



АДМИНИСТРАЦИЯ
ГОРОДСКОГО ОКРУГА ЛОБНЯ
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 06.02.2026 № 104-ПА

городской округ Лобня

Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию
развитию конкуренции в городском округе Лобня на 2026-2030 годы

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 20.03.2025 № 33-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти», Национальным Планом («дорожной картой») развития конкуренции в Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 08.10.2025 № 2816-р, постановлением Правительства Московской области от 09.12.2025 № 1650-ПП «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Московской области на 2026-2030 годы и проведении пилотного проекта по его реализации», руководствуясь Уставом муниципального образования «городской округ Лобня» Московской области, Администрация городского округа Лобня **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить План мероприятий («дорожную карту») по содействию развитию конкуренции в городском округе Лобня на 2026-2030 годы.

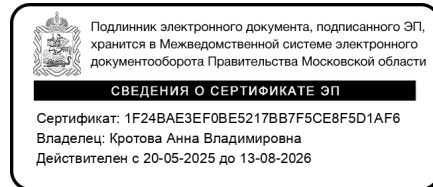
2. Признать утратившим силу Постановление Администрации городского округа Лобня Московской области от 21.11.2022 № 348-ПА «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в городском округе Лобня Московской области на 2022-2025 годы».

3. Разместить настоящее Постановление на официальном сайте Администрации городского округа Лобня в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» www.lobnya.rf.

4. Настоящее Постановление вступает в силу со дня его подписания.

5. Контроль за исполнением настоящего Постановления возложить на заместителя Главы городского округа Лапшинову Е.А.

Глава городского округа Лобня



А.В.Кротова

Приложение
к постановлению Администрации
городского округа Лобня
от 06.02.2026 № 104-ПА

**План
мероприятий («дорожная карта») по содействию развитию конкуренции
в городском округе Лобня на 2026-2030 годы**

I. Общие положения

План мероприятий («дорожная карта») по содействию развитию конкуренции в городском округе Лобня на 2026-2030 годы (далее- «дорожная карта») разработан в рамках реализации распоряжения Правительства Российской Федерации от 08.10.2025 № 2816-р «Об утверждении Национального плана («дорожной карты») развития конкуренции в Российской Федерации на 2026-2030 годы», с учетом положений стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации» и в соответствии с Планом мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Московской области на 2026-2030 годы и проведении пилотного проекта по его реализации, утвержденным постановлением Правительства Московской области от 09.12.2025 № 1650-ПП.

«Дорожная карта» разработана уполномоченным органом по содействию развитию конкуренции - отделом инвестиционной политики управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня совместно со структурными подразделениями и отраслевыми органами Администрации городского округа Лобня, ответственными за достижение ключевых показателей и координацию мероприятий на товарных рынках.

План мероприятий «дорожная карта» содержит перечень товаров, работ и услуг (далее – товарные рынки), выбранных для содействия развитию конкуренции на территории городского округа Лобня, ключевые показатели развития конкуренции на товарных рынках, мероприятия, предусмотренные для достижения установленных целевых значений ключевых показателей развития конкуренции на товарных рынках.

В «Дорожной карте» приведен краткий анализ состояния конкурентной среды на товарных рынках в соответствующих отраслях (сферах) экономики городского округа Лобня.

Целью «дорожной карты» является реализация эффективной конкурентной политики на территории городского округа Лобня, которая будет способствовать созданию благоприятного климата для развития предпринимательской деятельности и обеспечению добросовестной конкуренции между хозяйствующими субъектами в интересах потребителей товаров, работ и услуг.

Перечень товарных рынков по содействию развитию конкуренции в городском округе Лобня

1. Рынок услуг дополнительного образования детей
2. Рынок торговли
3. Рынок наружной рекламы

II. Развитие конкуренции на рынке услуг дополнительного образования детей

Ответственный за достижение ключевых показателей и координацию мероприятий – Управление образования городского округа Лобня.

1. Исходная информация в отношении ситуации и проблематики на рынке

Рынок дополнительных образовательных услуг в городском округе Лобня регулируется следующими основными нормативно-правовыми актами:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – Закон об образовании).
- Федеральным законом от 13 июля 2020 года № 189-ФЗ «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере».
- Концепцией развития дополнительного образования детей до 2030 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.03.2022 № 678-р.

Рынок услуг дополнительного образования в городском округе Лобня включает муниципальные и частные организации, предлагающие разнообразные образовательные программы для детей и подростков.

