

Рекомендації щодо планування. Моніторинг цін при формуванні очікуваної вартості предмета закупівлі

Згідно з частиною 1 статті 4 «Планування закупівель та інші передумови здійснення процедур закупівель» Закону України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII (далі — Закон, Закон про публічні закупівлі), **закупівля здійснюється відповідно до річного плану**. Річний план, додаток до річного плану та зміни до них безоплатно оприлюднюються на веб-порталі Уповноваженого органу з питань закупівель (prozorro.gov.ua) **протягом п'яти днів з дня їх затвердження**.

Таким чином, **планування є саме передумовою проведення закупівлі**, яку здійснюють **відповідно** до річного плану/дodatка до річного плану, що й не дивно, адже **призначення** річного плану/дodatка до річного плану **полягає і в інформуванні потенційних учасників про здійснення замовником тих чи інших закупівель**.

До річного плану замовник вносить інформацію стосовно процедур закупівель, яких, нагадуємо, за Законом три: відкриті торги, конкурентний діалог, переговорна процедура закупівлі. Тобто в разі якщо вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) дорівнює або перевищує 200 тисяч гривень, а робіт — 1,5 мільйона гривень (для звичайних замовників) та якщо вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) дорівнює або перевищує 1 мільйон гривень, а робіт — 5 мільйонів гривень (для замовників, які здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання), то інформацію про закупівлю замовник вносить саме в річний план. Натомість **інформацію про всі інші закупівлі замовник вносить до додатка до річного плану**.

Форму річного плану закупівель затверджено наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 22.03.2016 № 490 «Про затвердження форм документів у сфері публічних закупівель» [далі — *Наказ № 490, детальніше див. у випуску журналу № 4 (67) за квітень 2017 року на стор. 44*].

Додаток до річного плану закупівель, до якого вносять інформацію про закупівлі, очікувана вартість яких не перевищує сум, зазначених в абзацах другому і третьому частини 1 статті 2 Закону, **складають за формою річного плану** закупівель у результаті заповнення відповідних полів в електронній системі закупівель (абзац третій пункту 2 Наказу № 490).

Тож як для річного плану закупівель, так і для додатка до річного плану закупівель вищевказаним нормативно-правовим актом передбачено одну й ту ж форму для заповнення. При цьому звертаємо вашу увагу, що відповідно до пункту 2 Наказу № 490 **форми документів**, зазначених у пункті 1 цього наказу, **затверджують обов'язкові поля, що заповнюються замовниками** в результаті внесення в них наявної інформації в

електронній системі закупівель. У разі необхідності замовник **може** зазначити додаткову інформацію про закупівлю, якщо заповнить необов'язкові поля, передбачені системою.

Таким чином, перед заповненням на електронному майданчику річного плану/дodatка до річного плану варто попередньо переглянути саму форму документа, затверджену нормативно-правовим актом, аби чітко розуміти, які поля є обов'язковими для заповнення, а які — ні. Під «необов'язковими полями» слід розуміти додаткові поля, які містить функціонал того чи іншого майданчика, проте такі поля не є обов'язковими для заповнення, оскільки Наказом № 490 — не передбачені. Такі поля є лише додатковою функцією, запропонованою майданчиком на свій розсуд для користувачів.

Очікувана вартість предмета закупівлі — невід'ємна частина процесу планування закупівель

Одним з обов'язкових для заповнення полів є пункт б форми річного плану закупівель. Даний пункт має назву «**Розмір бюджетного призначення за кошторисом або очікувана вартість предмета закупівлі**».

До речі, від цього самого показника фактично залежить майбутня доля закупівлі, оскільки саме **вартість предмета закупівлі і вкаже замовникові, як здійснюватиметься придбання товару/роботи/послуги**: з використанням однієї з **процедур закупівель**, передбачених Законом, чи без них. Тобто замовник зможе здійснити закупівлю або **шляхом укладення прямого договору** (без використання електронної системи закупівель), або в результаті здійснення конкурсного відбору з використанням електронної системи закупівель (так звана **допорогова закупівля/допорогова процедура**).



