

ДОГОВІР № ЗСАН31-6614
про надання гранту

м. Київ

« 01 » червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та ФОП Гассанова Дар'я Олександрівна (далі – Грантоотримувач), що діє на реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань, № 2 068 000 0000 028674 від 11.03.2015 р. 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 музичного сектору України та його зовнішньоекономічних перспектив» (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 X 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 800 880 грн. 00 коп. (вісімсот тисяч вісімсот вісімдесят гривень 00 копійок) без ПДВ.
2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.
3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.
4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту 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 Проєкту 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 проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);
 - 3) реалізувати Проєкт у строки, визначені у пункті 1 розділу І цього Договору;
 - 4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проєкту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;
 - 5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі

обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

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

7) самостійно врегульовувати правовідносини з третіми особами, які пов'язані з виникненням (набуттям) прав на об'єкти авторського права і (або) суміжних прав, використанням таких об'єктів, розпорядженням майновими правами і охороною майнових прав на ці об'єкти, а також охороною 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 неофашизму, 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 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 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;

втрати, в результаті курсових різниць;

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

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

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 стримання 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 стриманим 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

С1010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.monitor@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Гассанова Дар'я Селекандрівна, директор,

Київ 02105, вул. Чупринки 7, кв. 80;

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 Проекту, які стали відомі під час виконання цього Договору.

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

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

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

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

ЄДРПСУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 320172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

ФОП Гассанова Дар'я Олександрівна

Юридична адреса:

03127, м. Київ, вул. Ломоносова 21/14,
кв. 45

Адреса для листування:

03127, м. Київ, вул. Ломоносова 21/14,
кв. 45

ЄДРПОУ/ПІН: 3308617628

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA94300711000002600052728205

МФО: 300711

Тел.: +38 067 403 03 64

Виконавчий директор



Ю.О. Федів

ФОП

Д.О. Гассанова

М.П.

Б.П.

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3CAN31-6614

від «01» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аналітика культури

Лот: ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні
наукові дослідження
Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3CAN31-6614

**Назва проекту: Дослідження музичного сектору
України та його зовнішньоекономічних перспектив**

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Аналітика культури

Лот

ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні наукові дослідження

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

аудіальне мистецтво

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

популярна музика

соціальні, прикладні дослідження

Назва проекту

Дослідження музичного сектору України та його зовнішньоекономічних перспектив

Назва проекту англійською мовою

Директорка Тасманова Н.О. 

Ukrainian Music Market and its Export Potential Study

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

Проведення дослідження українського музичного сектору неакадемічної музики для основних стейкхолдерів, міжнародних партнерів, медіа, учасників ринку та задля підвищення міжнародної обізнаності про локальний музичний ринок з метою налагодження співробітництва. Основними напрямками для вивчення стануть головні ланки музичної індустрії - автори пісень та виконавці, а також музичний менеджмент, який розбудовує індустрію з середини. Звіт про стан музичної індустрії буде використано для промоції сектору та вивчення основних проблем. Отримані результати дослідження будуть доступні українською та англійською мовами у форматі аналітичного звіту, інфографіки та аналітичного відео на відкритих ресурсах.

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

Conducting a study of the Ukrainian non-academic music sector for major stakeholders, media, market participants and international partners to raise awareness of the local music market and establish collaboration. The main research components will be key players - songwriters and performers, as well as the music management that develops the industry from the inside. The report will be used to promote the sector and explore major issues that impede further development at all levels. The results of the study will be available in the format of Ukrainian and English analytical report, infographic and video published on open resources.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
825380

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
800880

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).
24500

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Директорка Тасанова Д.О. 

Джерело співфінансування та сума

24500. Власні кошти

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

Населений пункт

5 міст в Україні із найбільш динамічною музичною сценою (залучення онлайн): Київ, Львів, Харків, Одеса, Дніпро

Початок проекту

2020-06-01

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Партнери проекту

Агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks (м. Львів, www.ppv.net.ua) є базовим партнером для реалізації проекту без формального партнерського статусу. PPV допомагатиме із розробкою методологічної бази дослідження, розробкою опитувальників, збором та аналізом інформації на всіх етапах. PPV реалізовувала проект «Стан розвитку ринку дизайну в Україні 2019» у рамках програми «Український культурний монітор».

Медіа партнери: музичні онлайн-портали comta.com.ua, LiRoom.com.ua, neformat.com.ua, які допомагатимуть із анонсуванням проекту та збором даних, а також допоможуть поширенню результатів звіту.

Креативні простори в регіонах, де будуть організовуватись фокус-груп та проводитись анкетування: TEATR. Club (Львів), Module (Дніпро), More Music Club (Одеса), ART AREA ДК (Харків). Вони допоможуть поширенню анонсуванню проекту через свої ресурси, самостійно долучатись до участі у фокус-групах та поширенню результатів звіту.

Задля запозичення європейського досвіду та результатів Європейського дослідження музичного сектору ми плануємо запросити 1 представника брюссельської дослідницької агенції KEA (<https://keanet.eu/>), яка проводила дослідження для Єврокомісії 'Study on a European Export Strategy'. З їх допомогою ми хочемо проаналізувати методології аналізу музичного ринку в країнах ЄС та напрацювати рекомендації щодо методології дослідження в

Директорка Талашова Д.О. 

Україні (порівняльний аналіз), розробити та верифікувати із європейським експертом методологію проведення моніторингу.

Ваш основний продукт

Аналітичний звіт

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Гассанова Дар'я Олександрівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Організатор проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Фізична особа-підприємець Гассанова Дар'я Олександрівна

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Private entrepreneur Gassanova Daria Oleksandrivna

Організаційно-правова форма

Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ

3308617628

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут,

Положення тощо)

не передбачається

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/

ЛОТУ

Директорка Гассанова Д.О.



72.20, 73.20

Дата реєстрації організації

2015-03-11

Юридична адреса організації

Вул.Ломоносова, буд.21/14, кв.45, Київ 03127, Україна

Поштова адреса організації

Вул. Чупринки буд.7, кв 80, Київ 02105, Україна

Фактична адреса організації

Вул.Ломоносова, буд.21/14, кв.45, Київ 03127, Україна

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

<http://soundbuzz.com.ua/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Гассанова Дар'я Олександрівна

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

Фізична особа-підприємець Гассанова Дар'я Олександрівна

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-

Директорка Гассанова Д.О.

