

**ДОГОВІР № 3AVS51-5528**  
**про надання гранту**

м. Київ

«17» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Національний музей Голсдомору-геноциду (далі – Грантоотримувач) в особі Генерального директора Стасюк Олесі Олександрівни, що діє на підставі Статуту, 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 проєкту «Мобільний додаток "Track Holodomor History"» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

**II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ**

1. Грантоотримувач реалізує Проєкт до 30 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проєкт реалізується згідно з робочим планом реалізації Проєкту, визначеним у розділі XI проєктної заявки.

3. Для підтвердження реалізації Проєкту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проєкту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.

4. Датою завершення реалізації Проєкту є день підписання Фондом акта про виконання Проєкту.

18 чер 2020

### **III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ**

1. Загальна сума гранту становить 669 488 грн. 30 коп. (шістсот шістдесят дев'ять тисяч чотириста вісімдесят вісім гривень 30 коп.) 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.

### **IV. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТОРІН**

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

1) відповісти за будь-якими зобов'язаннями, складеними 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 II 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;

б) 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 особистих 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 нефашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження нації, неповаги до національних і релігійних святинь, 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 виконанням 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 Проєкту, 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 Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.
3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цієї метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.
4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, 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:

придбання 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;

втррати, 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.

## **ІХ. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ 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.

## **Х. 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.

## **ХІ. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ**

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

2. Усі спори або розбіжності, що впливають 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.

## ХІІ. 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 воно 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](mailto:programa.audiovisual@ucf.in.ua)

2) контактна особа Грантоотримувача:

Курганська Ірина Едуардівна, заступник завідувача експозиційно-виставкового відділу,

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 призвести 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 Проєкту, 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 однакову юридичну силу.

### **ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ**

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

додаток 1 – проєктна заявка;



додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації

Проекту;

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

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 320172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

##### Грантоотримувач

Національний музей Голодомору-  
геноциду

Юридична адреса:

01015, м. Київ, вул. Лаврська, 3

Адреса для листування:

01015, м. Київ, вул. Лаврська, 3

ЄДРПОУ/ПІН: 36588948

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: УДКСУ у

Печерському р-ні, м. Києва

Р/р: UA598201720313291001301056526

МФО: 820172

Тел.: +38 044 2544589

Виконавчий директор



Ю.С. Федів

Генеральний директор



О.О. Стасюк

УКРАЇНСЬКИЙ  
КУЛЬТУРНИЙ  
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3AVS51-5528

від « 14 » листопада 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аудіовізуальне мистецтво

Лот: ЛОТ 5. Анімаційні та відеоігри, мобільні додатки

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3AVS51-5528

**Назва проекту: Мобільний додаток "Track Holodomor History"**

## Візитна картка проекту

### Конкурсна програма

Аудіовізуальне мистецтво

### Лот

ЛОТ 5. Анімаційні та відеоігри, мобільні додатки

### Тип проекту

Індивідуальний

### Пріоритетний сектор культури та мистецтв

аудіовізуальне мистецтво

### Ключові слова за напрямом (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)

цифрові технології

нематеріальна культурна спадщина

### Назва проекту

Мобільний додаток "Track Holodomor History"

### Назва проекту англійською мовою

Mobile application "Track Holodomor History"



Генеральний директор *[Signature]*

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

Мобільний додаток “Track Holodomor History” має на меті наблизити людей до історії Голодомору, спонукаючи їх пройтися Києвом та дізнатися про місця, вулиці, будинки, що зберігають деталі трагічної історії геноциду українців у 1932-33 роках. Користувачі додатку - школярі та історики, українські та іноземні туристи - за його допомогою зможуть уявити Київ початку 1930-х років через архівні фото, спогади тодішніх мешканців міста. Вони дізнаються про злочинні дії організаторів та виконавців геноциду, про героїзм містян, які намагалися врятувати життя прибулих з села власним пайком із 200 грамів хліба, та інші факти. Проект стане в нагоді гідам, вчителям, туристам та киянам. Голодомор - це історія України й урок для всього людства.

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

The “Track Holodomor History” mobile app aims to bring people closer to the history of the Holodomor, inviting them to walk around Kyiv and learn about places, streets, buildings that preserve details of the tragic history of the genocide of Ukrainians in 1932-33. Users of the application - schoolchildren and historians, Ukrainian and foreign tourists - with the help of it will be able to imagine Kyiv of the early 1930s through archival photographs, memories of the then residents of the city. They will learn about the criminal acts of the organizers and perpetrators of the genocide, the heroism of the town dwellers who tried to save with their own 200 grams of bread lives of those arriving from villages and other facts. The project will benefit guides, teachers, tourists and residents of Kyiv. The Holodomor is a history of Ukraine and a lesson for all mankind.

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

669488.30

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

669488.30

**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)**

Генеральний директор  
Гасанов О.В.



**Населений пункт**  
Київ

**Початок проекту**  
2020-06

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

**Тривалість проекту в місяцях**  
4.9

**Партнери проекту**  
Немає

**Ваш основний продукт**  
Мобільний додаток

## **Інформація про контактну особу**

**Прізвище, ім'я та по-батькові**  
Курганська Ірина Едуардівна

**Телефон**

**Електронна пошта**

**Функції в проекті**  
Керівник

## **Інформація про організацію-заявника**

**Повна назва організації-заявника**  
Національний музей Голодомору-геноциду

**Повна назва організації-заявника англійською мовою**  
National Museum of the Holodomor-Genocide



Генеральний директор  
Сасюк О.С.

**Організаційно-правова форма**

Державна організація (установа, заклад, підприємство)

**Код ЄДРПОУ**

36588948

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

Реєстраційний номер справи: 1\_070\_037075\_02 Код: 461835600085

**Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОТу**

КВЕД 91.02, КВЕД 72.20

**Дата реєстрації організації**

2009-07-21

**Юридична адреса організації**

01015, м. Київ, вулиця Лаврська, будинок 3

**Поштова адреса організації**

01015, м. Київ, вулиця Лаврська, будинок 3

**Фактична адреса організації**

01015, м. Київ, вулиця Лаврська, будинок 3

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

<https://holodomormuseum.org.ua/> <https://www.facebook.com/HolodomorVictimsMemorial/>

**Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації**

Стасюк Олеся Олександрівна

**Телефон****Електронна пошта****Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної**

Генеральний директор  
Стасюк О.О.

**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**  
Немає

**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 подання заявки?**  
Ні

**Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.**  
1, 2, 3

**Дохід за звітний період**  
15204905.00

**Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?**  
Так, у 2018 у ролі заявника  
Так, у 2019 у ролі заявника

**Чи реалізували ви проект УКФ раніше?**  
Так, у 2018 у ролі заявника

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



Генеральний директор  
Стасюк О.О. *[Signature]*

<https://map.memorialholodomor.org.ua/map/>

**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**

У 2016 році донором виступив Канадський музей прав людини, який профінансував в рамках Меморандуму про співпрацю тиражування та промоцію в Україні фільму «Територія Голодомору: пам'ять невмируща». Фільм був поширений по школах України.

## **Детальний опис проекту**

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

Проект мобільний додаток "Track Holodomor History" є важливою туристично-культурною ініціативою. З одного боку, він робить вклад у зростаючий щороку туризм України - внутрішній та закордонний. З мобільним додатком туристи отримають безкоштовний та інтерактивний варіант ознайомлення з містом, який, у свою чергу, ефективно поширюватиме інформацію про Голодомор-геноцид як серед українців, що посилить усвідомлення власної історії та національної ідентичності, так і за кордоном, що сприятиме поширенню знань про Україну та її історію в світі. Жителі Києва, в свою чергу, зможуть за допомогою мобільного додатку самостійно дослідити історію свого міста, що сприятиме зміцненню місцевої ідентичності та посиленню громадянського суспільства. У цілому, проект має на меті поширення правдивих історичних знань, що внутрішньо об'єднуюватимуть та посилляватимуть Україну як державу, а також протидіятимуть дезінформації про нашу країну на світовому рівні. З другого боку, проект спрямований на покращення загального культурного середовища через освіту, актуалізуючи заборонену та витіснену з пам'яті історію Голодомору, доповнюючи та поширюючи історію Києва 30-х років, а також унаочнюючи репресії радянського тоталітарного окупаційного режиму проти українців. Цей проект відкриє невідомі раніше широкому загалу деталі про минуле



Генеральний директор  
Олександр В.О.

