

Исх. № 01/06 от «01» июня 2020 г.

Куда: УФАС России по г. Москве
107078, г. Москва, Мясницкий проезд, дом 4, стр. 1

**ЖАЛОБА НА ДЕЙСТВИЯ ЗАКАЗЧИКА
при проведении конкурентного отбора**

Закупка проводится в рамках Закона № 223-ФЗ

Заказчик: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технологический университет «СТАНКИН»

Место нахождения и почтовый адрес: 127055, Москва, Вадковский переулок, д.3а.

Контактное лицо по организационным вопросам проведения конкурентного отбора, по разъяснению положений документации о конкурентном отборе:

Павлов Александр Сергеевич

Тел: + 7 (903) 128-66-55 или +7 (915) 106-09-83

E-mail: tender@stankin.ru

Место проведения процедуры вскрытия конвертов с заявками на участие открытым конкурентном отборе: г. Москва, Вадковский пер., д.1, 2 июня 2020 г. в 09-30 часов

Начало рассмотрения заявок на участие в конкурентном отборе:
2 июня 2020 г. в 09-30 часов.

Дата окончания рассмотрения, оценки и сопоставления заявок на участие в конкурентном отборе: 5 июня 2020 г.

Место проведения процедуры оценки и сопоставления заявок на участие в конкурентном отборе: г. Москва, Вадковский пер., д.1

Извещение о проведении закупки

№ **32009174365**

Предмет конкурентного отбора:

Оказание услуг по настройке и ведению рекламных кампаний в Яндекс.Директ и РСЯ (рекламная сеть Яндекс), настройке и ведению рекламной кампании в социальных сетях: «ВКонтакте» и Instagram, размещению рекламы на образовательных площадках для профориентационной работы в рамках приемной кампании и текущей деятельности Университета и консультаций по продвижению и рекламе сайта Университета в сети.

Начальная (максимальная) цена Договора: 8 420 000 (Восемь миллионов четыреста двадцать тысяч) рублей 00 копеек.

Обжалуемые действия:

На официальном сайте ЕИС размещена документация конкурентного отбора на право заключения договора на **Оказание услуг по настройке и ведению рекламных кампаний в Яндекс.Директ и РСЯ (рекламная сеть Яндекс), настройке и ведению рекламной кампании в социальных сетях: «ВКонтакте» и Instagram, размещению рекламы на образовательных площадках для профориентационной работы в рамках приемной кампании и текущей деятельности Университета и консультаций по продвижению и рекламе сайта Университета в сети.**

Обжалуемые действия

1. Положения документации о закупке в части оценки заявок на участие в конкурентном отборе противоречат Положению о закупке Заказчика.

Доводы жалобы:

Заказчик осуществляет закупку в соответствии с Федеральным законом от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и Положением о закупке товаров, работ, услуг для нужд федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный технологический университет «СТАНКИН»

Приложение № 2 к Положению о закупке, утвержденному Министерством науки и высшего образования Российской Федерации содержит Порядок оценки заявок на участие в конкурсе, запросе предложений, конкурентном отборе и запросе оферт.

Согласно п.2 указанного документа «Для применения настоящего порядка Заказчику необходимо включить в документацию о закупке **конкретные критерии из числа нижеперечисленных...**». Ниже следует **закрытый перечень критериев оценки**, в числе которых:

Нестоимостные критерии оценки заявок:

1. Квалификация участника и (или) коллектива его сотрудников (в том числе опыт, образование, квалификация персонала, деловая репутация)
2. Качество товара (работ, услуг)
3. Срок поставки товара (выполнения работ, оказания услуг)

Прямого указания на то, что при оценке заявок Заказчиком могут применяться подкритерии, показатели критериев или иные критерии, не входящие в данный

перечень Положения о закупках не содержит.

Положение лишь указывает, что «для проведения оценки по критерию в документации о закупке необходимо установить **конкретный предмет оценки по критерию**». То есть один конкретный предмет оценки, а не множество предметов оценки. Например, это может быть «*опыт участника или коллектива его сотрудников по стоимости выполненных ранее аналогичных работ*».

Тем не менее, Заказчик в нарушение Положения о закупке **своевольно установил множество показателей** критерия «Квалификация участника и (или) коллектива его сотрудников (в том числе опыт, образование, квалификация персонала, деловая репутация)».

Данный критерий был установлен Заказчиком в составе изменений, внесенных в соответствии запросом разъяснений участника. До внесения изменений единственным нестоимостным критерием оценки являлся критерий «Качество работ и квалификация».

Признав довод участника, направившего запрос разъяснений о недопустимости применения критериев, не предусмотренных Положением о закупках **обоснованным**, заказчик внес соответствующие изменения в документацию о закупке.

При этом довод о недопустимости применения подкритериев (показателей критериев), так как это **не предусмотрено** Положением о закупках, заказчик **проигнорировал**, вероятно, преследуя цель оставить в силе очевидно дискриминационные показатели критерия.

В состав документации введены, в том числе, такие показатели критериев оценки как

«Наличие системы менеджмента качества деятельности по оказанию услуг деятельности рекламных агентств по ISO 9001-2015, сертифицированный на соответствие требованиям стандарта ISO (RB2i)»

«Наличие у участника специалистов и иных работников определенного уровня квалификации, обладающих сертификатами о повышении квалификации, о дополнительном и профессиональном образовании, подтверждающие компетенции работников в области закупок рекламы в системах контекстной рекламы, контекстно-медийных сетях, социальных сетях, а также в области анализа эффективности рекламных кампаний с применением специализированных промышленных программных продуктов»

«Наличие у участника членства в профессиональных ассоциациях/позиции в рейтинге (RB5i)»

«Оцениваются членства в профессиональных ассоциациях/рейтингах, объединяющих участников рынка коммуникационных и рекламных услуг, специфика которых напрямую относится к предмету конкурентного отбора: маркетинговые коммуникаций, интерактивные агентства, рекламные агентства, сообщества руководящего состава коммуникационных агентств:

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России) http://www.akarussia.ru/about/akar_members;

2. АКМР (Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России) <https://corpmedia.ru/chleny-akmr.html>.

3. РАМУ (Российская ассоциация маркетинговых услуг), <https://ramu.ru/ramu/chleny-ramu/>;

4. РАЭК (Ассоциация электронных коммуникаций) <https://raec.ru/members/>;

5. НР2К 2018 (Национальный рейтинг коммуникационных агентств) <http://pracademy.ru/rejting-nr2k.>»

По мнению заявителя, применение заказчиком данных показателей критерия, носит признаки ограничения конкуренции, дискредитирует сам принцип порядка оценки заявок, предусмотренный Положением о закупках заказчика.

В связи с изложенным,

Просим:

- 1. Приостановить проведение процедуры закупки до рассмотрения жалобы по существу.**
- 2. Обязать Заказчика устранить нарушения законодательства о закупках при проведении конкурентного отбора, привести документацию в соответствие с Положением о закупках.**

Приложения:

1. Выписка из ЕГРИП от 01.06.2020 г.
2. Запрос разъяснений от 27.05.2020
3. Приложение № 2 к Положению о закупке