

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 4 марта 2013 г.
Новосибирск

г.

Решение в полном объеме изготовлено 6 марта 2013 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (далее - Новосибирское УФАС России) по рассмотрению жалоб на действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов в составе:

Камнева Н. П. – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии;

Долженкова Е. В. – главный государственный инспектор отдела контроля органов власти, член Комиссии;

Михеева Ю. А. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

рассмотрев жалобу общества с ограниченной ответственностью «Морской портовый сервис - Балтика» (далее – ООО «МПС-Балтика») на действия организатора торгов муниципального казенного учреждения г.Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» (далее – МКУ «ГЦНР») по проведению конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска,

в присутствии:

«...»

УСТАНОВИЛА:

В Новосибирское УФАС России поступила жалоба ООО «МПС-Балтика» на действия организатора торгов муниципального казенного учреждения г.Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» по проведению конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска.

Заявитель считает, что конкурсная документация указанного конкурса содержит положения, не соответствующие антимонопольному законодательству:

1. Предъявляя требования к претенденту об уплате задатка, организатор торгов не указал его размер - в извещении о проведении конкурса указан не размер задатка, а возможный способ определения его размера: имеющееся в извещении указание, что задаток, округленный в большую сторону до сотен, за каждое рекламное место устанавливается в размере минимальной цены договора на

установку и эксплуатацию рекламной конструкции за трехмесячный период, а начальная (минимальная) цена за каждое рекламное место определяется в соответствии с формулой в Приложении 7 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета от 25.10.2006 № 372 (в данную сумму не включен НДС 18 %). Данное положение ставит участников конкурса, не находящихся в Новосибирском регионе в неодинаковое положение по сравнению с резидентами г. Новосибирска, поскольку претендент, находящийся по фактическому и юридическому адресу в ином регионе Российской Федерации не имеет возможности без дополнительных значительных затрат указать правильные значения коэффициентов K1, K3, K4 (из формулы, установленной Правилами распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске), так как на момент подготовки и подачи заявок не обладает точными данными о градостроительной ситуации, технических возможностях подключения рекламных конструкций к точкам электроснабжения, и будут ли его рекламные конструкции иметь социальное значение. Кроме того, конкурсной документацией установлены условия, предусматривающие оплату задатка по одному и тому же лоту в различных размерах.

2. Конкурсная документация указанного конкурса содержит противоречивые данные относительно минимального размера базового тарифа одного квадратного метра рекламной площади (БТ). Так согласно извещению базовый тариф составляет 320 рублей, в п. 1.4 конкурсной документации указано 225 рублей. Таким образом, по мнению заявителя, включение в документацию о торгах условий, которые в итоге приводят к ограничению круга участников торгов, содержат дискриминационные условия, что может рассматриваться как ограничение доступа к участию в конкурсе.

На основании изложенного заявитель просит провести проверку действий организатора указанного конкурса.

Жалоба ООО «МПС-Балтика» подана в соответствии с требованиями ч.ч. 6-8 ст. 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», принята Новосибирским УФАС России к рассмотрению.

МКУ «ГЦНР» представило следующие возражения на жалобу.

1. 01.02.2013 опубликовано сообщение о проведении конкурса, к сообщению прикреплены два файла текст извещения и текст конкурсной документации.

При прикреплении файла с конкурсной документацией специалистом, осуществляющим публикацию сообщения, была допущена техническая ошибка (прикреплен неверный файл с конкурсной документацией). Вместе с тем, необходимо отметить, что указанная конкурсная документация содержала лишь одно ошибочное положение, это размер базового тарифа. Кроме того, участники конкурса имели возможность ознакомиться с извещением о проведении конкурса, содержащим все условия проведения конкурса.

Таким образом, несоответствие указания размера базового тарифа в извещении и конкурсной документации не могло повлечь за собой ограничение круга участников конкурса, поскольку все без исключения участники конкурса имели

возможность ознакомиться с извещением о проведении конкурса.

2. В соответствии с извещением о проведении конкурса задаток, за каждое рекламное место устанавливается в размере минимальной цены договора на установку и эксплуатации рекламной конструкции за трехмесячный период.

В свою очередь, начальная (минимальная) цена на каждое рекламное место определяется в соответствии с формулой, указанной в Приложении 7 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета от 25.10.2006 № 372 (далее - Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске).

Вместе с тем, данной формулой четко установлены значения каждого из коэффициентов.

Таким образом, значения коэффициентов K1, K3, K4 утверждены Правилами распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске.

В свою очередь, Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске опубликованы в установленном законодательством порядке, а, следовательно, доступны для ознакомления в правовых системах Гарант, Консультант, в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

На основании изложенного, участник конкурса имеет возможность ознакомиться с тестом Приложения 7 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске в любое время и в любой точке Российской Федерации, что не требует дополнительных затрат со стороны участников конкурса, находящихся за пределами Новосибирской области.

На заседании Комиссии Новосибирского УФАС России представитель ООО «МПС-Балтика» добавил, что в конкурсной документации рассматриваемого конкурса установлены непрозрачные, неконкретные критерии оценки конкурсных предложений, что позволяет конкурсной комиссии принять необъективное решение о победителе конкурса и создает дискриминационные условия для участников конкурса.

Рассмотрев по существу поступившую жалобу, представленные материалы и возражения, Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к следующим выводам.

В соответствии с п. 5.1. Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

Согласно п.6.1 Правил распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, утвержденным Решением Городского Совета

Новосибирска от 25.10.2006 г. № 372 (далее - Правила), заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Новосибирска), осуществляется на основе торгов в форме открытого конкурса (далее по тексту - конкурс), проводимого комиссией по проведению конкурса в соответствии с законодательством Российской Федерации и [Положением](#) о порядке организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (приложение 2).

Муниципальное казенное учреждение города Новосибирска "Городской центр наружной рекламы" наделяется от имени мэрии города Новосибирска правом заключения [договоров](#) на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (приложение 5), если иное не предусмотрено действующим законодательством, муниципальными правовыми актами города Новосибирска (пункт 6.4 Правил).

В Приложении 2 к Правилам установлен Порядок организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности, утвержден Решением Городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 г. № 372 (далее - Порядок организации и проведения конкурса).

31.01.2013 г. Комиссией по проведению конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности было принято решение о назначении проведения конкурса на 06.03.2013 г.

01.02.2013 г. на официальном сайте города Новосибирска www.novo-sibirsk.ru было опубликовано извещение о проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска. Предмет конкурса состоит из 239 лотов (рекламные конструкции).

Задаток, округленный в большую сторону до сотен, за каждое рекламное место устанавливается в размере минимальной цены договора на установку и эксплуатации рекламной конструкции за трехмесячный период. Начальная (минимальная) цена на каждое рекламное место определяется в соответствии с формулой в Приложении 7 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета от 25.10.2006 № 372 (в данную сумму не включен НДС 18 %).

Согласно Порядку расчета размера оплаты за установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, утвержденным Решением Городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 г. № 372 (Приложение 7) начальный (минимальный) размер цены договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, определяется по формуле:

$$C = БТ \times S \times П \times K1 \times K2 \times K3 \times K4 \times K5,$$

где БТ - базовый тариф одного квадратного метра рекламной площади утверждается правовым актом мэрии города Новосибирска на основании решения комиссии по регулированию тарифов;

S - площадь рекламного поля рекламной конструкции (кв. м);

П - период установки и эксплуатации рекламной конструкции (единица измерения - месяц);

K1 - коэффициент, учитывающий территориальную привязку:

№	Территориальные зоны	Значение коэффициента K1
1	Городская зона высшей категории	1,5
2	Городская зона I категории	1,25
3	Городская зона II категории	1,0
4	Городская зона III категории	0,8
5	Городская зона IV категории	0,5

