

**1. Вопрос: «В соответствии с ФЗ-257 «Об автомобильных дорогах» и ФЗ-38 «О рекламе», запрещается размещать на дорожных знаках информацию, которая не относится к обеспечению безопасности дорожного движения. Какую информацию конкретно можно размещать на знаках?»**

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Законом о рекламе установлено, что требования указанного закона не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В соответствии с пунктом 12 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда № 58 от 08.10.2012 и письмом ФАС России от 04.04.2013 № АК/13135/13 решая вопрос о том, является ли рекламой информация только о наименовании организации, ее местонахождении, указании направления проезда к организации, размещенная на знаках маршрутного ориентирования или совмещенная с этими знаками, а соответствующие знаки - рекламными конструкциями, суды должны учитывать следующее.

Проектирование, изготовление, монтаж и эксплуатация информационных знаков осуществляются на основании требований ГОСТа Р 52290-2004.

В силу пункта 11 Положения о Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 15.06.1998 № 711 (далее – Положение о Государственной инспекции), ГИБДД осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением нормативных актов в области обеспечения безопасности дорожного движения, которые регламентируют, в частности, установку и эксплуатацию технических средств организации дорожного движения.

Поэтому если установка знака маршрутного ориентирования либо размещение на таком знаке указанной в абзаце первом пункта 11 Положения о Государственной инспекции информации согласованы в установленном порядке с ГИБДД и информация, размещенная на этих знаках, отвечает требованиям соответствующих ГОСТов, данная информация в силу пункта 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе не является рекламой, в связи с чем к ней не применяются положения статьи 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Информация, размещенная без соблюдения упомянутых требований, подлежит оценке на предмет выявления наличия в ней признаков рекламы.

Согласно позиции ГУ ОБДД МВД России, изложенной в письме

Генеральной прокуратуры Российской Федерации (исх. № 74/2-432-2016 от 19.09.2016), размещение информации с отображением индивидуализирующих элементов организаций совместно с дорожным знаком 6.10.1 «Указатель направлений», не противоречит требованиям ГОСТ Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров. Дорожных ограждений и направляющих устройств».

В соответствии с позицией Управления государственной инспекции безопасности дорожного движения ГУ МВД России по Московской области, поступившей в Управление 19.12.2016, в случае, если устройство в виде панели определенной формы с обозначениями и надписями, информирующими участников дорожного движения о дорожных условиях и режимах движения, о расположении населенных пунктов и других объектов, изготовлено в соответствии с ГОСТ Р 52290-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования», то его следует относить к дорожным знакам (копия письма прилагается).

Таким образом, конструкция, отвечающая требованиям ГОСТ Р 52290-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования» не может рассматриваться в качестве рекламной.

Запрос о разъяснении отнесения информации, размещаемой на знаках к рекламе или знакам дорожного движения будет передан в ФАС России.

**2. Вопрос: «Внесение в лот (для электронного аукциона на рекламные конструкции) двух и более конструкций ущемляет ли права рекламодателя?».**

При отсутствии каких-либо оснований, делающих невозможность разъединения рекламных конструкций в разные лоты, включение нескольких мест под установку рекламных конструкций в один лот может ограничить доступ к участию в торгах на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций лиц, у которых отсутствует хозяйственная необходимость и/или финансовая возможность получения 5 рекламных конструкций, однако существует интерес и возможности для эксплуатации 1 рекламной конструкции.

В соответствии частью 2 статьи 17 Закона о защите конкуренции, при проведении торгов, запроса котировок, запроса предложений, если организаторами торгов, запроса котировок, запроса предложений или заказчиками являются федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, государственные внебюджетные фонды, а также при проведении торгов, запроса котировок, запроса предложений в случае закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных

нужд запрещается не предусмотренное федеральными законами или иными нормативными правовыми актами ограничение доступа к участию в торгах, запросе котировок, запросе предложений.

Согласно части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции, при проведении торгов запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции.

Таким образом, действия Организатора торгов по формированию лотов подобным образом могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции на рынке наружной рекламы и содержать признаки нарушения статьи 17 Закона о защите конкуренции.

Вопрос нарушения Организатором торгов статьи 17 Закона о защите конкуренции при формировании лотов подлежит разрешению в порядке, установленном главой 9 Закона о защите конкуренции.

Ответственность за нарушение статьи 17 Закона о защите конкуренции предусмотрена статьей 14.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, вплоть до дисквалификации должностного лица на срок до трех лет, в случае, если такие должностные лица были ранее подвергнуты административному наказанию за аналогичное административное правонарушение.