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.

Забезпечена робочим місцем та необхідним офісним обладнанням (двома ноутбуками) для координації роботи команди. Все це перебуває у персональному розпорядженні Гассанової Д.О.

Дохід за звітний період

1169828.40

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Ні

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Так, у 2019 у ролі партнера

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

Проект Mezzanine - поїздка на угорський шоукейс BUSH з метою розвитку міжнародного мережування: <https://youtu.be/YIN-xJvR47k>

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

Директорка Гассанова Д.О.

Усі проєкти реалізовані власними коштами або співфінансуванням партнерів, безпосередньо донорів не було. Деталі щодо моїх проєктів можна побачити тут по роках: <http://soundbuzz.com.ua/agencyevents>

Детальний опис проєкту

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

Креативні індустрії у світі щороку розвиваються щораз стрімкіше, створюючи додану вартість, робочі місця та даючи можливість творчого вираження для креативної спільноти. Музична індустрія є невіддільною частиною креативної економіки, оскільки музика оточує нас всюди - від фільмів, комп'ютерних ігор та ТБ-програм до супермаркетів, рекламних роликів та масових заходів. Потенційний розвиток музичної індустрії України є величезним, оскільки перші перемоги вже були здобуті - перемога Руслани та Джамали на конкурсі "Євробачення", світові тури гурту Dakhavakha, зацікавленість в українській музиці закордонних лейблів та букінг-агенсій (тільки за останній рік 4 українських гурти підписали контракт із найпотужнішим австрійським лейблом важкої музики Napalm records - Jinjer, Stoned Jesus, MOTANKA, 1914), а гурт Kalush підписав контракт із легендарним американським лейблом Def Jam.

Крім того, українська концертна індустрія стрімко розвивається - за останні 5 років кількість музичних фестивалів у всіх регіонах стрімко зростає, фестиваль Atlas Weekend став одним із найбільших у Східній Європі, перший український сольний артист зібрав стадіон (MONATIK на НСК "Олімпійський"), вперше ряд молодих українських артистів змогли зібрати київський Палац Спорту (Антитіла, Без Обмежень, Время и Стекло, Dakhavakha та інші).

Разом із тим, цей процес має наступні особливості:

- історії успіху носять поодинокий характер і переважно ґрунтуються на везінні та таланті окремих музикантів і суттєво не впливають на розвиток всієї індустрії;
- в Україні не існує Музичного експортного офісу за прикладом європейського, а, відповідно, рух на закордонні ринки не має систематичного характеру та державної підтримки, а від того і є обмеженим;
- кількість музикантів в країні є відчутною, але кількість менеджменту, який розбудовує індустрію, ще знаходиться в зародковому стані

Директорка Тарасова Д.О.

неструктурований ринок музичних послуг та створення музичного продукту з низькою культурою ведення підприємницької діяльності та загально малим ринком.

- Розрізненість гравців ринку спричиняє фракталізоване бачення сектору і ускладнює ідентифікацію стільних проблем та можливостей розвитку

Проте, не дивлячись на весь потенціал музичної індустрії, особливо для економічного зростання та створення нових робочих місць, він поки що не є очевидним передовсім для самих учасників ринку. Дуже часто молоді музиканти вважають свої заняття "професією", при цьому не займаються юридичним оформленням своєї роботи (відкриттям ФОПу на мистецьку діяльність) і отримують гонорари в конвертах. Методи роботи старшого покоління все ще копіюють зразки Радянського союзу, коли підтримувався тільки "справжній фольклор", який демонструє надбання нації та не дозволяє жодної його інтерпретації креативною молоддю і не погоджується із прийнятими за канонами. Прослідковується слабке знання авторів музичних творів щодо захисту свого авторського права та можливостей захисту та продажу своєї роботи, що значно гальмує ринок і мінімізує рівень їхнього заробітку.

Крім того, відсутні дієві моніторингові інструменти, яким довіряють та які дають відповіді на питання - в якому стані знаходиться музична індустрія у 2020-му році, чого бракує окремим секторам та які їх можливості для виходу на міжнародні ринки. На додачу до цього, дослідження структури та перспектив музичної індустрії у нас ще не проводились. Як правило, її досліджували лише з точки зору споживчих настроїв українців на замовлення великих маркетингових компаній (за прикладом TNS MMI: <https://tns-ua.com/news/ukrayinska-vs-rosiyska-muzika-bitva-za-sertsya-ukrayintsiv>)

Крім того, у 2019 році Єврокомісія провела дослідження музичного сектору Європи "Study on a European Export Strategy" (<https://www.europeanmusic.eu/2019/10/europeanmusicexportconference/>), куди увійшли дані із 22 країн з усієї Європи. До дослідження Україна не увійшла через незрозумілість статистичних даних для брюссельської дослідницької фірми KEA та пасивність основних стейкхолдерів, що було озвучено на конференції Waves Vienna (вересень 2019) та Budapest Showcase Club (листопад 2019). Ми хочемо змінити таку ситуацію і познайомити закордонних колег із реаліями українського музичного ринку для налагодження міжнародного співробітництва.

Директорка Талеанова Н.О.



Також в Україні працює Офіс з просування експорту, який займається організацією торгових місій та розвитком зовнішньоекономічного потенціалу креативних індустрій. При цьому, вони займаються косметичними виробами, шешн-брендами та предметним дизайном, які мають фізичне вираження та зрозумілу торгову цінність. Музична індустрія для Офісу залишається не дуже перспективною індустрією із незрозумілим ціноутворенням та правилами роботи. При нашому зверненні до них у 2018-му році вони сказали, що поки не планують працювати із музичною індустрією, оскільки немає жодного ґрунтовного дослідження на підтвердження того, скільки стейкхолдерів є на локальному ринку, який рівень їх доходу та які для них існують зовнішньоекономічні передумови для масштабування роботи.