міста Києва завдяки архівним джерелам. Будинки, вулиці, парки столиці розкажуть історію, яка понад півстоліття ретельно приховувалася, про яку змушували українців забути. Даний мобільний додаток матиме вплив на процес декомунізації в Україні, розкриваючи правду не лише про жертв Голодомору, а й про винних в злочині, що має високий рівень актуальності в українському суспільстві.

**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)**

Національний музей Голодомору-геноциду є єдиним музеєм в світі, який розповідає про геноцид української нації в 1932-33 роках, а також вшановує жертв Голодомору.

Нашим головним завданням музею є застереження суспільства про злочин геноциду, шляхом накопичення та поширення знань про Голодомор.

Мобільний додаток "Track Holodomor History" є сучасним та ефективним способом поширення інформації, який є доступним широкій аудиторії, що допоможе музею у виконанні свого найголовнішого завдання, та дозволить "вийти за межі будівлі" - у місто. Водночас він допоможе музею продемонструвати накопичену наукову інформацію та дані, під'язавши їх під актуальну карту Києва, а також стане поштовхом для пошуку нових матеріалів, зокрема через залучення широкої джерельної бази.

Проект актуальний з огляду на одне із основних завдань музею - подолання між громадянами й історією радянського геноциду українців в 1932-1933 рр. своєрідного "психологічного бар'єру" та упереджень щодо форм представлення історії Голодомору, з чим Музей регулярно стикається у своїй роботі.

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

Оскільки одним із завдань нашого музею ми визначили поширення доступних, інтерактивних, актуальних і достовірних знань про Голодомор у зручному "кишеньковому" форматі, то ми зупинилися на формі освітнього мобільного додатку як оптимальної площадки для реалізації цієї мети. За допомогою привабливого сучасного комп'ютерного дизайну та ігрової форми, яку закладено в суть мобільного додатку, як школярі, так і дорослі, спонукатимуться отримувати нові знання, досліджувати історію, як локальну, так і своєї держави, а також вчитимуться критичному мисленню.

**Чому ваш проект є унікальним?**

Мобільний додаток буде створений профільним музеєм та командою



Генеральний директор  
Василько О.О.



істориків-експертів з Інституту дослідження Голодомору Національного музею Голодомору-геноциду. Це забезпечить високу якість та достовірність інформації, в чому і полягає унікальність проєкту, адже левову частку використаних даних становитимуть архівні документи, фотоматеріали та спогади свідків, яких немає у вільному доступі.

Більше того, рідкісним є випадок, коли мобільний додаток створюється не на основі колекції музею, а у прив'язці до об'єктів міста та їхньої історії, опиняючись таким чином на перетині урбаністики (науки про місто як середовище і його використання, у даному випадку - у виняткових історичних обставинах), історії повсякдення (симбіозу історії та культурології - стилю життя і побуту людей у певних історичних умовах) та музеєлогії в традиційному розумінні. Це шанс одночасно більше дізнатись про історію як Голодомору, так і Києва, побачити заново і з іншого боку звичні місця міста, в якому ми живемо, або відкрити його для себе з нестандартного кута зору, а також усвідомити масштабність злочину, що відбувся 87 років тому у нашій країні, на наших вулицях.

Насамкінець, це єдиний проєкт про Голодомор, який подає цю тему сучасно та неординарно. Ця тема потребує нового підходу, який би включав не лише оплакування жертв, але й рефлексію над цією історичною подією. І серед сотень тематичних історичних і не тільки маршрутів Києвом немає жодного про історію Голодомору - ця сторінка досі лишається вирваною з колективної пам'яті. Це те, чого не було в жодній іншій країні, тому лише в Україні можна створити подібний до "Track Holodomor History" проєкт, за яким люди цілеспрямовано приїжджатимуть з інших регіонів та країн.

### **Чому ваш проєкт є інноваційним?**

Проєкт "Track Holodomor History" пропонує цілком новий підхід до вивчення історії, який може бути використаний місцевими жителями, туристами та в освітніх програмах навчальних закладів. За його допомогою кожен може відчути себе істориком-дослідником та трішки "сталкером міста". Цей підхід є інтерактивним та розвиваючим, на протилежність навчальному підходу, тобто людині не просто передають знання, а спонукають її до самоосвіти, саморозвитку, самостійного критичного мислення.

### **Як ваш проєкт доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?**

Багато світових музеїв та культурних й освітніх інституцій мають власні мобільні додатки, які дають швидкий віддалений доступ до оцифрованих колекцій, допомагають орієнтуватися на території фізичного музею, забезпечують поширення новин музею та зворотній зв'язок з відвідувачами тощо. Водночас останнім часом в Україні, і в Києві зокрема, дуже



Генеральний директор  
Стасюк В.О.

популярними стали авторські екскурсійні маршрути, квест-екскурсії, та навіть вистави-екскурсії по місту, які орієнтовані, у першу чергу, на місцевих жителів або нестандартне знайомство з містом для іноземців. Мобільний додаток “Track Holodomor History” поєднує ці дві тенденції, виконуючи водночас освітню місію музеїв як “архівів знань і надбань людства” та розважально-пізнавальну — туристичних тематичних маршрутів по Києву. Варто зазначити й нестачу знань про Голодомор у суспільстві, оскільки ця тема суворо заборонялася в СРСР, тому її розкриття в сучасній формі подачі значно доповнить знання українців та іноземців в історичній галузі, зокрема про геноцид українців в 1932-33 років на території України.

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

У складі музею працює Інститут дослідження Голодомору, який зібрав науковців для масштабного та глибокого вивчення історії Голодомору. У майбутньому ми плануємо, що мобільний додаток стане додатковим каналом трансляції наявних сьогодні і майбутніх результатів наукових досліджень, що стосуються історії Голодомору не лише Київської області. З додаванням інших українських міст (Харків, Дніпро тощо) та польських маршрутів (по місцях масових поховань, пам'ятних знаках, об'єктах, які відіграли унікальну роль в історії Голодомору 1932-33 рр.), які можна буде використовувати як тематичні освітні маршрути вихідного дня, доступ до кастомізованої локальної історії зможе отримати будь-хто охочий. Таким чином, “Track Holodomor History” стане віртуальною площадкою/освітньою платформою для поширення інтерактивних знань про Голодомор - єдиною подібною. Туристичні маршрути Україною збагатяться ще однією історичною темою, з'явиться якісна історично-освітня платформа, а підхід “Track Holodomor History” може бути застосовано як приклад іншими розробниками освітніх ресурсів, а також музеями.

### **Цілі проекту**

#### **Ціль**

Енциклопедичний перелік локацій міста Києва, пов'язаних з історією Голодомору 1932-33 років.

#### **Завдання 1**

Скласти список локацій на основі наукових джерел. Написати супровідні тексти до кожної локації, які б розкривали значення того чи іншого об'єкта в історії Голодомору. Переклад усіх текстових матеріалів англійською.



Генеральний директор  
Григорук Д.О.

## **Завдання 2**

Підібрати різноманітні матеріали, які доповнюватимуть та ілюструватимуть історію кожного місця (фото, відео, аудіо тощо).  
Оцифрувати та звести до єдиних технічних параметрів. Фотозйомка сучасного вигляду даних локацій та обробка зображень.

## **Індикатори досягнення цілі**

Завершене текстове наповнення додатку: 77 профілів локацій з усіма матеріалами.

## **Ціль**

Технічне виробництво мобільного додатку

## **Завдання 1**

Проведення тендерних закупівель на послуги з розробки мобільного додатку. Визначення переможця торгів. Укладання договору. Створення спільного технічного завдання Музеєм та Розробником на виготовлення додатку.

## **Завдання 2**

Розробка мобільного додатку: його дизайну, архітектури та програмного забезпечення, функціоналу. Наповнення додатку. Тестування та публікація.

## **Індикатори досягнення цілі**

Готовий мобільний додаток з наповненням. Його доступність в AppStore та Google Play Market

## **Ціль**

Проведення гіар-кампанії для підвищення кількості завантажень додатку та його впізнаваності

## **Завдання 1**

Створення дизайнером єдиного бренд-дизайну для позиціонування продукту та піар-кампанії.