### **3. Вопрос: «Несут ли ответственность рекламодатели за накопленные долговые обязательства перед бюджетом муниципальных образований?»**

За неисполнение обязательств по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций рекламодатели несут ответственность, предусмотренную договором и законодательством Российской Федерации.

Вместе с тем, обращаем внимание, что плата по договорам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, установленных на земле, находящейся в муниципальной собственности, является немаловажным источником дохода местного бюджета.

Органам местного самоуправления необходимо принимать исчерпывающие меры по взысканию образовавшихся задолженностей по указанным договорам либо расторгать в установленном законом порядке договоры и проводить новые торги на право установки и эксплуатации рекламных конструкций, в противном случае, бездействие органа местного самоуправления может быть квалифицировано по статьям 15 Закона о защите конкуренции.

### **4. Вопрос: «Какие признаки ФАС относит к скрытой рекламе?»**

По смыслу Закона о рекламе, скрытой является реклама, при использовании и распространении которой применяется дополнительное воздействие (технического, психического, цветового, звукового, изобразительного, визуального или иного характера), не осознаваемое потребителем в момент восприятия рекламной продукции.

Скрытая реклама – это такая реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, т.е. оказывает воздействие на подсознание потребителя, минуя его сознание, и не воспринимается осознанно потребителями как реклама.

Закон о рекламе запрещает применение технологий, использующих новейшие или известные достижения в области техники, науки или иных знаний и умений, которые способны оказать скрытое, не осознаваемое воздействие на подсознание потребителя.

По смыслу понятия скрытой рекламы, она не обнаруживает явно рекламируемый объект и не дает потребителю возможности осознать ее воздействие. В качестве иллюстрации такой рекламы можно упомянуть 25-й кадр, вставляемый при производстве кинопродукции.

#### **5. Вопрос: «Незаконная наружная реклама. Торги на право установки рекламных конструкций.»**

Указанная информация освещена в рамках проведения Публичных обсуждений. С докладом можно ознакомиться по ссылке: <http://mo.fas.gov.ru/news/49998>

Также сообщаем, что общие требования к проведению торгов установлены в статье 19 Закона о рекламе и в статьях 447 и 448 Гражданского кодекса Российской Федерации.

На территории Московской области с конца 2016 года действует единый порядок проведения торгов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, который предусматривает их проведение в форме электронного аукциона.

#### **6. Вопрос: «Больше размещать на сайте ФАС России, УФАС по Московской области, сети «Интернет», системах «Гарант», «Консультант» обзорную правоприменительную практику по наиболее часто встречающимся вопросам, решениям, проблемам».**

Указанное пожелание принято в работу, результат будет освещен на следующих публичных обсуждениях.

Кроме того, с разъяснениями можно ознакомиться на сайте [fas.gov.ru](http://fas.gov.ru), которые размещаются на регулярной основе.

**7. Вопрос: «Возможно ли включение в условия договора на установку рекламных конструкций положений о размещении социальной рекламы на безвозмездной основе?»**

Согласно части 2 статьи 10 Закона о рекламе органы местного самоуправления осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

В соответствии с частью 3 статьи 10 Закона о рекламе, заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

Таким образом, производство и распространение социальной рекламы должно осуществляться на основании договора, заключаемого в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», заключение указанного договора не может быть реализовано в рамках проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, а также в соответствии с Гражданским и Бюджетным кодексами Российской Федерации.

**8. Вопрос: «В соответствии с разъяснениями ФАС и регламенту Главархитектуры МО № 31УВ-72 от 14.07.2015, стелы являются рекламными конструкциями (кроме АЗС), т.к. расположены не в месте фактического расположения юридического лица. Являются ли стелы при въезде в охотничьи и рыболовные хозяйства, спорткомплексы и т.п. рекламными, т.к. по сути, вся территория таких организаций является их местом нахождения?»**

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной

деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

При этом, в соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный закон не распространяется на информацию, доведения до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В силу статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» потенциальный продавец товара или исполнитель работ, услуг для удовлетворения личных, семейных и бытовых потребностей гражданина обязан довести до сведения последнего фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (юридический адрес) и режим работы, разместив указанную информацию на вывеске.

В соответствии с пунктом 18 Информационного письма Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

Таким образом, не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара или услуги, поскольку размещение такой информации не преследует рекламных целей.

