

**ДОГОВІР № ЗAVS31-2116
про надання гранту**

м. Київ

«16 червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олексandrівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Цвєтков Вячеслав Сергійович (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 19.09.2016 року № 2 884 000 0000 008183, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проекту «Околиці часу» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначеных цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі XI проєктної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проекту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проекту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проекту є день підписання Фондом акта про виконання Проекту.

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 923 953 грн. 00 коп. (дев'ятсот двадцять три тисячі дев'ятсот п'ятдесят три гривні 00 копійок) без ПДВ.

2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.

3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проекту.

4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проекту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.

5. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проекту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантоотримувач зобов'язується:

1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;

2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проектів, пов'язаних із кіновиробництвом);

3) реалізувати Проект у строки, визначені у пункті 1 розділу ІІ цього Договору;

4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проекту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;

5) у разі якщо реалізацію Проекту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання

таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

6) зберігати бухгалтерську документацію по Проєкту протягом трьох років з моменту підписання акту про виконання Проєкту;

7) самостійно врегульовувати правовідносини з третіми особами, які пов'язані з виникненням (набуттям) прав на об'єкти авторського права і (або) суміжних прав, використанням таких об'єктів, розпорядженням майновими правами і охороною майнових прав на ці об'єкти, а також охороною осібистих немайнових прав відповідно до вимог Закону України "Про авторське право і суміжні права";

8) відповідно до чинного законодавства України не допускати наявності у Проєкті (продукті Проєкту) пропаганди війни, насильства, жорстокості, фашизму і неофашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження нації, неповаги до національних і релігійних святынь, а також наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

1) ознайомлюватися з первинною документацією, пов'язаною з реалізацією Проєкту;

2) вимагати від Грантоотримувача будь-які документи, інформацію та пояснення щодо його дій, пов'язаних з викоєнням цього Договору та реалізацією Проєкту;

3) використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності;

4) здійснювати контроль та моніторинг реалізації Проєкту, у тому числі за місцезнаходженням Грантоотримувача та/або за місцем фактичної реалізації Проєкту.

4. Фонд зобов'язується:

- 1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;
- 2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.
2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.
3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проекту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.
2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.
3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проекту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проекту, мають містити інформацію про те, що Проект реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.
4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проекту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проекту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

придання товарів, виконання робіт, надання послуг, що не пов'язані з реалізацією Проекту;

витрати по оплаті посередницьких послуг;

витрати по оплаті товарів, робіт і послуг, які були вже або будуть профінансовані за рахунок інших джерел до або після підписання цього Договору (подвійне фінансування);

витрати, пов'язані з реалізацією проектів, які мають на меті отримання прибутку;

витрати на утримання установ, організацій, в тому числі тих, що є учасниками проектів;

витрати на підготовку проектної заявки для подання на конкурсну програму Фонду;

втрати, в результаті курсових різниць;

витрати (замовлення товарів, робіт, послуг), які здійснюються між пов'язаними особами (відносини між якими можуть впливати на умови, або економічні результати їх діяльності чи діяльності осіб, яких вони представляють);

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.

2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту.

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗРВАННЯ ДОГОВОРУ

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», його може бути розірвано за заявою Фонду в односторонньому порядку.

2. Рішення Фонду про розірвання цього Договору приймається за наявності факту істотного порушення його умов.

3. У разі дострокового розірвання цього Договору внаслідок використання будь-якої частини гранту не за призначенням або з порушенням чинного законодавства Грантоотримувач зобов'язаний протягом 20 календарних днів з дня отримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні».

2. У разі настання таких обставин кожна зі Сторін має повідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

XI. ПОРЯДОК ВИРШЕННЯ СПОРІВ

1. Тлумачення умов цього Договору здійснюється відповідно до норм чинного законодавства України.

2. Усі спори або розбіжності, що випливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або

його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2020 року.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

2. У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомляють одна одну.

3. Обмін інформацією відбувається між Сторонами будь-якими можливими та прийнятними засобами зв'язку.

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що вонс не було відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

5. Кореспонденція, що направляється Сторонами з використанням послуг поштового зв'язку, вважається отриманою Стороною в установленому законодавством порядку.

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.audiovisual@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Підгайна Тетяна Вячеславівна, продюсер проекту

7. Грантоотримувач вживає всіх необхідних заходів для запобігання випадкам, коли неупереджене та справедливе здійснення цього Договору конфліктує з особистими інтересами (інтересами членів родини), інтересами економічного характеру чи будь-якими іншими подібними інтересами (далі – Конфлікт інтересів).

8. Про будь-який випадок, що містить або може привести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

9. Фонд та Грантоотримувач зобов'язуються дотримуватись конфіденційності щодо інформації та змістових матеріалів Проекту, які стали відомі під час виконання цього Договору.

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пропорційності, ефективного фінансового управління, рівного ставлення і відсутності дискримінації.

11. Грантоотримувач погоджується, що будь-які персональні дані, зазначені у цьому Договорі, обробляються Фондом відповідно до Закону України «Про захист персональних даних».

12. Договір складено українською мовою у двох примірниках (по одному для кожної зі Сторін), що мають одинакову юридичну силу.

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

Невід'ємними частинами цього Договору є додатки до нього, а саме:

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту;

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

P/r: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Фізична особа-підприємець

Цветков Вячеслав Сергійович

Юридична адреса:

08720, Київська обл., м. Українка,
вул. Будівельників, буд. 8, кв. 183

Адреса для листування:

08720, Київська обл., м. Українка,
вул. Будівельників, буд. 8, кв. 183

ПН: 3097518390

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ "ПриватБанк"

P/r: UA053206490000026006052725307

МФО: 320649

Тел.: +38 (093) 855-22-76



ФОП


B.C. Цветков
M.П.

**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток 1

до Договору про надання гранту № ЗAVS31-2116
від «16» чвітня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аудіовізуальне мистецтво

Лот: ЛОТ 3. Мультимедійні технології

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: ЗAVS31-2116

Назва проекту: Околиці часу

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Аудіовізуальне мистецтво

Лот

ЛОТ 3. Мультимедійні технології

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

аудіовізуальне мистецтво

Ключові слова за напрями (оберіть два, які найточніше описують ваш

проект)

цифрові технології

Назва проекту

Околиці часу

Назва проекту англійською мовою

Time suburbs

Коротка інформація про проект, яка включає мету та результати (до 100

Наталя Устюгов В.С.

Устюг

слів)

Мистецько-дослідницький проект, під час якого автори досліджуватимуть історії людей, спосіб життя та професії які, вірогідно зникнуть у найближче сторіччя. Результатом проекту стане мультимедійна онлайн-виставка, яка складатиметься з чорно-білої фотографії (50 світлин,): портретів, фотографій місця роботи та пейзажу, а також аудіальної частини - глядач матиме змогу за допомогою навушників зануритись у звуковий світ, що оточує героя проекту.

Коротка інформація про проект англійською мовою, яка включає мету та результати (до 100 слів)

The main topic of art-research project "Time suburbs" is the lifestyle of people that live far of modern temp of big cities, people which professions are not in demand anymore. The multimedia online exhibition will consist the portrait photos, photos of place of work of protagonist and landscape that surrounds the person. Other side of exhibition will be the audio row that will take the viewer to the worlds that surrounds the protagonist.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту) 923953

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту) 923953

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0). 0

Географія реалізації проекту: населений пункт, область (якщо поза межами України – зазначте країну)

Населений пункт

Одеса

Населений пункт

Бортники, Київська область

Населений пункт

Тендрівська коса

Населений пункт

Андрій Суббота

Ворохта

Населений пункт
Верховина

Населений пункт
Дрогобич

Населений пункт
Космич

Населений пункт
Лисичанськ

Початок проекту
2020-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях
4.75

Партнери проекту
немає

Ваш основний продукт
Веб-сайт

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Підгайна Тетяна Вячеславівна

Телефон

Електронна пошта

Надійсанський Ігор В.С.

Ігор

Функції в проекті
Продюсер проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Фізична особа-підприємець Цвєтков Вячеслав Сергійович

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Individual Proprietor Tsvietkov Viacheslav Sergiyovych [?]

Організаційно-правова форма

Фізична особа-підприємець

Код ЕДРПОУ

3097518390

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)

Відповідно до статті 11 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань" на запит: від 19.02.2019 за № 1005025283 станом на 19.02.2019

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТу

Код КВЕД 85.52 Освіта у сфері культури; Код КВЕД 85.59 Інші види освіти, н. в. і. у.; Код КВЕД 90.03 Індивідуальна мистецька діяльність; Код КВЕД 59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм (основний); Код КВЕД 59.12 Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; Код КВЕД 74.20 Діяльність у сфері фотографії;

Дата реєстрації організації

2016-09-19

Юридична адреса організації

Київська область, місто Україна, вул. Будівельників 8 кв. 183 [?]

Поштова адреса організації

Київська область, місто Україна, вул. Будівельників 8 кв. 183 [?]

Цвєтков В.С.

Міс

Фактична адреса організації

Київська область, місто Україна, вул. Будівельників 8 кв. 183

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації

[https://www.facebook.com/slava.tsvetkov/media_set?
set=a.2212829892114552&type=3](https://www.facebook.com/slava.tsvetkov/media_set?set=a.2212829892114552&type=3)

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Цвєтков Вячеслав Сергійович

Телефон

Електронна пошта

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи має керівник організації судимість/притягнення до адміністративної відповідальності за вчинення правопорушення/злочину у сфері корупційних зловживань, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації
Цвєтков Вячеслав Сергійович

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до відповідальності у сфері корупційних зловживань? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно вашої організації на момент

Відповідь уточнюється

подання заявки?

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

В наявності є дві плівкові фотокамери Canon 33 EOS для реалізації проекту, базовий об'єктив Carl Zeiss 50 1.4 та професійний експонометр

Дохід за звітний період

756277.96

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так, у 2019 у ролі заявника

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

Додайте активні посилання на успішно реалізовані проекти за підтримки УКФ, якщо такі були

немає

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ? Якщо так, назвіть цей проект та додайте активні посилання на інформацію з відкритих джерел на цей проект

Ні

Приклади успішно реалізованих проектів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років

Проект

ФОП Цвєтков часто був учасником проектів підтриманих ДержКіно України

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни

Проект буде реалізовано в семи різних місцях України, більшість з яких села. Це важливий крок на шляху к популяризації цікавих місць з туристичної та культурної точки зору. Наприклад небагато українців знають, як про Тендрівську косу та старий маяк, побудований в 1827 році, так і про

Невідомий автор в.с. Жук

Дрогобицьку солеварню (найстарішу солеварню в Україні, яка функціонує з 1250 року).