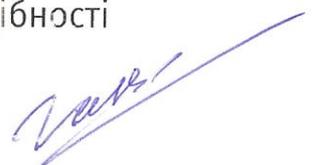
Отже, проведення даного дослідження допоможе артикулювати внесок музики в економічний розвиток (промоція індустрії) як перед українськими інституціями, так і перед закордонними, оцінити можливості для розширення та покращення сектору, а також вивчить ряд проблем, які потребують вирішення як силами самої музичної спільноти, так і державного рівня.

На національному та регіональному рівні в Україні активно впроваджуються програми підтримки музичного сектору - гранти Українського Культурного Фонду, програми ЄС "Креативна Європа", House of Europe та інші. При цьому наповнення цих програм базується на припущеннях, а не даних щодо потреб ринку або його основних учасників. Відповідно, проведення моніторингового дослідження допоможе не тільки ефективніше підтримувати сектор, але й зможе підкреслити найменш потужні сектори в середині індустрії для подальшої підтримки.

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)

Заявлений проект є дійсно актуальним і повністю відповідає прсфілю роботи ФОП Гассанова, оскільки протягом останніх 7 років вона працює із головними стейкхолдерами ринку - музикантами неакадемічної музики та їх менеджментом. Відповідно, у заявника є власна база для проведення дослідження та відповідний досвід аналітики музичного сектору. Крім того, ФОП Гассанова вже багато років виступає запрошеним експертом на численних закордонних музичних конференціях (Waves Vienna (Austria), Budapest Showcase Hub (Hungary), Nouvelle Prague (Czech Republic) etc.), що підтверджує глибоке знання українського ринку та аналітичні здібності заявника.

Директорка Гассанова Д.О.



Дане дослідження українського ринку допоможе не тільки заявникові, але й усій музичній спільноті краще зрозуміти теперішню ситуацію на ринку та познайомити закордонних колег із локальними особливостями роботи. Дослідження буде здійснене в рамках одного із векторів роботи заявника - КВЕД 72.20 (Дослідження та експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук) та КВЕД 73.20 (Дослідження кон'юктури ринку та виявлення громадської думки).

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

Пріоритет програми, на який ми опирались при розробці ідеї підтримує дослідження недержавного сегменту секторів культури та креативних індустрій та повністю відповідає нашим внутрішнім цілям.

Щоб досягти вказаного пріоритету програми та написати аналітичний звіт за результатами власного дослідження, ми плануємо:

- Розробити методологію дослідження музичного ринку України, створити мапу взаємозв'язків та основних стейкхолдерів;
- Провести моніторингове дослідження муз.ринку по секторах (збір та опрацювання даних, організація фокус-груп, глибинних інтерв'ю та кейс-стаді, а також фінальне обговорення результатів на круглому столі із стейкхолдерами);
- Вивчити експортну привабливість української музики та перспектив її виходу на міжнародні ринки;
- Вивчити проблеми секторів та зібрати рекомендації для їх вирішення для публікації результатів дослідження.

Чому ваш проект є унікальним?

Наш проект дійсно має унікальний характер, оскільки дасть змогу оцінити стан розвитку музичної індустрії України, створити портрет його головних учасників, підкреслить існуючі проблеми та надасть рекомендації для їх вирішення. Годібне комплексне дослідження в Україні ще не проводилось, а доступні дані ДержКомСтату та Міністерства Культури України, якими можна користуватись, носять дуже застарілий характер та незрозумілу методологію збору даних.

Як правило, комерційні дослідження музичної індустрії в країні досліджували лише з точки зору споживчих настроїв українців на замовлення великих маркетингових компаній (за прикладом TNS MMI: <https://tns-ua.com/news/ukrayinska-vs-rosiyska-muzika-bitva-za-sertsya->

Директорка Тасєанова Д.О.

Тасєанова

ukrayintsiv) Вони мають за собою лише мету збільшення продажів музичних продуктів для масового споживача і зовсім не враховують глибинне дослідження секторів та їх проблем.

В нашому дослідженні ми використаємо методологію роботи на базі дослідження “Стан розвитку дизайну в Україні”, який було проведено ТОВ “Мережі знань”. Такий підхід було обрано спеціально та залучено команду ТОВ “Мережі знань”, які вже мають відповідний досвід та допоможуть команді нашого проекту уникнути можливих помилок на першому етапі. Разом із тим, новоствореною командою даного дослідження ми адаптуємо методологію до реалій сучасної музичної індустрії, яка в деяких секторах сильно відрізняється від механік роботи сфери дизайну. Відповідно, після завершення цього етапу проекту ми отримаємо унікальну методологію виключно для музичної індустрії сучасної України. До того ж, на завершення підготовки нашої методології ми її верифікуємо із європейськими колегами брюссельської дослідницької агенції KEA (<https://keanet.eu/>), яка проводила дослідження для Єврокомісії ‘Study on a European Export Strategy’. Цей нюанс також наблизить механіку нашої роботи до загальноєвропейських стандартів.

Чому ваш проект є інноваційним?

Наш проект є інноваційним, тому що поєднує в собі найкращі європейські практики проведення дослідження музичних ринків Східної Європи на прикладі Словаччини (<http://www.soza.sk/aktuality/235/soza-zverej%C5%88uje-historicky-prvu-spravu-o-slovenskom-hudobnom-priemysle>), Хорватії (https://www.zamp.hr/uploads/documents/Studija_privatno_kopiranje_u_Hrvatskoj_DA_CEEMID.pdf) та інших країн, помноженим на реалії та особливості Української музичної індустрії.

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

Наш проект доповнює рух музичної індустрії у західноєвропейському векторі та гланує зробити оцінку його успішності та перспектив, щоб в подальшому покращувати результати. Взагалі потенційний розвиток музичної індустрії України є величезним, оскільки перші перемоги вже були здобуті - перемога Руслани (2004) та Джамали (2016) на конкурсі “Євробачення”, світові тури гурту Dakhavakha останніх років, зацікавленість в українській музиці закордонних лейблів та букінг-агенцій (тільки за останній рік 4 українських гурти підписали контракт із найпотужнішим австрійським лейблом важкої музики Napalm records - Jinjer, Stoned Jesus, MOTANKA, 1914), а гурт Kalush підписав контракт із легендарним

Директорка Тавчанова Д.О.