В 2025 году оказано 3220 услуги дополнительного образования, из них, в том числе по сертификатам социального заказа 5948. Охват дополнительным образованием в 2025 году составил 16810 детей от 5 до 18 лет (92,9%).

В реестр поставщиков дополнительных образовательных услуг городского округа Лобня внесено организаций в количестве 21 единицы.

- Образовательные организации, реализующие программы дошкольного, начального, основного общего и среднего общего образования – 12 ед. (57,14 %).

- Организации дополнительного образования, подведомственные органам местного самоуправления, осуществляющим управление в сфере образования – 1 ед. (4,8%).

- Организации дополнительного образования, подведомственные органам местного самоуправления, осуществляющим управление в сфере культуры,

а также в сфере физической культуры и спорта -2 ед. (9,5%): МБУ ДО ЛДШИ и МБУ ДО СШ «Академия спорта».

-Образовательные организации, реализующие образовательные программы среднего профессионального образования – 1 ед. (4,8%): ГБПОУ МО «Колледж Подмосковье».

-Частные образовательные организации – 5 ед. (23,8%): ЧОООУ «Православная гимназия во имя св. Филарета Московского», Частная гимназия «Маленький принц», АНО ДО «Возрождение», АНО ДО «Левик», ЧУДО «Маленькая страна Лобня».

Обучение детей осуществляется по 781 программам дополнительного образования различных направленностей, из них 110 программ успешно прошли независимую региональную экспертизу и реализуются в рамках социального заказа.

Среди наиболее популярных направлений дополнительного образования - программы социально-гуманитарной (320 программ) художественной (179 программ), физкультурно-спортивной (110 программ) направленностей. Востребованы занятия по изобразительной деятельности, декоративно-прикладному искусству, театральной деятельности, хореографии и вокалу. Увеличивается спрос на программы социально-гуманитарной направленности: журналистику, лингвистику, историю, культуру и развивающие занятия для детей дошкольного возраста. Дети активно занимаются футболом, волейболом, баскетболом и водными видами спорта.

Работа по дополнительному образованию ведется посредством системы «Навигатор». В образовательных учреждениях работают кружки и спортивные секции, отвечающие интересам и запросам детей и родителей. В январе 2026 года охват дополнительным образованием составлял 84 % от общего количества обучающихся. Одним из важнейших направлений работы школы является профориентация учащихся.

Комплексная услуга записи в кружки и секции осуществляется онлайн, что позволяет записать ребенка на занятия, не выходя из дома. Заявление подается на региональном портале государственных и муниципальных услуг Московской области (далее - портал Госуслуг) (uslugi.mosreg.ru/services/20712).

При записи на дополнительные занятия, необходим уникальный номер (ID) кружка в «Навигаторе дополнительного образования» (new.dop.mosreg.ru).

После ввода ID остальные поля заявления заполняются автоматически.

В личном кабинете родителя в ЕИС «Навигатор» появилась возможность подписать договор по дополнительным общеобразовательным общеразвивающим программам с использованием социального сертификата, а также получить электронную квитанцию с возможностью оплаты через портал Госуслуг.

2. Ключевые показатели развития конкуренции на рынке услуг дополнительного образования детей

| № п/п | Ключевые показатели | Единица измерения | Числовое значение показателя | | | | | | Ответственные исполнители |
|-------|--|-------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|--|
| | | | Базовое значение | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | |
| 1 | Показатели деловой активности: | | | | | | | | |
| 1.1 | Количество размещенных дополнительных общеобразовательных программ индивидуальными предпринимателями и частными образовательными организациями на государственном информационном ресурсе | штук | 0 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Управление образования городского округа Лобня |
| 1.2 | Количество заключенных договоров сетевого взаимодействия с общеобразовательными организациями и частными образовательными организациями, осуществляющими обучение | штук | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Управление образования городского округа Лобня |
| 1.3 | Количество индивидуальных предпринимателей и частных образовательных организаций осуществляющих образовательную деятельность, имеющих лицензию на образовательную деятельность с правом реализации дополнительных общеобразовательных программ | штук | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | Управление образования городского округа Лобня |

