

**ДОГОВІР № ЗСАН21-3237**  
**про надання гранту**

м. Київ

«04» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ "ДЕТЕКТОР МЕДІА" (далі – Грантоотримувач) в особі Голови громадської організації Лигачової-Чернолуцької Наталії Львівни, 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 «Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі» (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.

09 ЧЕР 2020

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

1. Загальна сума гранту становить 360 732 грн. 00 коп. (триста шістдесят тисяч сімсот тридцять дві гривні 00 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 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 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;

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

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 Проекті (продукті Проекту) 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 святинь, а також наркоманії, тस्कсихоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

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

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

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

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

#### 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 цією 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 Проєкту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

гридбання товарів, виконання робіт, надання послуг, що не пов'язані з реалізацією Проєкту;

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 проєктів, які мають на меті отримання прибутку;

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

витрати на підготовку проєктної 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 Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

### **IX. 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.

### **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 ВИРІШЕННЯ 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.

## 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:

Аналітичний відділ Українського культурного фонду  
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12  
–38 044 504-22-66  
programa.monitor@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Міський Вадим Васильович, контактна особа,

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, просперційності, 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 – проектна 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.

### ХІV. 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: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

#### Грантоотримувач

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ  
"ДЕТЕКТОР МЕДІА"

Юридична адреса:

04112, м. Київ, вул. Ризька, 15

Адреса для листування:

01032, м. Київ, вулиця Микільсько-  
Ботанічна, 17/4, літера А

ЄДРПОУ/ПІН: 26476763

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ «ОТП Банк»

Р/р: UA643005280000026001455021862

МФО: 300528

+38 (044) 290-82-76

Виконавчий директор



Ю.О. Федів

Голова ГО



Н.П. Лигацова-Чернолуцька

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3CAN21-3237  
від «04» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аналітика культури

Лот: ЛОТ 2. Соціологічні дослідження

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3CAN21-3237

**Назва проекту: Дослідження портрету глядача  
українського кіно в кінотеатрі**

## Візитна картка проекту

**Конкурсна програма**  
Аналітика культури

**Лот**  
ЛОТ 2. Соціологічні дослідження

**Тип проекту**  
Індивідуальний

**Пріоритетний сектор культури та мистецтв**  
аудіовізуальне мистецтво

**Ключові слова за напрями (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)**  
соціальні, прикладні дослідження  
кіномистецтво

**Назва проекту**  
Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі

**Назва проекту англійською мовою**  
Research of Ukrainian movie viewer's portrait at the cinema



04 червня 2020  
Михайло Червоцький

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

Дослідження портрету глядача українського кіно – це всеукраїнський проект, що покликаний показати, як виглядає українець, який ходить на українське кіно до кінотеатрів, купуючи на нього квитки. Дослідивши вік, стать, вподобання глядача та які чинники впливають на його рішення піти чи не піти на фільм, проект допоможе надати об'єктивну інформацію, що вплине на формування політики як державних інституцій, які надають гроші на створення, популяризацію та промоцію українського кіно, так і кіновиробників, які створюють фільми для кінотеатрального прокату власним коштом, чи залучаючи гроші держбюджету. Дослідження також допоможе кінотеатрам краще зрозуміти аудиторію українського кіно.

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

Research of Ukrainian movie viewer's portrait at the cinema — is an all-Ukrainian project, which is aimed to study the audience of Ukrainian movies viewers in cinemas, their age and sex, habits and factors influence their decision to go or not to go to the film. The project will help to provide objective information that will influence the formation of the policies of state institutions provide money for film production and promotion of Ukrainian cinema. This information will also be helpful for film producers who create films for cinema rental at their own expense, or by fundraising from the state budget. The study will also help cinemas to understand better the Ukrainian cinema audience.

**Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)**  
360732.00

**Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)**  
360732.00

**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**  
Київ, Львів, Одеса, Харків



**Початок проекту**

2020-08-01

**Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)**

2020-10-30

**Тривалість проекту в місяцях**

3

**Партнери проекту**

Для індивідуальних проектів наявність партнера є не обов'язковою. Водночас, вже зараз ми провели перемовини з однією з найбільших кінотеатральних мереж України – «Планета кіно» і заручилися їх підтримкою. Лист підтримки у додатках.

**Ваш основний продукт**

Аналітична записка

**Інформація про контактну особу****Прізвище, ім'я та по-батькові**

Петренко Галина Павлівна

**Телефон****Електронна пошта****Функції в проекті**

Координатор проекту, забезпечує загальне планування роботи та підготовку звітності за проектом, бере участь у презентації результатів дослідження.

**Інформація про організацію-заявника****Повна назва організації-заявника**

Громадська організація «Детектор медіа»

**Повна назва організації-заявника англійською мовою**

Non-governmental organization "Detector media"



**Організаційно-правова форма**  
Громадська організація або об'єднання

**Код ЄДРПОУ**  
26476763

**Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)**  
[https://drive.google.com/file/d/17TFB0lzOaXryqTR11dMxT2Fdukq5H\\_ja/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/17TFB0lzOaXryqTR11dMxT2Fdukq5H_ja/view?usp=sharing)

**Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОТу**  
Код КВЕД 94.99 Діяльність інших громадських організацій, н. в. і. у. (основний)

**Дата реєстрації організації**  
2004-01-26

**Юридична адреса організації**  
м. Київ, вул. Ризька, 15

**Поштова адреса організації**  
Для листування: 01032, Київ-32, а/с 221

**Фактична адреса організації**  
01032, м. Київ, вулиця Микільсько-Ботанічна, 17/4

**Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації**  
Веб-сайт: <https://detector.media/> Соціальні мережі: <https://www.facebook.com/DetectorMedia/> <https://twitter.com/DetectorMedia> [https://t.me/detector\\_media](https://t.me/detector_media)

**Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації**  
Лигачова-Чернолуцька Наталія Львівна

**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**  
відсутні

**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.**  
Організація винаймає офіс в центрі Києва, в якому обладнала 20 робочих комп'ютеризованих місць для співробітників, забезпечена необхідною офісною технікою.

**Дохід за звітний період**  
22605400.00

**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**

«Детектор медіа» <https://detector.media/> – онлайн-платформа, що висвітлює широкий спектр тем, пов'язаних із медіа в Україні та світі. Цільова аудиторія – топ-менеджмент ЗМІ, редактори, журналісти, медіаексперти, громадські організації, органи державної влади, донорські організації, політики, політологи медіаспоживачі. Сайт «Детектор медіа» виконує роль порталу, на якому публікуються найважливіші публікації інших проектів громадської організації.

**Проект**

MediaSapiens <https://ms.detector.media/> – видання, метою якого є допомогти медіаспоживачам убезпечити себе від впливу дезінформації та фейків, допомогти відрізнити якісний контент та неякісний, шукати якісний або й виробляти його самим (наприклад, блогерам), довідатись про інформаційні права та можливості їх використання. Також ми прагнемо сприяти фахівцям, які займаються в Україні підвищенням медіаграмотності широкої аудиторії – інформаційними, аналітичними матеріалами для них та про них. Сайт був створений завдяки підтримці Internews.