## **Завдання 2**

Реалізація запланованих елементів піар-кампанії: зйомка та запуск промо-відеоролика. друк та розповсюдження поліграфічних матеріалів у ЗМІ, запуск таргетованої онлайн-реклами, проведення промо-онлайн-екскурсії містом, публікації лідерів думок, партнерські



Генеральний директор  
Олександр С.В.

публікації установ та організацій України і світу, новинна розсилка серед підписників музею, проведення тематичних заходів (зустрічей, екскурсій) для вузьких ЦА (вчителі Києва, екскурсоводи Києва, музейники тощо), проведення презентації в УКРІНФОРМі, публікації згідно контент-плану проєкту.

### **Індикатори досягнення цілі**

1000 завантажень (AppStore та Google Play Market разом)

### **Ціль**

Подання звіту про проєкт Грантодавцю

### **Завдання 1**

Підготовка та надання фінансового, змістового та медіа звітів.  
Проведення аудиту та надання його результатів

### **Завдання 2**

Виготовлення та поширення онлайн бренд-буку.

### **Індикатори досягнення цілі**

Три звіти, висновок аудиторської компанії, бренд-бук.

### **Основна мета проєкту**

Метою проєкту “Track Hclodomor History” є наблизити людей до історії Голодомору, спонукаючи їх пройтися вулицями міста Києва, але з новою інформацією про них у 1932-1933 роках, чи поглянути на будівлі, які пам’ятають про Голодомор, і чиє призначення в 1932-33 роках ніколи й не спадало на думку сучасним жителям і гостям Києва. Завдяки даному мобільному додатку розуміння історії Голодомору розшириться, перенесеться з герметичного кола монографій та архівів в громадський простір. Головні меседжі проєкту: насправді історичне минуле ближче до нас, воно заховане у наших вулицях, парках, будинках; насправді історія Голодомору – це більше, ніж трагічна історія, що сталася 87 років тому, вона має тяглість у сучасності і потребує від нас максимального вивчення, збереження, поширення. Ця історія стосується всього людства, і в найбільшій мірі - громадян України.

### **Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту**

Проєкт має науково-популярне спрямування і використовує сучасні технології. З огляду на ці засади, пряму ЦА проєкту становлять



Генеральний директор  
Гасибас О.О.

1. Кияни, переважно молодь віком 18-35 років, які активно використовують смартфони. За прогнозовані кількісні дані у цій категорії можна взяти кількість завантажень Додатку Kyiv Smart City, впровадженого 2019 року, який показує рівень готовності киян до диджиталізації; за словами директора Департаменту інформаційно-комунікаційних технологій КМДА Юрія Назарова, його завантажили більше 75 тисяч осіб (станом на 2 жовтня), тому цю цифру можна брати за орієнтир. Ця аудиторія має стабільний середній рівень доходу, частково належить до креативного класу, любить активний відпочинок та подорожі, веде сторінки в соціальних мережах, відвідує заходи та тренінги з самоосвіти та використовуватиме мобільний додаток з пізнавальною та розважальною метою. Ми розраховуємо на охоплення цієї аудиторії не менше 250 000 через застосування таргетованої реклами у Фейсбук та YouTube, публікацій у ЗМІ, активного ведення соціальних сторінок, поширення яскравої поліграфії серед закладів харчування та розваг, проведення онлайн-екскурсій тощо.

2. Туристи міста Києва з інших областей України. За даними Управління туризму та промоцій КМДА, станом на вересень 2019 року Київ відвідало 2.2 млн українців з інших областей України. Для наочності доцільно застосувати й до України як європейської держави статистику Всесвітньої ради туризму, яка вважає, що 37% усіх туристичних подорожей можна віднести до культурного туризму (30% з них здійснила молодь у віці від 20 до 29 років), а їх річний ріст складає 15%; водночас, як зазначає Європейська Асоціація туризму і відпочинку, перевага серед культурних об'єктів належить музеям (59%) й історичним пам'яткам (56%) (за <https://zbruc.eu/node/50637>). Таким чином, історичний культурний туризм складає значну частку усього туризму, і історично-пізнавальний мобільний додаток може конкурувати з "фізичними" музеями, особливо зважаючи на той факт, що найбільше до культурного туризму схильна молодь, яка також показує найвищі показники диджиталізації. Переважно додаток розрахований на людей, які відвідують місто без допомоги турагенств, особливо на маленькі групи молоді - 2-3 людини, а також молоді сім'ї з дітьми, для яких пізнавально-розвиваюча мета туризму є пріоритетною. Через зовнішні обставини охоплення цієї аудиторії в 2020 році зменшиться, тим не менш ми розраховуємо на загальне охоплення від 15 000 людей через публікації у ЗМІ, поліграфію, поширення дописів музею у соціальних сторінках, рекламу онлайн та співпрацю з гiдами.

3. Іноземні туристи. Оскільки мобільний додаток буде двомовним (українська та англійська мови), та зважаючи на зростаючий інтерес іноземців до теми Голодомору (кількість екскурсій іноземною мовою в Музеї Голодомору в 2018 році становила 78 одиниць; у 2019 - уже 159 одиниць), ця група є однією з ключових аудиторій при реалізації даного проєкту. Однак



Генеральний директор  
О.О.

через карантинні обмеження ця аудиторія у 2020 році суттєво скоротиться, однак, очікуємо, зросте у 2021 році та далі. Іноземці з великим зацікавленням ставляться історії та до неординарних тематичних пішохідних екскурсій по місту, які б вирізняли Київ на фоні інших європейських міст. Також іноземці на хвилі руху за захист прав людини виявляють неабиякий інтерес до теми Голодомору як одного з геноцидів, який також допомагає їм дізнатися більше про тоталітарну систему Радянського Союзу, тому поєднання історичного нарративу з пішою прогулянкою та оглядом архітектурних пам'яток міста вдало відповідає основним потребам даної групи цільової аудиторії. Цьогоріч ми прикладемо менше зусиль на залучення цієї аудиторії, однак через іноземні ЗМІ та онлайн-ресурси, а також підтримку діаспори, ми сподіваємося поширити інформацію про додаток, який доступний і англійською мовою щонайменше на 5000 людей.

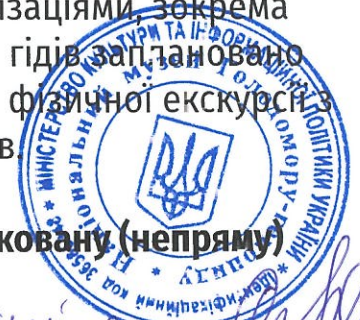
4. Вчителі історії шкіл м. Києва. Вони можуть використовувати додаток при організації інтерактивних та новаторських уроків історії та виховних годин, а також при самостійній підготовці до занять по темі Голодомору. Музей Голодомору тісно співпрацює з 289 вчителями історії з Києва й попередньо ідея мобільного додатку отримала схвальні відгуки в даній цільовій аудиторії; Музей планує її подальше розширення та залучення ширшого кола вчителів. Серед вчителів інформація поширюватиметься через розсилку, роздатковий промо-матеріал (поліграфія), екскурсії та освітні заняття у музеї. Прогнозоване охоплення: 450 людей.

5. Краєзнавці, студенти-історики, які цікавляться темою Голодомору, керівники історичних та туристичних гуртків, дослідники історії Києва. Для них мобільний додаток "Track Holodomor History" є засобом поглиблення спеціалізованих знань; пропонує віддалений доступ до опрацьованої фахівцями архівної інформації. Цю аудиторію становлять переважно молодь, яка захоплюється історією як хобі, та молоді науковці. Канали комунікації: роздаткова друкована продукція по університетах, розсилки по базі контактів краєзнавців, істориків та університетів, а також взаємодія через соціальні мережі. Прогнозоване охоплення: не менше, ніж 650.

6. Члени Всеукраїнської асоціації гідів та Гільдії гідів та екскурсіводи міста. Екскурсіводи, які водять тури по Києву, зможуть створити та проводити пішохідні екскурсії на основі інформації з мобільного додатку. Музей Голодомору має налагоджену співпрацю з цими організаціями, зокрема безпосередні контакти з 28 і 20 гідами відповідно. Для гідів заплановано проведення окремої презентації у вигляді онлайн або фізичної екскурсії з використанням додатку. Охоплення: не менше 100 гідів.

**Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму)**

Генеральний директор  
Гасюк О.О.