| | | | | | | | | | |
|-----|---|-----------|------|------|------|------|------|------|--|
| 1.4 | Доля индивидуальных предпринимателей и частных образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность, имеющих лицензию на образовательную деятельность с правом реализации дополнительных общеобразовательных программ, в общем количестве организаций в сфере образования | процентов | 9,2 | 9,6 | 10 | 10,3 | 10,7 | 11,1 | Управление образования городского округа Лобня |
| 2 | Рост совокупности удовлетворенности участников рынка | процентов | 36 | 37 | 38 | 40 | 42 | 48 | Управление образования городского округа Лобня |
| 3 | Муниципальные показатели: | | | | | | | | |
| 3.1 | Доля детей в возрасте от 5 до 18 лет, охваченных дополнительным образованием | процентов | 92,9 | 84,5 | 84,6 | 84,7 | 84,8 | 85,0 | Управление образования городского округа Лобня |

3. Мероприятия по достижению ключевых показателей развития конкуренции на рынке услуг дополнительного образования детей

| № п/п | Наименование мероприятия | Решаемая проблема | Срок исполнения мероприятия | Результат исполнения мероприятия | Ответственные исполнители |
|-------|--|---|-----------------------------|---|--|
| 1 | Взаимодействие с бизнесом: | | | | |
| 1.1 | Встречи с представителями бизнеса в формате онлайн | Оперативное реагирование на потребности бизнеса | Ежегодно | Повышение деловой активности | Управление образования городского округа Лобня |
| 1.2. | Проведение вебинаров по вовлечению в системе дополнительного образования | Повышение уровня квалификации кадров | Ежегодно | Повышение деловой активности | Управление образования городского округа Лобня |
| 2 | Меры поддержки | | | | |
| 2.1 | Привлечение частных образовательных организаций в систему дополнительного образования | Формирование благоприятной деловой среды | Ежегодно | Рост деловой активности | Управление образования городского округа Лобня |
| 3. | Мониторинг удовлетворенности предпринимателей условиями ведения бизнеса | Выявление административных барьеров для ведения бизнеса | В течение года | Выявление системных проблем, повторяющихся жалоб и недопущение условий их появления | Управление образования городского округа Лобня |
| 3.1 | Проведение опросов предпринимателей о состоянии и развитии конкурентной среды на товарных рынках | | | | |
| 3.1.1 | Информирование предпринимателей о проведении опросов об условиях ведения бизнеса | Повышение достоверности результатов опросов за счет увеличения количества предпринимателей, принимающих участие в опросах | В течение года | Увеличение числа предпринимателей, принявших участие в опросах, рост вовлеченности предпринимателей во взаимодействие с органами власти | Управление образования городского округа Лобня |

| | | | | | |
|-------|--|--|----------------|--|--|
| 3.1.2 | Анализ результатов опросов предпринимателей об условиях ведения бизнеса | Выявление административных барьеров для ведения бизнеса | В течение года | Выявление системных проблем и разработка мероприятий по улучшению условий ведения бизнеса | Управление образования городского округа Лобня |
| 3.1.3 | Разработка мероприятий по улучшению условий ведения бизнеса | Выявление барьеров, включение мероприятий по снижению барьеров в "дорожную карту" по содействию развитию конкуренции | В течение года | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | Управление образования городского округа Лобня |
| 3.2 | Анализ жалоб и обращений предпринимателей | Выявление системных проблем, повторяющихся жалоб и недопущение условий их появления | В течение года | Снижение числа жалоб предпринимателей, рост совокупной удовлетворенности участников рынка, формирование благоприятных условий ведения бизнеса, рост предпринимательской активности. | Управление образования городского округа Лобня |
| 4 | Участие в реализации отраслевого (ведомственного) проекта Министерства образования Московской области на рынке услуг дополнительного образования детей «Расширение программ естественнонаучной и технической направленности с привлечением частного сектора» | Удовлетворение потребности в естественнонаучной и технической направленности | 2026 | Расширение участия организаций негосударственного сектора в реализации дополнительных общеобразовательных программ; Использование потенциала негосударственного сектора в обеспечении права выбора гражданами | Управление образования городского округа Лобня |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | <p>программ дополнительного образования в соответствии с интересами семей и детей;</p> <p>Расширение доступности дополнительного образования;</p> <p>Создание современных условий реализации дополнительных общеобразовательных программ;</p> <p>Создание для роста удовлетворенности семей доступностью, спектром и качеством образовательных услуг дополнительного образования</p> | |
|--|--|--|--|--|--|

III. Развитие конкуренции на рынке торговли

Ответственный за достижение ключевых показателей и координацию мероприятий – отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня.