Обґрунтуйте актуальність проекту для вашої організації (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)

Основні напрями організації-заявника: оператор-постановник, індивідуальна мистецька діяльність, документальна та художня фотографія . Актуальність проекту "Околиці часу" ФОП Цветкова, автора Цветкова і авторів Сміт та Явтушенко в тому, що дозволяє відкрити потенціал в іншому виді мистецтв - мультимедійний виставці. Автори є визнаними професіоналами в кіновиробництві, а проект "Околиці часу" дозволить їм використати свої знання та розуміння простору, часу і звуку для реалізації виставки в унікальній формі.

Як актуальність вашого проекту співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу

Проект "Околиці часу" є культурно-мистецьким з точки зору авторства, але в той же час має науково-пізнавальний та соціальний аспекти з точки зору контексту - це ті аспекти, які повністю збігаються з фокусом програми ЛОТУ.

Чому ваш проект є унікальним?

Наш проект є унікальним по-перше за своєю формою: це мультимедійна онлайн-виставка, яка складається з таких складових, як фотографії, бінаурального звукового супроводу та тексту. В проекті зустрінуться аналоговий та цифровий світи (аналогова фотографія, аналоговий бінауральний звук- цифровий) . По-друге проект є унікальним за змістом, оскільки ми піднімаємо такі питання як, розуміння часу, як частини буття людини; соціальне питання професій, які непомітно відходять у минуле, на зміну яким приходять новітні технології. Цей проект - документ часу, що відходить у минуле; віддалені та невідомі місця України та їх мешканці. Уточнення щодо бінаурального звуку, згідно коментарів від УКФ: Запис звуку відбуватиметься за допомогою різних мікрофонних систем, в залежності від потреб у даному випадку. Для запису використовуватимуться такі моделі мікрофонів: Shoeps MK2+MK8 (MS-pair), Sennheiser MKE-416, Sennheiser AMBEO VR Mic. Під час постпродакшну записи будуть зведені та оброблені за допомогою спеціального програмного забезпечення Steinberg Nuendo, Sennheiser AMBEO Orbit, Google Ressonance та іншого. Бінауральний запис є не дуже поширеною але також не є новітньою технологією. Перший серійний професійний бінауральний мікрофон Sennheiser MKE 2002 був представлений в 1974 році. З кінця 1980 років у багатьох всесвітньо відомих

Меріана Чечеб ВС.

Люб

виробників мікрофонів (Sennheiser, Neumann, Shoeps) є свої лінійки бінауральних мікрофонів, що підтверджує технологічну сталість бінаурального звуку вже на той час. Загалом технічне забезпечення, необхідне для створення фонограми з бінауральним ефектом, не відрізняється від технічного забезпечення для створення немузичної фонограми, за виключенням бінаурального мікрофону (в даному випадку Sennheiser AMBEO VR Mic). Тому на сьогодні створення бінауральної фонограми з, професійної точки зору, можна порівняти зі створенням фонограми фільму в форматі 5.1. ФОП Явтушенко має досвід роботи з різними видами фонограм, серед бінауральних фонограм є фонограма аудіо-прогулянки містом Старобільськ яка була використана в додатку <https://apps.apple.com/ua/app/starobilsk/id1381423884>, створення бінауральної фонограми для рекламного ролiku Puma (<https://vimeo.com/409910412>), також Явтушенко В.О. є звукорежисером ігорих і документальних фільмів таких як "Іловайськ 2014. Батальйон Донбас", "В радості і тільки в радості", "Явних проявів немає", "Холодний Яр.Intro" та інших, що підтверджує високий рівень його фахової кваліфікації. Важливо також зазначити, що в даному проекті звукорежисер є не тільки технічним учасником команди, а також є важливою творчою одиницею. Явтушенко В.О. як співавтор проекту запропонував низку ідей та має візію реалізації фонограми цього проекту, що є необхідним для досягнення високого результату.

Чому ваш проект є інноваційним?

Наш проект є інноваційним, оскільки ми плануємо створити мультимедійну онлайн-виставку, в рамках якої зустрінеться аналоговий світ оптичної фотографії та технологія - бінауральний звук. Такий формат виставок мало представлений в Україні, а технологія бінаурального звуку стане справжнім відкриттям для глядача.

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?

"Околиці часу" стане в ряд з багатьма мистецько-дослідницькими проектами які були реалізовані в важливих мистецьких інституціях таких як Національний Художній Музей України (NAMU) та Пінчук Арт Центр, а також такими проектами, як "Донбас країна мрій" Віктора Марущенко, проектами Олександра Чекменьова та фотографіями Льюїса Хайна, але відрізнятиметься своєю синтетичною концепцією та мультимедійною формою.

Проблематика з якою працює проект охоплює питання про сутність соціальної трансформації та змін в людській історії. Проект в будь-якій

Керівник звуков в.с. Мих

формі не був втілений раніше, та є унікальною мистецько-дослідницькою ініціативою

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект у перспективі кількох років?

Ми плануємо створити якісний та конкурентоспроможній культурний продукт, що підсилить сектор фотографічного та аудіовізуального мистецтва. Проект буде мати продовження за рамками угоди з УКФ, у вигляді проведення виставки в інших містах України, що дозволить налагодити культурно-соціальний діалог з аудиторією за рамками Києву. Сподіваємось отримати конструктивну критику від мистецьких знавців та підняти діалог всередині суспільства про інформаційну еру, в якій ми вже живемо, але яку ще не усвідомили.

Цілі проекту

Ціль

Проведення мультимедійної онлайн-виставки

Завдання 1

Підготовка, знімальний період, проявка фотоплівок та їх сканування, створення бінауральної звукової частини, створення 3D моделей предметів героїв.

Завдання 2

Адміністративна підготовка

Індикатори досягнення цілі

Зацікавленість аудиторії, позитивна професійна критика, публікації та статті на ресурсах про мистецтво, 20 000 відвідувачів онлайн-виставки

Ціль

Створення веб сайту - мультимедійної онлайн-виставки

Завдання 1

Створення дизайну та написання веб сайту проекту

Завдання 2

Розміщення матеріалів мультимедійної виставки на веб сайті

Індикатори досягнення цілі

Керівник проекту В.С. Жук

Відвідування веб сайту проекту широкою аудиторією (20 000 відвідувань та 5000 з них - тих хто затримався на сайті більше 5 хвилин та відвідав онлайн виставку)

Ціль

Проведення комунікаційної кампанії (більш детально в додатковому документі)

Завдання 1

Залучення цільової аудиторії онлайн-виставки.

Завдання 2

Вибудова діалогу поколінь через контент-стратегію (покоління Y - місток для поколінь X та Z, "аналогового" та "цифрового" поколінь).

Індикатори досягнення цілі

Онлайн виставка - 20 000 відвідувачів (з них 25 % провели на сайті більш ніж 5 хвилин); івенти у фейсбуці під час онлайн-виставки: 5 івентів, з загальною аудиторією 4000 людей (івент-відкриття онлайн виставки-1500, 4 фейсбук заходи для просування онлайн-трансляцій - по 500 людей "interested|going" кожний), 5 лайв-трансляцій із командою та запрошеними лідерами думок під час онлайн-виставки з загальною аудиторією 100 глядачів - одна лайв-трансляція); фейсбук сторінка проекту - 2000 підписників за проект (400 підписників кожного місяця), instagram - 2500 підписників за проект (500 нових підписників щомісяця) медіа публікації/контент-проекти - 5 серій спец-проектів (кожен спецпроект - min 3 публікації), тобто 15 партнерських спецматеріалів до виставки: 45 анонсів/публікацій про виставку (30% - регіональні медіа у найбільших містах країни - Львів, Одеса, Харків, Київ); медіа партнери, - 5, у тому числі регіональні опініон-лідери; 20-30 лідерів думок, які активно підтримують проект на власних сторінках - надають загальне охоплення 20 000 людей.

Основна мета проекту

Мета проекту це прагнення авторів осмислити історичні зміни переходу світу та українського суспільства до цифрової ери через мистецьку форму дослідження історії людей, які свідомо або випадково залишаються поза цими процесами. Не менш важливою метою є привернення уваги аудиторії до автентичних українських місць і професій, таких як бортники в Поліссі та майстер гутного скла у Львівській області. Суспільна цінність проекту ми детальніше описали у відповідному пункті заявки, спираючись на коментарі

Керівник: Святюк В.С.

УКФ. В цьому пункті зосередились на культурній меті проекту. Проект є авторським за змістом і формою, і відкриває імена таких авторів, як Цвєтков Вячеслав, Єлизавета Сміт та Василь Явтушенко в новий для них мистецькій області. Концептуально важливим є вибір чорно-білого аналогового, застарілого і можливо вмираючого способу зйомки - на плівкову фотокамеру. Цим самим автори хочуть підкреслити, як стари технології, а разом з ними і спосіб життя та мислення поступово та непомітно відходять в минуле, витісняються новим. Цей проект спроба зафіксувати та втримати перехід сучасного світу в інший інформативний та часовий простір. Останнім героєм проекту має бути майстер, який сканує фстографії з портретами інших герой. Ця професія безповоротно зникає так само, як інші, представлені в проекті. Аудіальна ж частина - буде створена за допомогою сучасних цифрових технологій, а саме бінаурального звуку. Таким чином стане можливою зустріч двох світів - старого і нового та їх діалог, до якого зможуть долучитися глядачі. У кожної людини яка живе у місті є смартфон у кишені, і кожен хто використовує інтернет переглядає десятки зображень через телефон або екран комп'ютера, слухає аудіо записи в форматі mp3. Це є віртуальна цифрова інформація, яка легка за доступом, але таким чином людина занурюється у мережу втрачаючи якоюсь мірою свою фізичну природу. Тож ми ставимо собі на меті привертання уваги до реальних об'єктів у просторі, які за змістом і естетичним наповненням будуть мати вплив на глядача та акцентувати увагу на фізичну реальність. Форма виставки не є складною і не передбачає особливих навичок тож вона розрахована на широку аудиторію як людей які цікавляться мистецтвом, фотографією та аудіо мистецтвом, так і людям які ніколи не стикались з сучасним мистецтвом, буде легко зануритися у простір який буде збудовано авторами. Змістовим наповненням автори вважають сприйняття глядачем запитань: чи можливий сучасний світ без цифрових технологій? Що таке реальний простір де немає інтернет мережі? Як ми змінюємося під впливом віртуальних технологій? Хто ті, хто залишився поза цими змінами? З урахуванням того, що проект стає онлайн-виставкою в рамках гранту УКФ, команда планує доопрацювати концепцію для більшого заглиблення глядачів в теми, які піднімають автори. Водночас більш детально культурний і соціальний впливи розписані в додатковому документі Додаток 2.2.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма цільова аудиторія 1 - соціально небайдужі мілениали. Географічні характеристики: в першу чергу, міста проведення виставок, - Київ, Львів, Харків, Одеса. Соціально-демографічні характеристики: Ядро - українці