**Проект**

«Суспільне мовлення» <https://stv.detector.media/> – сайт про реформування українського державного теле- і радіомовлення в Суспільне мовлення. Мета проекту – популяризувати ідею Суспільного в Україні, а також спонукати регуляторні органи у сфері медіа почути і прислухатись до громадської та експертної думки щодо суспільного мовлення, сприяти його якнайшвидшому утвердженню. Сайт почав роботу у 2012 році завдяки підтримці Ради Європи, наразі підтримується завдяки фінансуванню NED.



## Проект

«Відеотека» <https://videodetector.media/> – унікальний просвітницький відеоресурс із лекціями, онлайн-курсами на медійну тематику, інтерв'ю з медійниками й сюжетами з ключових медіаподій, спецпроектами. Сайт розпочав роботу в 2010 році завдяки грантовій підтримці Міжнародного фонду «Відродження», у 2017 році ми оновили сайт за підтримки Королівства Нідерландів у рамках проекту «Європейське партнерство Matra». Однією з новацій стали онлайн-курси: • «Новинна грамотність», мета якого – сприяти підвищенню рівня медіаграмотності серед населення в умовах війни. Курс складається з 11 модулів та розрахований на широку аудиторію: від студентів та викладачів журфаків до всіх, кого цікавить тема медіа, а також містить актуальні приклади зі ЗМІ та спеціально розроблені візуалізації • «Журналістські розслідування. Основи» – у 15 відеоуроках відомі журналісти-розслідувачі розповідають про головні професійні та етичні принципи й правила роботи журналістів-розслідувачів, знайомлять із методиками та інструментами, які журналісти можуть використовувати у своїй роботі, а також способами захисту зібраної інформації.

## Проект

«Медіадрайвер» <http://mediadriver.online/> – мультимедійний посібник нового типу з медіаграмотності для підлітків. Він містить не лише текстову інформацію про різні типи медіа, але й чимало інфографіки, відео та навіть мультики. Також присутній ігровий елемент у вигляді тестів, проходження яких дозволяє отримати «Посвідчення медіадрайвера» – водія, який добре орієнтується у складних лабіринтах світу медіа. Авторський колектив складається з шістнадцятьох журналістів і медіаекспертів.

## Детальний опис проекту

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

Проект є актуальним, адже 2019 року УКФ виділив близько 400 млн.грн. виключно на аудіовізуальний сектор, інституція фінансувала не тільки написання сценаріїв та промоцію кінопродукту, але й виробництво фільмів. Також 500 млн. грн. виділило Держкіно. Отже результатами дослідження зможуть користуватися не тільки виробники кіно, але й Держкіно, УКФ, Міністерство культури, молсді та спорту.



**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)**

Громадська організація «Детектор медіа» (у 2004-2015 роках – ГО «Телекритика») – це незалежний багатофункціональний хаб, що поєднує функції засобу масової інформації та аналітичного центру в сфері медіа в Україні й посідає гідне місце серед подібних аналітичних центрів на міжнародному рівні.

Організація виробляє широкий спектр власних інформаційних продуктів (медіакритику, аналітику, інфографіку, відео, ток-шоу тощо), бере участь у робочих групах і дорадчих структурах при органах влади, проводить моніторинги та дослідження, тренінги та різноманітні публічні заходи.

Наша місія – сприяти становленню демократичних, вільних та професійних медіа в Україні і формуванню критичного мислячого та обізнаного медіаспоживача.

Наші стратегічні пріоритети: сприяння підвищенню якості контенту (зокрема новинного) медіа в Україні; підвищення медіаграмотності громадян; протидія пропаганді.

Головою та засновницею організації є Наталія Лигачова, відома журналістка й медіаекспертка, голова Незалежної медійної ради (до грудня 2019-го року), співголова Реанімаційного пакету реформ (з грудня 2017-го року), член Правління МФВ «Відродження».

Серед членів ГО «Детектор медіа» – Світлана Остапа, Наталя Соколенко, Андрій Куликов, Юрій Луканов, Мар'яна Закусило, Антоніна Черевко, Євген Булавка, Отар Довженко, Ганна Шерман, Андрій Черніков, Олексій Мацука. До Правління ГО «Детектор медіа» входять авторитетні експерти та фахівці медіа галузі Інна Кузнецова, Ірина Бекешкіна, Тарас Петрів, Ігор Когут. Директор ГО «Детектор медіа» – Галина Петренко. Програмний директор – Вадим Міський. Керівник Центру моніторингу та аналітики – Отар Довженко.

Політика ГО «Детектор медіа» включає максимальну інформаційну підтримку українського кінозвиробництва. Висвітлення подій про українське кіно, та навколо нього:

- щорічне інформаційне партнерство з великими українськими кінофестивалями: «Молодість», «Docudays», «ОМКФ»;
- інформаційна підтримка маленьких кінофестивалів таких як «Світло», «10 муза» та інші.
- висвітлення діяльності Державного агентства з питань кіно;
- членство представника ГО «Детектор медіа», директора Галини Петренко в Громадській раді при Державному агентстві з питань кіно та Українській кіноакадемії;



- співпраця з відомими кінокритиками/кінознавцями/журналістами такими як: Андрій Кокотюха, Ярослав Підгора-Гвяздовський, Олеся Анастасєва, Ігор Грабович, що на регулярній основі пишуть на замовлення ГО «Детектор медіа» журналістські матеріали та новини по темі українського кіно для подальшого публікування їх на сайті організації [www.detector.media](http://www.detector.media). Крім того, в редакції порталу працює спеціальний кореспондента по темі «кіно» - Лілія Зінченко, що висвітлює всі офіційні, публічні події: кінофестивалі, пітчинги Держкіно, публічні обговорення та круглі столи.

- за останні чотири роки 2016-2019 на сторінках порталу [www.detector.media](http://www.detector.media) на тему «кіно» (кіновиробництво, кінофестивалі, кінодистрибуція, кінотеатри, Державне агенство з питань кіно, пітчинги, кінокритика, кіномайстерні, кіноосвіта, кінопремія) було опубліковано близько 10500 новин та журналістських матеріалів. Тож реалізація соціологічного опитування «Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі» з нашого боку видається цілком логічним рішенням.

«Детектор медіа» має досвід проведення досліджень та залучення відповідних компаній для їх реалізації. Для реалізації проекту «Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі» ми вже провели перемовини з однією з найбільших кінотеатральних мереж України – «Планета кіно» і отримали від них згоду надати 4 кінотеатри для проведення в них нашого дослідження (лист підтримки у додатках до заявки).

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

Проект «Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі» відповідає пріоритету ЛОТу2 конкурсної програми УКФ «Аналітика культури» - дослідження потреб та інтересів споживачів культурного продукту, зокрема, українського кіно. І стане першим, за три роки існування інституції, дослідженням у цій сфері.