## **аудиторію проекту**

Непряма аудиторія проекту буде залучена через пряму цільову аудиторію. Так, непряму аудиторію складуть школярі м. Києва середнього і старшого шкільного віку, які будуть залучені через вчителів історії, учасники історичних і туристичних гуртків, відвідувачі екскурсій, підготовлених Всеукраїнською асоціацією гідів та Гільдією гідів, споживачі реклами проекту (у першу чергу кияни), аудиторія, отримана через ЗМІ, а також самі представники ЗМІ.

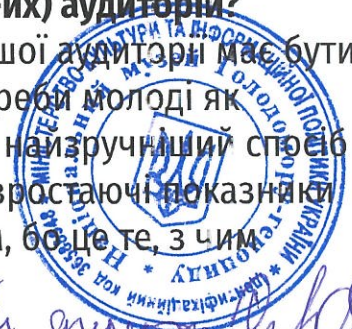
## **Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?**

Дані цільові аудиторії становлять існуючу та очікувану в перспективі аудиторію Музею Голодомору. Для її дослідження у листопаді 2019 року музеєм за допомогою онлайн-опитувань ресурсом U-Report серед молоді Києва та України (9052 учасники, віком 18-34 роки) було проведення дослідження і отримано наступні висновки: 49% вважають тему Голодомору важливою для себе; понад 70% надали перевагу дистанційному доступу до інформації (соціальним мережам та онлайн-ресурсам) на протизагу "фізичному" походу в музей; 36% висловились за виставку з використанням сучасних мультимедійних технологій і ще 31% за виставку з залученням архівів. Окрім цього, було використано аналітику сайту Музею Голодомору за 2019 рік, за якою було визначено процентне співвідношення пристроїв, з яких виконувався вхід на сайт (56.5% мобільні пристрої та планшети (ріст за рік склав 44.2%), 43.5% персональні комп'ютери), віковий склад аудиторії сайту музею (дільць 18-34 років становила 41%), найзапитуваніші сторінки сайту (розділ Історія Голодомору українською, англійською та російською мовами), а також ринковий сегмент інтересів лояльної до продукту музею аудиторії - ними стали Travel & Trips by Destination та Education & Primary / Secondary Schools. Ці соціологічні дані вказують, що тема Голодомору є важливою для молоді, яка, в свою чергу, надає перевагу дистанційному доступу, а Музей Голодомору асоціюється у споживачів з туризмом та освітою, тож форма мобільного додатку з освітнім спрямуванням як сучасного засобу взаємодії з відвідувачами вповні відповідає потребам визначених аудиторій.

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

Як показує статистика, наведена вище, продукт для нашої аудиторії має бути а) сучасним та гнучким до змін, щоб задовольнити потреби молоді як доміантної групи; б) дистанційним, адже це виявився найзручніший спосіб отримання інформації, на що також вказують швидко зростаючі показники користувачів зі смартфонів; в) бути освітнім за змістом, бо це те, з чим

Генеральний директор  
В.О. [підпис]

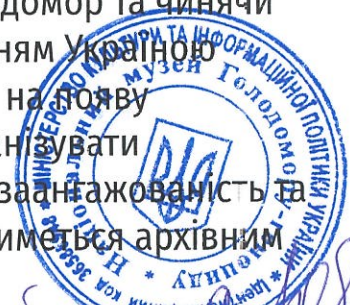


асоціюється наш музей у зацікавленій аудиторії, тобто наша цінність для них, а також те, що вони хотіли б бачити у нашому музеї; г) бути цікавим для туристів, на що вказує асоціативний ряд запитів, пов'язаних з нашим музеєм; г) концентруватися на історії Голодомору, на що вказує популярність цієї сторінки серед користувачів як вияв довіри до Музею. Таким чином, мобільний додаток за формою та в цілому проєкт "Track Holodomor History" за концепцією та змістовим наповненням вповні відповідає і задовольняє інтереси наших цільових аудиторій.

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

1. Національний музей Голодомору-геноциду. Проєкт "Track Holodomor History" і Музей мають спільне завдання - поширення інформації про Голодомор-геноцид, тому вони перебувають у позитивних взаємодоповнюючих стосунках.
2. Міністерство культури та інформаційної політики України. Проєкт покращує культурне середовище країни.
3. Міністерство освіти і науки України. Даний проєкт співвідноситься з цілями Міністерства з реформування шкільної освіти та її диджиталізації.
4. Український інститут національної пам'яті. Проєкт підтримує такі напрямки діяльності УІНП: меморіалізація (робота з місцями пам'яті, витісненою і цензурованою історією, у тому числі усною) та декомунізація як "реабілітація" заброньованої у СРСР інформації про злочини радянського режиму та їх засудження.
5. Управління туризму і промоцій КМДА та Київський міський туристично-інформаційний центр. Проєкт збагачує Міську цільову програму розвитку туризму в місті Києві на 2019-2021 рр, зокрема конкурує, але водночас і доповнює, специфікує, мобільний додаток Kyiv City Guide; просуватиметься на туристичному порталі міста Києва.
6. Різноманітні об'єднання гідів України та м. Києва. Вони практично застосовуватимуть додаток, вказуватимуть на його хиби та радитимуть шляхи покращення.
7. Програми співпраці України та ЄС у сфері культури. Цей мобільний додаток є внеском України в спільноєвропейську культурну спадщину.
8. МЗС та інші державні установи Росії. Заперечуючи Голодомор та чинячи інформаційних опір ініціативам, пов'язаним з дослідженням Україною Голодомору, ці структури можуть негативно відреагувати на появу мобільного додатку та публічно критикувати проєкт, організувати блокування, хакерські атаки. Захистом від цього стане незалежність та достовірність інформації (будь-який факт підтверджується архівним

Генеральний директор  
Стасюк О.О.





документом або спсгадом очевидця), антивірусний захист.

**Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.**

За допомогою проекту, суспільство стане більш обізнаним з такою сторінкою історії, як Голодсмор - радянський геноцид української нації в 1932-1933 рр. Для українців це означає підвищення національної свідомості та ідентичності, оберігання себе від дезінформації та політичних маніпуляцій, під які часто потрапляє історія, розуміння тягlosti сучасних історичних процесів, зокрема війни на Донбасі, як опосередкованого наслідку довготривалого радянського, а потім сучасного (від Російської Федерації) заперечення Голодомору-геноциду, вихсвання усвідомлення потреби об'єднання та будівництва сильної незалежної країни, яка зможе себе боронити. У загальнолюдському вимірі історія Голодомору вчить нас захисту власних прав та прав людини як таких, толерантності та недопущення будь-яких проявів дискримінації й її крайнього прояву - геноциду - знищення групи людей за національною, релігійною, расовою або етнічною ознакою. Вивчати історію Голодомору, як і решти геноцидів, означає будувати громадянське, правове, терпиме суспільство. Сучасні дослідники, прагнучи створити ефективну систему заходів попередження злочину геноциду, вивчають усі випадки його вчинення задля відслідковування усіх можливих передумов, форм, видів злочину. Недостатність знань про Голодомор має вплив на формування таких заходів запобігання та уможливорює псвторення в світі подібних до Голодомору злочинів.

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

Ціль 1.

Завдання 1.1.

- список з 77 локацій, поданих як окремі профілі в мобільному додатку
- 77 текстів українською та англійською для кожного профілю об'єкта

Завдання 1.2.

- не менше 154 архівних медіафайлів (фото, аудіо, відео, сканкопії документів, оцифровані свідчення)
- 77 оброблених сучасних фото локацій.

Ціль 2.

Завдання 2.1.

- укладений договір на надання послуг з розробки мобільного додатку
- розроблене ТЗ на оснві наданого зара

Завдання 2.2.



Генеральний директор  
Васюк В.О.

- готовий та завантажений на 2 основні платформи мобільний додаток
- не менше 22 функцій в додатку
- 77 профілів об'єктів в додатку

Ціль 3.

Завдання 3.1.

- розроблений пакет айдентики для проєкту
- 5 шаблонів для дсписів у соціальних мережах айдентикою; 1 спеціальний шаблон для Stories; 2 заставки для відео; 2 зображення для анонсування подій-презентацій;

4 зображення для анонсування подій онлайн; дизайн-макет буклету та листівки.

Завдання 3.2.