Меріоненчук Ольга В.С. УМІС

25-40, вони "міст" між поколінням Z (1996-2017 рр) та більш старшою "аналоговою аудиторією" (народженою до 1981 року - так звані бебі-бумери та покоління X), яка відкрила для себе світ смартфонів та інтернету у більш старшому віці. Українці, які народились у 1981-1996 роках писали реферати в школі від руки, дзвонили з таксофона та слухали музику на касетах. Але водночас, це ті самі люди, які вже в старших класах або в університеті, чи на першій роботі зівштохнулися з діджиталізацією, з тим, що комп'ютер, інтернет та соціальні мережі назавжди змінили світ. Їм було складно прилаштуватися до змін у свій час, але легше ніж більш старшій аудиторії. Зараз саме ці люди одночасно можуть зрозуміти "аналогову" та "цифрову" аудиторію, яка є "діджитал" з дитинства. Ця аудиторія якраз має можливість залучити вторинну цільову аудиторію - покоління X та Z, тому вона є ядром комунікації. Поведінкові, психографічні характеристики: ці люди можуть працювати у різних сферах, але їх об'єднує активна соціальна позиція. Вони волонтерять, мітингують, вони були ядром Майдану та для них важливі питання національної ідентичності. Вони зацікавлені у питаннях історії України, вони чутливі до проблем людей похилого віку. Можуть брати участь у різних волонтерських ініціативах, пов'язаних із пенсіонерами, у тому числі профорієнтації та діджиталізації старшої аудиторії.

Інший підсегмент цієї цільової аудиторії - це люди, які опікуються питаннями молоді, профорієнтації, навичками та професіями майбутнього і розуміють, що насправді дуже багато професій зникає, але людям похилого віку значно складніше адаптуватися.

Пряма цільова аудиторія 2 - Творча інтелігенція покоління Y. Географічні характеристики: Київ, Львів, Харків, Одеса. Соціально-демографічні характеристики Українці 25-40, покоління Y, які працюють у креативних індустріях (IT, маркетинг, реклама, кіно, мистецтво, музика та інші) та/або пов'язані з цікавляться гуманітарними науками (філософія, мистецтво, та інші). Поведінкові, психографічні характеристики: важлива потреба цих людей - розуміти свою історію, їм цікаві питання пам'яті, вони можуть цікавитись філософією, історією, соціологією, відвідувати лекції з гуманітарних наук, вони можуть цікавитися кінофестивалями, у тому числі документальним кіно, виставками сучасного мистецтва та бути небайдужими до суспільних проблем через роботу з питаннями культури. Вони можуть бути "амбасадорами" проекту та розпочинати діалог між іншими поколіннями, у тому числі за допомогою мистецьких засобів. Ці люди здатні осiąгнути складні філософські питання, пов'язані із пам'яттю, простором, часом та хочуть пізнавати реальність через складні інтелектуальні та мистецькі концепції. Вони прагнуть розширювати свій світогляд та розвивати критичне мислення. Кількість відвідувачів онлайн-виставки - 20 000 осіб (первинна цільова аудиторія 1 - 7000, первинна

Червоний Олексій В.С.

ХНІС

цільова аудиторія 2 - 7000).

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проекту

Непряма цільова аудиторія - покоління Z та покоління X. Ми плануємо, що через комунікацію до проекту та відвідування онлайн-виставки прямою цільовою аудиторією, поколінням Y - а саме соціально активними мілленіали, яким важливі питання історії, пам'яті та ідентичності, а також творчою інтелігенцією покоління Y, це саме ті люди, які можуть залучити до відвідування виставок своїх родичів похилого віку - покоління X та бейбі-бумерів та свої друзів чи родичів молодшого віку, щоб пояснити, що старші люди - це не динозаври, а професії, які щезають, особливо автентичні українські професії - мають значення. Ми плануємо працювати з цими непрямими аудиторіями не через медіа чи комунікацію, а через залучення до діалогу з ними прямої аудиторії, яка здатна розуміти потреби та болі різних поколінь та об'єднати їх. Кількість відвідувачів онлайн-виставки - непряма цільова аудиторія старшого віку (45+) - 2000, молодшого віку (до 25 років) - 4000.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

У проекті піднімаються актуальні питання у багатьох векторах, як для соціально активних мілленіалів, так і для творчої інтелігенції питання національної ідентичності та відсутності національної ідеї України, коли кожен шматочок знання історії та розуміння нашої унікальності додає розуміння цілісної картинки. Це питання є актуальним, тому "соціально активні мілленіали" борються за нашу країну щодня, і питання історії та пам'яті є актуальними для них. У проекті є змога переосмислити, як сьогодення стає історією, які автентичні українські професії ми маємо. Один із показників того, що проект актуальний - це актуальність та популярність проекту ukrainer, який має схожі цінності та розповідає історії українців та маленьких українських містечок, професії, що щезають (роботизація та діджиталізація та інші процеси, що впливають на цей тренд) - це глобальне питання всього світу, яке вже останні 5 років є одним із ТОП питань - на міжнародному економічному форумі в Давосі (матеріал українською - <https://nv.ua/biz/experts/professii-budushchego-kak-ne-poteryat-rabotu-50062548.html> матеріал англійською - <https://www.weforum.org/reports/jobs-of-tomorrow-mapping-opportunity-in-the-new-economy>). Але насправді проект є багатошаровим та інноваційним, тобто у якійсь мірі він створює нові культурні потреби або допомагає переосмислити приховані культурні потреби.

Сергій Євгенович В.С. Ініціатор

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?

В культурній сфері України відчувається нестача інноваційних конкурентоспроможних фото та мультимедійних виставок. Кінцевий результат проекту - мультимедійна онлайн-виставка "Околиці часу", що дасть змогу глядачам познайомитись з технологією бінаурального звуку та концепцією авторів. З погляду на цільову аудиторію кінцеві результати проекту задовольнятимуть потреби аудиторій у споживанні інноваційного конкурентоспроможного культурного продукту, спрямованого на збереження і розвиток національної культурної і мистецької традиції, пошуку нових змістів та форм. Естетично та ідейно виставка буде поглиблювати відчуття самоідентифікації глядачів, спрямовувати думки на усвідомлення території, культури та мешканців своєї країни. Однією з ключових цілей комунікації в цьому проекті є не просто "анонсувати" виставку шляхом прес-релізу, а створити проект ще до виставки, підняти питання, які піднімає виставка ще у процесі створення - через комунікацію у власних соціальних мережах, через інтерв'ю з філософами, митцями, героями виставки, через контент-проекти навколо теми у ціннісно близьких медіа. Тому буде можливість заглибитися у теми проекта разом з авторами під час створення виставки.

Хто є зацікавленою стороною (-ами) проекту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проект чи бути під впливом проекту).

Зацікавлені сторони: автори, документальні герої проекту, Український Культурний Фонд, ЗМІ, медіапартнери, Адміністрації міст зйомок, виставкові майданчики (в майбутньому за рамками гранту УКФ), лідери думок з якими планується співпраця, відвідувачі виставки та сайту, культурні інституції та організації.

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів вашого проекту.

Актуальним аспектом проекту є те, що герої проекту представлять різні куточки країни від Сходу до Заходу, що дозволить відбутися зустрічі різноманітних частин нашої країни в рамках проекту. Ми побачимо людей з абсолютно різних контекстів; їх професії та спосіб життя, швидше за все, зникнуть протягом найближчого сторіччя. Автори планують дослідити та зафіксувати спосіб життя та праці на віддалених і непомітних з позиції "прогресивних центрів", тобто міст, ділянках загального культурного поля. Потенційними героями стануть: Вівчар Петро з Карпат (прописка село Ворохта, але живе з вівцями на полонині в горах), Наглядач маяку на Тендрівській Косі (це безлюдний півострів в Чорному морі, на території

Черівченко Олексій В.С. 

півострова живе тільки одна людина - наглядач маяку), Бортник (стародавня професія збирачів меду від диких бджіл в лісі, Полісся), Робітник Дрогобицької солеварні (найстарішої солеварні в Україні, яка функціонує з 1250 року), Майстер ремонту механічних годинників (Одеса або Одеська область), Шахтер який видобуває вугілля з копанок (Лисичанськ, Луганська область), Гутник (майстер гутного скла, Львівська область), Майстер ліжникарства (Яворів, Карпати), Майстер, який друкує фотографії оптичним друком (Київ). На наш погляд перегляд світлин у виставковому просторі (як онлайн так і офлайн) і є комунікацією глядача зображенням, занурення у атмосферу та історію людини є зустріччю, яка в більшості випадків можлива тільки в галерейному форматі (онлайн та офлайн), тобто поєднання зображень периферійних місць у просторі який розташований у центрах урбанізації є комунікаційною формою. В цьому ракурсі зустріч двох різних світів в рамках одного простору доречно назвати комунікацією. Діалог може відбутися на етапі реакції глядачів, коли після знайомства з проектом вони спочатку замислюються над питаннями які піднімають автори, а потім можливо на одну мить відкладуть смартфон та проведуть час спілкуючись зі своїми старшими родичами, колегами, сусідами, знайомими, розуміючи відмінність у світосприйнятті та способі життя. Також ми розраховуємо на реакцію глядачів які відвідали виставку та обговорення ідеї проекту, естетичного впливу та інноваційності у діалогах між людьми та в просторі інтернету, соціальних мережах. Також ми вважаємо, що є велика вірогідність того, що після відвідання виставки та (або) сайту проекту, у глядачів виникне бажання більше дізнатися та можливо відвідати місця, про які йдеться в проекті "Околиці часу". Що призведе до непрямого діалогу між документальними героями, авторами проекту, аудиторією.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

Ціль: Проведення мультимедійної онлайн-виставки. Якісні та кількісні показники короткострокових результатів згідно завдання: проведення підготовчого періоду (пошук та домовленості з героями, створення логістики знімального періоду проекту), проведення знімального періоду (кількість близько 30 знімальних змін), проявка плівок (кількість 50 плівок), сканування плівок (кількість 50 плівок), сканування високої якості фотографій (50 обранних фотографій), обробка фотографій (кількість близько 50 фотографій). Реалізація PR та SMM згідно з стратегією. Онлайн відкриття виставки з залученням ЗМІ, лідерів думок. Кількісні результати: 20 000 відвідувачів за місяць онлайн-виставки.