Запропонований проект відповідає меті програми «Аналітика культури» УКФ і має компенсувати брак знань про стан справ і перспективи розвитку такого сектору культури як кінс. А саме, стане підґрунтям для системного вивчення ринку українського прокатного кіно та його аудиторії. ЛОТ «Соціологічні дослідження» підтримує дослідження потреб та інтересів споживачів культурного продукту. Наше дослідження портрету глядача українського кіно – це всеукраїнський проект, що покликаний показати, як виглядає українець, який ходить на українське кіно до кінотеатрів, купуючи на нього квитки. Дослідивши:

- вік,
- стать,



- вподобання глядача,
- вплив інституту "зірок" на успіх фільму,
- співвідношення жанрів, які користуються попитом з кассовими зборами і з тим, що підтримує держава,
- які чинники впливають на рішення піти чи не піти на фільм,
- ефективність рекламних кампаній, тощо.

проект допоможе надати об'єктивну інформацію, що вплине на формування політики як державних інституцій, які надають гроші на створення, популяризацію та промоцію українського кіно, так і кіновиробників, які створюють фільми для кінотеатрального прокату власним коштом, чи залучаючи гроші держбюджету. Дослідження також допоможе кінотеатрам краще зрозуміти аудиторію українського кіно. Отже наш проект передбачає дослідження потреб та інтересів споживачів українського кіно і таким чином повністю співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу.

### **Чому ваш проект є унікальним?**

Впродовж останніх років держава активно фінансує виробництво та промоцію українського кіно. Минулого року на кіно з державного бюджету було витрачено близько одного мільярду гривень (кошти були розподілені між Державним агентством України з питань кіно, Міністерством культури, Українським культурним фондом). У кінотеатрах з'являється все більше вітчизняних стрічок, вироблених як приватним, так і державним коштом. Доходить до того, що українські фільми конкурують вже між собою за увагу глядача (виходять в прокат в одну дату чи прем'єри відбуваються з розривом у тиждень). Так минулого року в кінотеатральний прокат вийшло близько 40 українських релізів (з урахуванням широкого і обмеженого прокату; ігрові, неігрові, анімаційні, альманахи, повністю українського виробництва та копродукції). Водночас, існує кілька проблем. Перша, за час активного державного фінансування кіновиробництва і відповідно збільшення кількості фільмів, не було проведено жодного всеукраїнського дослідження щодо вподобань глядачів. Тобто створюючи пропозицію не було досліджено попит. Друга, дуже багато фільмів, які розраховані на широку глядацьку аудиторію провалилися в прокаті, тобто їх бокс-офіси виявилися меншими, ніж сподівалися, як держава, яка вклдала кошти в їх створення і просування, так і приватні інвестори, дистриб'ютори, кінотеатри. Аналізу, чому так відбулося не було проведено. Отже, держава виділяє великі кошти на створення кіно, але не має системи моніторингу ефективності виділення цих коштів. Третя, отримуючи від держави кошти на промо продюсери часто не знають: як правильно їх використати? Як правильно вибудувати рекламну кампанію? Де знаходиться цільова



аудиторія їх фільму? Яка її приблизна кількість? Де ця цільова аудиторія отримує інформацію? Що саме впливає на прийняття нею рішення піти в кіно на конкретний фільм?

Соціологічне дослідження, яке ми проведемо залучивши для цього відому та знану на ринку компанію, яка має гарну репутацію і досвід в проведенні соціологічних опитувань (наприклад, КМІС), допоможе не лише створити портрет глядача українського кіно, але й визначити його регіональні особливості. Відомо, що українські фільми часто у прокаті мають різні показники касових зборів – один і той самий фільм може зібрати більше на Заході України і провалитися на Сході, якись фільми краще дивляться у Києві. Отже ставлення до українського кінопродукту різне у різних регіонах нашої країни.

Проект не був втілений раніше.

### **Чому ваш проект є інноваційним?**

Ми подавали цей проект на грант УКФ минулого року і отримали високі оцінки (86 і 71 балів відповідно) від двох змістових експертів (згідно із наданим нам УКФ витягом), але низький бал від фінансового експерта (подаємо посилання на рейтинговий реєстр УКФ <https://ucf.in.ua/news/ucf>). Ми проаналізували зауваження фінансового експерта і хочемо звернути увагу експертів, які зараз оцінюють наш проект:

Перше зауваження експерта, що низько оцінив наш проект минулого року: «в бюджеті не заплановані витрати на веб-сайти (або поширення результатів дослідження онлайн)». Ще раз звертаємо увагу на те, що «Детектор медіа» є самостійним сайтом, який працює вже багато років. Хочемо підкреслити, що наш сайт потрапив у Звіт УКФ за перше півріччя 2019 року, як одне із ЗМІ, з якими Фонд тісно співпрацює, цитата зі Звіту УКФ: «активно співпрацює із такими медіа: «Читомо», телеканал АТР, «Українська Правда. Життя», «Детектор Медіа»» (сторінка 89 посилання на Звіт <https://ucf.in.ua/docs/56>); також звертаємо увагу на Звіт УКФ за перший квартал 2019 року, цитата зі Звіту: «До найбільш популярних каналів комунікації увійшли Facebook, Twitter, сайт Міністерства культури України, «Детектор Медіа» (сторінка 14 посилання на Звіт <https://ucf.in.ua/docs/56>). Результати дослідження ми планували і плануємо розмістити на сайті «Детектор медіа». Керуючись принципами доброчесності та правилами надання грантів від УКФ, ми не закладали в бюджет проекту фінансування нашої інституційної діяльності. Водночас, і в минулорічному бюджеті, і в цьогорічному ми закладаємо кошти на SMM, SO (SEO) (розповсюдження інформації, анонсів та запрошення на прес-брифінг, поширення інформації про результати дослідження).

Друге зауваження експерта: «слабкі сторони: комунікаційна стратегія»



цільова аудиторія;». Щодо комунікаційної стратегії, зауважемо, що через низький бал від фінансового експерта наш проект не потрапив на оцінювання до експерта з комунікаційної стратегії, тому нас здивувало це зауваження. Але ми як і минулого року наголошуємо, що по-перше, результати соціологічного дослідження, яке ми плануємо провести, будуть розміщені на сайті «Детектор медіа», наш сайт активно цитується як джерело інформації (першоджерело) іншими ЗМІ; по-друге, саме наш сайт єдиний хто детально висвітлював усі пітчінги Держкіно, зокрема, 11 і 12, які відбулися минулого року. З усіма публікаціями, у тому числі, аналітичними, що стосуються аналізу кіноринку в Україні можна ознайомитися на нашому сайті за #кіно <https://detector.media/tag/38/> . Водночас, звертаємо увагу експертів, що створений сайт про кіно, яке грантом підтримав УКФ у 2018 році – не відбувся, про що зазначили самі аналітики УКФ, цитата: «проект не продемонстрував бажаної сталості – нові матеріали на сайті припинили з'являтися одночасно з завершенням фінансування УКФ.» <http://uaculture.org/texts/czyfrowi-proekty-zapidtrymkyukf-u-2018-roczy/> По-третє, водночас, як і в 2019 році, так і в 2020 ми проведемо презентацію результатів нашого дослідження за участі соціологічної компанії в державному агентстві «Укрінформ» (яке забезпечить он-лайн трансляцію прес-конференції та відео у записі на своєму ютуб-каналі) для: усіх зацікавлених ЗМІ (повідомлення про захід буде розміщено на нашому сайті, ми запросимо представників ЗМІ, саме агентство також запросить ЗМІ, ми надішлемо запрошення відповідному відділу УКФ); на захід зможуть потрапити усі зацікавлені представники кіноіндустрії; ми запросимо на презентацію представників Держкіно, Міністерства культури, молоді та спорту України, УКФ. По-четверте, результати нашого дослідження будуть знаходитися у відкритому доступі на нашому сайті і ним зможуть скористатися усі бажаючі безкоштовно.