Витяг із Закону України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII

Предмет закупівлі — товари, роботи чи послуги, що закуповуються замовником у межах єдиної процедури закупівлі, щодо яких учасникам дозволяється подавати тендерні пропозиції або пропозиції на переговорах (у разі застосування переговорної процедури закупівлі). Предмет закупівлі визначається замовником у порядку, встановленому Уповноваженим органом (п. 18 ч. 1 ст. 1 Закону).

Таким чином, **формування очікуваної вартості предмета закупівлі — це невід'ємна частина процесу планування закупівель замовниками.**

Та якщо в Законі дано визначення терміна «предмет закупівлі» та на виконання норм Закону розроблено порядок його визначення (наказ МЕРТУ від 17.03.2016 № 454 «Про затвердження Порядку визначення предмета закупівлі»), а також чітко зазначено вартісні межі, за яких замовник в обов'язковому порядку застосовує процедуру закупівлі згідно із Законом, то про те, яке значення закладено у вираз «очікувана вартість предмета закупівлі» в тексті Закону, не йдеться взагалі. Єдиний припис із цього приводу, який містить Закон про публічні закупівлі, вказує на те, що в оголошенні про проведення процедури відкритих торгів обов'язково зазначають, зокрема, **очікувану вартість закупівлі товарів, робіт або послуг із зазначенням інформації про включення до очікуваної вартості податку на додану вартість (ПДВ) та інших податків і зборів** (абз. 5 ч. 2 ст. 21 Закону).

*Нагадаємо, що відносини, які виникають у сфері справляння податків і зборів, регулює **Податковий кодекс України** від 02.12.2010 № 2755-VI, який, зокрема, **визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляють в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їхні права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їхніх посадових осіб під час адміністрування податків, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.***

Формуємо очікувану вартість

Тож що таке очікувана вартість? Де її взяти та як обрахувати? Для початку звернемось до інформативного листа Мінекономрозвитку України № 3302-06/29640-06 від 14.09.2016 [детальніше див. у випуску журналу № 10 (61) на стор. 38-41]. У даному листі Уповноважений орган вказує на те, що при визначенні очікуваної вартості закупівлі під час складання річного плану закупівель замовники можуть виходити з планових вартісних показників, які можуть розраховувати, зокрема, виходячи з потреби у відповідних товарах, роботах і послугах у минулих роках з урахуванням економічних факторів, які впливають на ціноутворення на ринках відповідних товарів, робіт і послуг тощо. Разом з тим відносини, що виникають у процесі складання, розгляду, затвердження, виконання бюджетів, звітування про їх виконання та контролю за дотриманням бюджетного законодавства регулює Бюджетний кодекс України (ст. 1 Бюджетного кодексу України від 08.07.2010 № 2456-VI).

Тобто для того, аби сформувану очікувану вартість, замовникові необхідно знати чотири речі: що йому необхідно купити, скільки необхідно купити, скільки коштів замовник може витратити на таку закупівлю, якою є середньоринкова ціна товару/роботи/послуги. Комплексні відповіді на ці питання і є формуванням потреби в закупівлі. Наприклад, довідатися про те, який товар та скільки його необхідно придбати, аби задовольнити річну потребу підприємства/установи/організації, тендерний комітет/уповноважена особа може визначити, аналізуючи подібну потребу минулих років та/або здійснюючи запити до підвідомчих структурних підрозділів. Хоча на етапі формування потреби можна та

доцільно враховувати потребу минулих років, однак щоб інформація була актуальною, доцільно її оновлювати, тобто звертатися з письмовим запитом до структурних підрозділів, аби вони повідомили у відповідь, чого та скільки їм потрібно для здійснення відповідної діяльності протягом року.

Тут варто зазначити, що кожного разу замовник має зважати на специфіку предмета закупівлі. Адже зрозуміло, що якщо закупити канцелярське приладдя планують, аби задовольнити потребу організації в межах поточного року, а не, приміром, наступних п'яти років, то придбання трактора має на меті його довгострокове використання. Наступний крок замовника полягає в тому, аби визначитися з тим, скільки коштів він готовий витратити на закупівлю. І тут, звичайно, зважають на індивідуальні фінансові можливості (фінансовий план/кошторис) кожного конкретного замовника та актуальність/першочерговість у задоволенні тієї чи іншої потреби (придбання товару/роботи/послуги). Аби зробити комплексні підрахунки потреби, середньостатистичному замовникові необхідно визначитися з тим, яка середньоринкова ціна склалась на ринку на відповідний товар/роботу/послугу, аби закласти таку ціну в очікувану вартість закупівлі зі зваженням на суму коштів, яку замовник готовий витратити на закупівлю. Чому ми назвали замовника в даному випадку «середньостатистичним»? Бо, наприклад, підхід до закладення ціни за одиницю товару в очікувану вартість може різнитися в окремих випадках залежно від специфіки предмета закупівлі. Але дані дослідження, які полягають у тому, що для успішності проведення тендеру (збільшення конкуренції, досягнення в результаті торгів максимальної економії) інколи ціну доцільно знизити, інколи — завищити або залишити середньою. Це більш складна економічна категорія, яку вивчають, досліджують та застосовують на професійному рівні.