Ціль: Створення та запуск веб сайту проекту. Короткострокові результати

Сербченко Ульяна В.С./МС

згідно завдання: створення дизайну, написання веб сайту, розміщення матеріалів мультимедійної виставки на веб сайті, запуск веб сайту проекту. Ціль: онлайн-виставка - люди, які не просто зайдли на сайт, а провели деякий час (конкретний час буде більш зрозуміло у процесі розробки формату онлайн виставки, але не менше 5 хвилин), щоб ознайомитись щонайменше з однією історією, - 5000 відвідувачів з 20 000 відвідувачів сайту/місяць. Ціль: проведення комунікаційної кампанії виставки, івенти у фейсбуці під час онлайн-виставки: 5 івентів, з загальною аудиторією 4000 людей (івент-відкриття онлайн виставки- 1500, 4 фейсбук заходи для просування онлайн-трансляцій - по 500 людей "interested|going" кожний), 5 лайв-трансляцій із командою та запрошеними лідерами думок під час онлайн-виставки з загальною аудиторією 100 глядачів - одна лайв-трансляція); фейсбук сторінка проекту - 2000 підписників за проект (400 підписників кожного місяця), instagram - 2500 підписників за проект (500 нових підписників щомісяця) медіа публікації/контент-проекти - 5 серій спец-проектів (кожен спецпроект - min 3 публікації), тобто 15 партнерських спецматеріалів до виставки: 45 анонсів/публікацій про виставку (30% - регіональні медіа у найбільших містах країни - Львів, Одеса, Харків, Київ); медіа партнери, - 5, у тому числі регіональні опініон-лідери; 20-30 лідерів думок, які активно підтримують проект на власних сторінках - надають загальне охоплення 20 000 людей.

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

Довгостроковими результатами проекту стануть проведення подальших офлайн виставок в обласних центрах України (в першу чергу Києва, Харкова, Одеси та Львова), видання фотоальбому, за рахунок ФОП Цвєтков та майбутніх партнерів. 3000 відвідувачів фізичних виставок. Важливим довгострочовим результатом ми вважаємо передачу цифрових копій фотографій та аудіальної частини (матеріалів проекту) в Центральний державний кінофотофеноархів України ім. Г. С. Пшеничного (авторські права залишаються за авторами, безоплатна основа передачі матеріалів) Ціль: Створення та запуск веб сайту проекту Кількість відвідування веб-сайту - 20 000 відвідувань перший місяць після створення та 50 000 відвідувачів за рік. Ціль: проведення комунікаційної кампанії розширення аудиторії в регіональних центрах (Одеса, Львів, Харків, Київ), де планується подальше проведення виставок за рамками грантової угоди з УКФ.

Небесен Убачев Нік
В.С.

Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації

Внутрішні ризики це хвороба членів команди. Шляхи мінімізації: онлайн праця над проектом, онлайн зустрічі для праці над концепцією, особисті засоби захисту (маски), маски та костюми під час знімального періоду для авторів та героїв проекту.

Опишіть зовнішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту, та шляхи їх мінімізації

В умовах карантину, нам довелось переглянути проект “Околиці часу”. Команда проекту провела ряд онлайн зустрічей, і ми вирішили, що ми можемо провести знімальний період проекту, навіть якщо карантин буде продовжено (за таких саме умов що є зараз). Тобто домовившись з героями та застосовуючи всі захисні міри, включно з захисни костюмами та масками, орендуючи приватний транспорт ми проведемо знімальний період. Під час переговорної процедури з УКФ, менеджером було вирішено

Сербченко Ольга В.С. 

повністю перевести проект в онлайн. Ми пропрацювали даний варіант всією командою, провели перемовини з програмістом (ФОП Гарагуля) та дизайнером (ФОП Люба) та зрозуміли, що проект "Околиці часу" можливо розробити повністю як онлайн арт проект. Звісно це змінить концепцію проекту, так як інструменти які ми будемо використовувати відрізняються від початкового задуму. Але ми бачимо в ситуації карантину та явному переході всього світу в онлайн простір під час карантину перетини з темами, які нас цікавлять в проекті. Але в випадку продовження карантину на тривалий термін команді проекту придеться переосмислити саму концепцію та переробити її в онлайн формат. На перемовинах команда окреслила можливий формат онлайн проекту (який передбачає доопрацювання). "Околиці часу" стане онлайн арт проектом, сайтом. Коли глядачі будуть заходити на сайт, перед ними буде відкриватися простір з предметами героїв (які в рамках виставки повинні бути інсталляцією). На першій сторінці сайту глядача буде попереджено, що йому потрібно надіти навушники, перед тим як розпочати подорож. Вибираючи предмет у просторі, глядач буде потрапляти до світу героя, а саме перед ним будуть один за одним відкриватися фотографії з побуту кожного героя. Ми хочемо розробити концепцію, яка буде вести глядача через фотографії з елементами сторітелінгу. Наприклад Тендрівський маяк (послідовність знімків): предмет, вхідні двері, сходи, лампа маяка та сам механізм, портрет доглядача маяку, його робоче місце, місце де він живе, пейзаж що його оточує. В разі онлайн формату команда планує використовувати набагато більше фотографій (так як в цьому випадку відпадає друк світлин та оформлення, залишається тільки сканування плівок)- що дозволяє авторам використати більшу кількість фотографій на сайті. Кожна фотографія буде супроводжуватись бінауральним треком - що заглибить глядача саме у простір-світ героїв. Кожна "глава" буде закінчуватись текстом, в якому глядач буде дізнаватися про героя, та прочитає частково його пряму мова (під час знімального періоду команда в будь якому випадку плануємо провести документальні інтерв'ю з героями). Закінчуватись глава героя буде мапою України, на якій позначено місця роботи та перебування кожного з них. У випадку якщо карантин буде продовжено а команда переформатовує проект в онлайн арт проект, все одно негативи плівок ФОП Цвєтков планує використати у довгостроковій перспективі. А саме коли завершиться карантин, провести виставки в Києві, Одесі та Львові власними зусиллями та зусиллями можливих партнерів (Музею Сучасного Мистецтва Одеси, Відділу Туризму та культури міста Одеси та інші). Ми вирішили відкласти початок проекту до червня місяця, сподіваючись що ситуація з карантином проясниться, і згідно цього рішення віправили робочий план та кошторис. Ще одним зовнішнім ризиком з яким зіткнулася команда в ході підготовки

Невченко
Уланов
В.С.

Чиц

до переговорної процедури, те що ціни на матеріали, проявку плівок та скан залежать від курсу гривні. І в разі економічної кризи спровокованої карантином, бюджет може значно змінитися. В цьому випадку команда передбачає самостійно покрити різницю в сумі витрат.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

На кожному етапі реалізації проекту будуть проводитись внутрішні моніторинги продюсером проекту, відповідно до затвердженої концепції проекту, а також відповідно до ведення документообігу. Враховуючи складну логістику знімального періоду, членам команди, дуже важливо вчасно та якісно виконувати поставлені задачі. Тому задачею продюсера буде контролювання виконання паралельних процесів.

Наприкінці проекту буде залучений аудитор для перевірки та зробить свій висновок.

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої(-их) цільової (-их) аудиторії (-ій), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії?

Потенційні меседжі для первинної цільової аудиторії 1 - соціально активних міленіалів - (ВАЖЛИВО - на перетині меседжів для цільових аудиторій та цінностей/інтересів/рубрік партнерських медіа будуть плануватися інформаційні приводи та теми спецпроектів) -автентичні українські містечка та професії - що унікальне ми маємо сказати світові? -пам'ять та історія українців - як сьогодення стає історією? -непристосованість людей похилого віку до цифрових викликів - як змінитися і жити у сучасному світові? -нерозуміння молоддю важливості "аналогових" професій та форматів - як повага до історії допоможе зрозуміти власну автентичність? Меседж для первинної цільової аудиторії 2 - творчої інтелігенції - тектонічні зміни та поляризація у темпі життя, просторі, досвіду у різних поколінь, та жителів маленьких містечок та великих міст - філософія простору та часу у нашому житті -спроба зафіксувати та утримати перехід сучасного світу в інший інформативний та часовий простір -діалог поколінь Медіапартнери вказані в ЗМІ. Є домовленість з bit.ua, лідерами думок Олександром Комаровим та Тетяною Гриньовою.

Які методи комунікації (відео, аудіо контент, промо кампанії в соціальних мережах, амбасадори, тощо) та канали комунікації (офіційний сайт проекту, соціальні мережі тощо) будуть залучені під час реалізації проекту?

Комплексна комунікація у медіа, соціальних мережах, на сторінках лідерів думок та партнерських інституцій та медіа. Канали та інструменти: -медіа

Сергієнко
Убийко В.С.

