

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/44093>

Тип работы: Реферат

Предмет: Маркетинг закупок

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ПОНЯТИЕ ЗАКУПКИ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА 4

2 ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ЗАКУПКИ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА 7

3 ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОВЕРКИ КОНТРОЛИРУЮЩИМ ОРГАНОМ ЗАКУПКИ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА 8

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 10

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 11

Закупка у единственного поставщика – один из способов закупки, который позволяет приобрести товары необходимого качества, определенной торговой марки у определенного продавца, без проведения торгов в максимально короткие сроки.

Закупка у единственного поставщика - это способ, при котором контракт заключается с конкретным юридическим или физическим лицом без проведения формальной процедуры выбора поставщика (ч. 1, 2 ст. 24 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ; далее — Закон № 44-ФЗ).

Закупка у единственного поставщика — это право, а не обязанность заказчика (исключение составляют лишь закупки у единственного поставщика при несостоявшихся конкурентных процедурах по 44-ФЗ).

Закупать у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) можно в случаях, указанных в части 1 статьи 93 Закона № 44-ФЗ.

Указанный перечень содержит более 40 различных оснований, среди которых есть наиболее популярные у заказчиков:

- осуществление закупки товара, работы или услуги, которые относятся к сфере деятельности субъектов естественных монополий в соответствии с Федеральным законом от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях», а также услуг центрального депозитария (п. 1 ч. 1 ст. 93);
- осуществление закупки товара, работы или услуги на сумму, не превышающую 100 000 рублей (п. 4 ч. 1 ст. 93);
- оказание услуг по водоснабжению, водоотведению, теплоснабжению, газоснабжению (за исключением услуг по реализации сжиженного газа), по подключению (присоединению) к сетям инженерно-технического обеспечения по регулируемым в соответствии с законодательством Российской Федерации ценам (тарифам), по хранению и ввозу (вывозу) наркотических средств и психотропных веществ (п. 8 ч. 1 ст. 93);
- закупки определенных товаров, работ, услуг вследствие аварии, иных чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера, непреодолимой силы, в случае возникновения необходимости в оказании медицинской помощи в экстренной форме либо в оказании медицинской помощи в неотложной форме (п. 9 ч. 1 ст. 93);
- признание несостоявшимися открытого конкурса, конкурса с ограниченным участием, двухэтапного конкурса, повторного конкурса, электронного аукциона, запроса котировок, запроса предложений (п. 25 ч. 1 ст. 93).

Хотелось бы остановиться на нескольких типах закупки у единственного поставщика.

Малые закупки.

Заказчик может разово закупать у единственного поставщика любые товары, работы, услуги на сумму не более 100 000 рублей. Законом № 44-ФЗ установлено условие: годовой объем закупок, который заказчик вправе осуществить, не должен превышать 2 000 000 рублей или 5% совокупного годового объема закупок заказчика (если 5% более 2 млн. руб.) и не должен составлять более чем 50 000 000 рублей. Указанные ограничения не применяются в отношении закупок для муниципальных нужд сельских поселений.

Подробнее о малых закупках читайте в статье Малые закупки у единственного поставщика по 44-ФЗ.

Стоит отметить, что закупки на сумму до 100 000 рублей не ограничены правилом об одноименных товарах. Ранее (по нормам закона № 94-ФЗ) сумма всех заказов на поставку одноименных товаров (выполнение

одноименных работ, оказание одноименных услуг) в течение квартала не должна превышать 100 000 рублей (п. 14 ч. 2 ст. 55 Закона N 94-ФЗ).

Тип «закупка малого объёма» очень популярен среди заказчиков из-за своей простоты:

Во-первых, закупки по пункту 4 части 1 статьи 93 Закона № 44-ФЗ не нужно отражать в плане-графике в полном объёме. Информация о таких закупках отражается одной общей суммой за год, без указания сведений по каждой закупке.

Во-вторых, извещение о проведении такой закупки не размещается в единой информационной системе.

В-третьих, по таким закупкам не нужно составлять отчёт об исполнении этапа контракта и вносить сведения в реестр контрактов.

В каком случае закупка у единственного поставщика становится не правом, а обязанностью заказчика?

Если закупка путем конкурентной процедуры признана несостоявшейся по причине подачи всего одной заявки или признания только одной заявки соответствующей требованиям, заказчик обязан осуществить закупку у единственного поставщика (п. 24, 25 ч. 1 ст. 93, ч. 18 ст. 83 № 44-ФЗ).

Обращаем ваше внимание на интересную деталь в законе: когда закупка у единственного поставщика невозможна (например, при превышении установленных лимитов совокупного годового объема закупок), то заказчик может провести открытый конкурс или электронный аукцион (ст. 48, 59), а иногда и запрос котировок или запрос предложений (ч. 2 ст. 72, ч. 2 ст. 83).

Согласовывать закупку у единственного поставщика по итогам несостоявшихся торгов больше не нужно. С 2015 года отменяется обязанность заказчика согласовывать заключение контракта в ФАС в случае признания конкурентных способов закупки несостоявшимися (п. 25 ч. 1 ст. 93).

Ответственность и штрафы заказчиков

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) 5 апреля 2013 года N 44-ФЗ
- 2) Загорский И.О. Система закупок: учеб, пособие / И. О. Загорский, А. Э. Козьмина, П. П. Володькин. - Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2016. -290 с.
- 3) Захарова, И. В. Маркетинг : учебно-практическое пособие / И. В. Захарова; Ульянов. гос. техн. ун-т. - Ульяновск : УлГТУ, 2011. - 138 с.
- 4) Идрисов Ш.А., Волкова Л.А. Маркетинг: учебное пособие. 2-е изд., доп. и испр. — Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2013. — 337 с.
- 5) Линдерс М., Джонсон Ф., Флинн А., Фирон Г. Управление закупками и поставками: учебник/ М. Линдерс, Ф. Джонсон, А.Флинн, Г. Фирон. - Юнити-Дана, 2010-716с.
- 6) Макаров А.М. Маркетинг: учебное пособие / Макаров А.М. . - Ижевск: Изд-во Института экономики и управления УдГУ, 2010.-456с.
- 7) Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Трушанова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 399 с.
- 8) Маркетинг: основы, закономерности, перспективы развития: учебное пособие М.Г. Подопригора, Е.Л. Макарова Южный федеральный университет. - Таганрог: Издательство Южного федерального университета; 2016. - 86 с.
- 9) Маркетинг. Учебное пособие / Семенов Н.А. 1-е изд. Тверь: ТГТУ, 2014.- 124с.
- 10) Минко И.С., Степанова А.А. Маркетинг: Учеб. пособие / Под ред. И.С. Минко.: СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. 155 с.
- 11) Основы маркетинга: Учебное пособие / А.Н. Бобровников, С.Н. Волкова, И.Е. Замятина, В.А. Никольская. 1-е изд. Тверь: ТГТУ, 2007.-348с.
- 12) Очковская М.С., Рыбалко М.А. Маркетинг: новые тенденции и перспективы: Учебное пособие. - М.: МАКС Пресс, 2012. - 196 с.
- 13) Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. для студентов / А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. - 4.е изд., стер. -М.: Омега.Л, 2010. - 656 с.
- 14) Словарь финансово-экономических терминов / А. В. Шаркова, А. А. Килячков, Е. В. Маркина и др.; под общ. ред. д. э. н., проф. М. А. Эскиндарова. — М.: Издательско&торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 1168 с.

15) Шляго, Н. Н. Контроллинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Шляго. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 277 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/44093>