Щодо цільової аудиторії. Звертаємо увагу експертів, що наприкінці минулого року новопризначений Міністр культури, молоді та спорту Володимир Бородянський заявив про необхідність перегляду системи виділення державних коштів на кіно, зокрема, йшлося про введення КРІ. Було сформовано Офіс з розробки гуманітарної політики, напрямок кіно там очолила Вікторія Ярмошук. Аналітик нашого проекту Олеся Анастасьєва також увійшла до робочих груп цього Офісу. Серед пріоритетних напрямків, які визначили представники кіноіндустрії, зокрема, було: «дослідження цільової аудиторії українського кіно». Отже, якби в 2019 році експерти УКФ схвалили наш проект, то станом на кінець 2019 року таке соціологічне дослідження вже було б проведене. Те, що фахове середовище само звернуло увагу на відсутність такого дослідження говорить про те, що ми чітко визначилися з цільовою аудиторією нашого проекту, а зауваження



експерта: «не зрозуміло яким чином цільова аудиторія може використати результати проекту», свідчить лише про те, що це особисто йому не зрозуміло як використовувати результат дослідження.

Отже, підсомовуючи зазначемо: актуальність проекту є незаперечною; подібне соціологічне дослідження портрету глядача українського кіно, яке буде проведено у 4 містах різних регіонів України безпосередньо в кінотеатрах саме серед глядачів українського кіно (саме тому ми обираємо другий рік поспіль для проведення опитування вересень-жовтень, бо як дослідники ринку знаємо, що починаючи з травня і до кінця серпня в кінотеатральний прокат не виходять українські стрічки або виходять в обмежений прокат (демонструються на маленькій кількості екранів)) за останні роки активного державного фінансування виробництва кіно, не проводилося.

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

Результати дослідження будуть представлені на сайті «Детектор медіа» у відкритому доступі. Ними зможуть скористатися усі бажаючі. У світі широко розповсюджена практика таких досліджень, вони проводяться великими комерційними установами або за участі держави. У нас же подібних досліджень не проводилось. Проведення такого дослідження буде ще одним фактором демонстрації зрілості українського кіноринку.

Наш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі тим, що такого дослідження в обраному секторі в останнє десятиліття в Україні не проводили. Отже наше дослідження стане першим.

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

Наш проект матиме позитивний вплив на розвиток аудіовізуального сектору (кіно) і у перспективі кількох років дозволить гравцям ринку краще планувати промокампанії фільмів, ефективніше використовувати гроші, збільшити кількість глядачів українського кіно в кінотеатрах. Результати дослідження стануть підґрунтям для інших досліджень кіноринку в Україні.

### **Цілі проекту**

#### **Ціль**

Отримати аналітичні дані (соціологічні дані), які стали б підґрунтям для покращення кінополітики на національному, регіональному та місцевому рівнях.



### **Завдання 1**

Проведення репрезентативного соціологічного опитування в кінотеатрах України, а саме: в Києві, в одному місті на Заході України, в одному місті на Сході України, в одному місті на Півдні України, щодо вивчення портрету глядача українського кіно: його віку, статі, вподобань у кіно, джерел інформації - звідки він дізнається про українське кіно, і факторів, які впливають на прийняття ним рішення купити квиток на українське кіно.

### **Індикатори досягнення цілі**

Отримані аналітичні дані (соціологічні дані), які стають підґрунтям для покращення кінополітики на національному, регіональному та місцевому рівнях.

### **Ціль**

Звернути увагу кіновиробників на проблему і шляхи її вирішення, щодо донесення інформації про свій продукт глядачам.

### **Завдання 1**

Створення інтернет презентації результатів дослідження на базі сайту «Детектор медіа».

### **Індикатори досягнення цілі**

Кіновиробники більш відповідально ставляться до інформаційної кампанії свого фільму.

### **Ціль**

Стимулювати державні органи влади пришвидшити реалізацію ухваленого 2017 року Закону про державну підтримку кінематографії у розрізі запровадження «єдиного електронного квитка» (система, яка повинна збирати та обробляти інформацію щодо публічної демонстрації фільмів у кінозалах кінотеатрів України), підтримки створення і розвитку кінотеатральної мережі в регіонах України, де відчувається брак кінотеатрів.

### **Завдання 1**

Поширення результатів дослідження серед фахової аудиторії та органів влади, які формують та реалізують в країні політику підтримки кіновиробництва та кінопромоції.

### **Індикатори досягнення цілі**



Держава запроваджує систему «єдиного електронного квитка» в кінотеатрах. Ця система є відкритою. Держава створює електронну базу кінотеатрів в Україні й аналізує (після проведення перепису населення) кількість кінозалів на кількість мешканців конкретного міста (регіону).

### **Ціль**

Згенерувати нові знання про споживачів українського кіно в кінотеатрах та стан розвитку українського кіноринку.

### **Завдання 1**

Знання про потреби та інтереси споживачів українського кіно вплинули на формування українського кіноринку; потреби та інтереси споживачів українського кіно враховуються при виробленні стратегій інституцій культури.

### **Індикатори досягнення цілі**

Згенеровані нові знання про споживачів українського кіно в кінотеатрах та стан розвитку українського кіноринку. Нові знання оформлені у вигляді соціологічного дослідження, яке опубліковане на сайті «Детектор медіа».

### **Основна мета проекту**

На основі проведеного дослідження щодо портрету українського глядача українського кіно в кінотеатрах станом на 2020 рік, створити умови для подальшого розвитку кіногалузі на основі об'єктивних та актуальних показників. Відтак вплинути на формування державної політики, щодо підтримки кіновиробництва в Україні. Створити основу для подальших маркетингових досліджень кіноринку в Україні.

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

Безпосередньо братимуть участь в дослідженні глядачі українських кінотеатрів. Спитування буде репрезентативним – буде опитано не менше 2 тисяч мешканців Києва, Львова, Одеси, Харкова. Безпосередньо кінцевими результатами дослідження скористаються: виробники українського кіно, дистриб'ютори українського кіно, компанії, які розробляють промо та рекламні кампанії українського кіно, державні інституції, які розробляють та впроваджують політику в сфері кіно, кінотеатри, ЗМІ, які висвітлюють українське кіно, викладачі та студенти ВНЗ, які вивчають українське кіно. До складу української кіноакадемії входить більше 300 кінофахівців, аудиторія сайту «Детектор медіа» становить понад 2 млн відвідувачів та 5 млн



переглядів на рік. Рекомендації цільовій аудиторії проекту щодо використання результатів соціологічного опитування: Для органів влади (Держкіно, УКФ, Міністерство культури, молоді та спорту). Використовувати результати дослідження під час розподілення державних коштів на виробництво та промоцію (рекламу) кіно. Для продюсерів українського кіно. Використовувати результати дослідження при формуванні промокампаній своїх фільмів. Для студентів ВУЗів та викладачів ВУЗів. Використовувати результати дослідження під час навчального процесу. Для дистриб'юторів українського кіно. Використовувати результати дослідження під час розпису фільмів у кінотеатрах та при плануванні промокампанії. Для компаній, які надають послуги з просування українського кіно. Використовувати результати дослідження при плануванні промокампаній фільмів. Для ЗМІ. Використовувати результати дослідження при підготовці матеріалів про українське кіно. Для глядачів українського кіно. Більше дивитися українських фільмів, розповідати про них знайомим, ділитися враженнями від переглянутих українських стрічок в Інтернеті.