(лайфстайл, культурні, соціальні, кар'єрні - питання людей похилого віку, професій та профорієнтації) - інтерв'ю авторів проекту з героями проекту, інтерв'ю авторів проекту з істориками, філософами, митцями, створення спецпроектів, - з лонграйдами, які розкривають питання проекту. -опініон-лідери (активні соціальні діячі) -пости про проект, пости з роздумами щодо важливих питань проекту, створення дискурсу, анонсування виставки - власні соціальні мережі - реклама для залучення аудиторії спочатку та залучення відвідувачів виставки. Коментарі по рекламі: В рекламі є різні рекламні цілі, наприклад, в різних сферах вартість залучення передплатника сторінки може бути від 20 до 50 центів, відповідно, з бюджетом 22000 грн можемо планувати залучення - від 4000 до 1500 передплатників за рахунок реклами і інше буде сукупний ефект від комунікації. Це не виключає залучення передплатників, які прочитали публікацію в медіа або пост опініон лідера, але цим процесом ми не так точно керований, як рекламою Ключові показники плануємо кількість підписників - instagram - 2500 підписників, facebook - 2000 підписників (за 5 місяців проекту), 5 заходів у фейсбуці під час онлайн-виставки з аудиторією 4000 людей. А лайки, охоплення, шери всіх постів зараз немає можливості планувати - це вже надмірна деталізація - це буде в планах при розробці SMM контент плана разом із SMM менеджером, коли буде зрозумілі тижневі операційні плани проекті. -контент - історії, труднощі та перемоги команди у процесі дослідження, фото, розмови з героями, філософські роздуми, цікаві факти про автентичні українські містечка, відео та фото контент з відрядження. Коментарі по контент-стратегії: Контент-план планується на тиждень вперед SMM менеджером разом із маркетологом, звертаючи увагу на тижневий план команди проекту - де, з якими героями та в яких містах буде команда проекту. Потенційні рубрики (3 пости на тиждень): історії героїв, історії команди та проекту (труднощі та перемоги, відкриття), філософські думки щодо простору, часу, пам'яті простими словами. В instagram - більше фото, в фейсбуці - інтерв'ю та лонграйдів. У соціальних мережах (instagram|facebook) ми не тільки анонсуємо майбутню онлайн та офлайн виставку, ми занурюємо наших читачів у процес дослідження пам'яті, у процес створення виставки, - впливаємо на світогляд читачів та створюємо відчуття єдиного цілого з командою проекту. Приклади постів в соціальних мережах - фотографії та відео процесів реалізації проекту - з поїздок та ресерчів, знімального періоду; бінауральний трек та серію фотографій одного героя, для зацікавлення аудиторії відвідати виставку. Поза межами проекту підтримка сайту буде забезпечуватись ФОП Гарагуля, витрати повністю бере на себе заявник ФОП Цветков. Технічне завдання подаємо додатковим документом.

Маріяна Ущенко з.с.

Ущенко

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Є домовленість з bit.ua ЗМІ. Потенційні інформаційні приводи (драфт!) Цільова аудиторія 1 bit.ua - автентичні українські професії - історії героїв проекту. The Ukrainer - автентичні українські професії; історії героїв проекту. lb.ua - пам'ять та історія українців - як сьогодення стає історією? - автентичні українські містечка та професії - що унікальне ми маємо сказати світові nv.ua - непристосованість людей старшого та похилого віку до цифрових викликів - як змінитися та жити у сучасному світові? - професії минулого v.s. професії майбутнього - автентичні українські професії Український тиждень -пам'ять та історія українців - як сьогодення стає історією? Радіо НВ -пам'ять та історія українців - як сьогодення стає історією? -автентичні українські містечка та професії - що унікальне ми маємо сказати світові Радіо Свобода -пам'ять та історія українців - як сьогодення стає історією? Громадське -пам'ять та історія українців - як сьогодення стає історією? Happy Monday блог о професіях - непристосованість людей старшого та похилого віку до цифрових викликів - як змінитися і жити у сучасному світові? - професії минулого v.s. професії майбутнього - автентичні українські професії The Point блог о професіях (robotua.ua) -непристосованість людей старшого та похилого віку до цифрових викликів - як змінитися і жити у сучасному світові? Espresso.tv, JetSetter - анонсування онлайн виставки. Цільова аудиторія 2 Supportyourart -спроба зафіксувати та утримати перехід сучасного світу в інший інформативний та часовий простір -історія створення фотовиставки, - споглядання за процесом створення мистецького проекту Korydor -спроба зафіксувати та утримати перехід сучасного світу в інший інформативний та часовий простір -текtonічні зміни та поляризація у темпі життя, просторі, досвіду у різних поколінь, та жителів маленьких містечок та великих міст - філософія простору та часу у нашому житті Moviegram - інтерв'ю з командою проекту про перетин документалістики у фото та кіно (вся команда з кіно бекграундом) Chernozem, Artslooker - історія створення фотовиставки, споглядання за процесом створення мистецького проекту YABL - нерозуміння молоддю важливості "аналогових" професій та форматів - як повага до історії допоможе зрозуміти власну автентичність? UA Культура -спроба зафіксувати та утримати перехід сучасного світу в інший інформативний та часовий простір -історія створення фотовиставки, - споглядання за процесом створення мистецького проекту The Village - автентичні українські містечка та професії - що унікальне ми маємо сказати світові -як повага до історії допоможе зрозуміти власну автентичність? - діалог поколінь Bird in Flight -історія створення фотовиставки, -споглядання за процесом створення мистецького проекту -розділити тему проекту через питання аналогової фотографії Радіо Аристократи - автентичні українські

Наталя Савченко
Наталя Савченко

професії - історія створення проекту L'Officiel культура -історія створення фотовиставки, -споглядання за процесом створення -мистецького проекту - розкрити тему проекту через питання аналогової фотографії ELLE культура - історія створення фотовиставки, -споглядання за процесом створення мистецького проекту -розкрити тему проекту через питання аналогової фотографії Vogue культура - автентичні українські професії - історія створення проекту Platfor.ma -нерозуміння молоддю важливості "аналогових" професій та форматів - як повага до історії допоможе зрозуміти власну автентичність? УП Культура -що унікальне ми маємо сказати світові -як повага до історії допоможе зрозуміти власну автентичність? -діалог поколінь. Також плануємо долучити регіональні ЗМІ до анонсування онлайн-виставки. Харків - Kharkovgo,057ua,Vgorode Харьков,Mediaport, Kharkiv Today. Одеса - odessa-life.od.ua,Культурометр Одессы,od.news.com,Today.od.ua,048ua сайт города Одессы. Львів -Virtual.ua культура, 032.ua сайт міста Львова, Zahid.net культура, Дивись info культура, Львівський портал культура.

З якими лідерами думок планується співпраця?

Планується співпраця з філософом Олександром Комаровим (є домовленість). Олександр Комаров - громадський діяч, правник, філософ, засновник проекту Club of creative philosophy, заступник директора Американського центру загального права при Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, керівник ГО "Майстерня політичних трансформацій". Тетяна Гріньова - видавець bit.ua, співзасновник Fitness Geek Camp та Kind Challenge (є домовленість).

Так як Єлизавета Сміт є учасником спільноти Aspen Інституту, та переможців Top 30 under 30, то можлива подальша співпраця з іншими членами цих спільнот, які безперечно є лідерами думок у різних сферах. Драфт (у формі таблиці в додатковому документі - комунікаційні стратегії) Опініон лідер/ культурний інфлюенсер/ експерт Сфера| проект Статус домовленості Цільова аудиторія 1 Соціально активні міленіали - прислухається до цих людей Тетяна Гріньова опініон лідер медіа/lifestyle/ соціальні проекти редакторка bit.ua є попередні домовленості (Ліза) Юлія Фітуні опініон лідер/ засновниця фонду "Старенькі" треба спілкуватись Богдан Логвіненко опініон лідер/ засновник Ukrainer є теплі контакти Артем Корнецький опініон лідер/ популяризатор соціального підприємництва є теплі контакти (Ліза) Гарік Корогодський опініон лідер/меценат/ захисник людей похилого віку/ засновник благодійного фонду "Життєлюб' є теплі контакти (Настя) Наталія Судакова екс-редакторка Українська Правда є теплі контакти (Ліза) Микола Михайлів опініон лідер/бізнес/ кар'єра/професії засновник roboata.ua є теплі контакти (Настя) Юлія Тичківська опініон лідер/

Сергійчик Ульяна В.С.

супільство / виконавчий директор ASPEN Інститут є теплі контакти (Настя) Ольга Чічіна Голова комісії з гуманітарних питань (освіта, культура, духовність, молодіжна політика та спорт), Харківська Міська Рада є теплі контакти (Ліза) Анна Мазур опініон лідер/бізнес/ кар'єра/професії засновниця кар'єрного порталу Happy Monday є теплі контакти (Настя) Цільова аудиторія 2 Творча інтелігенція Y - прислухається до цих людей Галина Григоренко культурний інфлюенсер/ мистецтво/музика фаундерка Open Opera є теплі контакти (Настя) Ліза Герман культурний інфлюенсер/ кураторка треба спілкуватись Тарас Лютий експерт/ філософія треба спілкуватись Лук'ян Галкін культурний інфлюенсер/ редактор UA: Культура є теплі контакти (Ліза) Ольга Балашова мистецтвознавиця, заступниця директора НАМУ є теплі контакти (Настя) Олександр Комаров експерт/ філософія заступник директора Американського центру загального права при КНУ Тараса Шевченка, керівник ГО "Майстерня політичних трансформацій". є домовленість (Ліза) Владімір Фадеєв експерт/ філософія член ASPEN спільноти є теплі контакти (Ліза) Андрій Баумейстер експерт/ філософія є теплі контакти (Настя) Оксана Юркова експерт/історія/ дослідниця життя киян кінця XIX – початку XX ст треба спілкуватись ВАЖЛИВО! Цей список ще доопрацьовується, також будуть залучені лідери думок з регіонів

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?

Якісні комунікаційні цілі. 1. Залучення цільової аудиторії на онлайн та офлайн виставки. 2. Побудова діалогу поколінь через контент-стратегію (покоління Y - місток для поколінь X та Z, “аналогового” та “цифрового” поколінья). 3. Створення амбасадорів теми проекту та дискурсу щодо питань проекту через контент ще до виставки. Залучення цільової аудиторії у процес дослідження, створення виставки, у процес роботи команди. Однією з ключових цілей комунікації в цьому проекті є не просто "анонсувати" виставку шляхом прес-релізу, а створити проект ще до виставки, підняти питання, які піднімає виставка ще у процесі створення - через комунікацію у власних соціальних мережах, через інтерв'ю з філософами та митцями, та героями виставки, через контент-проекти навколо теми у ціннісно близьких медіа. Кількісні комунікаційні цілі Онлайн виставка - 20 000 відвідувачів (з них 25 % провели на сайті більш ніж 5 хвилин); івенти у фейсбуці під час онлайн-виставки: 5 івентів, з загальною аудиторією 4000 людей (івент-відкриття онлайн виставки- 1500, 4 фейсбук заходи для просування онлайн-трансляцій - по 500 людей “interested|going” кожний), 5 лайв-трансляцій із командою та запрошеними лідерами думок під час онлайн-виставки з загальною аудиторією 100 глядачів - одна лайв-трансляція): фейсбук

Сербасик Ульяна В.С. Учиб

сторінка проекту - 2000 підписників за проект (400 підписників кожного місяця), instagram - 2500 підписників за проект (500 нових підписників щомісяця) медіа публікації/контент-проекти - 5 серій спец-проектів (кожен спецпроект - min 3 публікації), тобто 15 партнерських спецматеріалів до виставки: 45 анонсів/публікацій про виставку (30% - регіональні медіа у найбільших містах країни - Львів, Одеса, Харків, Київ); медіа партнери, - 5, у тому числі регіональні опініон-лідери; 20-30 лідерів думок, які активно підтримують проект на засновниках сторінках - надають загальне охоплення 20 000 людей.

