

Некоторые аспекты правового статуса органов местного самоуправления в конкурентной среде на товарных рынках Российской Федерации

Some Aspects of the Legal Status of Local Self-Government Authorities in the Competitive Environment in Commodity Markets of the Russian Federation

*Ефимцева Т.В. **
(*Efimtseva T.V.*)

*Петров В.И. ***
(*Petrov V.I.*)

Аннотация. В настоящей статье на основе анализа законодательства, практики его применения и специальной литературы раскрывается статус органов местного самоуправления при участии их в предпринимательских отношениях, регулируемых различными отраслями права, а также предпринимается попытка дать ответ на вопрос о том, являются ли органы местного самоуправления плательщиками налога на добавленную стоимость при заключении ими договоров с хозяйствующими субъектами на размещение временных сооружений, нестационарных торговых объектов, рекламных конструкций на имуществе, находящемся во владении, пользовании, распоряжении муниципального образования. Данный вопрос раскрыт на примере законодательства о рекламе. В частности, в работе обоснован вывод о том, что орган местного самоуправления, осуществляющий управленческие функции в области размещения объектов наружной рекламы, муниципальное имущество в оперативное управление не получает, плата за эксплуатацию рекламных конструкций вносится в местный бюджет, а значит, орган местного самоуправления не является плательщиком налога на добавленную стоимость. В этой связи данная статья имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

Ключевые слова: товарный рынок, хозяйствующий субъект, органы местного самоуправления, налог на добавленную стоимость, реализация, земельный участок, рекламная конструкция, торги, договор, местный бюджет.

Abstract. In this article based on the analysis of legislation, practice and literature reveals the status of the local governments in their participation in business relations regulated by different branches of law and attempts to answer the question of whether local governments by the payers of value added tax at the conclusion of their contracts with the economic agents in the placement of temporary structures, temporary retail outlets, advertising structures on property in the possession, use, disposal of the municipality. This issue is covered by the example of legislation on advertising. In particular, the paper substantiates the conclusion that the local government that performs managerial functions in the field of outdoor advertising placement does not receive municipal property for operational management, the payment for the operation of advertising structures is paid to the local budget, which means that the local government is not a payer of value added tax. In this regard, this article is not only theoretical, but also practical.

Keywords: commodity market, economic entity, local governments, value added tax, implementation, land plot, advertising structure, bidding, contract, local budget.

* Справка об авторе: **Ефимцева Татьяна Владимировна**, заведующая кафедрой предпринимательского и природоресурсного права Оренбургского института (филиала) Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), доктор юридических наук, доцент (электронный адрес: tve-26@mail.ru)

About the author: **Efimtseva Tatyana V.** Head of the Department of Entrepreneurial and Natural Resources Law of the Orenburg Institute (Branch) of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL), LL.D., Associate Professor

** Справка об авторе: **Петров Виталий Иванович**, преподаватель кафедры предпринимательского и природоресурсного права Оренбургского института (филиала) Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) (электронный адрес: vipetrov@list.ru)

About the author: **Petrov Vitaliy I.** Lecturer of the Department of Entrepreneurial and Natural Resources Law of the Orenburg Institute (Branch) of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL)