

Решение

по жалобе № 042/10/18.1-1198/2020

«18» августа 2020 г.

г. Кемерово

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по рассмотрению жалоб о нарушении процедуры торгов и порядка заключения договоров, утверждения порядка рассмотрения жалоб

рассмотрев в порядке, установленном статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ № 135-ФЗ), жалобу физического лица и материалы жалобы № 042/10/18.1-1198/2020 в отсутствие представителей сторон, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте рассмотрения жалобы № 042/10/18.1-1198/2020,

УСТАНОВИЛА:

29.07.2020 в адрес Кемеровского УФАС России поступила жалоба физического лица (вх. № 5208э) о наличии в действиях организатора конкурса - Управления городского развития администрации г. Кемерово (далее – УГР г. Кемерово) признаков нарушения Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории г. Кемерово (извещение № 2/20 от 06.07.2020).

По мнению заявителя, нарушение выразилось в нарушении процедуры организации и проведения торгов, а именно: об объединении 12 технически сложных рекламных конструкций в один лот, что привело к увеличению стоимости права на заключение указанного выше договора, в т.ч. сумма ежемесячного (ежегодного платежа), суммы задатков, что является финансовым барьером для малого предпринимательства; в отсутствии порядка расчета баллов по критерию оценки «внешний вид, дизайн функциональность и т.п.; включению в проект договора п. 4.2.11, п. 4.2.12, п. 5.2, п. 5.4, п. 6.3, противоречащих действующему законодательству Российской Федерации.

Уведомлением от 31.07.2020 (исх. № 11/6712) рассмотрение жалобы № 042/10/18.1-1198/2020 было назначено на 07.08.2020 на 10 часов 00 минут.

Уведомлением 05.08.2020 (исх. № 11/6831) рассмотрение жалобы № 042/10/18.1-1198/2020 было назначено на 18.08.2020 на 14 часов 00 минут.

17.08.2020 рассмотрение жалобы № 042/10/18.1-1198/2020 было перенесено на 18.08.2020 на 9 часов 30 минут.

06.08.2020 в адрес Кемеровского УФАС России поступили пояснения УГР г. Кемерово и ходатайство о рассмотрении жалобы № 042/10/18.1-1198/2020 в

отсутствие представителя УГР г. Кемерово. В пояснениях УГР г. Кемерово сообщает, что при формировании лота организатор торгов исходил из единого вида и технических характеристик рекламных конструкций, технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций на местах. В конкурсном предложении участника (форма № 3) установлены требования, которым должно отвечать описание предложения участника по критерию № 4 «внешний вид, дизайн, функциональность и т.п.», а также документация которая должна быть представлена в обязательном порядке, и документация, которая может быть представлена по желанию участника. Относительно положений проекта договора на установку и размещение рекламных конструкций УГР г. Кемерово сообщает, что в соответствии с требованиями ст. 432, 448 Гражданского кодекса Российской Федерации организатором торгов определены существенные условия договора и включены в проект договора, а также указаны в извещении о проведении торгов. Из анализа положений конкурсной документации следует, что указанные выше положения документации не могут привести к ограничению конкуренции, и как следствие, к неправильному определению победителя торгов.

17.08.2020 в адрес Кемеровского УФАС России поступило ходатайство от заявителя о рассмотрении жалобы № 042/10/18.1-1198/2020 в его отсутствие.

Изучив имеющиеся материалы, Комиссия Кемеровского УФАС России установила следующее:

Согласно п. 26.1.ч. 1 ст. 16 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» к вопросам местного значения муниципального, городского округа относится утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории муниципального, городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории муниципального, городского округа, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом «О рекламе».

Частью 5.1 ст. 19 ФЗ № 38-ФЗ установлено, что 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. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с частью 5.8 настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими

организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

В соответствии с п. 1. Решения Кемеровского городского Совета народных депутатов от 05.03.20169 № 212 «Об установлении формы проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Кемерово, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, в городском округе - городе Кемерово» осуществлять проведение торгов на право заключения указанного договора в форме конкурса.

Исходя из изложенного, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется на основе торгов (в форме конкурса), проводимых органом местного самоуправления либо уполномоченной им организацией, в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций.

06.07.2020 организатором торгов – УГР г. Кемерово было опубликовано извещение № 2/20 о проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории г. Кемерово. Начальная цена торгов определена на основании отчета об оценке, выполненного в соответствии с Федеральным законом от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации», и составляет 1 084 800,00 руб.

Согласно п. 1.1.3 извещения № 2/20 целью проведения конкурса является выявление лиц, способных на наиболее выгодные для города условиях разместить рекламные конструкции надлежащего качества в соответствии с утвержденной схемой размещения рекламных конструкций.

В соответствии с п. 1.2 извещения № 2/20 места размещения рекламных конструкций предусмотрены схемой размещения рекламных конструкций, утвержденной Постановлением администрации г. Кемерово от 30.12.2013 № 3929, указаны в адресной программе размещения рекламных конструкций (приложение № 1 к извещению) и графической части (приложение № 2 к извещению).

Согласно п. 1.6.1 извещения № 2/20 в конкурсе может принять участие любое юридическое лицо или физическое лицо, в т.ч. претендующие на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории г. Кемерово.

Пунктами 1.6.1.1-1.6.1.5 извещения № 2/20 установлены единые требования к претендентам конкурса, а именно: подача заявки в установленные извещением сроки, по форме, указанной в конкурсной документации; ответственность за достоверность предоставленной информации; внесение задатка в установленном размере; исполнение обязательств, возлагаемых на победителя условиями конкурса; возможность отзыва поданной заявки до вскрытия конвертов.

В соответствии с п. 1.6.2 извещения № 2/20 претендент не допускается к участию в конкурсе, в случае если: цена права на заключение договора, указанная в заявке, ниже начальной цены; не внесен задаток; не представлены документы, предусмотренные извещением, либо наличие в таких документах недостоверной информации.

Таким образом, спорный конкурс проводится с целью выявления физических лиц, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, способных на наиболее выгодные для города условиях разместить рекламные конструкции надлежащего качества в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций. К претендентам на участие в конкурсе установлены единые требования, а также основания для не допуска к участию в конкурсе.

Согласно приложению № 1 к извещению № 2/20 предусмотрено размещение 12-ти щитовых рекламных конструкций на местах, предусмотренных постановлением администрации г. Кемерово от 30.12.2013 № 3929 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций», по следующим адресам:

- ул. Автозаводская, южнее дома № 2;
- ул. Автозаводская, юго-западнее дома № 2;
- ул. Волгоградская, юго-восточнее пересечения с пр. Химиков (нечетная сторона);
- пр. Комсомольский, восточнее дома № 61, через дорогу;
- пр. Комсомольский, восточнее дома № 53, через дорогу;
- пр. Ленина, юго-восточнее дома № 158;
- а/д Кемерово-Елыкаево-Старочервово, 8км+390 м. слева;
- пр. Шахтеров, восточнее дома № 93А;
- пр. Шахтеров, юго-восточнее дома № 95;
- пр. Шахтеров, юго-восточнее здания № 113, к. 2;
- пр. Ленина, западнее здания № 56;
- ул. Красноармейская, пересечение с ул. Железнодорожная, 4 (МТАЗК-10).

В соответствии с техническим описанием к указанным выше рекламным конструкциям предъявляются следующие требования: конструкция должна быть установлена на собственной опоре, двухсторонняя; опорная стойка – сварной металлический швеллер; фундамент – заглубляемый; угол обзора – 140/60°; электронно-цифровая–светодиодная панель (LED Outdoor RGB/8) с шагом пикселя не более 8 мм.

С учетом изложенного, указанные выше варианты рекламных конструкции имеют единое техническое, функциональное назначение, а именно: к ним предъявляются единые требования, предназначены исключительно для размещения рекламы; места размещения утверждены схемой размещения рекламных конструкций; рекламные конструкции расположены в разных районах г. Кемерово.

Действующее законодательство Российской Федерации о рекламе не содержит единых требований, в т.ч. для органов местного самоуправления к принципу формирования лотов, порядку расчета размера платы по договору за размещение рекламных конструкций и порядку организации и проведения торгов

на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности.

Исходя из изложенного, форма и порядок проведения таких торгов устанавливаются организаторами торгов, исходя из общих положений о торгах, содержащихся в статьях 447 - 449 Гражданского кодекса Российской Федерации, т.е. при проведении торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций организатор торгов вправе самостоятельно установить правила проведения таких торгов, в т.ч. определить собственные способы формирования лотов.

Таким образом, довод заявителя о том, что объединение указанных рекламных конструкций в один лот привел к необоснованному укрупнению лота, повлек нарушение конкуренции ввиду увеличения обеспечения заявки, является финансовым барьером для хозяйствующих субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере рекламы, не нашел своего подтверждения.

Относительно довода заявителя об отсутствии порядка расчета баллов по критерию оценки «внешний вид, дизайн и функциональность, применение высокотехнологичных решений, предложение использования рекламных конструкций, гармонично сочетающихся с окружающей обстановкой относительно местоположения рекламной конструкции, градостроительной ситуации» (далее - «внешний вид, дизайн, функциональность») сообщаем следующее:

Согласно п. 7.1.5, 7.1.7 извещения № 2/20 в рамках рассмотрения и оценки заявок конкурсная комиссия оценивает конкурсные предложения участников, допущенных для участия в конкурсе. Оценка конкурсных предложений участников конкурса проводится на основании их рейтингов, получаемых по установленным критериям оценки.

Пунктом 7.2 извещения № 2/20 установлены критерии оценки:

- критерий № 1 – безвозмездное размещение на рекламной конструкции социальной рекламы и социально значимой городской информации по заявкам администрации г. Кемерово (п. 7.2.1 извещения № 2/20);

- критерий № 2 - предложение по цене предмета конкурса (лота) (п. 7.2.2 извещения № 1/20);

- критерий № 3 - предложение по порядку внесения размера годовой платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций: ежемесячно равными платежами / ежегодно одним платежом (п. 7.2.3 извещения № 2/20);

- критерий № 4 – внешний вид, дизайн и функциональность, применение высокотехнологичных решений, предложение использования рекламных конструкций, гармонично сочетающихся с окружающей обстановкой относительно местоположения рекламной конструкции, градостроительной ситуации (п. 7.2.4

извещения № 2/20).

В соответствии с п. 7.3 извещения № 1/20 значимость критериев распределяется следующим образом:

№ п/п	Критерии оценки предложения участника конкурса	Коэффициент значимости по конкурсному критерию в баллах
1.	Безвозмездное размещение на рекламной конструкции социальной рекламы и социально значимой городской информации по заявкам администрации г. Кемерово	50
2.	Цена предмета конкурса (лота)	30
3.	Порядок внесения платы по договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций:	
	- ежемесячно	1
	- ежегодно	15
4.	Внешний вид, дизайн и функциональность, применение высокотехнологичных решений, предложение использования рекламных конструкций, гармонично сочетающихся с окружающей обстановкой относительно местоположения рекламной конструкции, градостроительной ситуации	5

Суммарное максимальное значение критериев конкурса составляет 100 баллов.

Итоговый рейтинг предложения участника конкурса по всем критериям оценки (R_{max}) по соответствующему лоту определяется по формуле:

$$R_{max} = R1+R2+R3+R4.$$

В соответствии с п. 7.4 извещения № 2/20 определение рейтинга участников конкурса осуществляется на основании ранжирования. В соответствии с ранжированием участники распределяются, начиная от первого, заканчивая последним, в зависимости от степени выгоды их предложений, и им присваивается рейтинговое значение, соответствующее месту в ранжире. При отсутствии предложений участников по какому-либо из критериев, по данному критерию выставляется рейтинг в 0 (ноль) баллов.

Пунктами 7.4.1, 7.4.2, 7.4.3, 7.4.4 извещения № 2/20 установлен порядок оценки и сопоставления заявок участников конкурса (рейтинг), присуждаемый участнику конкурса, по установленным критериям, в т.ч. по критериям №№1-3 указан порядок начисления баллов (с указанием формул (критерии №№ 1, 2), а также соответствия количества баллов определенному показателю (ежемесячно, ежегодно (критерий № 3)).

Таким образом, п. 7.3, 7.4.1, 7.4.2, 7.4.3, 7.4.4 извещения № 2/20 установлены

значимость критериев и порядок оценки и сопоставления заявок участников конкурса.

Согласно п. 7.4.4 конкурсной документации по конкурсному критерию оценки «внешний вид, дизайн, функциональность» определяется путем суммирования оценок всех членов конкурсной комиссии и деления суммы на число членов конкурсной комиссии. При этом каждый член комиссии выставляет оценку от 1 до 5 баллов представленного конкурсного предложения по данному критерию. Под указанным конкурсным критерием понимается совокупность технических решений по установке и эксплуатации рекламной конструкции и ее художественно-архитектурному оформлению, включая внешний вид рекламной конструкции, подготовленных с учетом специфики метода размещения рекламной конструкции и особенностей объекта недвижимого имущества, на котором размещается рекламная конструкция.

При оценке предложений участников по данному критерию учитываются современный внешний вид и применение современных материалов при изготовлении рекламной конструкции, эстетичность выбранного способа подсветки, качественные характеристики рекламной конструкции, обеспечивающие её прочность и надежность, энергоэффективность рекламной конструкции при ее эксплуатации, технологичность монтажа и демонтажа рекламной конструкции, тип используемого материала и способ его крепления к информационному полю конструкции, техническое исполнение стойки рекламной конструкции, способ и время замены элементов рекламной конструкции в случае их повреждения. Наличие предоставляемых демонстрационных материалов (эскизов оформления рекламной конструкции, рисунков, чертежей, фотографий, иных изображений рекламной конструкции). В составе конкурсного предложения должна быть представлена техническая документация на предлагаемую к установке рекламную конструкцию, разработанная в соответствии с требованиями СНиПов, ГОСТов, технических регламентов и иных нормативных правовых актов, содержащих требования для конструкций соответствующего типа.

Техническая документация должна представлять собой технологические и конструктивные решения рекламной конструкции с указанием материалов, параметров и основных узлов крепления, содержать расчет нагрузок (ветровых, снеговых); указания по изготовлению, монтажу, наладке, эксплуатации, техническому обслуживанию, ремонту; выводы о соответствии рекламной конструкции требованиям безопасности. Технические характеристики рекламной конструкции, являющейся предметом конкурса, должны соответствовать требованиям, указанным в Технической части (приложение № 3 к настоящему Извещению).

Предложение претендента по критерию «внешний вид, дизайн, функциональность» может включать в себя:

- текстовое описание внешнего вида рекламной конструкции с учетом специфики метода размещения рекламной конструкции и особенностей объекта недвижимого имущества, на котором размещается рекламная конструкция, способа подсветки, качественные характеристики рекламной конструкции, обеспечивающие её прочность и надежность, энергоэффективность рекламной конструкции при ее эксплуатации, технологичность монтажа и демонтажа рекламной конструкции, тип используемого материала и способ его крепления к

информационному полю конструкции, техническое исполнение стойки рекламной конструкции, способ и время замены элементов рекламной конструкции в случае их повреждения;

- демонстрационный материал (эскизы оформления рекламной конструкции, рисунки, чертежи, фотографий, иных изображений рекламной конструкции).

Таким образом, в п. 7.4.4 извещения № 2/20 перечислены показатели, характеризующие критерий № 4 «внешний вид, дизайн, функциональность», а также указано, что оценка по критерию № 4 определяется путем суммирования оценок всех членов конкурсной комиссии и деления суммы на число членов конкурсной комиссии. При этом каждый член комиссии выставляет оценку от 1 до 5 баллов представленного конкурсного предложения по данному критерию

Вместе с тем, в п. 7.4.4 извещения по конкурсному критерию № 4 отсутствует количественная оценка сведений, представляемых участниками конкурса, между такими сведениями и количеством присваиваемых баллов.

Информационное обеспечение проводимых торгов предусматривает необходимость предоставления доступа участникам закупки к документации о торгах, содержащей с достаточной степенью детализации порядок и критерии оценки, сопоставления заявок.

Изложение параметров оценки и сопоставления конкурсных заявок должно быть прозрачным и открытым для претендентов для того, чтобы они имели возможность проверить, каким образом присваивают баллы по установленным критериям, в результате ранжирования которых определяют победителя конкурса.

Если возможна количественная оценка сведений, представляемых участниками закупки, между такими сведениями и количеством присваиваемых баллов должно быть установлено их взаимное соотношение: определенное количество присваиваемых баллов должно соответствовать определенному показателю, возможное количественное изменение показателя оценки должно изменять количество присваиваемых баллов в соответствии с интервалами их изменений или используемой формулой.