1. Исходная информация в отношении ситуации и проблематики на рынке торговли

Сфера торговли занимает уверенные позиции в экономике городского округа Лобня. С целью удовлетворения потребностей жителей в качественных и разнообразных товарах и продуктах питания на территории городского округа вводятся новые торговые площади, внедряются новые формы обслуживания, изменяется и расширяется ассортиментная структура товарооборота, повышается качество продукции и товаров.

На территории городского округа Лобня осуществляет деятельность 1184 торговых объектов, осуществляющих деятельность в сфере розничной торговли.

Рынок розничной торговли является полностью негосударственным и регулируется Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Инфраструктура предприятий розничной торговли в городском округе Лобня, учитывая нахождение в непосредственной близости от г. Москва, характеризуется высокой степенью развития современных крупных форматов торговли – торговые центры, торговые комплексы, розничные рынки. Так, крупнейшим международным оператором розничной и мелкооптовой торговли является «Метро Кэш энд Керри». Кроме того, на территории округа имеются и другие крупные торговые центры и торговые комплексы: АО «Тандер», ООО «Ашан», ООО «Дикси-Юг», ООО «Агроторг».

В структуре оборота розничной торговли сохраняется преобладание продовольственных товаров.

Оборот розничной торговли по крупным и средним организациям (без организаций с численностью работающих менее 15 человек) по итогам 2024 года в городском округе Лобня составил 21 069,9 млн рублей. По состоянию на 01.01.2026 года оборот розничной торговли оценивается на уровне 24 900,2 млн. руб., что в сопоставимой оценке на 18,2 % выше уровня прошлого года.

Росту оборота розничной торговли способствовали: улучшение на фоне складывающейся экономической ситуации предпринимательской и потребительской активности, обуславливающей улучшение платежеспособности населения, ввод в эксплуатацию торговых объектов, расширение ассортимента продукции за счет развития импортозамещения, увеличение числа покупателей за счет жителей из близлежащих муниципальных образований.

Вместе с тем, количество объектов стационарной розничной торговли в городском округе Лобня по состоянию на 01.01.2026 года составило 610 единиц, объектов общественного питания – 97 единиц, посадочных мест на объектах общественного питания – 3 490 мест, объектов бытовых услуг – 211 единиц.

Площадь стационарных торговых объектов розничной торговли в городском округе Лобня по состоянию на 01.01.2026 года составила 125,4 тыс. кв. метров.

В городском округе Лобня функционируют 87 нестационарных торговых объектов, включающих в себя киоски, павильоны, объекты мобильной торговли.

Доля нестационарных торговых объектов, размещенных на частных землях, составляет-80%.

В сфере нестационарной торговли с 2016 года внедрен механизм размещения торговых объектов на основании аукционов, проводимых органами местного самоуправления Московской области. С победителями аукционов заключаются договоры на размещение нестационарных торговых объектов на землях муниципалитета по результатам аукциона. С 2017 года такого рода аукционы проводятся в электронной форме.

Организация ярмарочной торговли является достаточно развитым форматом торговли на территории муниципалитета. В городском округе Лобня в 2025 году проведено семь ярмарок, из которых все семь ярмарок – тематические. Организация ярмарок осуществляется в местах, определенных Администрацией городского округа Лобня и включенных в Сводный перечень мест проведения ярмарок на территории городского округа Лобня, формируемый Министерством сельского хозяйства и продовольствия Московской области в соответствии с постановлением Правительства Московской области от 16.11.2021 № 1170/40. Учет проведенных ярмарок на территории городского округа Лобня отражается в системе «Мой АПК», разделе «Ярмарки МО».

К факторам, существенно влияющим на рост объемов торговли, относится увеличение числа покупателей из близлежащих муниципальных образований, улучшение платежеспособности населения, создание условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства, занятых в сфере розничной торговли.

В городском округе Лобня действует муниципальная программа «Предпринимательство», в состав которой входит подпрограмма 4 «Развитие потребительского рынка и услуг» (далее – подпрограмма 4).

Мероприятия подпрограммы 4, направленные на достижение показателей стандарта развития конкуренции:

содействие вводу (строительству) новых современных объектов потребительского рынка и услуг в рамках реализации мероприятий, содействующих развитию торговой деятельности;

- развитие нестационарной торговли;
- развитие ярмарочной деятельности;
- развитие онлайн-торговли;
- развитие инфраструктуры оптовой торговли.