- як мінімум 1 презентація, 2 онлайн-екскурсії містом, не менше 3 зустрічей з вузькими ЦА (кількість заходів буде збільшена за умови сприятливого епідеміологічного стану)

- 1 промо-ролик, 1 відеоролик з презентації, 3 рецензії лідерів думок, 38 згадок в пресі про проєкт, 1000 розданих буклетів, 500 розданих листівок, 4 партнерські рецензії організацій світу та України, 500 000 охоплень онлайн-рекламою.

Загальне охоплення аудиторії через усі канали реклами: 271 200.

Загальне скачування додатку разів: 1000.

Ціль 4.

Завдання 4.1.

- 1 фінансовий звіт
- 1 медіа звіт
- 1 змістовий звіт
- 1 висновок аудиторської компанії

Завдання 4.2.

- 1 виготовлений онлайн бренд-бук; 500 ознайомлень з його вмістом (про проєкт та його реалізацію).

Якісні показники короткострокових результатів проєкту:

- підвищення рівня знань серед мешканців м. Києва про Голодомор.
- підвищення рівня знань у мешканців м. Києва про історію міста в період Голодомору.

- підвищення обізнаності іноземних туристів з історії м. Києва, та історії Голодомору українців.

- підвищення в суспільстві рівня засудження особистості диктатора І. Сталіна, комунізму, радянського тоталітарного режиму та його злочинів в тому числі Голодомору.



Генеральний директор  
Савчук О.О.

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

Якісні показники довгострокових результатів проекту:

- виникнення в суспільстві ініціативи встановлення пам'ятних табличок на/біля об'єктів, які нагадували б жертв та злочинців Голодомору (за ідейним принципом європейського проекту "Камінь спотикання").
- спонукання для поглибленого вивчення в освітніх закладах історії Голодомору, як загальної, так і локальної.
- спонукання внесення історії Голодомору в контекст історії Європи ХХ століття у закладах освіти європейських країн.
- визнання на державному і регіональному рівнях країнами світу Голодомору актом геноциду української нації.
- зростання консолідації громадян України навколо національної пам'яті про Голодомор, з усвідомленням необхідності збереження демократичних цінностей та попередження злочину геноциду.

Кількісні показники довгострокових результатів проекту:

- максимальна підтримка суспільством проекту будівництва другої черги Музею Голодомору (вимірюється ініціативами громадськості по долученню до проекту через поповнення фондів музею, донорські внески). Один календарний рік від дати презентації мобільного додатку.
- середня оцінка мобільного додатку в Play Market та AppStore близько 4,8 (опція доступна після набрання достатньої кількості оцінок). Утримання рейтингу додатку в магазинах мобільних додатків протягом шести місяців від дати презентації проекту.
- 10 наукових робіт (статей), натхненних контентом мобільного додатку протягом 10 років. Кожен із об'єктів в м. Києві, що пов'язані з Голодомором, відкривають деякі малодосліджені сторінки історії радянського геноциду 1932-1933 рр. в Україні. Ми маємо сподівання, що найближчі 10 років з'являться нові дослідження з цієї теми, натхненні даним додатком.
- більше 95% визнання громадянами України Голодомору злочином геноциду. Щороку до Дня пам'яті жертв Голодомору в Україні проводяться соціологічні опитування на предмет визнання Голодомору геноцидом українців. Термін отримання результатів - листопад 2021 року.
- пропозиції співпраці щодо перекладу додатку іншими мовами світу. Один календарний рік від дати презентації додатку. Найбільш вірогідні перші пропозиції співпраці з перекладом на різні європейські мови від членів Платформи європейської пам'яті та сумління, до лав якої музей вступив 2015 році.

Генеральний директор  
Стасюк О.О.



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

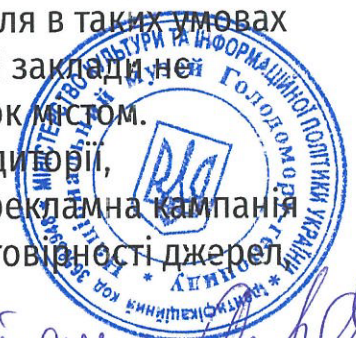
- Короткі терміни реалізації проекту. Ризик усувається шляхом створення робочого плану, графіку роботи, залучення достатньої кількості учасників проекту, використання вже існуючих за 10 років діяльності напрацювань Музею Голодомору.

- Суттєве продовження карантину в Україні (наприклад, до серпня 2020 р.), в зв'язку з поширенням захворювання на Covid-19, що скоротить час для реалізації проекту. В такому випадку в процесі реалізації проекту будуть внесені зміни в робочий план: деякі пункти етапу виробництва (наприклад, створення текстових довідок-описів об'єктів мобільного додатку, наукове редагування, та їх переклад англійською мовою; розробка структури, функціоналу та дизайну мобільного додатку) будуть виконуватися замість частини підготовчого етапу (виготовлення копій архівних документів та фотографування об'єктів), що можуть виконуватися на деякий час пізніше. Також з метою мінімізації ризиків, пов'язаних з скороченням термінів реалізації проекту через карантин, команда проекту збільшується на одну людину – співробітника музею з історичною освітою, що підвищить ефективність виконання роботи.

- Технічні прорахунки і помилки у функціонуванні мобільного додатку. Мобільний додаток є гнучкою та відкритою системою, тому технічні деталі будуть відшліфовуватися після апробації додатку та з кожним виходом оновлення "Track Holocaustor History".

- Недостатня кількість користувачів додатку. Посилення рекламної кампанії, зокрема збільшення бюджету на рекламу в соцмережах за рахунок Музею, залучення лідерів думок, поширення промоційних матеріалів, реклама через Управління туризму і промоцій КМДА підвищать популярність і впізнаваність мобільного додатку. Відмова від зовнішньої реклами дещо зменшить очікувану кількість завантажень додатку, однак посилення онлайн-реклами виправить цю ситуацію, адже люди в умовах карантину більше схильні користуватися онлайн-ресурсами, що грає на користь додатку. Цей продукт також є безпечним засобом дозвілля в таких умовах карантину, коли прогулянки дозволені, але розважальні заклади не працюють, адже пропонують цікавий формат прогулянок містом.

- Переважання негативно налаштованої до продукту аудиторії, інформаційні атаки ботів та хейтерів. Інформаційна та рекламна кампанія проекту акцентуватимуть на перевірених фактах та достовірності джерел



Генеральний директор  
Голодомор 0.0.

тому вона нівелюватиме негативні відгуки, створюючи навколо проєкту позитивну ауру довіри.

### **Опишіть зовнішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проєкту, та шляхи їх мінімізації**

Політичні ризики. Тема Голодомору є засадничою для існування України як держави, тому втілення будь-якого проєкту, пов'язаного з нею, є пріоритетним для української нації і не залежить від політичних обставин.

Епідеміологічні ризики. Сьогодні непередбачуваним зовнішнім ризиком стала пандемія захворювання на Covid-19. З кінця квітня більшість країн Європи переходить до етапів поступового припинення карантину. Враховуючи, що вірус був принесений з Китаю через авіаперельоти, відновлення авіасполучення прогнозується з вересня 2020 року. Ми свідомі того, що такі обставини зменшать кількість туристів до Києва, що входять до цільової аудиторії проєкту, але не є її питомою частиною. Додаток розрахований в першу чергу на киян, туристів з інших регіонів України. У випадку спалаху у світі другої хвилі захворювань на Covid-19, що експерти прогнозують на осінь 2020 року, процес реалізації особливих ризиків не зазнає, адже на цей період часу припадають технічні роботи розробки додатку, які реалізуються дистанційно. Звісно така ситуація припинить навіть внутрішній потік туристів, але завдяки інформативності і функціоналу мобільний додаток може використовуватися як освітній ресурс без прив'язки до карти міста та екскурсійних маршрутів.

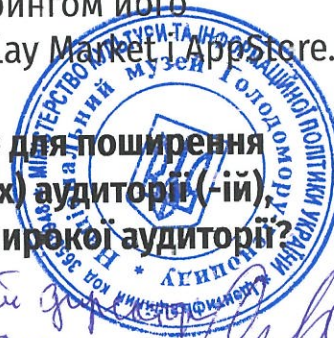
Світова економічна криза як наслідок епідемії Covid-19. Це може спровокувати здорожчання IT-послуг найближчі місяці. Єдиним шляхом мінімізації цього є спрощення частини функціоналу додатку та якнайшвидше проведення тендерних закупівель та укладання договору.