Пряма цільова аудиторія нашого проекту - це відвідувачі наших заходів, наші респонденти, читачі нашого кінцевого продукту. Щодо якісних показників то це виробники українського кіно, дистриб'ютори українського кіно, компанії, які розробляють промо та рекламні кампанії українського кіно, державні інституції, які розробляють та впроваджують політику в сфері кіно, кінотеатри, ЗМІ, які висвітлюють українське кіно, викладачі та студенти ВНЗ, які вивчають українське кіно. Щодо кількісних показників, то у нашому випадку - це 1) 2000 респондентів нашого опитування в Києві, Львові, Одесі, Харкові, 2) відвідувачі прес конференції з результатами нашого проекту, 3) читачі друкованої версії нашого кінцевого продукту, а саме буклетів, які ми зробимо у кількості 5 штук. У кожному буклеті буде розміщена друкована версія аналітичної записки, 4) 10 представників Міністерства культури, молоді та спорту, УКФ, Держкіно, кіноспільноти, профільних ЗМІ, які відвідали презентацію результатів дослідження 5) а також, ми розмістимо машинопис-видання аналітичної записки у форматі PDF на сайті <https://detector.media/>, надамо машинопис-видання аналітичної записки у форматі PDF УКФ аби фонд міг розмістити його на своєму сайті, та розмістимо на спеціалізованих ресурсах, наприклад, [www.issuu.com](http://www.issuu.com), [www.yumri.com](http://www.yumri.com), а також будемо просувати аналітичну записку у соціальних мережах. Ми передбачимо онлайн калькулятор завантажень аби на етапі звітування перед УКФ надати повну та вичерпну інформацію, зокрема, і щодо якісних та кількісних показників унікальних користувачів, які завантажили кінцевий продукт нашого проекту – аналітичну записку. Ми плануємо, що загальна кількість прямої цільової аудиторії нашого проекту складе не менше 2500 осіб.



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

Люди, які дивляться українське кіно. За даними Держкіно, на українські фільми в кінотеатрах у 2018 році продано майже 2,5 млн. квитків. Опосередкована аудиторія проекту це особи, які дізнаються про наш проект внаслідок інформаційної кампанії: дані зі статистики перегляду сайту, сторінок у соцмережах, дані медіамоніторингу, особи, які переглянуть публічну презентацію результатів дослідження (прес-конференцію, яка відбудеться в «Укрінформі») на YouTube (близько 500 осіб). Підсумовуючи, хочемо зазначити: ми плануємо, що загальна кількість опосередкованої аудиторії нашого проекту становитиме 2500 осіб.

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

Потреби та інтереси представників кіногалузі, а також чиновників, які відповідають за кіно були визначені шляхом їх опитування під час живого спілкування на профільних заходах, інтерв'ювання, спілкуванні у соціальних мережах, участі в роботі Офіса з розробки гуманітарної політики при МКМС аналітика нашого проекту Олесі Анастасьєвої.

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

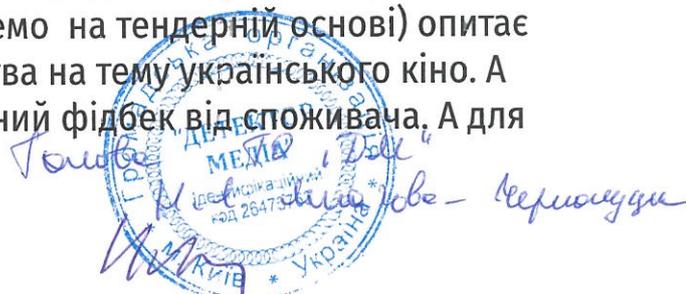
Результати проекту повністю задовільнять інтереси цільової аудиторії, адже подібні дослідження кіноглядача в Україні раніше не проводилися.

## **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).**

Органи влади (Держкіно, УКФ, Міністерство культури, молоді та спорту). Виробники українського кіно, дистриб'ютори українського кіно, компанії, які розробляють промо та рекламні кампанії українського кіно, державні інституції, які розробляють та впроваджують політику в сфері кіно, кінотеатри.

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

Результатами нашого проекту стане проведення соціологічного репрезентативного (буде опитано не менше двох тисяч респондентів) дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрах України. Цінність цього дослідження важко недооцінити, адже вперше в Україні велика соціологічна компанія (яку ми оберемо на тендерній основі) опитає таку велику кількість українського суспільства на тему українського кіно. А отже всі гравці цього ринку отримують якісний фідбек від споживача. А для



кого знімається кіно, якщо не для глядача?

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

1. Проведено якісне соціологічне опитування в кінотеатрах України.
2. Проведено репрезентативне (опитано не менше 2 тисяч людей, які придбали квиток у кінотеатр на українське кіно) опитування в кінотеатрах України.
3. Завдяки тому, що опитування проведене в чотирьох регіонах країни сформовано як регіональний, так і загальнонаціональний портрет глядача українського кіно в кінотеатрах.
4. Створено аналітичну записку (як кінцевий продукт дослідження). Аналітична записка – це індивідуальна робота, є результатом дослідження спрямованого на вирішення конкретної проблеми. Обсяг аналітичної записки – не менше 3 авторських аркушів. Автором аналітичної записки буде Олеся Анастасьєва.
5. Створено якісну презентацію результатів дослідження на сайті «Детектор медіа».
6. Матеріал прочитало не менше 1 тисячі унікальних користувачів.
7. Інформація про проведене дослідження поширено в соціальних мережах на сторінках учасників проекту та сайту «Детектор медіа». Охоплення – не менше 1 тисячі.
8. Проведено публічну презентацію результатів дослідження серед фахової аудиторії. Презентацію відвідали: представники Міністерства культури, молоді та спорту, УКФ, Держкіно, кіноспільноти, профільних ЗМІ. Загалом презентацію відвідало не менше 10 осіб.
9. Презентація розміщена у вільному доступі на YouTube, де її переглянуло не менше 500 осіб.
10. За результатами дослідження підготовлено основний продукт – аналітична записка, яку розміщено у вільному доступі в Інтернеті та надруковано (у кількості 5 екземплярів) для поширення результатів дослідження серед фахової аудиторії та органів влади, які формують та реалізують в країні політику підтримки кіновиробництва та кінопромоції та бажають отримати саме друковану версію записки.

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

Довгостроковими результатами мають стати:

- 1. Збільшення кількості глядачів українського кіно в кінотеатрах. У випадку



стабільної економічної ситуації в країні, дескалації військового конфлікту на Сході України, зменшення кількості українців, які виїжджають на постійне місце проживання за кордон, збільшення кількості кіноекранів, стабільному виходу в прокат фільмів, за результатами 2021 року кількість проданих у кінотеатрах України квитків на українське кіно має становити не менше 4 млн.