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту?

Вільний доступ до результатів проекту буде в першу чергу забезпечений безкоштовним входом на виставку-сайт. Для прослуховування бінаурального звуку підходять будь які навушники, що є в доступі у абсолютної більшості користувачів інтернету.

Також команда планує передачу матеріалів в Центральний державний кінофотофONOархів України ім. Г. С. Пшеничного, так як вважає що соціально-історичний контекст проекту може стати у нагоді фотографам, кінематографістів та історикам в майбутньому (попередніх домовленостей з кіно архівом немає, домовленості будуть відбуватися після виробничого етапу проекту), передача матеріалів на безкоштовній основі (всі авторські права залишаються за авторами проекту а саме Цветков, Сміт, Явтушенко).

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з бюджету, грантової підтримки і т.д.)?

Отримані за результатом проекту продукти: негативи, скани світлин, бінауральні аудіотреки, плануються в подальшому використовуватись комадою для проведення онлайн-виставок в Києві, Одесі та Львові, після завершення грантової угоди з УКФ, а також в рамках ГогольФесту. Ми будемо шукати можливості фінансування з міського бюджету, але в випадку не отримання підтримки будемо самофінансувати проведення виставок. В Одесі в нас був позитивний досвід підтримки проекту "Сад пісень" організацією "Украинский дом".

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Організація планує ділитися отриманим досвідом проводячи виставку в різних містах України та за кордоном в майбутньому за рамками гранту УКФ. Також на сайті проекту буде розміщуватися не тільки інформація про

Мері Волинь - Учені від ВСЛ

виставку, а ще й про пошук митцями геройів та місць реалізації. Команда проекту відмовилась від друку фотокниги в рамках проекту УКФ, так як ми не встигли пропрацювати цей аспект проекту і вважаємо його другорядним та можливим для реалізації пізніше власними ресурсами.

Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

Після реалізації проекту в рамках УКФ, команда планує співпрацю з ГогольФест, а також Музей Сучасного Мистецтва в Одесі, для проведення виставок.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

3

Кількість жінок у команді проекту

4

Кількість людей віком від 17 до 34

5

Кількість людей віком від 35 до 50

0

Кількість людей віком від 51 до 60

1

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

1

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Нерівнік Устюб В.С. 

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?
важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?
Ні

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО?
так

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб?
так

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт?
важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю?
важко відповісти

Чи враховуватимуть меседжі вашого проекту принципи толерантності відповідно до Декларації принципів толерантності ЮНЕСКО
так

Маріяна Уланов р.с.

Люд

Декларація добросердечності

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даний програми, з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проекту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Я, шляхом підписання проектної заяви, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2297-УІ надаю згоду Українському культурному фонду на обробку моїх особистих персональних даних.

Я підтверджую, що не отримую іншої фінансової підтримки на витрати, які покриває УКФ.

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Чечеков В.С

Чечек

12.08.20

Фонд:

Грантоотримувач:

Чечек

Додаток № 2

до Договору про надання гранту

№ ЗАУС31-д116

від " 16 " вересня

2020 року



Назва конкурсної програми: Аудіовізуальне мистецтво

Назва ЛОТ-у: Мультимедійні технології

Назва Заявника: ФОП Цвєтков Вячеслав Сергійович

Назва проекту: "Околиці часу"

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	100,00%	923 953,00
2	Співфінансування* :		-
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього	100,00%	923 953,00

*При наявності співфінансування, Грантоотримувач має право вирішувати, які статті витрат будуть співфінансуватися.

Вербаки Цвєтков В.С. *Ульєв*

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ФОП Цвєтков Вячеслав Сергійович

Назва проекту: "Околиці часу"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
				Планові витрати відповідно до заяви						
				Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)				
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	16	17		
Розділ:	II	Витрати:								
Підрозділ:	1	Оплата праці								
Стаття:	1.1	Штатні працівники		-	-	-	-			
Пункт:	a	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Стаття:	1.2	За трудовими договорами		-	-	-	-			
Пункт:	a	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ		14,25	44 200,00	209 950,00	209 950,00			
Пункт:	a	Людмила Михайлівна Дробот, бухгалтер	місяців	4,75	8 000,00	38 000,00	38 000,00	Складання первинних документів, складання та подання звітності, бухгалтерський облік		
Пункт:	б	Сміт Єлизавета Михайлівна, співавтор проекту	місяців	4,75	18 100,00	85 975,00	85 975,00	Автор ідеї, автор проекту. Розробка змістової, візуальної та аудіальної концепції, вибір героїв та місць реалізації проекту, проведення інтервью документальних героїв під час знімального періоду. куратор написання текстів до виставки. Включно з добовими на відрядження. ЗП за місяць - 14500 грн, добові 60 грн на 30 днів, проживання 600 грн на 27 днів		
Пункт:	в	Підгайна Тетяна Вячеславівна, продюсер	місяців	4,75	18 100,00	85 975,00	85 975,00	Продюсер проекту. Організація, координація та моніторинг всіх етапів проекту. Включно з добовими на відрядження. ЗП за місяць - 14500 грн, добові 60 грн на 30 днів, проживання 600 грн на 27 днів		
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				14,25	44 200,00	209 950,00	209 950,00			
Підрозділ:	2	Соціальні внески								
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати	місяців	209 950,00	0,22	46 189,00	46 189,00			
Пункт:	a		місяців	209 950,00	22%	46 189,00	46 189,00			
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				209 950,00	0,22	46 189,00	46 189,00			

Надійсан
Укр.в.в.с.

glen

Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)						
Стаття:	3.1	<i>Вартість проїзду (для</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Вартість квитків (з	шт.		-	-	-	
Пункт:	б	Вартість квитків (з	шт.		-	-	-	
Пункт:	в	Вартість квитків (з деталізацією	шт.		-	-	-	
Стаття:	3.2	<i>Вартість проживання (для</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним	дoba		-	-	-	
Пункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним	дoba		-	-	-	
Пункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним та	дoba		-	-	-	
Стаття:	3.3	<i>Добові (для штатних</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Добові (розрахунок на	дoba		-	-	-	
Пункт:	б	Добові (розрахунок на	дoba		-	-	-	
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відрядженні	дoba		-	-	-	
<i>Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженням"</i>								
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні						
Стаття:	4.1	<i>Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування інвентаря (з	шт.		-	-	-	
		<i>деталізацією технічних</i>						
		<i>характеристик)</i>						
Пункт:	б	Найменування інвентаря (з	шт.		-	-	-	
		<i>деталізацією технічних</i>						
		<i>характеристик)</i>						
Пункт:	в	Найменування інвентаря (з	шт.		-	-	-	
Стаття:	4.2	<i>Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для</i>		-	-	-	-	
		<i>використання їх при</i>						
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з			-	-	-	
Пункт:	б	Право використання			-	-	-	
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи			-	-	-	
<i>Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи"</i>								
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою						
Стаття:	5.1	<i>Оренда приміщення</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Адреса орендованого	кв.м		-	-	-	
		<i>приміщення, із зазначенням</i>	(годин,					
Пункт:	б	Адреса орендованого	кв.м		-	-	-	
Пункт:	в	Адреса орендованого	кв.м		-	-	-	

Скребець Устимов В.С. *Учас*

Стаття:	5.2	<i>Оренда техніки,</i>		150,00	3 300,00	99 000,00	99 000,00	
Пункт:	а	Оренда фото техніки Оренда об'єктивів в доповнення до матеріальної бази ФОП Цветков	змін	30,00	650,00	19 500,00	19 500,00	Оренда: об'єктив Carl Zeiss Distagon 35mm f2; Carl Zeiss planar 85mm f1.4 Штатив Slik pro 340DX В дополнення до матеріальної бази ФОП Цветков: Фотоапарат: Canon 3 та Canon 33. объектив Carl Zeiss 50mm 1.4; Sigma 24mm 2.8 Експонометр konica-minolta auto meter Vf
Пункт:	б	Мікрофон вузьконаправлений Shoeps CMIT 5 для запису аудіальної частини виставки, під час поїздок	змін	30,00	450,00	13 500,00	13 500,00	Мікрофон вузьконаправлений типу пушка малошумний Shoeps CMIT 5, система віброзахисту Sennheizer MZS 20-1, вітрозахист Sennheiser Windsceen Для запису аудіальної частини виставки, під час поїздок
Пункт:	в	Рекордер Zoom F8 для запису аудіальної частини виставки, під час поїздок	змін	30,00	900,00	27 000,00	27 000,00	Комплект звукозаписуючого обладнання: рекордер Zoom F8n, навушники Sony MDR-7506, батареї живлення зовнішні 3шт, зарядний пристрій для батарей живлення 1шт, сумка-органайзер з розгрускою, набір карток пам'яті, робоча станція для збереження записаного матеріалу Для запису аудіальної частини виставки, під час поїздок
Пункт:	г	Мікрофон стерео для запису аудіальної частини виставки, під час поїздок	змін	30,00	500,00	15 000,00	15 000,00	Стерео-система мікрофонів типу ORTF: мікрофон AKG C414 2шт, система віброзахисту Sennheizer MZS 20-1 2шт, вітрозахист Sennheiser Windsceen, система кріплення 2 мікрофонів, система швидкого монтажу мікрофонів quick lock 2шт, мікрофонна стійка Для запису аудіальної частини виставки, під час поїздок
Пункт:	д	Мікрофон Sennheiser AMBEO VR Mic комплект, мікрофонна стійка, вітрозахист, приєднувальні кабелі	змін	30,00	800,00	24 000,00	24 000,00	Мікрофон Sennheiser AMBEO VR Mic комплект, мікрофонна стійка, вітрозахист, приєднувальні кабелі Для запису аудіальної частини виставки, під час поїздок
Пункт:	е	Найменування інструменту (з	шт.			-	-	
Стаття:	5.3	<i>Оренда транспорту</i>		30,00	1 200,00	36 000,00	36 000,00	

Сергійчик Устимов В.С.