### **Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проєкту ви будете застосовувати?**

Команда проєкту вестиме облік своєї діяльності за допомогою системи управління проєктами Trello. Керівник проєкту регулярно моніторитиме звітність та ефективність реалізації проєкту. Етапи реалізації проєкту відображені в робочому плані, який передбачає моніторинг вчасної подачі запланованого контенту, напрацьованого командою проєкту, розробникам мобільного додатку. Після реалізації продукту моніторингом його ефективності стане кількість завантажень додатку у Play Market і AppStore.

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

Генеральний директор  
Олександр О.В. Сіва



Головними гаслами проєкту будуть: “Унікальна історія в один клік”, “Твоє місто пережило геноцид. Дізнайся, як це було”, “Якби Київ міг говорити, то він би розповів...” тощо.

Як один із підрозділів комунікації, планується запуск пробних онлайн-екскурсій містом від експертів музею, що апробує додаток та залучатиме потенційних користувачів. Мінімальна кількість екскурсій: 2.

В рамках проєкту запланована його презентація в УКРІНФОРМІ - площадці, що дозволить залучити максимальну аудиторію ЗМІ, що поширять інформацію серед споживачів.

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

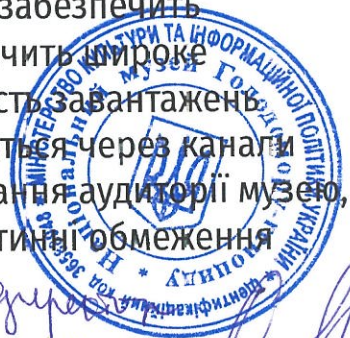
3 липня 2020 року запланований початок піар-кампанії у соціальних мережах Музею Голодомору, яку вестиме піарник Музею. У жовтні 2020 року заплановано запуск платної піар-кампанії в соціальних мережах з використанням послуг SMM-агенства, яке виграє тендерні закупівлі, що дасть максимальне охоплення аудиторії. Для промоції мобільного додатку буде створено відео, яке використовуватиметься для проплаченої реклами у Фейсбук, Інстаграм та Ютуб. Відео також використовуватиметься для презентації додатку на соціальних сторінках музею та у прес-релізах. Активну роль у популяризації продукту виконуватимуть соціальні мережі Музею — ФБ та Інстаграм із 8500 та 1000 підписників відповідно.

Передбачається таргетингова реклама у цих соціальних мережах, що також збільшить кількість підписників. До бюджету ми внесли 62 800 грн на SMM-послуги, що орієнтовно передбачає 17-20% — оплату праці агенства та 80-83% — вартість самої таргетованої рекламної кампанії. При затратах на рекламу мобільних додатків в 1000\$ прогнозованими є такі результати: скачування — +-200-400 шт. та охоплення в 200 000- 300 000 людей. Саме тому, відповідно до нашого бюджету, ми розраховуємо на приблизне охоплення в 400 000-600 000 людей та кількість скачувань в 400-800 разів.

Команда музею намагатиметься залучити для інформаційної підтримки КМДА, Міністерство освіти та науки, Міністерство культури та інформаційної політики, Міністерство молоді та спорту.

Презентація додатку буде проведена в Укрінформі, що забезпечить комунікацію з аудиторією через ЗМІ. Це одразу забезпечить широке висвітлення нового продукту у медіа і збільшить кількість завантажень мобільного додатку. Прес-конференція транслюватиметься через канали Укрінформу та соціальні сторінки музею для інформування аудиторії музею, кількість осіб у приміщенні буде обмежена, а всі карантинні обмеження

Генеральний директор  
Стасюк О.О.



дійсні на той момент будуть враховані. Також буде створений п'ятихвилинний відеоролик-звіт про найголовніше із конференції, який поширюватиметься в соцмережах та буде частиною загального звіту. За можливості планується пряме включення у ефіри телеканалів та радіо у день презентації та протягом тижня опісля для промоції додатку. Ми включили до бюджету виготовлення банеру (для презентації); роздаткові матеріали, відео-реклама, які будуть представлені на відкритті та будуть виготовлені раніше - вони такж закладені в бюджеті. Неформальна презентація-лекція, яка планувалася в URBAN500, тимчасово скасовується. За умови відсутності ризиків та стабілізації ситуації, вона буде проведена опісля офіційної презентації в Укрінформі й буде таргетована на активну київську молодь. Також за умови відсутності карантинних обмежень, планується проведення окремої презентації продукту та бренд-буку в Музеї Голодомору, яка буде більш орієнтованою на аудиторію музею.

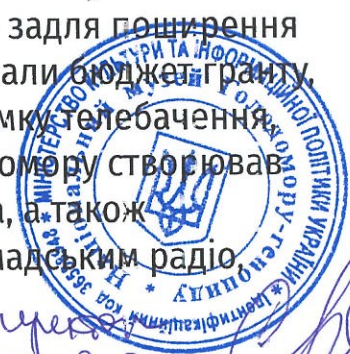
Також відбуватиметься онлайн-трансляція презентація для підписників музею та буде створений п'ятихвилинний ролик-звіт про презентацію. Попередньо були заплановані екскурсії містом, які тепер відбуватимуться через формат онлайн-стріму із можливістю аудиторії взаємодіяти з екскурсоводом через запитання а коментарі. Кількість екскурсій: 2. Як зазначалося раніше, Музей Голодомору активно співпрацює із Гільдією гідів та Всеукраїнськсю асоцією гідів. Передбачається окрема презентація додатку для екскурсоводів. Комунікація з вчителями Києва, істориками, студентами та університетами планується через стилізовані розсилки. Серед киян, відвідувачів музею та ЗМІ інформація поширюватиметься також через друковану продукцію (листівки та буклети). Це надійний та довгоєфективний метод комунікації, оскільки фізична реклама може передаватися від однієї людини іншій, публікуватися в соцмережах, бути доступною багатьом людям у місцях харчування та розваг. Тому завданням дизайнера є виготовити якнайяскравішу та впізнавану рекламу й айдентику проекту.

Для презентації усієї проробленої роботи буде створено бренд-бук, який команда музею поширить на соціальних сторінках, у розсилці музею та використовуватиме у прес-релізах.

### **Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?**

Тема Голодомору широко висвітлюється у ЗМІ, саме тому задля поширення інформації про додаток через медіа ми не використовували бюджет гранту, оскільки з досвіду розраховуємо на безкоштовну підтримку телебачення, радіо, друкованих видань та онлайн-носіїв. Музей Голодомору створював спільні проекти із Номadsке, Освіторія та Радіо Свобода, а також співпрацював із радіо Культура, Українським радіо, Грsmadським радіо

Генеральний директор  
Григорій О.О.



радіо Промінь, газетою "День", "Країна", "НВ". Протягом процесу створення додатку ми комунікуватимемо із різними медіа для створення спецматеріалів, спільних ефірів та дописів як про сам додаток, так і про його наповнення (безкоштовно):

- Нішові та спеціалізовані інтернет-видання, такі як (плануємо близько 10-15 публікацій): TheVillage, BitUA, Хмарочос, НаЧасі, БЖ, DreamKyiv, УрбанПростір, Inspired, УП:Життя, Куншт, Радіо Свобода, Deutsche Welle, Голос Америки, Історична Правда, Українська Правда, Platforma, BURO247, Пространство, Proactive, Громадський простір, Культура і життя, Дзеркало тижня, Lb, the Babel тощо.

- Передбачається не менше 3 виступів на радіо, зокрема на таких станціях як Громадське, РадіоПоділ, UA:Перший, Радіо Культура, Радіо Промінь, Аристократи, Радіо Скворода, НВ;

- Газети/журнали: Український тиждень, Країна, Новое время, День.

- Інформагентства, зокрема: УНІАН, УКРІНФОРМ, Інтерфакс, Супільне-UA;

- Працюючи із ТВ-ресурсами, передбачається співпраця із місцевими телеканалами такими як: Експресо, КиївTV, Суспільне:Київ, а також національними, зокрема Суспільне, Громадське, ICTVB, 24 канал, Перший, 5 телеканал.

- Для залучення іноземної аудиторії передбачаються принаймні 2 публікації у таких видавнях як KyivPost, What`sOn Kyiv, VisitKyiv тощо.

