|  |
| --- |
| Обґрунтування технічних та якісних характеристик закупівлі, розміру бюджетного призначення, очікуваної вартості предмета закупівлі (оприлюднюється на виконання постанови КМУ № 710 від 11.10.2016 «Про ефективне використання державних коштів» (зі змінами) |
| Назва предмета закупівлі із зазначенням коду за Єдиним закупівельним словником (у разі поділу на лоти такі відомості повинні зазначатися стосовно кожного лота) та назви відповідних класифікаторів предмета закупівлі й частин предмета закупівлі (лотів) (за наявності): | ДК 021:2015:92110000-5 Послуги з виробництва кіноплівки та відеокасет і супутні послуги (Послуги з розробки і виготовлення анімаційних відеороликів для поширення у соціальних мережах на тему: «Подолання опіоїдної залежності. Замісна підтримувальна терапія») |
| Найменування, місцезнаходження та ідентифікаційний код замовника в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб — підприємців та громадських формувань, його категорія: | Державна установа "Центр громадського здоров'я Міністерства охорони здоров'я України"ЄДРПОУ: 40524109Тип замовника: Юридична особа, яка забезпечує потреби держави або територіальної громадиМісцезнаходження: 04071, м. Київ, вул. Ярославська, 41  |
| Ідентифікатор закупівлі | UA-2025-07-08-010789-a |
| Вид процедури закупівлі | Відкриті торги з особливостями |
| Очікувана вартість предмета закупівлі | 435 786,75 грн без ПДВ |
| Обґрунтування технічних та якісних характеристик предмета закупівлі | Технічні та якісні характеристики предмета закупівлі визначено з урахуванням діючих державних стандартів якості, яким повинен відповідати відповідний вид товару.  |
| Обґрунтування очікуваної вартості предмета закупівлі | Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України затверджена примірна методика визначення очікуваної вартості предмета закупівлі від 18.02.2020 №275, якою передбачені методи визначення очікуваної вартості предмета закупівлі, а саме: 1) здійснення пошуку, збору та аналіз загальнодоступної інформації про ціну товару (тобто інформація про ціни, що містяться в мережі інтернет у відкритому доступі, спеціалізованих торгівельних майданчиках, в електронних каталогах, в електронній системі закупівель «Прозоро», тощо; 2) отримання комерційних (цінових ) пропозицій від виробників, офіційних представників (дилерів), постачальників; 3) у разі обмеження конкуренції на ринку певних товарів та враховуючи їх специфіку при розрахунку використовуються ціни попередніх закупівель аналогічного товару та/або минулих періодів (з урахуванням індексу інфляції, зміни курсів іноземних валют). Відповідно до вказаної методики, при визначені очікуваної вартості предмету закупівлі товарів, робіт та послуг використовується один із методів формування очікуваної вартості предмету закупівлі та проведення моніторингу цін для подальшого укладення договорів. Визначення очікуваної вартості предмета закупівлі здійснювалося із застосуванням одного з методів вищевказаного порядку, а саме: проведений моніторинг цін, шляхом здійснення пошуку, збору та аналізу загальнодоступної інформації про ціну товару (тобто інформація про ціни, що містяться в мережі інтернет у відкритому доступі, спеціалізованих торгівельних майданчиках, в електронних каталогах, в електронній системі закупівель «Прозоро», в тому числі минулих тендерів проведених ДУ «Центром громадського здоров’я МОЗ України».  |
| Обґрунтування розміру бюджетного призначення | Відповідно до кошторису проекту міжнародної технічної допомоги SILTP: «Посилення лікування ВІЛ-інфекції, спроможності лабораторної мережі, замісної підтримуючої терапії та програмного моніторингу в Україні в рамках Надзвичайної ініціативи Президента США з надання допомоги у боротьбі з ВІЛ/СНІД (PEPFAR)», який реалізується Замовником в рамках Угоди між Урядом України і Урядом Сполучених Штатів Америки про гуманітарне і техніко-економічне співробітництво від 07 травня 1992 року та у відповідності до постанови Кабінету Міністрів України від 15 лютого 2002 року № 153 «Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги». Партнер з розвитку: Уряд США через Департамент охорони здоров’я та соціального забезпечення США (DHHS)/Центри контролю та профілактики захворювань США (CDC). |

**ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ**

(інформація про необхідні технічні, якісні та кількісні характеристики
предмета закупівлі та опис предмета закупівлі)

**ДК 021:2015:** **92110000-5 Послуги з виробництва кіноплівки та відеокасет і супутні послуги (Послуги з розробки і виготовлення анімаційних відеороликів для поширення у соціальних мережах на тему: «Подолання опіоїдної залежності. Замісна підтримувальна терапія»)**

**І. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ**

**Мета проведення кампанії:**

Організація та проведення інформаційної кампанії з метою підвищення рівня лояльності до програм замісної підтримувальної терапії (ЗПТ) серед цільових аудиторій та руйнування бар’єрів, негативного ставлення, упереджень та міфів про ЗПТ. Для реалізації мети в межах інформаційної кампанії заплановано розробка та поширення відеороликів відповідної тематики у соціальних мережах (Facebook, Instagram) та на інформаційний ресурсах Замовника.