- 2. Органи державної влади більш вдало виділяють кошти на промоцію фільмів.
- 3. Вироблені критерії, які дозволяють оптимально розрахувати суму, яка потрібна для промокампанії конкретного фільму, використовується індивідуальний підхід (а не так, як зараз).
- 4. Продюсери українського кіно використовують результати дослідження при формуванні промокампаній своїх фільмів.
- 5. Дистриб'ютори українського кіно використовують результати дослідження під час розпису фільмів у кінотеатрах та при плануванні промокампанії.
- 6. Компанії, які надають послуги з просування українського кіно, використовують результати дослідження при плануванні промокампаній фільмів.
- 7. Держава запроваджує систему «єдиного електронного квитка» в кінотеатрах. Ця система є відкритою. Вона стане прозорим механізмом, який буде відслідковувати кількості глядачів, які відвідують українське кіно в кінотеатрах. На основі отриманих даних можна буде спостерігати за динамікою відвідування українського кіно в кожному окремо взятому кінотеатрі, слідкувати за тим як ходять на кожен фільм у кожному кінотеатрі, де розпис фільму був вдалим, а де не врахував запити і потреби. Держава створює електронну базу кінотеатрів в Україні й аналізує (після проведення перепису населення) кількість кінозалів на кількість мешканців конкретного міста (регіону).
- 8. Державні органи влади тришвидшили реалізацію ухваленого 2017 року Закону про державну підтримку кінематографії у розрізі підтримки створення і розвитку кінотеатральної мережі в регіонах України. де відчувається брак кінотеатрів.
- Підсумовуючи зазначимо, що за даними Держкіно, на українське фільми в кінотеатрах у 2018 року було продано майже 2,5 млн. квитків. Ми ставимо за мету, що кількісними довгостроковими результатами нашого проєкту стане збільшення цього показника у 2021 році щонайменше до 4 млн. квитків. Що призведе до пропорційного збільшення надходжень для всіх бенефіціарів: кінотеатрів, компаній виробників фільмів, Міністерства культури, молоді та спорту. Кількість компаній, які будуть використовувати результати нашого дослідження при проведенні промокампаній можна буде назвати вже після



того, як ми проведемо дослідження, презентуємо його і вивчимо реакцію ринку на нього. Щодо кількості критеріїв, які будуть вироблені державними органами, які виділяють кошти з бюджету для проведення промокаманій, то цей показник залежить не від нас, тому вказати наразі точну кількість цих критеріїв не є можливим. Щодо впровадження системи «єдиного електронного квитка» то, вона буде у кількості 1.

Група "ДЕТІНТОР  
МЕДІА"  
Ідентифікаційний  
код 26476763

Ч. Д. Дмитрове -  
Інформаційне

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

Досягнення результатів проекту майже повністю залежить від компетенції команди. Зважаючи на її високий рівень – суттєві ризики практично відсутні. Моніторинг складових проекту буде здійснюватися на кожному етапі реалізації проекту. «Детектор медіа» має досвід проведення досліджень та залучення відповідних компаній для їх реалізації. На тендерній основі буде обрана компанія, яка має гарне реноме та досвід проведення відповідних, великих досліджень, аби респонденти погоджувалися надавати відповіді на запитання, а результати проведеного дослідження були якісними та якомога повніше задовольняли потреби ринку. Аналітик нашого проекту має налагоджені зв'язки з топ-менеджментом найбільших кінотеатрів України (не лише Києва). На даному етапі вже вдалося заручитися підтримкою однієї з найбільших мереж кінотеатрів в Україні – «Планета кіно» (лист підтримки додано до цієї заявки). Проєкт розподілений на етапи, за кожним з яких закріплена відповідальна особа.

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

Серед можливих ризиків, які існують:

1. Ризик розгортання повномасштабної війни з боку країни агресора.
2. Як відомо, у зв'язку із ситуацією в країні щодо поширення COVID-19, в середині березня було запроваджено карантин – кінотеатри припинили роботу. Натепер жодна організація не може 100% спрогнозувати, як буде розгортатися ситуація восени. Наш проект ми від початку планували провести у серпні (підготовчий етап), вересні (проведення дослідження), жовтні (презентація результатів, звітування перед УКФ). Ми сподіваємося, що у вересні 2020 року кінотеатри в Україні вже будуть працювати і ми зможемо провести дослідження. У випадку форс-мажору (Верховна Рада запровадила комплекс правових норм, спрямованих на захист прав фіз- та юросіб під час карантину, та обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19). Відповідний Закон (проект № 3219) щодо запобігання виникненню і поширення коронавірусної хвороби (COVID-19) прийнято на позачерговому засіданні 17 березня. Зокрема, юридичний факт запровадження карантину віднесено до форс-мажорних обставин) ми будемо просити УКФ дозволити нам змінити строки виконання



проекту.

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

Індикатори ефективності: виконання проекту відповідно до календарного плану; дотримання фінансового плану та бюджету проекту; порозуміння між учасниками команди; публічність та інформаційний супровід оприлюднення результатів дослідження.

Проект має план моніторингу та оцінки рівня ефективності.

Перший етап: визначення на тендері соціологічної компанії для дослідження. Укладання з нею договору.

Другий етап: аналітик нашого проекту формує технічне завдання (складає опитувальник) для соціологічної компанії.

Третій етап: визначення конкретних дат проведення опитування.

Четвертий етап: проведення опитування.

П'ятий етап: соціологічна група, на базі проведеного опитування, формує його результати і передає нам, як замовнику.

Шостий етап: опрацювання результатів дослідження нашою командою.

Сьомий етап: презентація результатів дослідження.

Восьмий етап: моніторинг фідбеку на наше дослідження від представників кіноіндустрії, органів влади, ЗМІ.

Дев'ятий етап: формування звітів для УКФ.

Після проведення дослідження його результати будуть презентовані в інформаційному агентстві «Укрінформ». Вибір цього майданчика для презентації результатів є не випадковим, адже агентство має технічні можливості для такої презентації: велика зала, он-лайн трансляція, збереження відео презентації, вдале розташування в центрі Києва біля виходу зі станції метро, широку базу контактів різних ЗМІ. Після проведення презентації ми будемо відслідковувати: яка і де інформація з'явиться про дослідження. Результати дослідження будуть опубліковані на сайті «Детектор медіа», де відображається в реальному часі кількість переглядів кожного матеріалу. 2018 року УКФ виділив більше 400 тис. грн. на створення інтернет ресурсу про українське кіно, який не виконав своїх функцій.

«Детектор медіа» впродовж усього часу свого існування постійно висвітлює тему українського кіно, на сайті виходять не тільки рецензії та анонси фільмів, а й аналітика ринку, включаючи аналіз касових зборів українських фільмів у прокаті; ми публікуємо інформацію щодо проектів, які отримують фінансування від Держкіно із зазначенням бюджетів та сум, які автори фільмів перерахували Держкіно від використання майнових прав; ми висвітлюємо усі пітчінги, які проводить Держкіно, наш сайт найповніше серед усіх ЗМІ минулого року висвітлював перебіг 11 та 12 пітчінгів.



