

Обґрунтування технічних та якісних характеристик предмета закупівлі, розміру бюджетного призначення, очікуваної вартості предмета закупівлі

(відповідно до пункту 4¹ постанови Кабінету Міністрів України від 11.10.2016 № 710
“Про ефективне використання державних коштів” (із змінами))

Замовник	Державне некомерційне товариство "Харківський національний академічний театр опери та балету імені М.В.Лисенка"
Категорія замовника	Юридична особа, яка забезпечує потреби держави або територіальної громади
Вид закупівлі	<i>Відкриті торги з врахуванням Особливостей</i> у відповідності до Закону України «Про публічні закупівлі» з врахуванням особливостей, визначених пунктом 10 Постанови КМУ від 12.10.2022 №1178 «Про затвердження 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» (зі змінами)
Ідентифікатор закупівлі	UA-2026-06-27-000401-a
Назва предмета закупівлі	Послуги з розміщення платної реклами в мережі Інтернет (Google, Facebook, Telegram) (ДК 021:2015: 79340000-9 — Рекламні та маркетингові послуги)
Джерело фінансування закупівлі	спів - фінансування (власні кошти ДНТ «ХНАТОБ») в рамках виконання гранту Українського культурного фонду для реалізації культурно-мистецького проєкту «Національний фестиваль «Схід Опера Фест - 2026», відповідно до Договору про надання гранту № 9EVE11-26258 від 01 червня 2026 року
Обґрунтування доцільності закупівлі	У рамках реалізації культурно-мистецького проєкту «Національний фестиваль «Схід Опера Фест - 2026», що здійснюється за підтримки Українського культурного фонду відповідно до Договору про надання гранту № 9EVE11-26258 від 01 червня 2026 року, Замовником передбачено проведення комплексної інформаційної кампанії, спрямованої на популяризацію проєкту, інформування широкої аудиторії про його заходи та забезпечення належного рівня інформаційного охоплення. З метою досягнення визначених показників інформаційної кампанії та виконання індикаторів грантового проєкту Замовник здійснює закупівлю послуг із розміщення платної реклами в мережі Інтернет.
Обґрунтування розміру бюджетного (власного, іншого, тощо) призначення	Кількість, якість, строки постачання, технічні характеристики предмета закупівлі визначені відповідно до планової потреби, та/або за результатами отриманих завдань на закупівлю від структурних підрозділів Замовника
Очікувана вартість предмету закупівлі	112 000, 00 грн. (сто дванадцять тисяч гривень 00 копійок), у тому числі ПДВ
Обґрунтування очікуваної вартості предмета	Відповідно до наказу Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України № 275 від 18.02.2020 року «Про затвердження примірної методики визначення очікуваної вартості закупівлі» визначення замовником очікуваної вартості предмета

закупівлі	закупівлі може здійснюватися наступними методами: 1. Розрахунок очікуваної вартості товарів/послуг методом порівняння ринкових цін. Метод порівняння ринкових цін - це метод визначення очікуваної вартості на підставі даних ринку, а саме загальнодоступної відкритої інформації про ціни та інформації з отриманих цінових пропозицій та прайс-листів на момент вивчення ринку. Способи, що рекомендуються для отримання інформації про ціну товарів та послуг: 1) здійснити пошук, збір та аналіз загальнодоступної інформації про ціну, до якої відноситься в тому числі: - інформація про ціни товарів та послуг, що міститься в мережі Інтернет у відкритому доступі, в тому числі на сайтах виробників та/або постачальників відповідної продукції, спеціалізованих торговельних майданчиках, в електронних каталогах, рекламі, прайс-листах, в електронній системі закупівель "Prozorro" та на аналогічних торговельних електронних майданчиках; - довідкові ціни на товари та послуги, що публікуються в спеціалізованих виданнях, які випускаються в друкованій та електронній формі або розміщуються в мережі Інтернет (у разі їх наявності); - біржові котирування світових, регіональних, місцевих та профільних бірж (в разі біржового товару); - дані спеціалізованих інформаційно-аналітичних видань; - дані офіційних статистичних видань, в тому числі іноземних. 2) направити не менше 3-х письмових запитів цінових пропозицій (електронною поштою) виробникам, офіційним представникам та дилерам, постачальникам конкретного товару, надавачам послуг. Крім того, для розрахунку очікуваної вартості можуть використовуватись як ціни попередніх власних закупівель замовника (укладених договорів) аналогічних/ідентичних товарів/послуг, так і ціни відповідних закупівель минулих періодів, інформація про які міститься в електронній системі закупівель "Prozorro", з урахуванням індексу інфляції, зміни курсів іноземних валют (у разі, якщо в наявності є валютна складова в ціні товару/послуги), які приведені до єдиних умов. Як інформаційні джерела використовуються: для індексу інфляції - офіційний вебсайт Державної служби статистики України, для курсів іноземних валют - офіційний вебсайт Національного банку України. Законом не визначено єдиний орган, який уповноважений надавати офіційну інформацію щодо вартості товарів, робіт і послуг та єдиного 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 5 Закону України «Про публічні закупівлі» (далі - Закон), та законодавства в цілому. Замовник самостійно обирає шлях здійснення такого моніторингу. При цьому замовник зважає на принципи здійснення закупівель, закріплені у статті 5 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. Розрахунок очікуваної вартості
-----------	--

	предмета закупівлі здійснено на підставі середньої ціни на ринку, шляхом моніторингу ринкових цін на аналогічний товар. Очікувану вартість предмету закупівлі визначено у відповідності до наказу Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 18.02.2020 № 275 «Про затвердження примірної методики визначення очікуваної вартості предмета закупівлі» з врахуванням кошторисних призначень та потреби.
--	--