Ціни та ціноутворення

Що ж таке ціна? Для пошуку відповіді звернемось до нормативно-правової бази, яка регулює дане питання. Законодавство про ціни і ціноутворення ґрунтується на Конституції України та складається з Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Податкового кодексу України, законів України «Про природні монополії», «Про захист економічної конкуренції», «Про ціни та ціноутворення» та інших нормативно-правових актів.

Так, у статтях 189–192 Господарського кодексу України від 16.01.2003 № 436-IV зазначено, що ціна є вираженням у грошовій формі еквівалентом одиниці товару (продукції, робіт, послуг, матеріально-технічних ресурсів, майнових та немайнових прав), що підлягає продажу (реалізації), який повинен застосовуватися як тариф, розмір плати, ставки або збору, крім ставок і зборів, що використовують у системі оподаткування. Суб'єкти господарювання використовують у своїй діяльності вільні та державні регульовані ціни. Тобто законодавство виокремлює два види цін.

Вільні ціни визначають на всі види продукції (робіт, послуг), за винятком тих, на які

встановлено державні регульовані ціни. Вільні ціни визначають суб'єкти господарювання самостійно за згодою сторін, а у внутрішньогосподарських відносинах — також за рішенням суб'єкта господарювання.

Державні регульовані ціни запроваджує Кабінет Міністрів України, органи виконавчої влади, державні колегіальні органи та органи місцевого самоврядування відповідно до їхніх повноважень у встановленому законодавством порядку. Державне регулювання цін відбувається згідно із Законом України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI. Зазначений закон визначає основні засади цінової політики і регулює відносини, що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю (нагляду) та спостереження у сфері ціноутворення.

Щодо державних регульованих цін варто зробити ремарку. Так, державні регульовані ціни запроваджують на товари, які справляють визначальний вплив на загальний рівень і динаміку цін, мають істотну соціальну значущість, а також на товари, що виробляють суб'єкти, які посідають монопольне (домінуюче) становище на ринку, також можуть бути запроваджені на товари суб'єктів господарювання, які порушують вимоги законодавства про захист економічної конкуренції. Зміну рівня державних регульованих цін здійснюють у порядку і строки, що визначають органи, які відповідно до Закону України «Про ціни і ціноутворення» здійснюють державне регулювання цін.

Ціни на товари, які призначені для реалізації на внутрішньому ринку України, устанавлюють виключно у валюті України, якщо інше не передбачено міжнародними угодами, ратифікованими Україною, та постановами Кабінету Міністрів України.

До речі, Податковий кодекс України також містить положення стосовно визначення терміна «ціна». Так, відповідно до підпункту 14.1.219 статті 14 Податкового кодексу України **ринкова ціна — ціна, за якою товари (роботи, послуги) передаються іншому власнику за умови, що продавець бажає передати такі товари (роботи, послуги), а покупець бажає їх отримати на добровільній основі, обидві сторони є взаємно незалежними юридично та фактично, володіють достатньою інформацією про такі товари (роботи, послуги), а також ціни, які склалися на ринку ідентичних (а за їх відсутності — однорідних) товарів (робіт, послуг) у порівняних економічних (комерційних) умовах.**

Таким чином, залежно від виду предмета закупівлі (виду товару/роботи/послуги) замовник при формуванні очікуваної вартості буде керуватися вільними середньоринковими або регульованими цінами.