- Інформаційні групи Києва.

### **З якими лідерами думок планується співпраця?**

Додаток своєю унікальністю дотичний до тем культури, історії, туризму, урбаністики, освіти. Ми плануємо залучити принаймні по одному лідеру громадської думки із кожного сектору.

Туризм: Антон Птушкін, Христина Жук, Орест Зуб, Олександр Ладанівський;  
Культура: Богдан Логвиненко, Оксана Забужко, Майкл Щур.

Історія: Кіпіані Вахтанг, Лукаш Камінський (для іноземної аудиторії, президент Платформи європейської пам'яті та сумління), Олександр Зінченко;

Урбаністика, місто: Діана Глестер, Юлія Бевзенко та ін.

Освіта та саморозвиток: Іван Примаченко.

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

Вдалим позитивним показником комунікаційної кампанії протягом вересня-жовтня у кількісних показниках буде 38 згадок у ЗМІ, де друковані газети та журнали — 3 публікації, онлайн-медіа — 10-15 публікацій, інтернет-канали — 10 публікацій, радіо — мінімум 3 ефіри, телеефіри - 5, медіа іноземною



Генеральний директор  
Григорій С.О. Сурка



мовою - 2. Вся ця реклама буде реалізована безкоштовно, на основі домовленостей з кожним ЗМІ окремо. Планується поширення прес-анонсу разом із офіційним повідомленням про запуск створення цього проєкту наприкінці серпня, прес-реліз про запуск додатку у жовтні, а також спецпублікації, дотичні до тематики у період вересня-жовтня. Окрему хвилю інтересу до додатку, яка виходить за рамки реалізації проєкту і буде повністю органічною рекламою, передбачаємо на листопад з зв'язку з щорічним Днем пам'яті жертв голодоморів.

Якісні показники вимірюватимуться у позитивних відгуках користувачів у AppStore та PlayMarket, на сторінках музею та у згадках на особистих сторінках користувачів. Планується отримати не мене, ніж 100 відгуків до кінця 2020 року.

### **Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проєкту?**

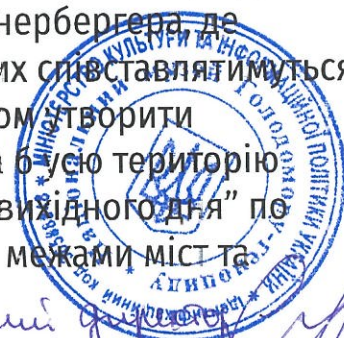
Мобільний додаток "Track Holodomor History" буде доступним у PlayMarket та AppStore для безкоштовного завантаження. Доступ до усієї інформації в додатку є також безкоштовним. Історичні матеріали мобільного додатку, за попередньою домовленістю з Музеєм, використовуватимуться у ЗМІ для промоції продукту.

У відповідності до комунікаційної стратегії УКФ Музей Голодомору зобов'язується використовувати УКФ-логотип у прес-анонсах, прес-релізах, пост-релізах на друкованій продукції, у рекламі та промо-матеріалах. Обов'язковою умовою реалізації нашого проєкту є використання дисклеймеру УКФ. Також передбачається згадування УКФ у дописах на соціальних сторінках за умови публікації допису, який безпосередньо присвячений проєкту, створеному за підтримки фонду.

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

Так, мобільний додаток "Track Holodomor History" в майбутньому розширюватиметься. Зокрема, наразі планується додати інші міста України - Харків, Дніпро - створити та прокласти різноманітні тематичні маршрути (e.g. Голодомор у Харкові в фотографія Александра Вінербергера, де фотографії вулиць у 1932-33 роках і інформація про них співставлятимуться з сучасними фотографіями цих місць), щоб таким чином створити віртуальну карту періоду Голодомору, яка охоплювала б усю територію України. Додатково також будуть створені "маршрути вихідного дня" по точках, пов'язаних з Голодомором, які розташовані за межами міст та

Генеральний директор  
Григорук О.О.



розкривають історію Голодомору з різних сторін (e.g. дитячі притулки, зсипні пункти, місця масових поховань, певні колгоспи). Окрім цього, додаток відображатиме, в яких містах і селах в даний момент тривають тимчасові пересувні виставки, надані Музеєм Голодомору (так за 2019 рік відбулося 65 виставок Музею в областях України). Розвиток проєкту відбуватиметься за рахунок трудового та наукового ресурсу Музею Голодомору та за рахунок грантових коштів.

### **Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?**

Музей Голодомору на основі створеного додатку зможе обмінюватися досвідом створення подібних культурних продуктів з українськими та закордонними музеями, історичними організаціями шляхом проведення тренінгів та майстер-класів координаторами та кураторами проєкту. Наші експерти проєкту зможуть проводити лекції, виїзні семінари з теми Голодомору в місті Києві, консультувати гідів, які проводять екскурсії по Києву.


Музей Голодомору з 2015 року входить до Платформи європейської пам'яті та сумління, яка об'єднує 62 культурні, наукові, освітні, музейні установи з 20 країн Європи, що присвячені травматичній історії. В політиці Платформи практикується обмін і поширення напрацювань кожного із членів організації серед інших. Ми плануємо за допомогою Платформи поширити додаток та поділитися досвідом роботи над цим проєктом з європейськими музеями, такими як Естонський музей окупації та свободи, Польський музей Варшавського повстання, Німецький союз організацій-жертв комуністичної тиранії та ін.

За результатами проєкту та його презентації дизайнером проєкту буде виготовлено цифровий бренд-бук. Він буде зручним для онлайн-поширення, оригінальним, та розповідатиме про проєкт, міститиме усі міні-профілі з мобільного додатку та опис функцій. Бренд-бук буде окремо презентовано у Музеї Голодомору (не потребує додаткового фінансування) та надано УКФ.

### **Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проєкту?**

В рамках проєкту передбачається створення партнерств на безоплатній основі з метою поширення продукту - мобільного додатку. Його дистрибуції сприятимуть Управління туризму і промоцій КМДА, інші музеї міста Києва, об'єднання гідів м. Києва, укладачі путівників по Києву (у тому числі онлайн), історичні факультети університетів Києва, посольства інших країн в місті Києві, Світовий конгрес українців, Платформа європейської пам'яті та сумління. З деякими з цих партнерів можливе проведення спільних

Генеральний директор  
Стасюк О.О.



презентації продукту для спеціалізованої зацікавленої аудиторії.

## Моніторингова інформація

**Кількість чоловіків у команді проекту**

5

**Кількість жінок у команді проекту**

11

**Кількість людей віком від 17 до 34**

8

**Кількість людей віком від 35 до 50**

6

**Кількість людей віком від 51 до 60**

0

**Кількість людей віком від 61 до 70**

2

**Кількість людей віком від старше 71**

0

**Кількість працюючих пенсіонерів**

2

**Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?**

0

**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?**

Генеральний директор  
Григорук О.О.



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



Генеральний директор  
Стасюк О.О. *[Signature]*

## Декларація доброчесності

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даної 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 прсектів 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 заявки, 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


Гасюк О.О.