При этом, под размещением конструкции в месте нахождения организации подразумевается размещение указанной информации непосредственно на фасаде здания, в котором осуществляет свою деятельность данная организация, в пределах окон занимаемого помещения.

Конструкция, содержащая средства индивидуализации организации и перечень оказываемых услуг, размещенная на территории, прилегающей к зданию, в котором осуществляет свою деятельность данная организация, является рекламной и подлежит включению в Схему размещения рекламных конструкций.

**9. Вопрос: «Регулирование звуковой рекламы при трансляции магазинами и прочими организациями через динамики, вывешенные на улицу. Какая максимально разрешенная громкость, длительность, разрешенное время трансляции такой рекламы».**

Законом о рекламе данный вопрос не урегулирован. Вместе с тем, вопрос принят в работу, будет передан в ФАС России для разъяснений. Результат будет освещен на следующих публичных обсуждениях.

**10. Вопрос: «Какие основания для аннулирования разрешения на информационную конструкцию если она, по последнему разъяснению ФАС, считается теперь рекламной конструкцией?»**

Указанное разрешение может быть аннулировано по решению суда, ФАС России, УФАС России, иного контролирующего органа, а также в порядке, определенном соответствующим муниципальным актом, путем направления в адрес владельца конструкции мотивированного решения.

**11. «Есть свидетельство о регистрации права на стелу, на которой размещена информация о наименовании организации. Как оформлять вывески на таких стелах?»**

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

При этом, в соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный закон не распространяется на информацию, доведения до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В силу статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» потенциальный продавец товара или исполнитель работ, услуг для удовлетворения личных, семейных и бытовых потребностей гражданина обязан довести до сведения последнего фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (юридический адрес) и режим работы, разместив указанную информацию на вывеске.

В соответствии с пунктом 18 Информационного письма Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением

законодательства о рекламе», сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

Таким образом, не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара или услуги, поскольку размещение такой информации не преследует рекламных целей.

При этом, под размещением конструкции в месте нахождения организации подразумевается размещение указанной информации непосредственно на фасаде здания, в котором осуществляет свою деятельность данная организация, в пределах окон занимаемого помещения.

Конструкция, содержащая средства индивидуализации организации и перечень оказываемых услуг, размещенная на территории, прилегающей к зданию, в котором осуществляет свою деятельность данная организация, является рекламной и подлежит включению в Схему размещения рекламных конструкций.

**12. Вопрос: «Увеличение сроков размещения в ЕИС контрактов, их исполнения с 3-х до 5-ти рабочих дней, изменения контрактов (расторжения контрактов) с 1-го до 3-х рабочих дней. Внести частичное изменения в части, касающегося 5-ти дневного срок в ПП РФ № 1084».**

В соответствии частью 9 статьи 94 Закона о контрактной системе результаты отдельного этапа исполнения контракта, информация о поставленном товаре, выполненной работе или об оказанной услуге отражаются заказчиком в отчете, размещаемом в единой информационной системе. Порядок подготовки и размещения отчета об исполнении контракта предусмотрен Постановлением Правительства РФ от 28.11.2013 № 1093 «О порядке подготовки и размещения в единой информационной системе в сфере закупок отчета об исполнении государственного (муниципального) контракта и (или) о результатах отдельного этапа его исполнения»

Статьей 103 Закона о контрактной системе предусмотрена информация о сроках и размещении в реестре контрактов.

При этом, порядок ведения реестра контрактов устанавливается Постановлением Правительства РФ от 28.11.2013 № 1084.

**13. Вопрос: «Вопросы исполнения законодательства о похоронном деле в отношении закрытых кладбищ, в том числе необходимостью создания МКУ в данном случае».**



Порядок организации похоронного дела в Московской области предусмотрен Законом Московской области от 17.07.2007 № 115/2007-ОЗ (ред. от 28.12.2016) «О погребении и похоронном деле в Московской области».

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», муниципальные образования могут создавать муниципальные предприятия и учреждения, участвовать в создании хозяйственных обществ, в том числе межмуниципальных, необходимых для осуществления полномочий по решению вопросов местного значения. Функции и полномочия учредителя в отношении муниципальных предприятий и учреждений осуществляют уполномоченные органы местного самоуправления. Таким образом, органы местного самоуправления, осуществляющие функции и полномочия учредителя, определяют цели, условия и порядок деятельности муниципальных предприятий и учреждений, утверждают их уставы, назначают на должность и освобождают от должности руководителей данных предприятий и учреждений, заслушивают отчеты об их деятельности в порядке, предусмотренном уставом муниципального

**14. Вопрос: «Своевременное размещение в информационных ресурсах актов об изменении законодательства, в части изменения в Федеральный закон № 44».**

Порядок размещения изменений законодательства Российской Федерации, в том числе Закона о контрактной системе предусмотрен Федеральным законом от 14.06.1994 N 5-ФЗ (ред. от 01.07.2017) «О порядке опубликования и вступления в силу федеральных конституционных законов, федеральных законов, актов палат Федерального Собрания».