Перефразовуючи вищевикладене в даному розділі цієї статті простими словами, можна сказати, що **ціна** є економічною категорією, що означає **суму грошей, за якою продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар**. Ціна — це грошовий вираз вартості товару (продукції, послуги). Також ціна відображає корисність товару, купівельну спроможність грошової одиниці, ступінь рідкості товару, силу конкуренції, силу державного контролю тощо. Ціна на будь-який товар складається з окремих

елементів. Основними з них є *собівартість і прибуток*. Крім того, до складу ціни можуть входити: акцизний збір, податок на додану вартість, націнки постачальницько-збутових організацій, торговельні надбавки або знижки. На розмір ціни впливають такі фактори, як склад витрат виробництва, відстань від виробника до споживача, структура ціни, розмір прибутку, який бажає отримати виробник, кількість посередників і т. д. У кожного товару або послуги є власна вартість, яка відрізняється від ціни, зазначеної продавцем при реалізації. Доволі часто люди використовують ці два слова як рівноправні, не зважаючи на їхню економічну природу. У чому різниця цих двох, здавалося б, таких схожих понять?

Вартість схожа на собівартість, тобто це витрати виробника продукції на її виготовлення. Це можуть бути грошові, часові, матеріальні витрати, кожен з яких можуть бути виражені у фізичних одиницях, а потім і в грошовій формі. **Ціна** — сума коштів, за яку продавець згоден передати покупцеві свої товари або послуги. У ціну включають усі витрати при виготовленні продукції, а також ту суму надбавки, яку передбачає одержати продавець при реалізації товарів. Тобто **ціна — це грошове вираження вартості предмета з додаванням частки прибутку, одержуваної продавцем.**

Щоб встановити очікувану вартість, потрібно провести моніторинг ринку

Законом не визначено органів, які уповноважені надавати офіційну інформацію щодо вартості товарів, робіт і послуг та переліку документів, якими замовник має послуговуватись під час визначення очікуваної вартості предмета закупівлі. З огляду на викладене, замовник самостійно визначає очікувану вартість предмета закупівлі, зважаючи на його специфіку, з дотриманням принципів, закріплених у статті 3 Закону, та законодавства в цілому.

Як же замовникові сформувану очікувану вартість предмета закупівлі? Відповідь проста: провести аналіз кон'юнктури ринку, тобто необхідно здійснити моніторинг ринку та визначити середньоринкові ціни товару, роботи чи послуги.

А як замовник може здійснити моніторинг ринку? Одразу необхідно зазначити, що замовник самостійно обирає шлях здійснення такого моніторингу, бо дане питання законодавчо не врегульовано.

При цьому замовникові варто зважати на принципи здійснення закупівель, закріплені у статті 3 Закону.

Отже, нагадаємо зазначену норму Закону. Закупівлі здійснюються за такими принципами: добросовісна конкуренція серед учасників; максимальна економія та ефективність; відкритість та прозорість на всіх стадіях закупівель; недискримінація учасників; об'єктивна та неупереджена оцінка тендерних пропозицій; запобігання корупційним діям і зловживанням.

На що впливає правильний підрахунок очікуваної вартості? Відповідь на поверхні. Наприклад, це допоможе збільшити кількість пропозицій. Адже занадто висока або низька ціна може відштовхнути потенційних постачальників. Пропонуємо далі розглянути декілька варіантів моніторингу, які можуть використовувати замовники.

Перший варіант. На порталі ProZorro можливо знайти вже здійснені закупівлі та переглянути, як відбувались торги, якою була орієнтовна ціна, яку очікувану вартість заклав замовник та яку ціну запропонував учасник. Тобто замовник може додатково скористатися інформацією, яка наявна в системі ProZorro, зокрема «підглядіти» не лише очікувану вартість, а й потенційних постачальників, до яких можливо звернутись для отримання комерційної пропозиції.

Другий варіант — використання мережі Інтернет. Чи може замовник переглянути ціни на той чи інший товар в Інтернеті? Так, звичайно, може, проте в такому випадку замовникові слід зважати на можливі ризики такого моніторингу.

По-перше, інформація про ціни на веб-сайті продавця може бути застарілою, тобто неактуальною на момент перегляду такої інформації замовником. Тобто продавець неухважно слідкує за власним інтернет-ресурсом та не змінює своєчасно ціни на свою продукцію.