американським лейблом Def Jam.

Крім того, українська концертна індустрія стрімко розвивається - за останні 5 років кількість музичних фестивалів у всіх регіонах стрімко зростає, фестиваль Atlas Weekend став одним із найбільших у Східній Європі, перший український сольний артист зібрав стадіон (MONATIK на НСК "Олімпійський"), вперше ряд молодих українських артистів змогли зібрати київський Палац Спорту (Антитіла, Без Обмежень, Время и Стекло, DakhaBrakha та інші).

Саме тому наш проект позитивно вплине на популяризацію перших міжнародних результатів української незалежної музики, визначить точки росту та можливості покращення результатів.

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

Наш проект матиме наступний позитивний вплив:

- Результати звіту можуть бути використані численними асоціаціями та об'єднаннями для внесення пропозицій до змін у національне законодавство та для створення/підтримки музичного експортного офісу (в т.ч. створення програм підтримки музичного експорту в рамках діяльності Офісу з просування експорту окремих програм Українського інституту та надання підтримки вже наявним недержавним експортним ініціативам).
- Результати звіту будуть використані численними навчальними ініціативами, оскільки буде з'ясовано пробіли у знаннях та актуальність певних кваліфікацій. Результати можуть бути використані як комерційними приватними ініціативами, так і новоствореним Державним агентством з питань мистецької освіти, яке буде створено наказом Кабінету Міністрів України у 2020-му році.
- Всі матеріали будуть підготовані українською та англійськими мовами, що дозволить використовувати їх і в подальшому на закордонних заходах та для ознайомлення іноземних колег з українською музичною індустрією.

Цілі проекту

Ціль

Напрацювати методологічну базу для моніторингу українського музичного ринку

Директорка Тасеєнова Д.О.

Завдання 1

Проаналізувати методології аналізу музичного ринку в країнах ЄС та напрацювати рекомендації щодо методології дослідження в Україні (порівняльний аналіз).

Завдання 2

Підготувати методологію проведення моніторингу.

Індикатори досягнення цілі

Розроблена методологія дослідження - 1, Розроблені опитники для учасників ринку - мін 2, Підготовлений попередній перелік учасників ринку - мін. 50 позицій, Проведено круглий стіл для валідації напрацювань - 1

Ціль

Зібрані дані щодо учасників ринку

Завдання 1

Польове дослідження учасників ринку за містами та секторами

Завдання 2

Витребування даних з офіційних джерел інформації (запити в ДФС, ДСС, Українського інституту інтелектуальної власності, «Інтелзахисту», державної організації «Українське агентство з авторських та суміжних прав» та інших організацій колективного управління, білетні оператори та ін.), глибинні інтерв'ю з ключовими учасниками ринку.

Індикатори досягнення цілі

Зібрані дані щодо мін. 250 учасників ринку. Проведено глибинних інтерв'ю - 5

Ціль

Підготовлено аналітичний звіт та аналітичні матеріали

Завдання 1

Підготовлено аналіз стану музичного ринку за містами та секторами

Завдання 2

Підготовка остаточної версії аналітичного звіту.

Індикатори досягнення цілі

Директорка Тасманова Н.О.



Аналітичний звіт - 1 шт.

Ціль

Привернути увагу професійної спільноти, державних структур та міжнародних колег до проблем та перспектив розвитку.

Завдання 1

Підготовлено аналітичний звіт, інфографічні матеріали та відео матеріал за результатами аналітичного дослідження укр та англ мовами.

Завдання 2

Проведення круглого столу для презентації результатів моніторингу для державних стейкхолдерів та професійної спільноти та проведення медіакампанії

Індикатори досягнення цілі

Організація 1 круглого столу для презентації напрацювань, 5+ публікацій у ЗМІ, Підготовлено аналітичне відео - 1, Підготовлена інфографіка з ключовими результатами дослідження - 1

Основна мета проекту

Проведення дослідження музичного ринку України неакадемічної музики для основних стейкхолдерів, медіа та учасників ринку та закордонної музичної спільноти та створення аналітичного звіту за його результатами.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Під час реалізації проекту:

- автори пісень та їх виконавці, тобто наші респонденти онлайн - не менше 200 осіб, які взяли участь в анкетуванні
- представники професійної музичної спільноти (менеджери, PR-менеджери, продюсери, юристи, лейбли, паблішинг-компанії, які напряду працюють із музикантами). Не менше 20 осіб, які взяли участь в анкетуванні та 10 осіб, що взяли участь у верифікації методології на круглому столі, а також були учасниками онлайн фокус-груп.
- представники професійної музичної спільноти, які працюють в концертному сегменті (білетні оператори, концертні агенції, фестивалі, музичні зали). Не менше 30 осіб, які взяли участь в анкетуванні, а також були учасниками онлайн фокус-груп.
- респонденти глибоких інтерв'ю та представники із професійної музичної спільноти України для написання кейс-стаді - мінімум 5 осіб

Директорка Ташеєва Д.О.



- учасники круглого столу (наймовірніше проведеного онлайн), які будуть брати участь у презентації результатів дослідження: професійна музична спільнота, артисти, представники професійних муз.спілок: мінімум 1С людей
- музичні ЗМІ, які будуть зацікавлені в анонсуванні проекту. Не менше 5 шт із загальними хватами опублікованих матеріалів 2,000+ читачів.

Після закінчення проекту:

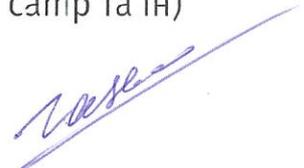
- музичні ЗМІ, які будуть зацікавлені в пост-публікаціях та результатах проекту - не менше 5.
- представники державних інституцій, які працюють із музичною сферою (Міністерство Культури, молоді та Спорту, Офіс з просування експорту, Міністерство Закордонних Справ, Український інститут, і т.д.) та яким буде направлено дослідження - 15+ інституцій.
- Недержавні громадські об'єднання в музичній сфері (Всеукраїнська асоціація музичних подій, Грофспілка музичної індустрії, Асоціація музичних педагогів України, Асоціація Музичної Індустрії, АСОЦІАЦІЯ "ДІМ АВТОРІВ МУЗИКИ В УКРАЇНІ", Асоціація музичних подій та ін.)