15.06.2020

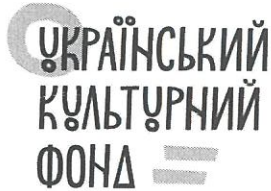
Фонд:

Грантоотримувач:





Додаток № 2  
 до Договору про надання гранту № 3AN551-5528  
 від " 17 " червня 2020 року



Назва конкурсної програми: Аудіовізуальне мистецтво  
 Назва ЛОУ-у: Анімаційні та відеогри, мобільні додатки  
 Назва Заявника: Національний музей Голодомору-геноциду  
 Назва проекту: Мобільний додаток «Track Holodomor History»

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	<b>РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ</b>		
1	Український культурний фонд	100,00%	669 488,30
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)		
	<b>Всього</b>	<b>100,00%</b>	<b>669 488,30</b>

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



Генеральний директор Стасюк О.О. *[Signature]*

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)  
 Назва заявника: Національний музей Голодомору-геноциду  
 Назва проекту: Мобільний додаток «Track Holodomor History»

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Співфінансування			Витрати за рахунок Співфінансування			Витрати за рахунок Співфінансування			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ	
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість /Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість /Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=7*8)	Кількість /Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=10*11)	Кількість /Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=13*14)			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Розділ:	II	Витрати:																
Підрозділ:	1	Оплата праці																
Стаття:	1.1	Штатні працівники			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	а		місяців															
Пункт:	б		місяців															
Стаття:	1.2	За трудовими договорами																
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ			5,00	40 380,00	68 335,00	-	-	-	-	-	-	-	-	68 335,00		
Пункт:	а	Пілявська Оксана Олександрівна, фотограф	місяців	1,00	12 425,00	12 425,00									12 425,00			
Пункт:	в	Чавага Лілія Геннадівна, дизайнер	місяців	2,00	18 635,00	37 270,00									37 270,00	Виготовлення єдиного бренд-дизайну проекту. Виготовлення макетів поліграфічної продукції, цифрової продукції для просування проекту в соціальних мережах. Дизайнвання бренд-буку проекту.		
Пункт:	в	Мартинець Любов Олегівна, відеограф	місяців	2,00	9 320,00	18 640,00									18 640,00	Виготовлення відео: промо-ролик 30 сек. + 5- хвилинний відео-звіт презентації (загалом - 2 відео), пост- продакшн.		
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				5,00	#ССЫЛКА!	68 335,00	-	-	-	-	-	-	-	-	68 335,00			
Підрозділ:	2	Соціальні внески																
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці			5,00	8 883,60	15 033,70	-	-	-	-	-	-	-	-	15 033,70		
Пункт:	а	Пілявська Оксана Олександрівна, фотограф	місяців	1,00	2 733,50	2 733,50									2 733,50			
Пункт:	б	Чавага Лілія Геннадівна, дизайнер	місяців	2,00	4 099,70	8 199,40									8 199,40			
Пункт:	в	Мартинець Любов, відеограф	місяців	2,00	2 050,40	4 100,80									4 100,80			
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				5,00	8 883,60	15 033,70	-	-	-	-	-	-	-	-	15 033,70			
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)																
Стаття:	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.															
Стаття:	3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба															
Пункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба															
Пункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба															
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		



Генеральний директор  
 Станок О.О.

Пункт:	а	Добові ( розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Добові ( розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Добові ( розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженням"</b>				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні																	
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту грантоотримувача		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи"</b>				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою																	
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, ліб)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, ліб)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, ліб)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



*Регіональний директор  
Рячик П.О.*



Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																				
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди																				
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																				
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																				
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																				
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":																						
Підрозділ:	6	Витрати на харчування та напої																				
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо																				
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.																			
Пункт:	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол																			
Пункт:	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол																			
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої":																						
Підрозділ:	7	Матеріальні витрати																				
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина																				
Пункт:	а	Найменування	шт.																			
Пункт:	б	Найменування	шт.																			
Пункт:	в	Найменування	шт.																			
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		2,00	2 149,00	4 298,00														4 298,00		
Пункт:	а	Зовнішній жорсткий диск Transcend StoreJet 25M3S 2TB	шт.	2,00	2 149,00	4 298,00															4 298,00	
Пункт:	б	Найменування	шт.																			
Пункт:	в	Найменування	шт.																			
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати																				
Пункт:	а	Найменування	шт.																			
Пункт:	б	Найменування	шт.																			
Пункт:	в	Найменування	шт.																			
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				2,00	2 149,00	4 298,00															4 298,00	
Підрозділ:	8	Поліграфічні послуги																				
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		1 502,00	458,07	6 570,00															6 570,00	
Пункт:	а	Друк буклетів	шт.	1 000,00	4,17	4 170,00															4 170,00	У формі газети 580x390 мм крейда матова 115 мг, без покриття, 1 згин навілі, 4+4, кольоровий друк. Поширення через заклади харчування, зала пам'яті Музей Голодомору та розважальні заклади. Буклети також будуть розв'язані по офісах ЗМІ, базі шкіль м. Києва та Асоціації гідів.
Пункт:	б	Друк листівок	шт.	500,00	3,90	1 950,00															1 950,00	150x150 мм; крейда матова 300 мг; без покриття; 4+4; кольоровий друк, тираж 2 види по 500 шт; Поширення через заклади харчування, зала пам'яті Музей Голодомору та розважальні заклади. Буклети також будуть розв'язані по офісах ЗМІ, базі шкіль м. Києва та Асоціації гідів.
Пункт:	в	Друк банерів	шт.	1,00	300,00	300,00															300,00	850x2000 мм, матеріал вініл (для використання на території презентації)
Пункт:	г	Друк банерів	шт.	1,00	150,00	150,00															150,00	900x900 мм; матеріал вініл (застосовувати на території музею)
Пункт:	г	Послуги копірайтера	шт.																			
Пункт:	д	Інші поліграфічні послуги	шт.																			
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				1 502,00	458,07	6 570,00																6 570,00
Підрозділ:	9	Послуги з просування																				
Пункт:	а	фото-, відеофіксація																				



Інформаційний директор  
Степанюк О.В.

Пункт:	6	SMM, SO (SEO)	місяць	1 місяць	62 800,00	62 800,00														62 800,00	Таргетована реклама в соціальних мережах включає в себе проплачену рекламу в Інстаграм та ФБ, що є одним із неефективніших способів просування мобільних додатків. До бюджету ми внесли 62 800 грн на SMM-послуги, що орієнтовно передбачає 17-20% — оплату праці агентства та 80-83% — вартість самої таргетованої рекламної кампанії. При затратах на рекламу мобільних додатків в 1000\$ прогнозованими є такі результати: осягнення — +200-400 шт. та охоплення в 200 000-300 000 людей. Відповідно до нашого бюджету близько 13 000 грн. — оплата роботи SMM-агенції, та 49 800 — вартість таргетованої реклами, що забезпечить приблизно 100 000-200 000 мобільних додатків.
Пункт:	в	Послуги прес центру Українського національного інформаційного агентства "УкрІнформ" в організації та проведенні презентації мобільного додатку	година	1,00	5 100,00	5 100,00														5 100,00	
Пункт:	і																				
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				1,00	67 900,00	67 900,00														67 900,00	
Підрозділ:	10	Створення веб-ресурсу																			
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту																			
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту																			
Всього по підрозділу 10 "Створення веб-ресурсу":																					
Підрозділ:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації																			
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт																		
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт																		
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних":																					
Підрозділ:	12	Послуги з перекладу																			
Пункт:	а	Усний переклад	година																		
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка																		
Пункт:	в	Письмовий переклад	сторінка																		
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка																		
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":																					
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати																			
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги																			
Пункт:	б	Юридичні послуги																			
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	16 800,00	16 800,00															16 800,00
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)																			
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				1,00	16 800,00	16 800,00															16 800,00
Підрозділ:	14	Інші прями витрати																			
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		40,00	48,79	1 951,60															1 951,60
Пункт:	а	Виготовлення цифрових фотокопій (формат TIFF, 300dpi) на малі і великі носії	шт.	40,00	48,79	1 951,60															1 951,60
Пункт:	б	Найменування послуги	шт.																		
Пункт:	в	Найменування послуги	шт.																		
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування																			



Реферальний супровід  
Борис Д. Д.

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																				
Пункт:	б	Послуги верстки	екземпляр																				
Пункт:	в	Друк книг	екземпляр																				
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр																				
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр																				
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		930,00	2 100,00	488 600,00														488 600,00			
Пункт:	а	Internet телефонія (вказати період)																					
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)																					
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ																					
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування																					
Пункт:	д	Інші банківські послуги																					
Пункт:	е	Послуги менеджера проекту з розробки мобільного додатку.	година	200,00	420,00	84 000,00															84 000,00		
Пункт:	є	Послуги дизайнера з розробки мобільного додатку.	година	180,00	420,00	75 600,00																75 600,00	
Пункт:	ж	Послуги backend developer з розробки архітектури та програмного забезпечення мобільного додатку.	година	150,00	700,00	#####																105 000,00	
Пункт:	з	Послуги frontend developer з розробки функціоналу додатку, верстання додатку, створення інтерфейсу додатку.	година	400,00	560,00	#####																224 000,00	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				970,00	2 100,00	488 600,00																490 551,60	
Всього по розділу II "Витрати":						669 488,30																	669 488,30

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

*Генеральний директор*  
(підпис)

(підпис)



*Стецюк О.О.*  
(ПІБ)