По-друге, інформація про ціни на сайті продавця може бути вказана без податків і зборів. Якщо замовник скористається такою інформацією при формуванні очікуваної вартості, то відповідно остання буде сформована неправильно, зважаючи на те, що замовник повинен включати в неї й відповідні податки.

По-третє, замовникові необхідно знати, що навіть якщо інформація про ціни на сайті постачальника вказана найточніша, та ціна «на виході» може бути зовсім інша (зазвичай замовники люблять встановлювати в положеннях ще майбутнього договору щось на кшталт «всі витрати за доставку, завантаження, розвантаження товару тощо покладаються на постачальника»).

Третій варіант. Також замовник при формуванні очікуваної вартості може скористатись даними Державної служби статистики України і Торгово-промислової палати України.

Четвертий варіант. Ще одна практика замовників щодо даного питання — це звернення до декількох постачальників для отримання від них комерційних пропозицій з цінами на той чи інший товар. На думку багатьох замовників, така практика є найприйнятнішою, адже відображає актуальну інформацію з першоджерел та може слугувати гарним документальним підтвердженням у випадку здійснення перевірки контрольними органами та потенційних питань від них щодо того, на що опирався замовник при формуванні очікуваної вартості. Окрім того, чому саме комерційна пропозиція, а не просто рахунок з ціною на товар? Пам'ятаєте, у попередньому розділі ми розповідали про фактори, які впливають на формування ціни? Учасник, формуючи свою цінову пропозицію та здійснюючи попередній розрахунок, аби визначитися з тим, як максимально він зможе понизитись у аукціоні, буде зважати на всі складові, які так чи інакше впливатимуть на формування його ціни. Зрозуміло, що передусім — це розрахунок прибутку. А отже, якщо, наприклад, замовник планує покласти витрати щодо доставки товару на майбутнього постачальника, то тоді потенційному учасникові при обрахунку цінової пропозиції необхідно буде врахувати такі витрати, адже в іншому випадку він ризикує потрапити в

економічно не вигідне для себе становище (залишитись без очікуваного прибутку). Читач може зауважити, що це все ризики учасника, проте закупівлі мають бути розумними та спрямованими на створення конкурентного середовища, за допомогою якого держава передбачає досягнення максимальної економії, а отже, замовник ризикуватиме тим, що коло потенційних учасників може звужитися та/або запропоновані ними товари тощо будуть неналежної якості.

До речі, обов'язку документувати факт здійснення моніторингу чинним законодавством для замовника також не встановлено. Проте ми все ж вважаємо за доцільне рекомендувати зберігати результати здійснення замовником моніторингу. Наприклад, роздруковки з Інтернету та/чи комерційні пропозиції можливо зберігати разом з протоколом затвердження річного плану/дodatка до річного плану та змін до них. Це допоможе замовникові швидко зорієнтуватися, пригадати та підтвердити простежений ним рівень цін на відповідний предмет закупівлі в певний період часу.

Ризики замовника, коли очікувану вартість занижено чи завищено

Фактично для успішного завершення закупівлі (укладення договору та його виконання в подальшому) замовник має закласти в очікувану вартість середньоринкову ціну на товар/роботу/послугу. Адже якщо очікувана вартість буде заниженою, то така закупівля не зацікавить постачальників, а якщо хтось і прийде на торги, то навряд чи в подальшому погодиться виконати всі свої зобов'язання за договором як постачальника. Аргумент тут один: «А що ви хотіли за такі гроші отримати?»

Окрім цього, Закон не забороняє учасникові подати пропозицію з ціною, яка перевищує очікувану вартість. Абз. 2 ч. 2 ст. 31 Закону передбачено, що замовник має право визнати торги такими, що не відбулися, якщо ціна найбільш економічно вигідної тендерної пропозиції перевищує суму, передбачену замовником на фінансування закупівлі. Однак на практиці замовник скористатись цією підставою для відміни торгів не зможе, бо система ProZorro не дає технічної можливості учасникам вказувати ціну своєї пропозиції вищу від очікуваної вартості предмета закупівлі, передбаченої замовником у річному плані закупівель та оголошенні про проведення процедури *[детальніше дане питання було розглянуто у випуску журналу № 10 (73) за жовтень 2017 року на стор. 36]*. Добре буде, якщо потенційний учасник напише замовникові в запитаннях до процедури повідомлення про те, що очікувана вартість занадто низька. Це збереже дорогоцінний час замовника. В іншому ж випадку неправильна вартість потенційно може призвести до відсутності пропозицій узагалі. Замовник може занижити очікувану вартість і через незнання або технічну помилку.