**Актуальність проблеми**:

За даними дослідження, розробленого та проведеного Європейським інститутом політики громадського здоров’я (ЄІПГЗ) (далі – [Дослідження](https://drive.google.com/file/d/1OfKQjfMdbQTA6z39u-ZRdkg5zW0HBrAr/view?usp=sharing)) на замовлення ДУ «Центр громадського здоров’я МОЗ України», міфи та упередження про ЗПТ – один з ключових бар’єрів для лікування наркозалежності та доступу до програми замісної підтримувальної терапії в Україні для людей, які вживають наркотики ін’єкційно (ЛВНІ).

Бар’єри доступу до ЗПТ серед людей, які вживають ін’єкційні опіоїди (ЛВІО) і не були учасниками державної програми ЗПТ під час дослідження (хоча 4% з них отримували метадон або бупренорфін у приватних програмах), три чверті не виявили бажання почати ЗПТ. Основною причиною небажання була невіра в те, що ЗПТ допоможе їм подолати залежність. Серед інших причин були небажання відвідувати клініку щоденно, побоювання потрапити на наркологічний облік та втрати конфіденційності особистих даних. Серед формальних умов, які, на думку респондентів, ускладнюють вступ у програму ЗПТ, були відмічені постановка на наркологічний облік, складнощі у проходженні комісії для постановки діагнозу залежності, необхідність мати паспорт та проходити обстеження на ВІЛ і туберкульоз. Ці результати доводять, що найважливішою групою бар’єрів для вступу у програму ЗПТ є помилкові уявлення серед потенційних пацієнтів про ЗПТ як таку та про умови вступу у програму.

В якісній частині Дослідження фахівці і представники спільноти пацієнтів підтвердили, що рівень знань з питань ЗПТ серед ЛВІО, які не були учасниками програми, є низьким, і робота програм зменшення шкоди в цьому напрямку є недостатньою. Важливо, що співробітники медичних закладів (у тому числі сайтів ЗПТ) та проєктів зменшення шкоди нерідко самі є носіями міфів про ЗПТ, які вони транслюють своїм клієнтам.

Протидія та боротьба з індивідуальними упередженнями та міфами - один із основних напрямів роботи із досягнення стратегічних цілей розширення програм ЗПТ. Потрібно розробити інформаційну кампанію з протидії хибним уявленням, визначеним у даному Дослідженні. До плану мають входити інформаційні та мотиваційні матеріали, які будуть розповсюджуватись серед цільових аудиторій. Інтервенції за принципом «рівний-рівному» успішно використовувались в Україні в інших сферах, і цей потенціал потрібно використати для поширення вірної інформації серед медичних працівників, соціальних працівників неурядових організацій (НУО) та теперішніх і майбутніх пацієнтів ЗПТ.

**Цільова аудиторія:**

Лікарі ЗПТ, соціальні працівники НУО, які працюють з пацієнтами ЗПТ, потенційні та постійні пацієнти ЗПТ.