K2 - коэффициент, отражающий зависимость размера оплаты от площади рекламного поля одной стороны рекламной конструкции:

Площадь рекламной поверхности, кв.м	Значение коэффициента K2
До 2,99	1,5
3-17,99	1,2
18-36,99	$0,85+2,7/S$
37-100,99	$0,6+11,5/S$
101-200,99	$0,45+25/S$
201 и более	$0,2+73/S$

K3 - коэффициент, отражающий техническую специфику рекламных конструкций:

Характеристики	Значение коэффициента K3
Отсутствие подсветки (при возможности подключения)	1,5
Отсутствие подсветки (при технической невозможности подключения)	1,0
Применение внешней подсветки	0,8
Применение внутренней подсветки	0,7
Автоматическая смена экспозиции (призматроны, роллеры)	$0,5+0,5/n$ (n – кол-во сторон)
Крышные рекламные установки	1
Динамические, проекционные,	

пневматические, электронные табло и другие технически сложные конструкции	0,7
---	-----

K4 - коэффициент, учитывающий специфику рекламных конструкций и обеспечение архитектурно-художественного оформления города:

Тип рекламной конструкции	Значение коэффициента K4
Рекламно-информационное оформление предприятий	0,5
Временные сооружения, оформленные в фирменном стиле	0,5
Рекламные конструкции, обеспечивающие художественное оформление объектов строительства	0,25
Рекламные конструкции, обеспечивающие архитектурно-художественное оформление города или имеющие социальное значение	0,5
Наземные панно	0,2
Флаговые композиции	0,5
Иные рекламные конструкции	1,0

K5 - коэффициент, учитывающий суммарное количество рекламных поверхностей (кв.м) рекламных конструкций, установленных с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности:

Суммарное количество, кв.м	Значение коэффициента K5
Не более 500	1,0
501-1000	0,8
1001-3000	0,5
3001-5000	0,3
5001 и более	0,1

Минимальный размер базового тарифа одного квадратного метра рекламной площади (БТ) в извещении указан 320 рублей. В конкурсной документации, представленной на официальном сайте города Новосибирска, минимальный размер базового тарифа одного квадратного метра рекламной площади (БТ) составляет 225 рублей (п.1.4 конкурсной документации).

Согласно п.4.2 Порядка организации и проведения конкурса извещение должно содержать следующие обязательные сведения:

- форму торгов (открытый конкурс);
- дату, время, место проведения конкурса;
- предмет конкурса (лоты) с указанием их номеров и указанием местонахождения каждого рекламного места;
- базовый тариф одного квадратного метра рекламной площади и

формулу, по которой определяется начальный (минимальный) размер цены договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска;

- порядок ознакомления претендентов с процедурой и условиями конкурса;
- порядок оформления заявок, дату начала и окончания приема заявок и документов от претендентов;
- размер, срок и порядок внесения задатка, а также счет организатора конкурса, на который он должен быть перечислен;
- критерии определения победителя конкурса;
- способ уведомления об итогах конкурса;
- срок для заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (14 дней после завершения конкурса и оформления протокола);
- номер контактного телефона и местонахождение ответственного лица организатора конкурса.

В соответствии ч.4 ст.448 Гражданского Кодекса РФ, участники торгов вносят задаток в размере, сроки и порядке, которые указаны в извещении о проведении торгов.

В извещении рассматриваемого конкурса указан не размер, а порядок определения задатка (в соответствии с формулой в Приложении 7 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске), что нарушает требования, установленные Порядком организации и проведения конкурса, а также Гражданским Кодексом РФ.

Кроме того, согласно пункту 3.8 конкурсной документации в случае наличия неточностей или арифметических ошибок в заявках участников конкурса, конкурсная комиссия вправе принять одно из двух решений: не допускать соответствующего участника конкурса к участию в конкурсе на основании несоответствия его заявки требованиям, установленным конкурсной документацией, либо допустить соответствующего участника конкурса к участию в конкурсе, если сочтет, что данные недостатки не влияют на существо конкурсных предложений или они могут быть исправлены присутствующим на заседании уполномоченным представителем соответствующего участника конкурса.