І ще один ризик для замовника в такому випадку може полягати в обвинуваченнях у штучному заниженні очікуваної вартості предмета закупівлі з метою уникнення конкурентної процедури або у штучно створеному середовищі для того, аби торги не

відбулися (див. рис. 1 та рис. 2).

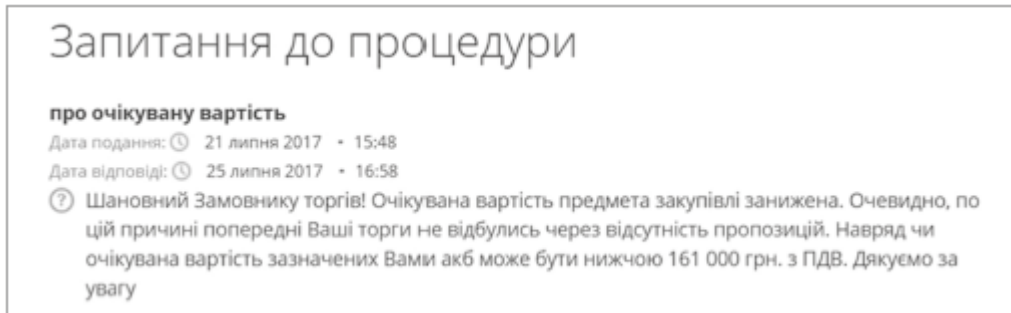


Рис.1

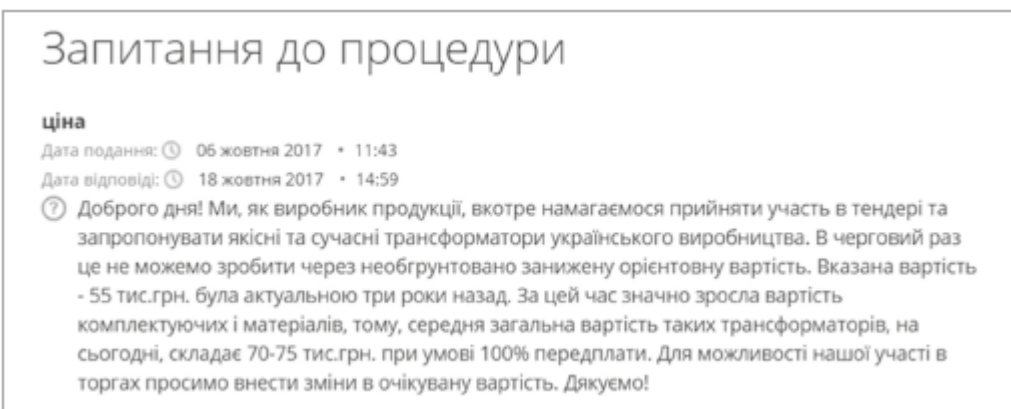
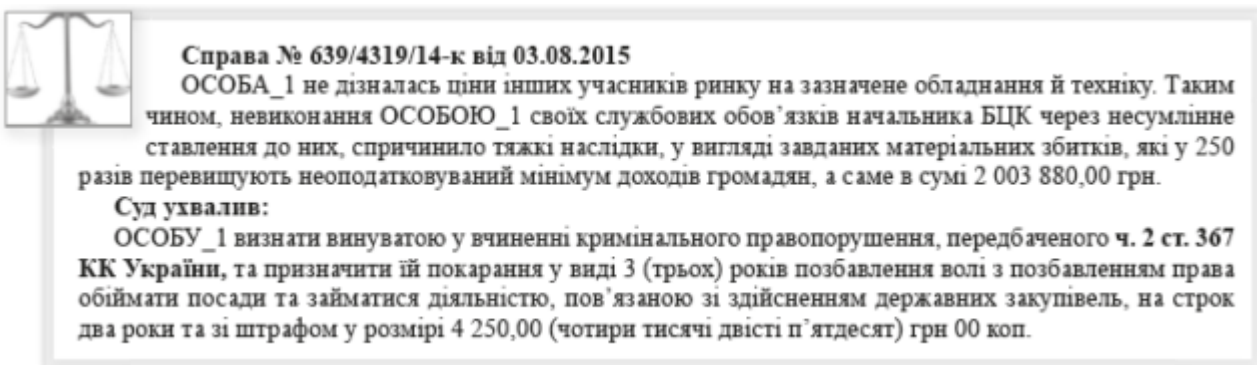