**Послуга з розробки та виготовлення відеоролика**

**ІІ. ЕТАПИ НАДАННЯ ПОСЛУГ**

1. **Розробка концепції та сценарію:**
	* Створення трьох варіантів концепції подачі сюжету з коротким синопсисом;
	* Написання сценаріїв, які яскраво та зрозуміло демонструватимуть ключові меседжі інформаційної кампанії;
	* Внесення змін у концепції, синопсиси і сценарії відповідно до зауважень та вимог Замовника;
	* Погодження та затвердження фінальних версій концепції, синопсисів та сценаріїв Замовником шляхом відповіді на адресу електронної пошти Виконавця.
2. **Підготовка дизайну персонажів і розкадровка:**
	* Проєктування персонажів та їх узгодження із Замовником;
	* Створення детальної розкадровки (storyboard) й аніматиків;
	* Вибір кольорової палітри, стилістики та підготовка фонів відповідно до наданих Замовником стилістичних рекомендацій;
	* Погодження Замовником фінальних версій персонажів, розкадровки, аніматика та фонових елементів шляхом відповіді на адресу електронної пошти Виконавця.
3. **Озвучування відеоролика:**
	* Підбір та узгодження із замовником професійного диктора для закадрового голосового супроводу;
	* Запис голосового супроводу відповідно до погодженого Замовником тексту;
	* Забезпечення високої технічної якості та зрозумілості голосового супроводу;
	* Погодження та затвердження фінальної версії голосового супроводу Замовником шляхом відповіді на адресу електронної пошти Виконавця.
4. **Анімація:**
	* Створення 2D-анімації згідно з погодженими Замовником сценаріями та аніматиками;
	* Перегляд проміжних результатів анімації Замовником, внесення необхідних правок;
	* Погодження фінальних версій анімації Замовником.
5. **Музичний та шумовий супровід:**
	* Підбір та створення музично-шумового супроводу для відеороликів;
	* У разі використання стокових аудіофрагментів – отримання відповідних ліцензій;
	* Надання Замовнику ліцензійних документів та файлів на використані аудіофрагменти;
	* Погодження та затвердження фінальної версії музично-шумового супроводу Замовником шляхом відповіді на адресу електронної пошти Виконавця.
6. **Фінальне редагування та підготовка ролика:**
	* Створення фінальних версій відеороликів;
	* Додавання українських субтитрів до відеороликів;
	* Перевірка Замовником фінальних версій з українськими субтитрами;
	* Внесення коригувань відповідно до остаточних зауважень Замовника;
	* Фінальне доопрацювання відеороликів після внесення Замовником правок та погодження Замовником готових 2D-роликів з використанням логотипів, наданих Замовником. Погодження фінальних версій відеороликів Замовником шляхом відповіді на адресу електронної пошти Виконавця.
7. **Передача Замовнику фінальних версій відеороликів, прав інтелектуальної власності на них та оплата робіт**
* Передача Замовнику готових 2D роликів та вихідних файлів на портативній карті пам'яті для використання сучасними засобами відтворення відеоформатів та фото (оригінал готового матеріалу) та через хмарне сховище з вмістом усіх вихідних файлів.
* Разом із матеріалами відеороликів передаються права інтелектуальної власності на створений продукт.
* Виконавець гарантує урегулювання та дотримання авторських, суміжних чи інших прав третіх осіб при виконанні своїх зобов’язань та зобов’язується отримати усі необхідні дозволи/згоди на передачу (відчуження) усіх виключних майнових прав осіб, залучених до створення об’єктів інтелектуальної власності на користь Замовника. Всі пред’явлені в належному порядку майнові претензії Замовникові відносно дотримання авторських та/або суміжних прав в відеороликах підлягають урегулюванню безпосередньо Виконавцем.
* Майнові права на відеоролики передаються Виконавцем Замовнику на повний строк дії авторських прав, установлений на момент укладання даного Договору, ст. 31 Закону України «Про авторське право й суміжні права».
* Замовлення вважається виконаним і оплачується після належного виконання всіх етапів послуг, отримання Замовником від Виконавця п’яти 2D-анімаційних відеороликів у двох версіях (повній і короткій) відповідно до наданої Замовником стилістики та погоджених Замовником меседжів, вихідних матеріалів, а також прав інтелектуальної власності на створений продукт.

**Технічні вимоги до відеороликів**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Найменування послуги** | **Характеристика послуги та вимоги** |
| 1 | **Послуги з розробки і виготовлення анімаційних відеороликів для поширення у соціальних мережах на тему:** **«Подолання опіоїдної залежності. Замісна підтримувальна терапія»** | Дизайн відео відповідно до наданого Замовником брендингу.Створення серії з десяти 2D-анімаційних відеороликів у двох версіях (5 повних і 5 коротких версій) відповідно до наданої Замовником стилістики та погоджених Замовником меседжів, а також адаптація обох версій ролика до формату Facebook та Instagram.**Тема для відеороликів:**"Подолання опіоїдної залежності. Замісна підтримувальна терапія".**Цільова аудиторія:** люди, що вживають наркотики інʼєкційно (не перебувають на ЗПТ), потенційні пацієнти ЗПТ та їх оточення.**Тривалість повної версії кожного відеоролика** — від 2 хв до 2 хв 30 сек.**Тривалість короткої версії** — не більше 12-15 сек.**Мова роликів** — українська з українськими субтитрами.**Технічні вимоги до відеороликів:**якість відео — роздільна здатність 4К; аудіо — АС3, 5.1, 48 kHz, 640 kbps; формат файлів —.mоv, .mp4, кодек h264 |