Загальна пряма цільова аудиторія проекту - 2750+ людей

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

- публічний сектор, особливо музична спільнота, орієнтовані та розвиток музичного сектору України. Щонайменше 1000+ учасників, якщо опиратись на вже створену мінімальну базу <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2016/04/15/7103172/>
- центральні органи влади, які зацікавлені в ідентифікації конкретних критеріїв для вимірювання ринку та розвитку дотичних до музики секторів (Міністерство Економіки, Міністерство Юстиції, Міністерство Соціальної Політики, Міністерство Інфраструктури України, Міністерство Освіти і Науки, Державна Податкова Служба, Державна Служба Статистики, Державний комітет по туризму і т.д.) - 30+ організацій
- закордонна музична спільнота, якій потенційно цікавий український ринок для співпраці - 50+ закордонних шоукейс-фестивалей та агенцій, з якими вже працюють українські музиканти або потенційно можуть співпрацювати
- представники освітніх ініціатив, які зацікавлені у зростанні попиту у профільних фахівцях та підвищення якості своїх послуг (Університет культури та мистецтв, КАМА, LABA, Projector, Creative management camp та ін)

Директорка Гавсанова Д.О.



- 30+ ініціатив
- регіональні та центральні органи влади, що зацікавлені у розробці програм розвитку музичного сектору, проте не мають реальної картини та стану потреб індустрії - 24+ інституцій в кожному обласному центрі України.
- меломани та музичні прихильники, які є читачами партнерських музичних та соціально-політичних ЗМІ, а також читачі крупних ЗМІ, які будуть обрані для спец.проектів через тендер, які у дослідженні зможуть знайти рекомендації, як прихильник може підтримувати розвиток музичної індустрії та допомагати локальним артистам - не менше 40000+ осіб аудиторії
- представники професійної спільноти із суміжних сфер - відеопродакшени, які знімають кліпи артистам, технічні рентали, які надають послуги технічного супроводження живих виступів, дизайнери, які працюють над стилем артистів, рекламні агенції, які споживають музичні продукти артистів, тощо, які можуть використовувати частини напрацювання нашого дослідження або отримати інструментарій для дослідження свого власного сектору - не менше 1000+ осіб

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Потреби цільової індустрії у дослідженні були визначені шляхом:

- участі у круглих столах, координаційних групах Міністерства культури, молоді та спорту України (серпень-вересень 2019) та зборах музичних асоціацій (листопад-грудень 2019, Всеукраїнська асоціація музичних подій, Профспілка музичної індустрії), де неодноразово піднімалося питання актуальності дослідження сектору;

- У 2019 році Єврокомісія провела дослідження музичного сектору Європи "Study on a European Export Strategy", куди увійшли дані із 22 країн з усієї Європи. До дослідження Україна не увійшла через незрозумілість статистичних даних для брюссельської дослідницької фірми KEA та пасивність основних стейкхолдерів, що було озвучено на конференції Waves Vienna (вересень 2019) та Budapest Showcase Hub (листопад 2019).

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

- Профільні асоціації, музичні об'єднання та інші гравці музичного ринку можуть використовувати результати дослідження для лобювання змін до законів та реформування індустрії.

- Завдяки результатам нашого дослідження українська музична індустрія

Директорка Тасеанова Д.О.

Тасеанова

стане більш відкритою та зрозумілою закордонним колегам, що буде сприяти налагодженню міжнародного співробітництва.

- Результати звіту будуть використані численними навчальними ініціативами, оскільки буде вивчено пробіли у знаннях та актуальність певних кваліфікацій.

- Можливе створення нового вектору по підтримці експорту музики у Офісі з просування експорту України.

- Інституалізація та підтримка наявних українських музичних експортних ініціатив.

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).

Негативний вплив:

- організації колективного управління, які мають статистику реєстрації авторського права та виплат роялті, але не показують цю статистику навіть самим виконавцям;

- концертні агенції та білет-і оператори, які можуть не надати статистику продажів квитків ;

Позитивний вплив:

- Міністерство Культури, Молоді та Спорту

- професійна спільнота

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Вивчення стану музичної індустрії може позитивно вплинути на привабливість індустрії для інвестицій, реформування та підтримки. Як наслідок, це може допомогти розвитку індустрії, створенню додаткової вартості в музичних продуктах, сприяти креативному вираженню обдарованих людей та створювати додаткові робочі місця. Крім того, це може стимулювати учасників ринку до легалізації своєї діяльності, розуміння свого внеску в розвиток економіки (додаткові податки) і, як наслідок, - відсутність морального права вимагати підтримки без сплати податків.

Виявлення музики як індустрії для широкого загалу буде сприяти підвищенню суспільної важливості музики як сектору економіки замість сприйняття як дотаційного сектору.

Директорка Тарасанова Д.О.



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

Короткострокові результати проекту:

Відповідно до завдання (Ціль №1):

- Проаналізована методологія аналізу музичного ринку в країнах ЄС та напрацювати рекомендації щодо методології дослідження в Україні (порівняльний аналіз).
- Підготована попередня методологія проведення моніторингу - 1 шт
- Проведено круглий стіл в Києві з експертами індустрії та зацікавленими сторонами (верифікація методології) - 1 захід.
- Підготований попередній термік ключових учасників індустрії та зацікавлених сторін, зокрема перелік учасників ринку для проведення глибоких інтерв'ю - 1 список, мін 50 позицій.
- Підготований попередня версія опитника (анкети) для (1) учасників ринку та (2) представників екосистеми - 2 шт

Відповідно до завдання (Ціль №2):

- Проведено польове дослідження учасників ринку за містами (Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків) - 1 дослідження, мін 250 респондентів
- Витребування даних з офіційних джерел інформації - мінімум 5 офіційних звернень.
- Глибокі інтерв'ю з ключовими учасниками ринку - мін 5 шт
- Публічна кампанія у соціальних мережах та онлайн-медіа зі збору даних - 1 шт
- Зведено, учормовано та верифіковано дані в єдину базу.