Размещение и хозяйственная деятельность объектов потребительского рынка и услуг на территории Московской области осуществляется в соответствии с Законом Московской области № 191/2014-ОЗ, региональным стандартом внешнего вида нестационарных строений, сооружений, правилами благоустройства и санитарно-эпидемиологическими требованиями (СП 2.3.6.3668-20; СП 2.3.6.3668-20).

Информация о каждом объекте торговли и услуг собирается посредством мониторинга и внесения актуальных данных о состоянии торговых объектов в систему «Мой АПК», раздел «Трансформация НТО». По результатам проводимых

выездных мероприятий, торговым объектам курирующим Министерством определяется вид ремонтных работ, необходимых для приведения в соответствие согласно требованиям действующего законодательства.

По результатам выполненных работ в систему «Мой АПК» вносится информация с подтверждающими фотоматериалами об исполнении поставленных задач.

В 2025 году на территории городского округа Лобня в систему «Мой АПК» внесено 917 торговых объектов, из них демонтировано 73 нестационарных торговых объектов, в том числе на частной земле – 21 объект, на муниципальной земле – 52 объекта. Обновлен архитектурный облик 29 объектов потребительского рынка.

В сфере нестационарной торговли в качестве мер поддержки предпринимательской деятельности продолжена реализация услуги «Предоставление права на размещение мобильного торгового объекта без проведения торгов на льготных условиях на территории муниципального образования Московской области» (далее – Услуга), которая позволяет предоставить места под размещение мобильных торговых объектов субъектам МСП без проведения торгов (на льготных условиях) через портал государственных услуг с использованием цифрового сервиса, что существенно сокращает сроки (с 70 до 7 дней) и упрощает процедуру получения субъектами МСП мест под осуществление деятельности. В 2025 году заключено три договора на размещение мобильных торговых объектов.

2. Ключевые показатели развития конкуренции на рынке торговли

| № п/п | Ключевые показатели | Единица измерения | Числовые значения показателя | | | | | | Ответственные исполнители |
|----------|---|----------------------|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---|
| | | | Базовое значение | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | |
| 1 | Показатели деловой активности: | | | | | | | | |
| 1.1 | Рост числа субъектов МСП, осуществляющих розничную торговлю | единиц | 1 184 | 1 209 | 1 245 | 1 267 | 1 298 | 1 330 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 1.2 | Количество объектов стационарной розничной торговли | единиц | 610 | 635 | 640 | 645 | 651 | 657 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 1.3 | Количество пунктов выдачи интернет заказов | единиц | 65 | 101 | 115 | 128 | 134 | 140 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 2 | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | процентов | 48 | 50 | 52 | 54 | 57 | 60 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 3 | Муниципальные показатели: | | | | | | | | |
| 3.1 | Уровень обеспеченности населения площадью торговых объектов | кв. м /1000 человек | 1 491,7 | 1 506,3 | 1 510,4 | 1 514,7 | 1 519,5 | 1 527,2 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |

3. Мероприятия по достижению ключевых показателей развития конкуренции на рынке торговли

| № п/п | Наименование мероприятия | Решаемая проблема | Срок исполнения мероприятия | Результат исполнения мероприятия | Ответственные исполнители |
|-------|---|--|-----------------------------|---|---|
| 1 | Взаимодействие с бизнесом | Формирование благоприятной деловой среды | Ежегодно | Повышение деловой активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 1.1 | Встречи с предпринимателями | Оперативное реагирование на потребности бизнеса | Ежегодно | Повышение деловой активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 1.2 | Информационно-консультационные и обучающие мероприятия | Повышение уровня информированности и квалификации кадров | Ежегодно | Повышение деловой активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 2 | Меры поддержки | Стимулирование развития частного сектора на рынке | Ежегодно | Рост деловой активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 2.1 | Организация и проведение ярмарок с участием субъектов малого и среднего предпринимательства и производителей сельскохозяйственной продукции | Стимулирование малого и среднего предпринимательства и производителей сельскохозяйственной продукции | Ежегодно | Увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства и производителей сельскохозяйственной продукции на ярмарках | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 3 | Мониторинг удовлетворенности предпринимателей условиями | Выявление | В течение года | Выявление системных проблем, повторяющихся | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления |

| | | | | | |
|-------|--|---|----------------|--|---|
| | ведения бизнеса | административных барьеров для ведения бизнеса | | жалоб и недопущение условий их появления | инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 3.1 | Проведение опросов предпринимателей о состоянии и развитии конкурентной среды на товарных рынках | | | | |
| 3.1.1 | Информирование предпринимателей о проведении опросов об условиях ведения бизнеса | Повышение достоверности результатов опросов за счет увеличения количества предпринимателей, принимающих участие в опросах | В течение года | Увеличение числа предпринимателей, принявших участие в опросах, рост вовлеченности предпринимателей во взаимодействие с органами власти | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 3.1.2 | Анализ результатов опросов предпринимателей об условиях ведения бизнеса | Выявление административных барьеров для ведения бизнеса | В течение года | Выявление системных проблем и разработка мероприятий по улучшению условий ведения бизнеса | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 3.1.3 | Разработка мероприятий по улучшению условий ведения бизнеса | Выявление барьеров, включение мероприятий по снижению барьеров в "дорожную карту" по содействию развитию конкуренции | В течение года | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 3.2 | Анализ жалоб и обращений предпринимателей | Выявление системных проблем, повторяющихся жалоб и недопущение условий их появления | В течение года | Снижение числа жалоб предпринимателей, рост совокупной удовлетворенности участников рынка, формирование благоприятных условий ведения бизнеса, рост предпринимательской активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |

| | | | | | |
|---|--|---|------|--|---|
| 4 | Участие в реализации отраслевого (ведомственного) проекта Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области по развитию конкуренции на рынке торговли «Создание цифрового сервиса «Электронный торговый реестр» | Учет объектов потребительского рынка на территории городского округа Лобня, автоматизация статистической и аналитической работы городского округа Лобня, сокращение административных барьеров | 2026 | Формирование статистических данных и отчетности в режиме реального времени, снижение административной нагрузки на бизнес | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
|---|--|---|------|--|---|

IV. Развитие конкуренции в сфере наружной рекламы

Ответственный за достижение ключевого показателя и координацию мероприятий – отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня.

1. Исходная информация в отношении ситуации и проблематики на рынке

Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территории городского округа Лобня Московской области с 2014 года в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» осуществляется на основании схем размещения рекламных конструкций, утвержденных Постановлением Главы городского округа Лобня от 15.02.2021 № 200.

На территории городского округа Лобня деятельность на рынке наружной рекламы осуществляют 9 распространителей рекламы, из них 9 – юридические лица. Доля организаций частной формы собственности в сфере наружной рекламы составляет 100 %.

Обеспечивается сохранение прозрачности проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, все торги на право установки и эксплуатации рекламных конструкций проводятся в электронной форме.

Осуществляется активное внедрение современных и инновационных рекламных конструкций в рамках работ по актуализации и согласованию схем размещения рекламных конструкций на территории городского округа Лобня.

В настоящее время предпринимаются следующие меры развития рынка наружной рекламы:

проведение торгов в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена;

оказание муниципальной услуги по выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в электронном виде;

актуализация схем размещения рекламных конструкций в соответствии с обстоятельствами инфраструктурного и имущественного характера;

совершенствование деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований Московской области и центральных исполнительных органов Московской области в соответствии с рекомендациями о применении комплекса мер, направленных на предотвращение и профилактику нарушений антимонопольного законодательства в сфере наружной рекламы (в том числе по вопросам содействия развитию конкуренции), разработанными Федеральной антимонопольной службой.

Для повышения уровня доступности информации об установленных на территории городского округа Лобня рекламных конструкциях пользователь может ознакомиться с информацией об установленных рекламных конструкциях: их типе,

размере, технологической характеристике, номере в схеме размещения рекламных конструкций, местоположении с привязкой к местности в Государственной информационной системе «Региональная географическая информационная система для обеспечения деятельности центральных исполнительных органов Московской области, государственных органов Московской области, органов местного самоуправления муниципальных образований Московской области» (далее — РГИС) в разделе МИМП Московской области «Рекламные места Московской области».

На информационном ресурсе «Геопортал Подмосковья» <https://rgis.mosreg.ru/>, в указанном разделе информация постоянно актуализируется с учетом получения новых разрешений и установки новых рекламных конструкций.