Держкіно, які закінчилися скандалом; на сайті регулярно з'являються інтерв'ю, як з кіновиробниками і дистриб'юторами, так і з чиновниками, які відповідають за формування кінополітики держави. Сайт має свою постійну аудиторію і репутацію професійного, актуального і такого, що заслуговує на довіру серед представників кіноіндустрії.

**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?**

Ключові повідомлення:

Презентовано портрет глядача українського кіно в кінотеатрах;

Проведено репрезентативне опитування глядачів українського кіно в кінотеатрах;

У чотирьох містах України опитали дві тисячі глядачів українського кіно; «Детектор медіа» за підтримки УКФ провів дослідження потреб глядачів українського кіно.

**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?**

Під час проведення інформаційної кампанії проекту ми будемо керуватися довідником про комунікації щодо проекту та використовувати бренд УКФ та послуговуватися комунікативною стратегією Фонду. На презентацію результатів дослідження в інфсрмагентстві «Укрінформ» ми плануємо запросити в ролі спікерів: координатора проекту; представника соціологічної компанії, яка проведе дослідження; керівництво УКФ. На всіх етапах ми будемо дотримуватися вимог маркування та брендінгу УКФ. Методи комунікації: Прес-конференція за результатами дослідження в «Укрінформі»; Розміщення відео прес-конференції в YouTube; Розміщення на сайті «Детектор медіа», у соціальних мережах сайту та учасників проекту анонсу прес-конференції, результатів дослідження.

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

«Детектор медіа», «Укрінформ», «Телекритика», MBR, 4 канал та інші як профільні (висвітлюють аудіовізуальний сектор), так і загальнонаціональні суспільно-політичні медіа, список не є вичерпним. «Детектор медіа» є самостійним ЗМІ. Водночас, ми плануємо проінформувати широке коло інших ЗМІ, залучаючи як власні контакти, так і базу контактів інформаційного агентства «Укрінформ», запросити журналістів через розсилку УКФ.



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

Галина Петренко, Олеся Анастасьева є постійними гостями різних ЗМІ, де їх запрошують виступити в ролі експертів, ми будемо доносити інформацію щодо нашого дослідження і через ці канали комунікації.

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

Кількісні показники:

Прес-конференцію відвідало не менше 5 ЗМІ;

Про дослідження розповіли не менше 10 ЗМІ;

Кількість переглядів усіх матеріалів пов'язаних з дослідженням на сайті «Детектор медіа» сумарно становить не менше двох тисяч;

Охоплення інформацією про дослідження в соціальних мережах становить не менше двох тисяч користувачів.

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

Результати дослідження будуть опубліковані на сайті «Детектор медіа» у відкритому доступі одразу після презентації (прес-конференції) в «Укрінформі». Результати дослідження також будуть передані УКФ для розміщення на сайті Фонду. Крім того буде видана друкована версія аналітичної записки, екземпляри якої буде надано: органам влади, що реалізують в Україні державну політику щодо кіно та усім гравцям ринку, які виявлять зацікавленість отримати саме друковану версію у час глобальної діджиталізації. У зв'язку з тим, що ми переймаємося екологічними проблемами, а також повністю поділяємо точку зору влади, щодо необхідності переходити в режим економії паперу в часи цифрової ери, ми плануємо надрукувати лише 5 екземплярів аналітичної записки. Ми розмістимо машинопис-видання аналітичної записки у форматі PDF на сайті грантоотримувача, а також на спеціалізованих ресурсах, наприклад, [www.issuu.com](http://www.issuu.com), [www.yumpu.com](http://www.yumpu.com) та ін., з можливістю калькуляції кількості завантажень, крім того, будемо просувати її за допомогою соціальних мереж.

### **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)?**

Після закінчення проекту «Детектор медіа» продовжить активно, оперативно висвітлювати події українського кіно, робити інтерв'ю з гравцями ринку, нас цікавить їх фідбек на наше дослідження, аналітичні матеріали - ми будемо слідкувати, які зміни відбуватимуться в індустрії. Ці



матеріали ми будемо робити коштом нашої організації та із залучення донорів та грантової підтримки.

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

Результати дослідження будуть розміщені на сайті «Детектор медіа» у вільному доступі і кожен охочий зможе ознайомитися з ними. Аналітична записка буде відправлена всім зацікавленим організаціям, ЗМІ, органам влади, тощо. Результат проекту має практичне застосування, зокрема, щодо визначення поточного стану: попит-пропозиція.

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

Так. «Детектор медіа» щорічно виступає інформаційним партнером українських міжнародних фестивалів «Молодість», Одеського міжнародного кінофестивалю, «Docudays», та більш локальних і не таких потужних фестивалів, а також українських фільмів. Ми будемо робити це і надалі.

## **Моніторингова інформація**

**Кількість чоловіків у команді проекту**

0

**Кількість жінок у команді проекту**

2

**Кількість людей віком від 17 до 34**

0

**Кількість людей віком від 35 до 50**

2

**Кількість людей віком від 51 до 60**

0

**Кількість людей віком від 61 до 70**

0

**Кількість людей віком від старше 71**

0



**Кількість працюючих пенсіонерів**

0

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

0

**Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?**

так

**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?**

ні

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

так

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

так



## 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 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 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

Н.Л. Митрофанова-Степанюк И.М. Кривий

Фонд:

Грантоотримувач:



Додаток № 2  
до Договору про надання гранту  
№ ЗСАНД-2020  
від "04" червня 2020 року



Назва конкурсної прог Аналітика культури  
Назва ЛОТ-у: Лот 2. Соціологічні дослідження  
Назва Заявника: Громадська організація "Детектор медіа"  
Назва проекту: Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
	<b>РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ</b>		
1	Український культурний фонд	100,00%	360 732,00
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)		
	<b>Всього</b>		<b>360 732,00</b>

Група ГО, Детектор медіа

Громадська організація  
"ДЕТЕКТОР  
МЕДІА"  
Ідентифікаційний  
код 26476763  
М. Київ \* Україна \*

**Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)**

Назва заявки Громадська організація "Детектор медіа"