Мих

Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля для відряджень по території України, а саме Київ, Одеська область, Карпати (а саме Ворохта, Верховина, Космач, Яворів), Донбас (Луганська область місто Лисичанськ), Дрогобич, Бортники (Київська область), Тендрівська коса в знімальний період проекту	днів	30,00	1 200,00	36 000,00	36 000,00	Оренда легкового транспорту для відряджень по території України, а саме Київ, Одеська область, Карпати (а саме Ворохта, Верховина, Космач, Яворів), Донбас (Луганська область місто Лисичанськ), Дрогобич, Бортники (Київська область), Тендрівська коса в знімальний період проекту Є заплановані 2 варіанти авто, в залежності від доріг по яким необхідно буде пересуватись: Renault Duster або Kia Rio https://narscars.com.ua/kiev-r2/renault-duster-c359 ; https://narscars.com.ua/kiev-r2/kia-rio-c220 ; https://rental.ua/kiev/renault-duster ;
Пункт:	б	Оренда вантажного	км (годин)			-	-	
Пункт:	в	Оренда автобуса (із	км (годин)			-	-	
Стаття:	5.4	<i>Оренда сценічно-</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з				-	-	
Пункт:	б	Найменування (з				-	-	
Пункт:	в	Найменування (з				-	-	
Стаття:	5.5	<i>Інші об'єкти оренди</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з				-	-	
Пункт:	б	Найменування (з				-	-	
Пункт:	в	Найменування (з				-	-	
<i>Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":</i>			180,00	4 500,00	135 000,00	135 000,00		
Підрозділ:	6	Витрати на харчування та						
Стаття:	6.1	<i>Вид харчування або назва</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-	-	
Пункт:	б	Послуги з харчування (з	чол.			-	-	
Пункт:	в	Послуги з харчування (з зазнач	чол.			-	-	
<i>Всього по піrozділу 6 "Витрати на харчування та напої":</i>			-	-	-	-		
Підрозділ:	7	Матеріальні витрати						
Стаття:	7.1	<i>Основні матеріали та сировина</i>		50,00	380,00	9 300,00	9 300,00	

Червісек Устимов Р.С



Пункт:	a	Фото плівка Закупівля чорно-білої фото плівки для створення світлин. Ilford FP4 тип 135/36	шт.	35,00	180,00	6 300,00	6 300,00	Закупівля чорно-білої фото плівки для створення світлин. Ilford FP4 тип 135/36 Кількість фотоплівки обґрунтована технічним процесом фільмування на плівку, ми маємо зробити більшу кількість кадрів ніж надрукованих світлин для того щоб була можливість вибрати найвдаліші кадри для друку. Процес документальної фотографії є творчим і непередбачуваним, кількість витраченої фотоплівки за ради однієї світлини може бути як мінімальним так і при зйомці документального портрета кількість відзнятої плівки може бути до трьох роликів, тож щоб зняти виразний <small>пейзаж місцевості або зробити під погодними умовами експозиційних проб</small>
Пункт:	б	Фото плівка Закупівля чорно-білої фото плівки для створення світлин. Ilford HP5 тип 135/36	шт.	15,00	200,00	3 000,00	3 000,00	Закупівля чорно-білої фото плівки для створення світлин. Ilford HP5 тип 135/36 Кількість фотоплівки обґрунтована технічним процесом фільмування на плівку, ми маємо зробити більшу кількість кадрів ніж надрукованих світлин для того щоб була можливість вибрати найвдаліші кадри для друку. Процес документальної фотографії є творчим і непередбачуваним, кількість витраченої фотоплівки за ради однієї світлини може бути як мінімальним так і при зйомці документального портрета кількість відзнятої плівки може бути до трьох роликів, тож щоб зняти виразний <small>пейзаж місцевості або зробити під погодними умовами експозиційних проб</small>
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	
Стаття:	7.2	<i>Носії, накопичувачі</i>		4,00	2 380,00	4 760,00	4 760,00	
Пункт:	а	Жорсткий диск 2ТБ Для створення цифрового бекапу фото матеріалу та	шт.	2,00	2 200,00	4 400,00	4 400,00	Для сканування плівок та створення цифрового бекапу фото матеріалу та аудіальної частини виставки
Пункт:	б	Флешка 32GB Для надання копії оцифрованих матеріалів в	шт.	2,00	180,00	360,00	360,00	Для надання копії оцифрованих матеріалів в Центральний державний кінофотофонархів України ім. Г. С. Пшеничного
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	
Стаття:	7.3	<i>Інші матеріальні витрати</i>		649,00	23,50	15 251,50	15 251,50	
Пункт:	а	Бензин для орендованого автомобіля для реалізації зміального процесу проекту "Околиці часу"	л.	649,00	23,50	15 251,50	15 251,50	Розрахунок було зроблено з урахуванням 10л на 100км (для автомобіля Renault Duster або Kia Rio) Ціна на бензин https://avtomaniya.com/benzin Запланований маршрут: Київ-Космач-Ворохта-Дрогобич-Верховина-Яворів-Київ всього 2205 км Київ-Бортники-Самчуки-Київ всього 785км Київ-Одеса-Залізний порт-Тандрівська коса всього 1700 км Київ-Лисичанськ-Київ всього 1500 км Загальна кількість 6 190 км + 300км непередбачуваних об'їздів, ремонтів доріг і тп
Пункт:	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	
<i>Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":</i>				703,00	2 783,50	29 311,50	29 311,50	
Підрозділ:	8	Поліграфічні послуги						
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		100,00	80,00	4 000,00	4 000,00	

Керівник

Усаков В.С.

glus

Пункт:	а	Прояв ЧБ плівки в прохідній машині	шт.	50,00	20,00	1 000,00	1 000,00	Прояв фото плівки для створення негативів для майбутніх світлин https://drive.google.com/file/d/1nSakCaGLJD0YPNmS7IPLvpcVZ06GiAg8/view?usp=sharing Виконавець PhotoVision Александр Пархоментко
Пункт:	б	Сканування фотопливок	шт.	50,00	60,00	3 000,00	3 000,00	Сканування ч\б фотопливок високої якості, для онлайн фото виставки
Пункт:	в	Матеріал для Оформлення світлин для виставки	шт.			-	-	Рамка для фотографії 80x110 см у складі: -Багет аллюміній чорний матовий Україна -Акрилове скло 1,5мм -Паспарту білий -Задник ДВП -Фурнітура https://drive.google.com/file/d/1nSakCaGLJD0YPNmS7IPLvpcVZ06GiAg8/view?usp=sharing
Пункт:	г	Друк флаєрів для промоції виставки	шт.			-	-	Друк флаєрів для промоції виставки. Флаєри будуть розповсюджені - в партнерських мистецьких інституціях. (творчих вузах, арт кафе, хабах та ін)
Пункт:	д	Друк плакатів А2 для промоції виставки	шт.			-	-	Друк плакатів (A2) для промоції виставки. Будуть розповсюджені - в партнерських мистецьких інституціях. (творчих вузах, арт кафе, хабах та ін)
Пункт:	е	Друк банерів	шт.			-	-	
Пункт:	є	Друк інших роздаткових	шт.			-	-	
Пункт:	ж	Послуги копірайтера	шт.			-	-	
Пункт:	з	Інші поліграфічні послуги	шт.			-	-	
<i>Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":</i>				100,00	80,00	4 000,00	4 000,00	
Підрозділ:	9	Послуги з просування						
Пункт:	а	фотофіксація відкриття мультимедійної виставки для її промоції в мережі інтернет	послуга			-	-	Фотофіксація відкриття мультимедійної виставки на якій будуть автори проекту та запрошені ЗМІ, лідери думак, представники УКФ, гості галеої. Створені фото відкриття виставки будуть використані для її промоції в
Пункт:	б	відеофіксація відкриття мультимедійної виставки для її промоції в мережі інтернет	послуга			-	-	Відеофіксація відкриття мультимедійної виставки, включно з монтажем відзнятого матеріалу - створення відео відкриття виставки хронометраж 1-1,5 хвилини. Відео буде використовуватись для її промоції виставки в

Сергій Володимирович Бондарев

Гаріс

Пункт:	в	рекламні витрати	міс.	4,00	5 500,00	22 000,00	22 000,00	Реклама в соціальних мережах спрямована на 2 цілі: 1) залучення людей на виставку - для того щоб виставку відвідало 1000 людей - в ФБ івенті має бути 3000 зацікавлених в цій події, так як в середньому пропорційність відвідування безкоштовних подій - біля 30% від зацікавлених. Для реалізації запланованої кількості відвідувачів виставки необхідні витрати на рекламу в розмірі приблизно 5500 грн Оскільки сторінки в соціальних мережах будуть створюватись з нуля, а домовленості з медіа будуть тільки формуватись, то перші три місяці більша частина підписників буде залучена за рахунок реклами - окремо 2750 грн/місяць Фейсбук, окремо 2750 грн/міс Інстаграм, всього 5500 грн/міс реклама на 2 соціальні мережі. За перші Три місяці створення сторінок в соцмережах планується витрати на рекламу в розмірі 16500
Пункт:	г	SMM, SO (SEO) Залучення спеціаліста для поширення інформації про проект серед цільової аудиторії та партнерів	міс.	4,75	5 578,95	26 500,00	26 500,00	Залучення спеціаліста для поширення інформації про проект серед цільової аудиторії та партнерів, створення контенту для соціальних сторінок, ведення сторінок, розробка СММ стратегії
Пункт:	д	Інші				-	-	
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				8,75	11 078,95	48 500,00	48 500,00	
Підрозділ:	10	Створення web-ресурсу						
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту	послуга	1,00	29 000,00	29 000,00	29 000,00	Створення сайту програмістом. Технічне завдання надаємо окремим файлом в додаткових документах. Підтримка сайта за рамками УКФ буде фінансово забезпечуватись ФОП Цветков Виконавець послуги ФОП Гарагуля 1. Зроблено web-версію сайту. 19 000 грн - хедер - 500 - перший блок з бекграундом та текстом - 500 - основний блок з історіями (робота з дизайнером, анімацією, робота з фото та аудіо файлами) - 15 000 - блок з інфо про авторів, партнерів - 1 500 - контакти - 1 500 2. Виконана адаптивна верстка сторінок (Mobile, Ipad Portrait and landscape). 6 000 грн 3. Налаштування хостингу (ім'я буде обрано разом з замовником). Деплой сайту за допомогою Netlify. 500 грн 4. Сайт перекладено на англійську мову за допомогою бібліотек gatsby-plugin-i18n та react-intl. 1 500 грн 5. Оптимізація (швидкість, SEO). 1 000 грн 6. Тестування, виправлення багів. 1 000 грн
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту	послуга	1,00	3 500,00	3 500,00	3 500,00	Покупка домену та хостінгу сайту