Требования, предъявляемые к участникам конкурса, критерии и порядок оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе, установленные организатором торгов, должны применяться в равной степени ко всем участникам конкурса. Отсутствие порядка расчета баллов по установленному критерию № 4 при сопоставлении заявок в составе конкурсной документации, может привести к злоупотреблениям со стороны организатора торгов, поскольку определение лица, предложившего лучшие условия, будет основано исключительно на субъективном мнении конкурсной комиссии. Более того, порядок начисления баллов является необходимым для участников конкурса, поскольку их наличие не только соответствует принципам открытости и прозрачности торгов, в т.ч. при определении победителя, но и является стимулирующим фактором при подаче заявок, а также направлено на поддержание конкуренции, нивелирование споров и разногласий участников и организатора конкурса при подведении их итогов. Тем самым организатором торгов реализуется принцип равноправия, справедливости, отсутствия дискриминации и необоснованных ограничений конкуренции по отношению к участникам конкурса.

В силу ч. 1 ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ № 135-ФЗ) при проведении торгов запрещены любые действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции.

Исходя из буквального толкования ч. 1 ст. 17 ФЗ № 135-ФЗ, достаточным основанием для вывода о нарушении ч. 1 ст. 17 ФЗ № 135-ФЗ является создание условий и возможности для наступления последствий в виде недопущения, ограничения либо устранения конкуренции.

Таким образом, действия организатора конкурса - Управления городского развития администрации г. Кемерово, выразившиеся в отсутствии в извещении № 2/20 порядка оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе по критерию № 4 «внешний вид, дизайн, функциональность», содержат признаки нарушения ч. 1 ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Довод заявителя о включении в проект договора п. 4.1.2, 4.2.1, 4.2.6, п. 4.2.11, п. 4.2.12, 4.2.16, 4.2.19, 4.2.20, 4.3.6, 3.10, п. 5.2, п. 5.4, п. 6.3, не соответствующих нормам действующего законодательства РФ, считаем не подлежащим оценке по следующим обстоятельствам:

Вопросы соответствия/несоответствия п. 4.1.2, 4.2.1, 4.2.6, 4.2.16, 4.2.19, 4.2.20, 4.3.6, 3.10 проекта договора требованиям действующего законодательства Российской Федерации были отражены Кемеровским УФАС России в решении по жалобе № 042/10/18.1-1018/2020, а именно:

- пункт 4.2.1 проекта договора признан несоответствующим требованиям, установленным Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.12.2004 № 861;

- пункты 4.1.2, 4.2.6, 4.2.19, 4.2.20, 4.3.6, 3.10 проекта договора признаны несоответствующими требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Действующее законодательство Российской Федерации о рекламе не содержит единых требований к принципу формирования условий договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Согласно ч. 1 ст. 432 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ) договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Частью 3 статьи 448 ГК РФ установлено, что условия договора, заключаемого по результатам торгов, определяются организатором торгов и должны быть указаны в извещении о проведении торгов.

Согласно п. 1, 3, ч. 8 ст. 448 ГК РФ условия договора, заключенного по результатам торгов в случаях, когда его заключение в соответствии с законом допускается только путем проведения торгов, могут быть изменены сторонами по основаниям, установленным законом, по иным основаниям, если изменение договора не повлияет на его условия, имевшие существенное значение для определения цены на торгах.

Заявителем не представлено доказательств того, что указанные выше условия проекта договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (п. 4.2.11, п. 4.2.12, п. 5.2, п. 5.4, п. 6.3) имеют существенное значение для определения цены договора.

Запрет на изменение условий договора, заключаемого по результатам торгов, возможен только в части тех существенных условий договора (определенных в конкурсной документации), которые непосредственно могли повлиять на правовую природу (квалификацию) заключаемой сделки и от которых зависит результат определения победителя торгов. В иных случаях, при возникновении между сторонами разногласий на стадии заключения договора по результатам торгов, стороны не лишены возможности передать их на рассмотрение судебном порядке.

Руководствуясь статьей 18.1, статьей 23 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Кемеровского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать жалобу физического лица на действия организатора конкурса - Управления городского развития администрации г. Кемерово при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории г. Кемерово (извещение № 2/20 от 06.07.2020) обоснованной.

2. Признать организатора конкурса - Управление городского развития администрации г. Кемерово нарушившим ч. 1 ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

3. Выдать организатору торгов - Управлению городского развития администрации г. Кемерово предписание о совершении действий, направленных на устранение нарушения порядка организации и проведения торгов.

4. Передать материалы жалобы № 042/10/18.1-1198/2020 должностному лицу для рассмотрения вопроса о возбуждении административного производства.

Настоящее решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его принятия.