Відповідно до завдання (Ціль №3):

- Підготовлено аналіз стану музичного ринку за містами. - 1 шт
- Підготовлено аналіз стану музичного ринку за секторами - 1 шт
- Проаналізовано експортний потенціал музичної індустрії.
- Проаналізовано зведені дані музичного ринку відповідно до затвердженої методології та підготовлено рекомендації кожному з секторів - мін.5 блоків рекомендацій
- Підготовлено кейси ключових учасників ринку - мін. 5 кейсів
- Проведено круглий стіл з експертами проекту та ключовими заінтересованими сторонами щодо аналізу попередніх висновків та рекомендацій проекту - 1 захід
- Підготовлено остаточну версію аналітичного звіту - 1 шт

Директорка Тавеанова Д.О



Відповідно до завдання (Ціль №4):

- Підготовлено інфографічний матеріал за результатами дослідження - мін 1 шт
- Підготовлено відео матеріал за результатами аналітичного дослідження
- Проведено круглий стіл для презентації результатів моніторингу для державних стейкхолдерів та професійної спільноти
- Проведення медіа кампанії та спеціальних проєктів із ЗМІ для поширення результатів дослідження - мін.5 публікацій

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

Довгострокові результати проєкту:

1. Результати звіту будуть поширені серед наступних профільних асоціацій та об'єднань для подальшого використання при лобюванні інтересів музичної спільноти до органів державної влади:

- Українська музична профспілка
- Всеукраїнська асоціація музичних подій
- Національна Всеукраїнська Музична Спілка
- Національна спілка композиторів України
- Спілка звукорежисерів України
- Український Музичний Альянс
- Асоціація музичних педагогів України
- Асоціація "Дім Авторів Музики в Україні"

2. Результати звіту будуть надіслані державним структурам для ознайомлення з поточним станом музичної індустрії:

- Міністерство культури
- Офіс з просування експорту
- Міністерство закордонних справ
- Український Інститут

Результати звіту будуть поширені як серед профільних вищих навчальних закладів, так і серед приватних навчальних ініціатив для підвищення рівня обізнаності щодо поточного стану індустрії:

- Київський національний інститут культури та мистецтв
- Національна музична академія України імені П.І. Чайковського
- Львівська консерваторія
- Одеська національна музична академія імені А. В. Нежданової
- Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені Івана Карпенка-Карого
- Rock School

Директорка Талеєшова Д.О.

- Modul live
- Vedel school
- КАМА
- Projector
- Creative management camp

3. Поширення знання про українську музичну індустрію серед закордонних колег на профільних музичних конференціях, що в перспективі буде сприяти відкриттю українського ринку та налагодженню міжнародного співробітництва (емейл-розсилки базою 500+ контактів).

4. Результати звіту будуть поширені із європейською мережею експортних офісів - European Music Exporters Exchange network, що об'єднують 24 європейських країни (<https://www.europeanmusic.eu/>)

Довгострокові результати проекту:

- оптимізація українського законодавства щодо захисту авторського права та роботи організацій колективного управління, згідно із рекомендаціями дослідження - мінімум 1 закон/підзаконний акт
- оптимізація податків для музичної індустрії, згідно із рекомендаціями дослідження - мінімум 1 закон/підзаконний акт
- більша інтеграція української музичної індустрії в загальноєвропейський контекст - мінімум 10 додаткових публікацій про українську музичну індустрію в закордонних ЗМІ, серед яких будуть поширені результати дослідження

Директорка Талеанова



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

Великий брак попередньої інформації для дизайнування дослідження та висування первинних гіпотез. Комплексного дослідження музичного ринку Україні ніхто не проводив. Точкових даних вкрай мало, проблеми сфери часто не виходять за її межі та публічно обговорюються вкрай рідко. Потенційні респонденти можуть виявитися неготовими та неохочими брати участь у дослідженні, що може негативно вплинути на результати та кількісні показники.

Директорка Тасанова Р.О.



Приватні компанії можуть відмовитися надавати будь-яку інформацію, що буде корисною для дослідження, що може створити "білу пляму" або дати хибні результати або не дати ніяких результатів узагалі.

Респонденти дослідження можуть свідомо чи несвідомо давати соціально схвальні в дповіді, що такж загрожує хибними, нецілісними та незалідними результатами анкетування. Мінімізувати ці ризики можна шляхом перевірки результатів кількома методами, прописанні питання-пастки, використання теплих контактів всередині професійного середовища, використувати власні напрацьовані ресурси і контакти з музичної індустрії, що сгростить і прискорить збір першої частини інформації та допоможе запустити "партизанський маркетинг" та підтримку і рекомендації дружніх стейкхолдерів

Розпорядники публічної інформації можуть не надати її у потрібному форматі, щс зробить досягнення кількох завдань проекту неможливим та негативно вплине на загальний результат. Мінімізувати ці ризики можна шляхом доступу до альтернативних джерел інформації, наприклад, LinkedIn. Методологія дослідження може виявитися недостатньо гнучкою для адаптування у ході реалізації проекту.

Задля мінімізації ризиків перед початком проекту ми вирішили залучити двох сторсніх консультантів з агенції PPV Knowledge Networks, які мають успішний досвід роботи із подібними дослідженнями, та зможуть проводити регулярні зустрічі для планування подальшої роботи та оцінки наявних результатів.

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

Ризики:

- Продовження карантину в Україні через розповсюдження епідемії COVID-19, гов'язана з цим заборона публічних заходів та публічних зібрань.
- Можлива закритість музичного середовища до співпраці та надання необхідної інформації (особливо це може стосуватись легальності виплати гонорарів та обсягу проданих квитків через білетні агенції)
- Неврахування результатів моніторингу представниками публічного сектору, тобто тих, хто приймає рішення про зміни законодавчих актів та реформуванню індустрії
- Обмеженість доступу до необхідних статистичних даних та їх якість (наприклад, дані по КВЕДах або ДержКомСтату щодо обсягу музичної індустрії)

Директорка Тасеєшова Н.О.