2. Ключевые показатели развития конкуренции на рынке наружной рекламы

| № п/п | Ключевые показатели | Единица измерения | Числовое значение показателя | | | | | | Ответственные исполнители |
|----------|---|----------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|--|
| | | | Базовое значение | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | Показатели деловой активности | | | | | | | | |
| 1.1 | Количество рекламных конструкций, установленных в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций | штук | 32 | 35 | 36 | 37 | 38 | 40 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 1.2 | Доля рекламных конструкций, занесенных в РГИС | процентов | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 1.3 | Количество рекламных мест в парках, зонах отдыха, набережных и пешеходных зонах | штук | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 2 | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | процентов | 25 | 27 | 29 | 32 | 35 | 37 | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня ; МБУ «Уютный город» |

3. Мероприятия по достижению ключевых показателей развития конкуренции на рынке наружной рекламы

| № п/п | Наименование мероприятия | Решаемая проблема | Срок исполнения мероприятия | Результат исполнения мероприятия | Ответственный за исполнение мероприятия |
|-------|--|---|-----------------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Взаимодействие с бизнесом | Оперативное реагирование на потребности бизнеса | Ежегодно | Повышение деловой активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 1.1 | Встречи с предпринимателями | Оперативное реагирование на потребности бизнеса | Ежегодно | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 1.2 | Обучающие мероприятия (проведение вебинаров) | Оперативное реагирование на потребности бизнеса | Ежегодно | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 2 | Меры поддержки | Стимулирование развития частного сектора на рынке | Ежегодно | Рост деловой активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |

| | | | | | |
|-------|---|---|----------------|---|---|
| 2.1 | Установление квоты для субъектов МСП при участии в торгах на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций | Стимулирование участия субъектов МСП в торгах на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций | Ежегодно | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 3 | Мониторинг удовлетворенности предпринимателей условиями ведения бизнеса | Определение и решение конкретных вопросов (проблем) в соответствии со спецификой рынка | В течение года | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 3.1 | Проведение опросов предпринимателей о состоянии и развитии конкурентной среды на товарных рынках | | | | |
| 3.1.1 | Информирование предпринимателей о проведении опросов об условиях ведения бизнеса | Повышение достоверности результатов опросов за счет увеличения количества предпринимателей, принимающих участие в опросах | В течение года | Увеличение числа предпринимателей, принявших участие в опросах, рост вовлеченности предпринимателей во взаимодействие с органами власти | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 3.1.2 | Анализ результатов опросов предпринимателей об условиях ведения бизнеса | Выявление административных барьеров для ведения бизнеса | В течение года | Выявление системных проблем и разработка мероприятий по улучшению условий ведения бизнеса | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 3.1.3 | Разработка мероприятий по улучшению условий ведения бизнеса | Выявление барьеров, включение мероприятий по снижению барьеров | В течение года | Рост совокупной удовлетворенности участников рынка | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка |

| | | | | | |
|-----|--|--|----------------|---|---|
| | | в "дорожную карту" по содействию развитию конкуренции | | | и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 3.2 | Анализ жалоб и обращений предпринимателей | Выявление системных проблем, повторяющихся жалоб и недопущение условий их появления | В течение года | Снижение числа жалоб предпринимателей, рост совокупной удовлетворенности участников рынка, формирование благоприятных условий ведения бизнеса, рост предпринимательской активности | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |
| 4 | Участие в реализации отраслевого (ведомственного) проекта Министерства информации и молодежной политики Московской области по развитию конкуренции на рынке: «Реклама в парках и зонах отдыха Подмосковья» | Увеличение рынка наружной рекламы путем развития нового сегмента и установка современных и высокотехнологичных рекламных конструкций на территории городского округа Лобня | 2026 | Повышение деловой активности, пополнение бюджета городского округа Лобня | Отдел потребительского рынка, услуг и рекламы управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; МБУ «Уютный город» |