**15. Вопрос: «Исключить ЕАСУЗ из системы закупок».**

Законодательством Российской Федерации не запрещено создание и ведение иных информационных систем по автоматизации закупок в целях повышения эффективности, открытости и прозрачности осуществления закупок товаров, работ, услуг в рамках определенного субъекта Российской Федерации, либо муниципального образования. Единая автоматизированная система управления закупками Московской области (ЕАСУЗ МО) была запущена в 2015 году. Порядок ведения ЕАСУЗ МО установлен Постановлением Правительства Московской области от 27.12.2013 № 1184/57 «О порядке взаимодействия при осуществлении закупок для государственных нужд Московской области и муниципальных нужд».

18. Вопрос: «Правомерно ли отклонение второй части заявки участника аукциона в электронной форме за отсутствие в составе заявки выписки из ЕГРЮЛ/ЕГРИП? **Вопрос: «При**

**признании жалобы обоснованной, административные дела в большинстве случаев не возбуждаются? В чем сложность возникает? Нехватка проф. кадров?»**

По результатам рассмотрения жалобы, в случае выявления в действиях Заказчика, Аукционной комиссии Заказчика, Уполномоченного органа нарушений Закона о контрактной системе, материалы дела передаются соответствующим должностным лицам Управления для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административных правонарушениях в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ). При этом, согласно статье 4.5 КоАП РФ, срок давности привлечения к административной ответственности за административные правонарушения о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд составляет 1 (один) год.

**17. Вопрос: «Решение УФАС по рассмотрению жалоб участников закупок по аналогичным вопросам (уведомление от 18.07.2017 № 07-24-9227/17 и от 24.07.2017 № 07-24-9532/17) носят диаметрально противоположный характер. Когда будет введен в действие реестр решений УФАС о которых неоднократно говорилось на разных площадках?»**

С Реестром решений можно ознакомиться на следующих сайтах:

«Правовые акты Федеральной антимонопольной службы»  
<http://solutions.fas.gov.ru>;

Официальный сайт единой информационной системы в сфере закупок  
<http://www.zakupki.gov.ru>.

Согласно пункту 3.34. Административного регламента, утвержденного Приказом ФАС России № 727/14 от 19.11.2014 «Об утверждении адм. регламента ФАС по исполнению гос. функции по рассмотрению жалоб на действия (бездействие) заказчика, для обеспечения государственных и муниципальных нужд» решение (предписание) Комиссии является окончательным и может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его принятия.

**18. Вопрос: «Правомерно ли отклонение второй части участника аукциона в электронной форме за предоставление выписки**

**ЕГРЮЛ/ЕГРИП, срок получения которой составляет более 6 месяцев на момент подачи заявки, а также за несоответствие сведений выписки и предоставление документов? Правомерно ли отклонение второй части участника аукциона в электронной форме за предоставление выписки ЕГРЮЛ/ЕГРИП, срок получения которой составляет более 6 месяцев на момент подачи заявки, а также за несоответствие сведений выписки и предоставление документов?»**

Исчерпывающий перечень документов, которые необходимо представить во второй части заявки содержится в части 5 статьи 66 Закона о контрактной системе.

Основания отклонения по вторым частям указаны в части 6 статьи 69 Закона о контрактной системе.

Отклонение заявок участников закупки по другим основаниям, не установленным в статье 69 неправомерно.

**19. Вопрос: «Ввести прецедентные решения, которыми пользовались разные комиссии. На данный момент решения диаметрально противоположные, что не позволяет заказчику выработать позицию, позволяющую избежать нарушений.»**

Все решения публикуются на Официальном сайте единой информационной системы в сфере закупок <http://www.zakupki.gov.ru>.

В случае если лица не согласны с принятыми решениями, согласно статье 102 Закона о контрактной системе, вправе обращаться в суд в защиту нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов группы лиц в соответствии с законодательством Российской Федерации.