- Організації колективного управління, які мають статистику реєстрації авторського права та виплат роялті, можуть відмовитися показувати ці дані, що суперечить законодавству, але є частою практикою при роботі з авторами творів - вся статистика якщо й надається, то це зроблено у паперовій незрозумілій формі, що повністю унеможливує перевірку інформації.

Для мінімізації ризиків ми плануємо впроваджувати наступні механізми:

- Передбачаючи нестабільне положення пов'язане з карантинном, ми переводимо усі заплановані оффлайн-заходи у онлайн-формат. Таким чином, круглий стіл для валідації методології, регіональні фокус-групи, робочі збори проектної команди, а також круглий стіл для презентації дослідження відбуватимуться дистанційно з використанням платформи Zoom.

- У випадку, якщо оффлайн-презентація результатів проекту у жовтні буде неможлива, вона також буде проведена у онлайн-форматі.

- Усі респонденти, учасники круглих столів та глибинних інтерв'ю будуть залучені дистанційно.

- Будуть введені обов'язкові онлайн-дзвінки команди проекту на щотижневій основі для контролю виконання проекту у відповідності до проектного плану.

- Першочергове звернення до особистих контактів агенції ScuncBuzz, які точно особисто знають і часто співпрацюють із Дар'єю Гассановою, а, відповідно, і будуть більш відкриті для дослідження

- Розіграш заохочувального призу та консультаційних послуг серед усіх, хто заповнить анкету для моніторингу, що стимулює музичну спільноту більш активно ділитись своєю інформацією

- Заплановане роз'яснення щодо важливості отримання інформації від представників сектору та цінність, яку вони зможуть отримати від дослідження в довгостроковій перспективі

- Залучення учасників ринку та лідерів думок із сектору до фокус-груп, які не тільки зможуть поділитись важливою інсайдерською інформацією, але й популяризують проведення дослідження серед музичної спільноти;

- Залучення державних інституцій, які мають повноваження впливати на організації колективного управління;

- Партнерство із профільними ЗМІ - neformat.com.ua, comma.com.ua, liroom.com.ua, які допоможуть поширенню інформації серед цільової аудиторії, а також бюджетування мінімум двох спец.проектів із ЗМІ (будуть обрані через тендер) задля гарантованих публікацій результатів дослідження у престижних медіа із численною аудиторією;

- Залучення попереднього досвіду і даних виготовленого каталогу музичної

Директорка Гассанова Д.О



індустрії з основними стейкхолдерами української музичної індустрії, який був зібраний ФОП Гассанова Д.О. для попередніх проектів

На сьогоднішній день основним зовнішнім ризиком безперечно залишається карантин та нестабільна ситуація у зв'язку з епідемією COVID-19, проте заплановані превентивні заходи мають запобігти їх впливу на якість та обсяг виконання проекту.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

- Регулярні зустрічі та скайп-коли із командою та консультантами, сцінка проведеної роботи та ризиків.
- Перевірка відповідності зробленої роботи із запланованим календарним планом (Діаграма Ганта)
- Прописання процесуальних цілей та альтернативних шляхів досягнення поставлених завдань та цілей.
- Адміністративний та бухгалтерський контроль.

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 слова:

Музичний ринок в Україні
Креативні індустрії музика
Моніторинг музичного ринку в Україні
Музична індустрія в Україні
Українська музика дослідження
Авторське право в музичній індустрії
Портрет українського музиканта
Скільки заробляє український музикант
Концертна індустрія в Україні
Музичний менеджер в Україні
Студії звукозапису в Україні
Музичні лейбли в Україні
Видавництво музики
Музичний паблішинг
Музика на експорт
Як виступати за кордоном
Найуспішніші українські артисти за кордоном

Ключові повідомлення:

Директорка Гассанова Д.О.



- Як отримати гідну винагороду за свій музичний твір
- Українські музиканти не знають, як можна вимагати винагороду за використання власного продукту
- Чим живе українська концертна індустрія
- Як українські артисти можуть масштабувати свою творчість за кордон
- Як працює світова музична індустрія та чому в Україні ще не так?
- Чому авторське право - найважливіший ресурс музиканта тощо.

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?

Методи комунікації:

онлайн:

- власний сайт агенції Soundbuzz <http://soundbuzz.com.ua/> (1 новина та 1 пост-публікація, охоплення 1500 читачів)
 - поширення інформації через Facebook-сторінку Soundbuzz: <https://www.facebook.com/soundbuzzagency/>
 - емейл розсилки заявника (із індикатором відкриття 40-45% і кількістю читачів 1000-, мінімум 3 розсилки)
 - Facebook та Instagram сторінки проекту (будуть відкриті після початку проекту). Для підтримки сторінок буде розроблено окремий контент-план, наданий у додатках до заявки.
- публікації в онлайн ЗМІ

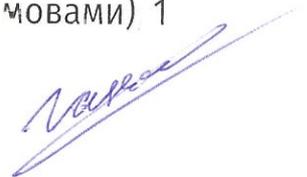
оффлайн - через участь у профільних заходах, організацію фокус-груп, інтерв'ю - мінімум 250 респондентів. За несприятливих умов у зв'язку з COVID-19 оффлайн комунікацію буде переведено онлайн

Щодо матеріалів, які ми будемо використовувати для комунікації результатів проекту, ми визначили 3 формати, які найширше допоможуть нам проілюструвати отримані дані:

- аналітичний звіт (українською та англійськими мовами) - 1 шт
- інфографіка із основними показниками (українською та англійськими мовами) - мінімум 1 шт.
- аналітичне відео із основними показниками (українською та англійськими мовами) - 1 шт

До обов'язків дизайнера буде входити оформлення аналітичного звіту українською та англійською мовами, підготовка інфографіки (єдиний обраний варіант буде підготовлено англійською та українською мовами) 1

Директорка Тарасова Д.О.



аналітичне відео з ключовими показниками. Беручи до увагу різносторонній досвід цього учасника команди, ми впевнені, що він зможе своєчасно підготувати описану візуальну частину проекту.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Власні ресурси:

онлайн через публікації в онлайн ЗМІ та на власному сайті агенції Soundbuzz (* новина та 1 пост-публікація, охоплення 1500 читачів), поширення інформації через соціальні мережі (мінімум 5 постів про дослідження, загальне охоплення 5000 користувачів), е-розсилки (із індикатором відкриття 40-45% і кількістю читачів 1300+, мінімум 3 розсилки)

Через партнерські організації та їх онлайн-ресурси:

TEATR. Club (Львів),
Module (Дніпро),
More Music Club (Одеса),
ART AREA ДК (Харків).