Установление в извещении и конкурсной документации требования расчета размера задатка претендентом на участие в конкурсе самостоятельно по представленной формуле может повлечь за собой неточности и арифметические ошибки в определении такого размера. Следовательно, в таком случае конкурсная комиссия имеет право не допустить претендента к участию в конкурсе.

Кроме того, согласно п.6.5 Порядка организации и проведения конкурса

претенденту отказывается в участии в конкурсе (в регистрации заявки) в следующих случаях:

а) истечение срока приема заявок;

б) к заявке не приложены документы, представление которых требуется в соответствии с настоящим Положением.

А согласно разделу 5 Порядка организации и проведения конкурса участником конкурса может быть юридическое или физическое лицо, не имеющее задолженности перед мэрией города Новосибирска за установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций и нарушений Правил, представившее организатору конкурса, кроме всего прочего, платежный документ, подтверждающий внесение задатка в установленном размере.

В соответствии с извещением о проведении рассматриваемого конкурса начальная (минимальная) цена на каждое рекламное место определяется в соответствии с формулой в Приложении 7 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета от 25.10.2006 № 372 (в данную сумму не включен НДС 18 %). Указанная формула, кроме всего прочего, содержит значение «БТ» (базовый тариф одного квадратного метра рекламной площади утверждается правовым актом мэрии города Новосибирска на основании решения комиссии по регулированию тарифов).

Согласно пункту 3.5 конкурсной документации в конкурсном предложении участник конкурса указывает цену квадратного метра рекламной площади (базовый тариф).

Предложения, содержащие цену ниже начальной, не рассматриваются (пункт 3.7 конкурсной документации; пункт 7.6 Порядка организации и проведения конкурса).

Минимальный размер базового тарифа одного квадратного метра рекламной площади (БТ) в извещении указан 320 рублей. В конкурсной документации, представленной на официальном сайте города Новосибирска, минимальный размер базового тарифа одного квадратного метра рекламной площади (БТ) составляет 225 рублей (п. 1.4 конкурсной документации).

Согласно объяснениям МКУ «ГЦНР» при прикреплении файла с конкурсной документацией специалистом, осуществляющим публикацию сообщения, была допущена техническая ошибка (прикреплен неверный файл с конкурсной документацией), поэтому в конкурсной документации содержится неверная информация о размере базового тарифа (БТ).

Однако при определении начальной (минимальной) цены на каждое рекламное место претенденту на участие в конкурсе необходимо рассчитать формулу, установленную в Приложении 7 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятых решением городского Совета от 25.10.2006 № 372, которая содержит в себе значение «БТ». В случае если претендент рассчитывает указанную формулу со значением БТ = 225 рублей (которое указано в конкурсной документации), а не 320 рублей (которое указано в извещении), результат получится ниже начальной (минимальной) цены. Следовательно, заявка

претендента не будет рассмотрена. При рассмотрении жалобы представитель организатора конкурса подтвердил, что в случае, если в конкурсном предложении претендента на участие в конкурсе базовый тариф будет указан в размере 225 рублей, то предложение рассматриваться не будет.

Таким образом, техническая ошибка, допущенная организатором конкурса при размещении конкурсной документации на официальном сайте, могла ввести претендентов на участие в конкурсе в заблуждение и впоследствии привести к необоснованному отказу в рассмотрении конкурсных предложений претендентов, которые указали базовый тариф в размере 225 рублей.

Согласно п.7.4 Порядка организации и проведения конкурса комиссия по проведению конкурса оценивает предложения участников конкурса на основании критериев, определенных конкурсной документацией.

В соответствии с конкурсной документацией (п.4.1-4.3) определение победителя конкурса осуществляется на основании следующих критериев:

- а) максимальное предложение по цене предмета конкурса;
- б) наилучшие предложения по благоустройству территории;
- в) наилучшие предложения по праздничному оформлению.