Назва проекту Дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі

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 заявки				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	16	17
<b>Розділ: II Витрати:</b>								
Підрозділ:	1	Оплата праці						
Стаття:	1.1	Штатні працівники		-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців					
Стаття:	1.2	За трудовими договорами		-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців					
Стаття:	1.3	За договорами ІПХ		3,00	17 000,00	51 000,00	51 000,00	
Пункт:	а	Анастасьева Олеся Сергіївна, аналітик, менеджер	місяців	3,00	17 000,00	51 000,00	51 000,00	Забезпечує підготовку опитувальника, супровід роботи соціологічної компанії, бере участь в обробці та представленні результатів дослідження, готує аналітичну записку.
<b>Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":</b>				<b>3,00</b>	<b>17 000,00</b>	<b>51 000,00</b>	<b>51 000,00</b>	
Підрозділ:	2	Соціальні внески						
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці		3,00	3 740,00	11 220,00	11 220,00	
Пункт:	а	Анастасьева Олеся Сергіївна, аналітик	місяців	3,00	3 740,00	11 220,00	11 220,00	
<b>Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":</b>				<b>3,00</b>	<b>3 740,00</b>	<b>11 220,00</b>	<b>11 220,00</b>	
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					
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба					
<b>Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями":</b>				<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні активи						
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування обладнання (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)						
<b>Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи"</b>				-	-	-	-	
Підрозд	5	Витрати пов'язані з орендою						
Стаття:	5.1	Оренда приміщення	послуга	1,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	
Пункт:	а	Прес-центр Укрінформ (вул. Богдана Хмельницького, 8/16), 80 м.кв., 1 година		1,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	Оренда приміщення в інформаційній агенції «Укрінформ» для проведення прес-конференції з презентацією результатів дослідження, розміщення анонсу на сайті «Укрінформу» - розсилка «Укрінформу» інформації про проведення прес-конференції серед підписників агентства.
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт.					
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)					
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)						
<b>Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою"</b>				1,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	
Підрозд	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.					
<b>Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої"</b>				-	-	-	-	
Підрозд	7	Матеріальні витрати						
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.					
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.					
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.					
<b>Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати"</b>				-	-	-	-	
Підрозд	8	Поліграфічні послуги						
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		5,00	300,00	1 500,00	1 500,00	
Пункт:	а	Виготовлення макетів	шт.					
Пункт:	б	Нанесення логотипів	шт.					

Голова ГО "Детектор Медіа"

Громадська організація  
"ДЕТЕКТОР  
МЕДІА"  
Ідентифікаційний  
код 26476763  
Україна

Голова - Червоноусько

Пункт:	в	Друк брошур	шт.			-	-	
Пункт:	г	Друк аналітичної записки із результатами дослідження	прим.	5,00	300,00	1 500,00	1 500,00	Орієнтовний постачальник - ТОВ "Друкарня Біол". Формат А4; повнокольоровий друк; збірка: 2 скоби; бумага 150 грм всі сторінки, в тому числі обкладинка; двосторонній друк. Кількість сторінок: 74 (60 стр - текст + 10 ілюстрацій + 4 стр обкладинка).
<b>Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":</b>				<b>5,00</b>	<b>300,00</b>	<b>1 500,00</b>	<b>1 500,00</b>	
Підрозд	9	Послуги з просування						
Пункт:	а	фото-, відеофіксація				-	-	
Пункт:	б					-	-	
Пункт:	в	SMM, SO (SEO) (розповсюдження інформації, анонсів та запрошення на прес-брифінг, поширення інформації про результати дослідження, розміщення реклами в соціальних мережах, тобто створення платних постів)	послуга	1,00	20 461,50	20 461,50	20 461,50	ФОП Шеремета (розповсюдження інформації, анонсів та запрошення на прес-брифінг, поширення інформації про результати дослідження в соціальних мережах на сторінках Детектор медіа: Facebook, Instagram, Telegram, Twitter) Створення постів та пряма реклама 10 постів для Facebook/Instagram впродовж 15 днів. Рекламний бюджет: +/- 2000 грн на кожен такий пост (аудиторія: вся Україна, таргетинг на тих, хто цікавиться українським кіно, працює в кіноіндустрії або дотичен до законодавчого процесу в українському кіно).
Пункт:	г	Підготовка медіа-звіту	послуга	1,00	6 820,50	6 820,50	6 820,50	ФОП Шеремета (підготовка медіа-звіту по результатам дослідження). Збір в мережі інтернет всіх посилань: на коментарі та матеріали за результатами прес-брифінгу: реакції на результати дослідження; поширення текстів про дослідження; статистичні дані, де це можливо, щодо переглядів (охоплення аудиторії) текстів; статистичні дані по рекламі 10 постів в мережах Facebook/Instagram (витрати, охоплення, коментарі, поширення).
<b>Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":</b>				<b>2,00</b>	<b>27 282,00</b>	<b>27 282,00</b>	<b>27 282,00</b>	
Підрозд	10	Створення web-ресурсу						
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту				-	-	
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту				-	-	
<b>Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":</b>				<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Підрозд	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації						
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			-	-	
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			-	-	

Детектор медіа

Ідентифікаційний код 26476763

Київ \* Україна

Тетяна Сергійівна

Всього по підрозділу 11 "Придбання"			-	-	-	-		
Підрозд	12	Послуги з перекладу						
Пункт:	а	Усний переклад	година					
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу"			-	-	-	-		
Підрозд	13	Адміністративні витрати						
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги				-		
Пункт:	б	Юридичні послуги				-		
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	14 400,00	14 400,00	14 400,00	Аудиторські послуги відповідно до вимог УКУФ
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (організація заходів у рамках проекту, супровід тендерів, підготовка необхідної звітності)	послуга	3,00	10 000,00	30 000,00	30 000,00	ФОП Зелінська
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати"			4,00	24 400,00	44 400,00	44 400,00		
Підрозд	14	Інші прямі витрати						
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення						
Пункт:	а	Найменування послуги	шт.			-	-	
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування						
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.			-	-	
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		41,00	5 375,00	20 000,00	20 000,00	
Пункт:	а	Послуги коректора	прим	1,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	Вичитка та редагування аналітичних записки перед публікацією
Пункт:	б	Послуги верстки: розробка 1 шаблону інфографіки; створення 10 інфографік; створення 1 макету аналітичної записки; верстка 1 аналітичної записки; підготовка аналітичної записки до друку.	год.	40,00	375,00	15 000,00	15 000,00	Дизайн та оформлення макетів друкованих матеріалів
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		4,00	200 110,00	200 330,00	200 330,00	
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-	-	
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)				-	-	
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ				-	-	
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування	1 послуга / 1 місяць	3,00	110,00	330,00	330,00	Оплата банківських послуг
Пункт:	д	Інші банківські послуги				-	-	
Пункт:	е	Соціологічне дослідження портрету глядача українського кіно в кінотеатрі	послуга	1,00	200 000,00	200 000,00	200 000,00	Виконавець буде відібраний через відкритий тендер. Тех. Завдання: соціологічне опитування в містах: Київ, Львів, Одеса, Харків, Вибірка: 2000 респондентів 15+ років, які придбали квиток на українське кіно; респонденти будуть відбиратися після завершення сеансів кіно і опитуватися в приміщенні кінотеатрів. Калькуляція: Підготовчий етап: розробка інструментарію, вибірки, програмування планшетів та інструктаж інтерв'юєрів - 9000 грн., Польовий етап: проведення інтерв'ю - 177600 грн.; Підготовка масиву даних - 3800 грн.; Підготовка таблиць одновимірних розподілів, підготовка презентації - 4260 грн.; Фотофіксація опитування - 80 грн.; Координація і фінансовий менеджмент дослідження - 4560 грн.
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати"			45,00	205 485,00	220 330,00	220 330,00		
<b>Всього по розділу II "Витрати":</b>					<b>360 732,00</b>	<b>360 732,00</b>		

**РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ**

Голова ГО "Детектор Медіа"  
(Посада)

М.І. Дімарова - Черволицька  
(Печатка, підпис, ПІБ)