V. Общегородские мероприятия

| № п/п | Наименование мероприятия | Решаемая проблема | Срок исполнения мероприятия | Результат исполнения мероприятия | Ответственные исполнители |
|-------|--|--|-----------------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. | Мониторинг наличия административных барьеров | Устранение избыточного государственного и муниципального регулирования | Ежегодно | Повышение оценки предпринимателями условий ведения бизнеса | Отдел инвестиционной политики управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 2. | Повышение информированности предпринимателей о предпринимаемых мерах органами власти и условиях для ведения бизнеса | Повышение уровня информирования о состоянии конкурентной среды | Ежегодно | Рост удовлетворенности предпринимательского сообщества качеством информационного сопровождения | Отдел инвестиционной политики управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 2.1 | Формирование (размещение) информации о действиях органов власти по развитию конкуренции для размещения на официальных сайтах ведомств, региональных и федеральных ресурсах в сети Интернет | Обеспечение регулярности публикаций, актуальности и востребованности информации для предпринимателей | В течение года | Рост уровня предпринимательской активности Формирование благоприятной деловой среды Рост уровня информирования о состоянии конкурентной среды | Отдел инвестиционной политики управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня |
| 2.2 | Ведение социальных сетей для оперативного информирования бизнеса | Обеспечение актуальной информации для предпринимателей | В течение года | Формирование благоприятной деловой среды | Отдел инвестиционной политики управления инвестиций, потребительского рынка и рекламы Администрации городского округа Лобня; Структурные подразделения администрации городского округа Лобня |

| № п/п | Наименование мероприятия | Решаемая проблема | Срок исполнения мероприятия | Результат исполнения мероприятия | Ответственные исполнители |
|----------|--|---|-----------------------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 3 | Мероприятия, направленные на предупреждение и снижение количества нарушений антимонопольного законодательства | Предупреждение нарушений требований антимонопольного законодательства хозяйствующих субъектов | Ежегодно | Снижение жалоб предпринимателей Формирование благоприятной деловой среды | Комиссия по оценке эффективности организации и функционирования системы антимонопольного комплаенса Администрации городского округа Лобня |
| 3.1 | Организация системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства в организациях подведомственной сферы | | Ежегодно | | Комиссия по оценке эффективности организации и функционирования системы антимонопольного комплаенса Администрации городского округа Лобня |
| 3.2 | Мониторинг случаев нарушения антимонопольного законодательства на рынке | | Ежегодно | | Комиссия по оценке эффективности организации и функционирования системы антимонопольного комплаенса Администрации городского округа Лобня |



**ПРАВИТЕЛЬСТВО
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

09.12.2025 № 1650-ПП

г. Красногорск

**Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию
развитию конкуренции в Московской области на 2026-2030 годы
и проведении пилотного проекта по его реализации**

Правительство Московской области постановляет:

1. Утвердить прилагаемый План мероприятий («дорожную карту») по содействию развитию конкуренции в Московской области на 2026-2030 годы (далее – «дорожная карта»).
2. Провести с 1 января 2026 года по 31 декабря 2026 года на территории Московской области пилотный проект по применению проектного управления при реализации Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Московской области на 2026-2030 годы (далее – пилотный проект).
3. Министерству государственного управления, информационных технологий и связи Московской области, Министерству образования Московской области, Министерству социального развития Московской области, Министерству сельского хозяйства и продовольствия Московской области, Министерству культуры и туризма Московской области, Министерству информации и молодежной политики Московской области обеспечить реализацию пилотного проекта, указанного в пункте 2 настоящего постановления.
4. Комитету по конкурентной политике Московской области обеспечить координацию центральных исполнительных органов Московской области, указанных в пункте 3 настоящего постановления, при реализации мероприятий «дорожной карты» с использованием прикладного программного обеспечения

Центра управления регионом Московской области в сфере совершенствования системы государственного управления Московской области.

5. Рекомендовать Городскому округу Балашиха Московской области, городскому округу Лобня Московской области, Одинцовскому городскому округу Московской области, Орехово-Зуевскому городскому округу Московской области, Городскому округу Пушкинский Московской области, городскому округу Ступино Московской области, городскому округу Солнечногорск Московской области, Ленинскому городскому округу Московской области:

- 1) принять участие в пилотном проекте;
- 2) не позднее 30 января 2026 года утвердить муниципальные Планы мероприятий («дорожные карты») по содействию развитию конкуренции на 2026-2030 годы.

6. Министерству информации и молодежной политики Московской области обеспечить официальное опубликование (размещение) настоящего постановления на сайте Правительства Московской области в Интернет-портале Правительства Московской области (www.mosreg.ru) и на «Официальном интернет-портале правовой информации» (www.pravo.gov.ru).

7. Настоящее постановление вступает в силу на следующий день после дня его официального опубликования.

8. Контроль за выполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя Председателя Правительства Московской области Масленкину Н.А.

Первый Вице-губернатор
Московской области – Председатель
Правительства Московской области



И.Н. Габдрахманов