Документ предоставлен [КонсультантПлюс](http://www.consultant.ru)

**Вопрос:** Является ли достаточным заказчику (органу местного самоуправления) при определении начальной (максимальной) цены контракта с использованием метода сопоставимых цен (для проведения открытого конкурса) использовать информацию двух-трех поставщиков о ценах на товары, являющиеся предметом закупки, размещенную в рекламных объявлениях (публичных офертах)?

**Ответ:** Для заказчика при определении НМЦК с использованием метода сопоставимых цен является достаточным использование информации двух-трех поставщиков о ценах на товары, являющиеся предметом закупки, размещенной в рекламных объявлениях, которые признаются в соответствии с гражданским законодательством публичными офертами. Применив указанный вариант действий, заказчик не нарушит законодательство. Однако также предлагаем учитывать, что Минэкономразвития России рекомендует в целях получения ценовой информации для определения НМЦК осуществлять несколько процедур, предусмотренных Методическими рекомендациями по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), утвержденными Приказом Минэкономразвития России от 02.10.2013 N 567 (далее - Методические рекомендации). При этом рекомендуется использовать не менее трех цен товара, работы, услуги, предлагаемых различными поставщиками (в том числе содержащихся в рекламе).

**Обоснование:** Согласно ч. 2 ст. 22 Федерального закона от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" (далее - Закон N 44-ФЗ) метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) заключается в установлении начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), на основании информации о рыночных ценах идентичных товаров, работ, услуг, планируемых к закупкам, или, при их отсутствии, однородных товаров, работ, услуг.

Как следует из ч. 5 ст. 22 Закона N 44-ФЗ, в целях применения метода сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) могут использоваться общедоступная информация о рыночных ценах товаров, работ, услуг в соответствии с ч. 18 указанной статьи, информация о ценах товаров, работ, услуг, полученная по запросу заказчика у поставщиков (подрядчиков, исполнителей), осуществляющих поставки идентичных товаров, работ, услуг, планируемых к закупкам, или, при их отсутствии, однородных товаров, работ, услуг, а также информация, полученная в результате размещения запросов цен товаров, работ, услуг в единой информационной системе.

Согласно п. 2 ч. 18 ст. 22 Закона N 44-ФЗ к общедоступной информации о ценах товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, которая может быть использована для целей определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), относится информация о ценах товаров, работ, услуг, содержащаяся в рекламе, каталогах, описаниях товаров и в других предложениях, обращенных к неопределенному кругу лиц и признаваемых в соответствии с гражданским законодательством публичными офертами.

В соответствии с п. 1 ст. 494 Гражданского кодекса РФ предложение товара в его рекламе, каталогах и описаниях товаров, обращенных к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой (п. 2 ст. 437), если оно содержит все существенные условия договора розничной купли-продажи.

Из п. 1 ст. 437 ГК РФ следует, что реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении.

Количество сопоставимых рыночных цен, которые надлежит использовать в целях определения НМЦК, Законом N 44-ФЗ не предусмотрено. Следовательно, информация о двух-трех ценах, по нашему мнению, является достаточной.

Как следует из п. 3.7.4 Методических рекомендаций, в целях получения ценовой информации в отношении товара, работы, услуги для определения НМЦК рекомендуется осуществить несколько следующих процедур, одними из которых являются сбор и анализ общедоступной ценовой информации, к которой относится в том числе информация о ценах товаров, работ, услуг, содержащаяся в рекламе, каталогах, описаниях товаров и в других предложениях, обращенных к неопределенному кругу лиц, в том числе признаваемых в соответствии с гражданским законодательством публичными офертами.

При этом согласно п. 3.19 Методических рекомендаций в целях определения НМЦК методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) рекомендуется использовать не менее трех цен товара, работы, услуги, предлагаемых различными поставщиками (подрядчиками, исполнителями).

Пунктом 1.1 Методических рекомендаций предусмотрено, что они разработаны в целях оказания помощи заказчикам в определении и обосновании начальной (максимальной) цены контракта при осуществлении закупок с использованием конкурентных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей), цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), для обеспечения государственных или муниципальных нужд в соответствии с положениями Закона N 44-ФЗ.

Таким образом, положения Методических рекомендаций нормативного характера не имеют.

Следовательно, как следует из положений Закона N 44-ФЗ, для заказчика при определении НМЦК с использованием метода сопоставимых цен является достаточным использование информации двух-трех поставщиков о ценах на товары, являющиеся предметом закупки, размещенной в рекламных объявлениях, которые признаются в соответствии с гражданским законодательством публичными офертами. Однако предлагаем также учитывать, что Минэкономразвития России рекомендует в целях получения ценовой информации для определения НМЦК осуществлять несколько процедур, предусмотренных Методическими рекомендациями. При этом рекомендуется использовать не менее трех цен товара, работы, услуги, предлагаемых различными поставщиками (в том числе содержащихся в рекламе).

П.С.Долгополов

Юридическая компания "Юново"

21.04.2014