВЕТ ДЕПУТАТОВ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА

**РЕШЕНИЕ**

|  |
| --- |
| Об установлении значений корректирующего коэффициента базовой доходности К2, учитывающих особенности ведения предпринимательской деятельности, по системе налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности на территории города Новосибирска, с 2011 года |

В соответствии с главой 26.3 Налогового кодекса Российской Федерации, на основании Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», руководствуясь статьей 35 Устава города Новосибирска, Совет депутатов города Новосибирска РЕШИЛ:

1. Установить значения корректирующего коэффициента базовой доходности К2, учитывающие особенности ведения предпринимательской деятельности, по системе налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности на территории города Новосибирска, с 2011 года (приложение).

2. Решение вступает в силу с 1 января 2011 года, но не ранее чем по истечении одного месяца со дня его официального опубликования.

3. Решение подлежит официальному опубликованию.

4. Контроль за исполнением решения возложить на постоянную комиссию Совета депутатов города Новосибирска по бюджету и налоговой политике (Черных В. В).

|  |  |
| --- | --- |
| Мэр города Новосибирска  |  В. Ф. Городецкий |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение

к решению Совета депутатов города Новосибирска

от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_

Значения корректирующего коэффициента базовой доходности К2, учитывающие особенности ведения предпринимательской деятельности, по системе налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности на территории города Новосибирска, с 2011 года

1. Корректирующий коэффициент базовой доходности К2 определяется как произведение установленных настоящим приложением значений, учитывающих влияние на результат предпринимательской деятельности факторов, предусмотренных Налоговым кодексом Российской Федерации.

2. При отсутствии значений корректирующего коэффициента, соответствующих конкретному виду предпринимательской деятельности, применяется корректирующий коэффициент, равный единице. При К2 меньше 0,005 применяется корректирующий коэффициент, равный 0,005.

3. Значения корректирующего коэффициента К2:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п. | Факторы, влияющие на результат предпринимательской деятельности | Значения корректирующего коэффициента К2 |

| 1 | 2 | 3 |
| --- | --- | --- |
| 1 | Ассортимент реализуемых товаров при осуществлении розничной торговли:\* |  |
| 1.1 | хлебобулочные, макаронные изделия, молочная продукция | 0,8 |
| 1.2 | детские товары | 0,8 |
| 1.3 | садово-огородный инвентарь | 0,9 |
| 1.4 | корм для животных, птиц и рыб | 0,9 |
| 1.5 | полиграфическая продукция, канцтовары | 0,9 |
| 2 | Ассортимент реализуемой продукции при оказании услуг общественного питания: |  |
|  | при отсутствии алкогольной продукции и пива  | 0,8 |
| 3 | Особенности предпринимательской деятельности в зависимости от вида деятельности: |  |
| 3.1 | Распространение наружной рекламы с использованием рекламных конструкций | 0,22 |
| 3.1.1 | Распространение социальной наружной рекламы с использованием рекламных конструкций\*\* | 0,01 |
| 3.2 | Размещение социальной рекламы на транспортных средствах\*\* | 0,01 |
| 3.3 | Оказание бытовых услуг |  |
| 3.3.1 | Оказание бытовых услуг организациями, в которых среднесписочная численность инвалидов составляет не менее 50%, а доля заработной платы инвалидов в фонде оплаты труда составляет не менее 30%, и инвалидами - индивидуальными предпринимателями, не использующими наемный труд | 0,01 |
| 3.3.2 | Оказание бытовых услуг организациями, в которых среднесписочная численность работающих по данному виду деятельности не менее 75 человек | 0,5 |
| 3.4 | Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование торговых мест, расположенных в объектах стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, объектов нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания, не имеющих зала обслуживания посетителей |  |
| 3.4.1 | Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование торговых мест, расположенных в подземных пешеходных переходах, не имеющих торговых залов  | 0,8 |
| 3.4.2 | Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование торговых мест, расположенных в объектах стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, объектов нестационарной торговой сети, а так же объектов организации общественного питания, не имеющих зала обслуживания посетителей, организациями, у которых доля расходов в виде арендной платы за движимое имущество, перечисляемая в бюджет города Новосибирска, составляет 50 и более процентов в общей сумме расходов по данному виду деятельности | 0,3 |
| 3.4.3 | Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) пользование торговых мест на розничных специализированных автомобильных рынках для осуществления торговли транспортными средствами | 0,3 |
| 3.5 | Розничная торговля, осуществляемая через торговые автоматы |  |
| 3.5.1 | Розничная торговля напитками, за исключением алкогольной продукции и пива | 0,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| Примечание: | \*при торговле смешанными товарами, для которых определены разные значения корректирующего коэффициента, и (или) товарами, для которых определены одновременно два и более значения корректирующего коэффициента, в качестве корректирующего коэффициента ассортимента применяется максимальный корректирующий коэффициент; |
|  | \*\*при постоянном распространении социальной наружной рекламы на конкретной рекламной конструкции, размещении социальной рекламы на транспортном средстве в течение календарного месяца, двух месяцев, налогового периода данное значение корректирующего коэффициента применяется к базовой доходности за месяц, два месяца, налоговый период соответственно, при наличии раздельного учета площади рекламного поля рекламных конструкций с наружной рекламой социального характера и иными видами рекламы, а также раздельного учета количества указанных транспортных средств с рекламой социального характера и иными видами рекламы. |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_