**20. Вопрос: «Способ обоснования НМЦК при закупках квартир для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Необходимость наличия проектов при проведении торгов на капитальные и текущие ремонты учреждений».**

В соответствии с пунктом 3 части 8 статьи 99 Закона о контрактной системе контроль в отношении обоснования начальной (максимальной) цены контракта (за исключением контроля, предусмотренного частью 10 статьи 99 Закона о контрактной системе) осуществляют органы внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля.

В соответствии со статьей 33 Закона о контрактной системе руководствоваться при составлении описания объекта закупки показателями,

требований, условных обозначений и терминологии, касающихся технических характеристик, функциональных характеристик (потребительских свойств) товара, работы, услуги и качественных характеристик объекта закупки, которые предусмотрены техническими регламентами, принятыми в соответствии с законодательством Российской Федерации о техническом регулировании.

В соответствии со статьей 33 Закона о контрактной системе, в описании объекта закупки указываются функциональные, технические и качественные характеристики, эксплуатационные характеристики объекта закупки (при необходимости).

**21. Вопрос: «Наличие жалоб от субъектов, которые имеют целью затягивать процесс проведения торгов, придираются к формальным вещам. Трата времени и сил. Сведение счетов конкурентов путем направления жалоб с требованиями отмены закупок на заказчиков и уполномоченные организации. Трата времени и сил.»**

Комиссия Московского областного УФАС России рассматривает жалобы в соответствии со статьей 105 Закона о контрактной системе. В случае несоответствия жалобы требованиям статьи 105 Закона о контрактной системе Московское областное УФАС России возвращает жалобу подавшему ее лицу без рассмотрения.

**22. Вопрос: «При применении антидемпинговых мер, при заключении контрактов, достаточно ли указание победителем номеров извещений, подтверждающих исполнение контрактов вместо указания номеров (реестровых) контрактов из Реестра контрактов?»**

Необходимая информация содержится в статье 37 Закона о контрактной системе.

К информации, подтверждающей добросовестность участника закупки, относится информация, содержащаяся в реестре контрактов.

**23. Вопрос: «Вопросы исполнения законодательства о похоронном деле в отношении закрытых кладбищ, в том числе необходимость создания МКУ в данном случае?»**

Вопросы исполнения законодательства о похоронном деле в отношении закрытых кладбищ, в том числе необходимость создания МКУ не относятся к полномочиям Московского областного УФАС России. Необходимо обратиться в Комитет по конкурентной политике Московской области.

**24. Вопрос: «При подаче жалоб в УФАС МО, Заказчики сталкиваются с некорректными жалобами, а именно не имеющих логического смысла, технически не несущих сути проблемы. В связи с чем вопрос, почему не производить первичный анализ жалоб на конкретность составления?»**

Исчерпывающий перечень документов, которые необходимо представить во второй части заявки содержится в части 5 статьи 66 Закона о контрактной системе.

Основания отклонения по первым частям указаны в части 4 статьи 67 Закона о контрактной системе.

Основания отклонения по вторым частям указаны в части 6 статьи 69 порядок рассмотрения вторых частей заявок на участие в электронном аукционе Закона о контрактной системе.

Отклонение заявок участников закупки по другим основаниям, не установленным в статье 67 и в статье 69 неправомерно.

**25. Вопрос: «Обязать ОНО осуществлять закупки Т,Р,У в соответствии с требованиями 44-ФЗ. 2. Как УФАС по МО относиться к случаям указания заказчиками в документации требований о соответствии товара ГОСТу, в случае если обязательная стандартизация таких товаров отменена». ОМС (орган местного самоуправления), руководитель контрольного органа: «Огромное количество вопросов при занесении сведений об исполнении контрактов заказчиком, 3 рабочих дня – это крайне короткий срок для сведений об изменении или расторжении контракта. Необходимо внести изменения в 44-ФЗ и увеличить этот срок, и срок для сведений об изменении или расторжении контракта».**

Перечень заказчиков осуществляющих закупки товаров (работ, услуг) установлен в пункте 3 части 1 статьи 1 Закона о контрактной системе, согласно которому социально ориентированные некоммерческие организации в указанной перечень не входят.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 33 Закона о контрактной системе Заказчик при описании в документации о закупке объекта закупки использует показатели, требования, условных обозначений и терминологии, касающихся технических характеристик, функциональных характеристик (потребительских свойств) товара, работы, услуги и качественных характеристик объекта закупки, которые предусмотрены техническими регламентами, принятыми в соответствии с законодательством Российской

Федерации о техническом регулировании, документами, разрабатываемыми и применяемыми в национальной системе стандартизации.