Рис.2

Тепер давайте звернемо увагу на інший можливий варіант, коли очікувану вартість замовником завищено. Тут у нас у якості прикладу зовсім інша історія. У даному випадку ми обрали для читачів показове рішення суду. Коротко суть справи ви можете переглянути нижче. Зауважимо, що вирок суду набрав законної сили, справа ще 2015 року, проте її суть залишається актуальною і до сьогодні.

Приклад



Якщо сказати декілька слів про суть справи, то в результаті здійснення закупівлі замовник

придбав обладнання за завищеною ринковою ціною. ОСОБА_1 була членом комітету з конкурсних торгів та начальником бюро цінового контролю відділу матеріально-технічного постачання (БЦК). ОСОБА_1, зокрема, інкримінують те, що вона не дізналась ціни інших учасників ринку (не провела моніторинг ринку) на зазначене обладнання та техніку. Деталі справи за її номером ви можете переглянути в Єдиному державному реєстрі судових рішень. І хоча ОСОБА_1 була звільнена від відбування покарання згідно з вироком суду за амністією, та обставини справи і її результат є доволі показовими.



Витяг з Кримінального кодексу України від 05.04.2001 № 2341-III

Стаття 367. Службова недбалість

1. Службова недбалість, тобто невиконання або неналежне виконання службовою особою своїх службових обов'язків через несумлінне ставлення до них, що завдало істотної шкоди охоронюваному законом правам, свободам та інтересам окремих громадян, державним чи громадським інтересам або інтересам окремих юридичних осіб, -

карається штрафом від двохсот п'ятдесяти до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на строк до трьох років, з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років.

2. Те саме діяння, якщо воно спричинило тяжкі наслідки, -

карається позбавленням волі на строк від двох до п'яти років з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років та зі штрафом від двохсот п'ятдесяти до семисот п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або без такого.

Статтею 62 Конституції України закріплено презумпцію невинуватості, а саме: «Особа вважається невинуватою у вчиненні злочину і не може бути піддана кримінальному покаранню, доки її вину не буде доведено в законному порядку і встановлено обвинувальним вироком суду. Ніхто не зобов'язаний доводити свою невинуватість у вчиненні злочину. Обвинувачення не може ґрунтуватися на доказах, одержаних незаконним шляхом, а також на припущеннях. Усі сумніви щодо доведеності вини особи тлумачаться на її користь». Таким чином, читач може зауважити: «А навіщо мені зберігати результати моніторингу, чому я повинен доводити свою невинуватість?» Дійсно, Закон про публічні закупівлі не регулює питання здійснення моніторингу і не передбачає обов'язку зберігати в будь-якому вигляді результати здійснення такого моніторингу. Та це може допомогти зберегти власні нерви та зекономити час замовникові, якщо питання в контролюючих чи правоохоронних органів все ж виникнуть.

Додаткову інформацію щодо планування ви можете отримати у статтях:

- «Роз'яснення МЕРТУ про здійснення закупівель по тимчасовому кошторису та про планування» — випуск журналу № 10 (61), стор. 38–41;
- «Нові правила реєстрації бюджетних зобов'язань в органах Казначейства» — випуск журналу № 3 (66) за березень 2017 року, стор. 10–13;
- «Рекомендації щодо планування. Особливості планування закупівель замовниками» — випуск журналу № 4 (67) за квітень 2017 року, стор. 34–37;

«Особливості продовження дії договору на наступний бюджетний період» — випуск журналу № 12 (63) за грудень 2016 року, стор. 20-22;

«Правомірно продовжуємо дію договору на наступний рік за допомогою 20 %» — випуск журналу № 1 (52) за січень 2016 року, стор. 24-27;

«ДКСУ надала відповідь на звернення журналу щодо відображення в річному плані закупівель продовження дії договору на 20 відсотків» — випуск журналу № 7 (70) за липень 2017 року, стор. 42-43.