Керівник управління
С. С. Ковальчук

Укр

Пункт:	в	Створення дизайну сайту	послуга	1,00	29 000,00	29 000,00	29 000,00	В рамках переговорної процедури було вирішено перевести проект повністю онлайн, це потребує не просто сайту-візитки, а повноцінного арт проекту в просторі інтернету. Саме через це дізайнер стає повноцінним членом творчої команди та приймає участь в розробці концепції, так як ми плануємо зробити сайт візуально концептуальним згідно розробки групи. Для реалізації данної задачі планується залучення професійного дизайнера - ФОП Дарця Люба. Задачі: спільна концептуалізація та графічна та технічна розробка веб-сайту.
								Створення візуально узгодженої концепції для мультимедійного веб-сайту та технічних рішень разом з веб-розробником для медіа, таких як подкасти, відео, фотогалереї, аналітичні матеріали.
								Надання бета-версії веб-сайту. Надання остаточного веб-сайту після затвердження.
								Приклади робот:
								https://www.awwwards.com/collections/ https://reflecting-europe.eu-russia-csf.org/
								https://reflecting-europe.eu-russia-csf.org/culture-and-society/imprints/
								https://imprisoned-youth.com/
								https://kinoko.org.ua/
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":			3,00	61 500,00	61 500,00	61 500,00	61 500,00	
Підрозділ:	11	Придбання методичних,						
Пункт:	а	Найменування методичних,	шт		-	-		
Пункт:	б	Найменування методичних,	шт		-	-		
Всього по підрозділу 11 "Придбання				-	-	-	-	
Підрозділ:	12	Послуги з перекладу						
Пункт:	а	Усний переклад	година		-	-		
Пункт:	б	Редактування усного перекладу	сторінка		-	-		
Пункт:	в	Письмовий переклад Письмовий переклад описового тексту до світлин з	сторінка	15,00	180,00	2 700,00	2 700,00	Письмовий переклад описового тексту до світлин з української на англійську мову
Пункт:	г	Редактування письмового	сторінка		-	-		
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":			15,00	180,00	2 700,00	2 700,00	2 700,00	
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати						
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги			-	-		
Пункт:	б	Юридичні послуги	міс	2,00	12 000,00	24 000,00	24 000,00	Юридичні послуги по складанню документації проекту
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	Проведення одного аудиту проекту "Околиці часу" для звітності в УКФ
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати			-	-		
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати			3,00	24 000,00	36 000,00	36 000,00	36 000,00	
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати						

Керченко Юхим ВС. 

Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної		59,00	6 605,00	71 805,00	71 805,00	
Пункт:	a	Створення аудіального супроводу виставки	змін	10,00	2 900,00	29 000,00	29 000,00	Етап постпродакшну. Роботи зі звуком на етапі постпродакшну, коли вже завершений етап запису аудіоматеріалу в поїздках. Створення авторського рішення фонограм для виставки в якості 7 фонограм довжиною по 5 хвилин, формування технічного завдання для запису синхронних шумів та створення спеціальних звукових ефектів, чищення оригінальних записів, поєднання оригінальних та додаткових записів в фонограму згідно авторському задуму, зведення фонограми в бінауральному форматі, готові бінауральні треки для онлайн-виставки. Виконавець ФОП Явтушенко
Пункт:	б	Запис синхронних шумів з використанням необхідного обладнання для створення аудіальної частини проекту	хвилин	21,00	665,00	13 965,00	13 965,00	Запис синхронних шумів (foley) 5хв для 7 фонограм, всього 21 хв записи
Пункт:	в	Створення 3D моделей предметів герой	шт	7,00	2 500,00	17 500,00	17 500,00	Створення 3D моделей предметів герой. Це будуть предмети якими володілі герої, предмети що мають стосунок до їх професії та передають настрій та колорит героя (цифровий аналог інсталяції).
Пункт:	г	Створення спеціальних звукових ефектів Оренда студії звукозапису для проведення робіт з запису та зведення аудіальної частини виставки	хвилин	21,00	540,00	11 340,00	11 340,00	Створення спеціальних звукових ефектів згідно авторському задуму, 5 хвилин для 7 фонограм, всього 21 хвилина
Стаття:	14.2	Витрати на послуги		-	-	-	-	
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.			-	-	
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.			-	-	
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги коректора	екземпляр			-	-	Послуги коректора з виправлення текстів . Ми відмовились від друку книги проекту "Околиці часу" в рамках реалізації проекту з УКФ
Пункт:	б	Послуги верстки	год.			-	-	Послуги дизайнера з верстки книги. Ми відмовились від друку книги проекту "Околиці часу" в рамках реалізації проекту з УКФ.
Пункт:	в	Друк книг з фотографіями проекту та QR посиланнями	екземпляр			-	-	Ми відмовились від друку книги проекту "Околиці часу" в рамках реалізації проекту з УКФ,
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр			-	-	
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану п	екземпляр			-	-	
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		32,00	96 025,79	278 997,50	278 997,50	

Керченев В.С.



Пункт:	a	Створення описових текстів до виставки	шт.	7,00	2 000,00	14 000,00	14 000,00	Створення описових текстів до світлин виставки. Єлизавета Сміт є автором ідеї проекту, концепції і буде займатися кураторством написання текстів для виставки. Для створення даних текстів необхідне залучення спеціаліста, що має досвід в написаннях саме таких текстів тому що такі тексти мають свої стилістичні правила. Пані Сміт, як автор проекту, буде мати всю інформацію про герой іх історії та буде виокремлювати найважливіше з неї для створення підтримки загальної концепції проекту, а залучений спеціаліст буде сворювати з цієї інформації текст для виставки. Тексти плануються базуватися на інтерв'ю документальних герой які проведе Сміт під час знімального періоду, та вирогідно команда буде залучати філософів та науковців для створення текстів. Одиниці виміру 1 текст - 1 герой
Пункт:	б	Створення дизайну для соціальних сторінок	міс	3,00	9 000,00	27 000,00	27 000,00	ДИЗАЙН -16 000 грн 1. Макети для соціальних мереж - 8000 грн (5 макетів для тематичних рубрік + 3 відео). Рубріки також будуть відрізнятись по дизайні - "новий герой/місто", "філософські думки", "історії команди та розвитку проекту" від 3 до 5 основних рубрік, що будуть структурувати основні теми у соціальних мережах. Дизайн матеріали - макети (шаблони) для рібрік соціальних мереж, макети для рекламних постів, афіши виставки у різних форматах для різних каналів (фейсбук, інстаграм, обкладинка та профіль інстаграм), короткі анімовані відео з текстом, який можна читати без звуку - 3-5. 2. Розробка концепції афіші виставки та її адаптація під різні канали комунікації - 8000 грн. - Розробка концепції афіші виставки - Підготовка афіші для веб - обкладинка події - профайл - обкладинка сторінки проекту
Пункт:	в	Пошук локацій та героїв в підготовчий період (Локейшн)	послуга	1,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	Пошук місць та героїв, домовленості із місцями, перевірка належності обраних авторами місць для створення фото, згідно концепції проекту. У вартість послуги входить оплата роботи локейшне менеджера, його переїзди на власному авто та бензин. Нажаль кведу локейшн ще не існує, хоча послуга існує досить давно (він зазначенний до сих пір як виробництво). Локейшн майбутніх місць зйомок важливий для логістики, яка вплине і на прорахований бюджет. Так як локейшн менеджер зазделегідь домовляється з героями, знаходить місця для проживання команди. Домовленість є з ФОП Фаворський, який має великий досвід

Мережевий уряд В.С. 

Пункт:	г	Роботи по проекту автора і фотографа Цветкова В. С.	міс.	4,75	21 052,63	100 000,00	100 000,00	Пан Цвєтков є автором проекту "Околиці часу", тому він є необхідним членом команди на всіх етапах виробництва від розробки проекту до його фіналізації. Тільки бачення автора може створити цілісний продукт створюючи його на кожному етапі. Оплата роботи за всі етапи реалізації проекту: розробка концепції, підготовка, фотоайомка, цифрова обробка фото світлин В суму включені проживання та добові особи на відрядження.
Пункт:	д	Роботи по проекту зі запису та створенню аудіальної частини для виставки ФОП Явтушенко	міс.	2,00	23 500,00	47 000,00	47 000,00	Етап підготовчого періоду. Роботи зі звуком на підготовчому етапі (розробка концепції, створення логістики, розробка героїв, 1 місяць). Найголовніше: на етапі поїздок запис звуку для аудіальної частини проекту (1 місяць заплановано 30 знімальних змін). Робота Явтушенко. В. О. полягатиме розробці аудіальної концепції виставки, в пошуці та якісному записі похідного матеріалу під час знімального періоду, забезпечені високої виразності та технічної якості записів, а також прийнятті сюжетних рішень щодо запису звуку. ЗП за місяць - 14500 грн, добові 60грн на 30 днів, проживання 600 грн на 27 днів
Пункт:	е	Маркетолог Анастасія Клисакова	місяців	4,75	13 263,16	63 000,00	63 000,00	Створення, маркетингової стратегії, комунікаційного плану для проекту "Околиці часу", моніторинг актуальності та реалізації маркетингової стратегії на всіх етапах проекту, переговори зі ЗМІ, створення іміджу проекту в спільноті та залучення аудиторії до проекту. Драфт комунікаційної стратегії створеної Клисаковою надаємо в додаткових документах.
Пункт:	ж	Розрахунково-касове обслуговування	міс.	4,75	80,00	380,00	380,00	Відсоток від заробітних плат
Пункт:	з	Інші банківські послуги	міс.	4,75	130,00	617,50	617,50	Щомісячне обслуговування рахунку
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				91,00	102 630,79	350 802,50	350 802,50	
Всього по розділу II "Витрати":						923 953,00	923 953,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ								

Червіченко
(посада)

ЧСБ
(підпис, печатка)

Цветков Валерий Сергеевич,
(ПІБ)