При этом заказчик в соответствии со своими потребностями устанавливает требования к объекту закупки в части не противоречащей Закону о контрактной системе.

Порядок исполнения контракта предусмотрен статьей 94 Закона о контрактной системе, вместе с тем, в соответствии с пунктом 1 постановления Правительства Российской Федерации от 26.08.2013 № 728 «Об определении полномочий федеральных органов исполнительной власти в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» федеральным органом исполнительной власти по регулированию контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд о разъяснении положений Закона о контрактной системе является Министерство финансов Российской Федерации.

**26. Вопрос: «Прошу разъяснить УФАС в части установления требований к участнику закупок наличие свидетельств СРО на ген. подряд в случае применения требований ПП № 570 от 2017 года, обязывающего участников самостоятельно выполнить ряд работ».**

Анализ норм статьи 52 Градостроительного кодекса Российской Федерации, предусматривает обязательное наличие у подрядчика, осуществляющего строительство, реконструкцию, капитальный ремонт объекта капитального строительства, выписки из свидетельства СРО на генподряд. Таким образом, в случае применения норм Постановления Правительства от 15.05.2017 №570, условием допуска к участию в закупках на выполнение работ по строительству, реконструкции объектов капитального строительства является наличие у участника закупки выписки из свидетельства СРО на генподряд.

**27. Вопрос: «Реестр недобросовестных поставщиков (Основания включения). Порядок закрытия контрактов (исполненные контракты, контракты с истекшим сроком исполнения)».**

Статьей 104 Закона о контрактной системе предусмотрен исчерпывающий перечень оснований для включения в реестр недобросовестных поставщиков, согласно которой в реестр включаются сведения:

- об участнике уклонившимся от заключения контрактов;

- о поставщиках (подрядчиках, исполнителях), с которыми контракты расторгнуты по решению суда;

- в случае одностороннего отказа заказчика от исполнения контракта в связи с существенным нарушением ими условий контрактов.

При этом, порядок ведения реестра недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей) установлен Постановлением Правительства РФ от 25.11.2013 № 1062.

В соответствии частью 9 статьи 94 Закона о контрактной системе результаты отдельного этапа исполнения контракта, информация о поставленном товаре, выполненной работе или об оказанной услуге отражаются заказчиком в отчете, размещаемом в единой информационной системе.

Порядок подготовки и размещения отчета об исполнении контракта предусмотрен Постановлением Правительства РФ от 28.11.2013 № 1093 «О порядке подготовки и размещения в единой информационной системе в сфере закупок отчета об исполнении государственного (муниципального) контракта и (или) о результатах отдельного этапа его исполнения».

**28. Вопрос: «Правильность обоснования начальной (максимальной) цены контрактов, в том числе при нормативном методе определения. Строительный контроль в контрактах по капитальному строительству (в чьей компетенции?) Срок по который можно взыскивать неустойку по контракту. Ограничен ли он сроком действия контракта».**

Контроль в отношении обоснования начальной (максимальной) цены контракта, в соответствии с частью 8 статьи 99 Закона о контрактной системе, осуществляется органами внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля.

Согласно части 2 статьи 53 Градостроительного кодекса строительный контроль проводится лицом, осуществляющим строительство. В случае осуществления строительства, реконструкции, капитального ремонта на основании договора строительного подряда строительный контроль проводится также застройщиком, техническим заказчиком, лицом, ответственным за эксплуатацию здания, сооружения, или региональным оператором либо привлекаемыми ими на основании договора индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом. Порядок осуществления строительного контроля установлен Постановлением Правительства Российской Федерации от 21 июня 2010 г. № 468 «О порядке проведения строительного контроля при осуществлении строительства, реконструкции и капитального ремонта объектов капитального строительства».

В соответствии с частью 4 статьи 34 Закона о контрактной системе в контракт включается обязательное условие об ответственности заказчика и поставщика (подрядчика, исполнителя) за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, предусмотренных контрактом.

При этом, порядок определения размера штрафа и пени установлен постановлением Правительства Российской Федерации от 25 ноября 2013 г. № 1063 «Об утверждении Правил определения размера штрафа, начисляемого в случае ненадлежащего исполнения заказчиком, поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательств, предусмотренных контрактом (за исключением просрочки исполнения обязательств заказчиком, поставщиком (подрядчиком, исполнителем), и размера пени, начисляемой за каждый день просрочки исполнения поставщиком (подрядчиком, исполнителем) обязательства, предусмотренного контрактом».