Значимость критериев распределяется следующим образом:

- а) максимальное предложение по цене – 40%;
- б) наилучшее предложение по благоустройству территории – 30 %;
- в) наилучшее предложение по праздничному оформлению – 30 %.

Лучшее предложение по каждому условию получает максимальное количество баллов (процентов), каждое следующее по нисходящей на 5 баллов (процентов) меньше, но не менее 15 баллов (процентов) для условия «цена», 10 баллов (процентов) для условий «благоустройство территории» и «праздничное оформление».

Однако конкурсной документацией не установлено, какие конкретные показатели входят в критерии «благоустройство территории» и «праздничное оформление», каким образом оцениваются конкурсные предложения по данным критериям. Таким образом, установление в конкурсной документации рассматриваемого конкурса неконкретных и неоднозначных критериев оценки конкурсных предложений участников конкурса может привести к необъективному решению об определении победителя конкурса.

Учитывая изложенные обстоятельства, руководствуясь ч. 20 ст. 18.1, п. 3.1 ч. 1 ст. 23 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Новосибирского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать жалобу ООО «МПС-Балтика» на действия организатора торгов муниципального казенного учреждения г.Новосибирска «Городской центр

наружной рекламы» по проведению конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, обоснованной.

2. Признать имеющиеся материалы достаточными для выдачи организатору торгов (МКУ г.Новосибирска «Городской центр наружной рекламы») предписания о совершении действий, направленных на устранение нарушений порядка организации и проведения торгов (конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска, извещение от 01.02.2013г.).

3. Признать, что основания для принятия иных мер по пресечению и (или) устранению последствий нарушения антимонопольного законодательства отсутствуют.

Решение Комиссии может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его принятия.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа ч. 2.6 ст. 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить решение антимонопольного органа.

Председатель Комиссии

Н.П. Камнева

Члены Комиссии

Е.В. Долженкова

Ю.А.Михеева

ПРЕДПИСАНИЕ № 11

о совершении действий, направленных на устранение нарушений порядка организации и проведения торгов

6 марта 2013 г.

г. Новосибирск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (далее - Новосибирское УФАС России) по рассмотрению жалоб на действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов в составе:

Камнева Н. П. – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии;

Долженкова Е. В. – главный государственный инспектор отдела контроля органов власти, член Комиссии;

Михеева Ю. А. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

руководствуясь ст. 18.1, п. 3.1 ч. 1 ст. 23 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» на основании своего решения от 06.03.2013 г. по результатам рассмотрения жалобы общества с ограниченной ответственностью «Морской порт сервис - Балтика» на действия организатора торгов муниципального казенного учреждения г.Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» (далее – МКУ «ГЦНР») по проведению конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Организатору конкурса (МКУ г.Новосибирска «Городской центр наружной рекламы») на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (извещение от 01.02.2013 г.), совершить действия, направленные на устранение нарушений порядка организации и проведения торгов, выразившихся в нарушении Гражданского Кодекса Российской Федерации и Положения о порядке организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности, утвержденное Решением Городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 г. № 372.

2. С целью устранения нарушений МКУ г.Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» необходимо аннулировать конкурс на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (извещение от 01.02.2013 г.), внести изменения в извещение о проведении конкурса и положения конкурсной документации, которые нарушают Положение о порядке организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности, утвержденное Решением Городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 г. № 372, а именно установить конкретный размер задатка, установить единый минимальный размер базового тарифа одного квадратного метра рекламной площади (БТ), определить четкие

критерии оценки участников конкурса и определения победителя конкурса.

3. Об исполнении настоящего предписания администрации г. Бердска сообщить в Новосибирское УФАС России до 25.03.2013 г., с приложением подтверждающих документов.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его выдачи.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного предписания антимонопольного органа ч. 2.6 ст. 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.

Председатель Комиссии

Н.П. Камнева

Члены Комиссии

Е.В. Долженкова

Ю.А. Михеева