Обґрунтування обсягів, технічних та якісних характеристик закупівлі:

Обсяг послуг – 1 послуга

Специфікація

№	Інструмент	Тип реклами:	Аудиторія	Кількісний результат	Одиниця виміру	Кількість
1	Месенджер Telegram	Рекламна публікація в тематичному Telegram-каналі Харкова (розваги, масові заходи) та Telegram-каналі новин	Підписники Telegram-каналів Харкова (розваги, масові заходи) та Telegram-канали новин	4 публікації	послуга	1
2	Соціальна мережа Facebook	Таргетинг з переходом на офіційний вебсайт Проєкту	Країна – Україна Демографія – чоловіки та жінки 20 – 65+ років Критерії:	Прогнозована кількість переходів: від 15000 шт.	послуга	1
		Реклама поста про проєкт на сторінці ДП "ХНАТОБ" https://www.facebook.com/kharkivopera/ з ціллю збільшення впізнаваності Проєкту та інформаційного охоплення	Інтереси: театр, виконавче мистецтво, продукт (бізнес), культура, послуги для дітей, заходи для дітей, казки Робота > роботодавці: шоу-бізнес	Прогнозована кількість охоплення: від 10 000 шт.	послуга	1
3	Контекстно-медійна мережа Google	Таргетинг з переходом на офіційний вебсайт Проєкту в контекстно-медійній мережі Google	Країна - Україна Квитки на концерти та спектаклі Критерії: Білету в театр Квитки на концерти та музичні фестивалі Поціновувачі класичної музики, Поціновувачі музичного мистецтва Поціновувачі мистецтва Шанувальники народної та традиційної музики Поціновувачі етнічної музики Заходи для дітей Дитячі вистави Послуги для дітей Казки	Прогнозована кількість показів: приблизно 500000 Прогнозована кількість переходів: від 2000	послуга	1

1. До складу послуг входить

Послуги включають планування, налаштування, запуск, оптимізацію, супровід та моніторинг рекламних кампаній у мережі Інтернет із використанням рекламних платформ:

- Google Ads;
- Facebook (Meta);
- Telegram.

Усі рекламні кампанії повинні бути спрямовані на популяризацію проєкту, залучення аудиторії до офіційного вебсайту проєкту та підвищення рівня його інформаційного охоплення.

2. Telegram

Виконавець забезпечує розміщення не менше 4 рекламних публікацій у Telegram-каналах.

Розміщення здійснюється:

- у тематичних Telegram-каналах м. Харкова, присвячених культурним подіям, дозвіллю, масовим заходам або міському життю;
- у Telegram-каналах новин.

Конкретні канали погоджуються із Замовником до початку розміщення реклами.

3. Facebook (Meta)

Виконавець забезпечує:

3.1. Трафікову рекламну кампанію

Рекламна кампанія повинна бути спрямована на залучення користувачів на офіційний вебсайт проєкту.

Прогнозована кількість переходів на сайт – не менше 15 000.

3.2. Кампанію з підвищення впізнаваності

Виконавець забезпечує просування інформаційного допису на офіційній сторінці ДНТ «ХНАТОБ» / «Схід Опера» у Facebook.

Мета кампанії:

- збільшення впізнаваності проєкту;
- збільшення інформаційного охоплення.

Прогнозоване охоплення – не менше 10 000 користувачів.

4. Google Ads

Виконавець забезпечує проведення рекламної кампанії в контекстно-медійній мережі Google.

Кампанія повинна бути спрямована на залучення користувачів на офіційний вебсайт проєкту.

Очікувані результати:

- прогнозована кількість показів – близько 500 000;
- прогнозована кількість переходів – не менше 2 000.

5. Загальні вимоги до рекламних кампаній

Виконавець забезпечує:

- налаштування рекламних кампаній відповідно до цільової аудиторії проєкту;
- оптимізацію рекламних кампаній протягом строку їх проведення;
- ефективне використання рекламного бюджету;
- дотримання рекламної політики відповідних платформ;
- використання рекламних матеріалів, погоджених Замовником.

Усі тексти, графічні матеріали, банери, відеоматеріали та інші рекламні креативи підлягають погодженню із Замовником до початку рекламної кампанії.

6. Підтвердження виконання послуг

Після завершення надання послуг Виконавець надає Замовнику підсумковий звіт про проведення рекламної кампанії.

Звіт повинен містити:

- перелік проведених рекламних кампаній;
- строки проведення кожної кампанії;
- використані рекламні платформи;
- фактичні показники показів, охоплення, кліків, переходів, CTR та інших основних метрик;
- інформацію про використання рекламного бюджету;
- перелік Telegram-каналів, у яких було здійснено розміщення;

- посилання на рекламні публікації (за наявності);
- скріншоти рекламних кабінетів або інші документи, що підтверджують фактичне проведення рекламних кампаній;
- підсумковий аналітичний звіт із оцінкою результативності проведеної рекламної кампанії.

7. Вимоги до підтвердження результатів

Фактичне виконання послуг підтверджується статистичними даними рекламних платформ, сформованими засобами Google Ads, Meta Ads Manager та іншими офіційними інструментами відповідних платформ.

Замовник має право здійснювати вибірку перевірку наданих статистичних даних та вимагати додаткові підтвердження фактичного виконання рекламних кампаній.

8. Строк надання послуг

Послуги надаються з дати підписання договору до завершення реалізації проєкту, але не пізніше строку, визначеного договором.

Строк надання послуг: з дати підписання договору 30 вересня 2026 року (включно).