ОБҐРУНТУВАННЯ

технічних та якісних характеристик закупівлі), очікуваної вартості предмета закупівлі Рекламні та маркетингові послуги для культурно-масових заходів та проєктів (ДК 021:2015: 79340000-9 — Рекламні та маркетингові послуги (оприлюднюється на виконання постанови КМУ № 710 від 11.10.2016 «Про ефективне використання державних коштів» (зі змінами)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Назва предмета закупівлі** | Рекламні та маркетингові послуги для культурно-масових заходів та проєктів (ДК 021:2015: 79340000-9 — Рекламні та маркетингові послуги) |
|  | **Вид процедури** | Відкриті торги з особливостями. Закупівля здійснюється згідно Закону України «Про публічні закупівлі» (далі — Закон) та Особливостей здійснення публічних закупівель товарів, робіт і послуг для замовників, передбачених Законом України «Про публічні закупівлі», на період дії правового режиму воєнного стану в Україні та протягом 90 днів з дня його припинення або скасування, затверджених постановою Кабміну від 12.10.2022 № 1178 (із змінами й доповненнями) (далі — Особливості). |
|  | **Ідентифікатор закупівлі:** | UA-2024-01-09-005180-a |
|  | **Очікувана вартість предмета закупівлі/** | 3 480 000,00 грн з ПДВ |
|  | **Обґрунтування очікуваної вартості предмету закупівлі** | Очікувана вартість послуг визначена згідно з наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 18.02.2020 № 275 «Про затвердження примірної методики визначення очікуваної вартості предмета закупівлі» (зі змінами), а саме: методом порівняння ринкових цін для даного виду послуг - здійснено пошук, збір та аналіз загальнодоступної інформації про ціну послуг, що міститься в мережі Інтернет у відкритому доступі та на підставі попередніх закупівель та з урахуванням наявних потреб. |
|  | **Розмір бюджетного призначення** | Джерело фінансування - Власний бюджет (кошти від господарської діяльності підприємства). |
|  | **Обґрунтування технічних та якісних характеристик предмета закупівлі** | Технічні та якісні характеристики предмета закупівлі визначені відповідно до потреб замовника, а саме з метою:  1. Підвищення обізнаності про бренд ВДНГ та його позиціювання, як ключового місця для відновлення та відпочинку для мешканців Києва та гостей столиці, що стало особливо актуально у період воєнного стану.  2. Створення позитивного іміджу ВДНГ серед різних цільових груп. Робота над брендом комплексу як надійного партнера для проведення партнерських та спонсорських подій та проєктів.   3. Промоція проєктів та подій ВДНГ, зокрема, «Літо на ВДНГ», «Книжкова Країна» та інших серед мешканців Києва та гостей столиці.   4. Адаптація бренд-комунікації під особливості та виклики воєнного стану. Рекламна підтримка благодійних та соціальних ініціатив ВДНГ.   5. Розробка та розміщення якісного рекламного контенту, який висвітлює та сприяє формуванню іміджу сучасної, креативної та суспільно корисної інституції.  6. Проведення активної та якісної комунікації з відвідувачами, підтримка живого та відкритого контакту з аудиторією ВДНГ, що сприяє зміцненню бренду. |