Через партнерські профільні ЗМІ

neformat.com.ua,
comma.com.ua,
liroom.com.ua,

Через спецпроекти зі ЗМІ в сфері культури (будуть обрані через тендер) - мін 2 публікації. Спеціальні проекти є зазвичай ефективним інструментом висвітлення актуального інформаційного приводу через медіа більш широкої спеціалізації. Через високу конкурентність ці ресурси не завжди вважають за потрібне приділити принагідну увагу запропонованій темі, витратити ресурси для підготовки розширених матеріалів та їх подальшу промоцію.

Наявність бюджету для більш тісної співпраці з медіа дозволить вийти за межі стандартних прес-релізів та підготувати ексклюзивні матеріали, що будуть висвітлювати результати проекту. Зокрема, це може бути інтерв'ю з командою проекту, коментарі представників музичної індустрії щодо результатів, репортаж про процес виконання проекту, тощо.

Подібні спецпроекти розширяють потенційне охоплення аудиторії, якій цікаві результати дослідження. Медіа для подібної співпраці матимуть культурну / лайфстайл спеціалізацію та обиратимуться через тендер.

Директорка Тасеанова Д.О. *Тасеанова*

Критерії до ЗМІ, яким буде запропонована участь у тендері:

- відвідування вебсайту не менше 200,000 унікальних читачів в місяць охоплення новини в соц.мережах не менше 40,000 гарантованих користувачів

наявність відповідних рубрик, які освітлюють новини культурних та креативних індустрій

цінова політика та яскравість запропонованого контенту

Вартість двох спецпроектів сформована із середнього значення схожих спец.проектів у великих українських медіа, наприклад:

З якими лідерами думок планується співпраця?

Музикантами та авторами, з якими будуть проведені глибокі інтерв'ю та написані кейс-стаді, наприклад, Сергій Мартинюк (гурт "Фіолет"), Катерина Офліян (YEYO, Ofliyan), Стас Корольов (Yuko) та ін. а також головними редакторами партнерських медіа: Сергій Кейн (Comma), Олексій Бондаренко, (LiRoom), Ярина Денисюк (Neformat).

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

- Мінімум 5 публікацій з результатами дослідження у партнерських ЗМІ (загальний схват 10 000+ читачів)

- Публікації на власних ресурсах Soundbuzz (1 новина <http://www.soundbuzz.com.ua/> та 1 пост-публікація), загальний охопат 2000+ читачів

- Інформування про дослідження в соцмережах Soundbuzz <https://www.facebook.com/soundbuzzagency/> (мін. 5 постів про дослідження і проект), загальний охопат 8000+ користувачів

- Інформування про дослідження через Е-розсилку мінімум 3 розсилки (індикатором відкриття 40-45%), загальний охопат 1300+ читачів

- Мінімум 2 спец.проекти зі ЗМІ в культурній сфері, загальний охопат 60 000+ читачів

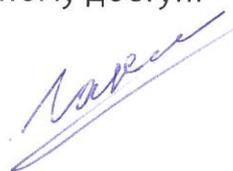
- Супровід проекту на його офіційних сторінках у Facebook та Instagram (мінімум 50 постів впродовж усього проекту, очікуваний охопат 4000+ переглядів)

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

Результати аналітичного дослідження будуть розміщені у вільному доступі на наступних ресурсах:

- машинопис-видання аналітичної записки у форматі PDF у вільному доступі

Директорка Талеєшова Д.О.



на сайті www.issuu.com

- Вбудований PDF з [issuu.com](http://www.issuu.com) буде розміщено на сайті <http://www.soundbuzz.com.ua/>

- PDF, інфографіка та відео буде розміщено на сторінках у соціальних мережах заявника:

<https://www.facebook.com/soundbuzzagency/>

<https://www.facebook.com/dart-sya.tarkovska>

<https://www.youtube.com/channel/UCSP8dqZbnar4srbOk1nj8Rg>

<https://www.instagram.com/dartarkovska/>

- Facebook та Instagram сторінках проекту (будуть відкриті на початку проекту)

- Решта команди проекту також буде розміщувати результати проекту на особистих сторінках у Facebook

- Через партнерські профільні ЗМІ - neformat.com.ua, comma.com.ua, liroom.com.ua, а також спец.проекти зі ЗМІ, які будуть обрані шляхом тендеру

Основною цільовою аудиторією вказаних ресурсів якраз є музиканти та автори пісень, музична професійна спільнота (продюсери, звукорежисери, менеджери та PR-менеджери), а також ширша креативна спільнота. А вони повністю співпадають із цільовою аудиторією, яку ми собі окреслили у головних бенефіціарах аналітичного дослідження. Відповідно, ми впевнені, що результати дослідження будуть розміщені в максимально зручному доступі.

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)?

Заявник ФОП Гассанова планує у 2020-2021 презентувати результати дослідження на ряді закордонних профільних конференцій задля включення українського досвіду до загальноєвропейського дослідження музичного сектору, яке було проведено Єврокомісією у 2019-му році), що потенційно буде сприяти налагодженню міжнародного співробітництва та підвищення зацікавленості українським ринком.

Крім того, планується ряд зустрічей з профільними музичними асоціаціями задля об'єднання зусиль задля адвокації вирішення проблеми у сфері захисту авторського права в Україні та цільової роботи із організаціями колективного управління. Аналітичний звіт буде слугувати відповідною точкою для початку роботи та статистичним підґрунтям та доказовою базою

Директорка Гассанова Д.О.



актуальності роботи у конкретних напрямках.

Отримані результати проекту будуть використані для розширення дослідження музичного сектору та збільшення його інвестиційної привабливості.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?
Через презентацію результатів дослідження на круглому столі у жовтні 2020-го року, ряд публікацій у ЗМІ, та розміщення у вільному доступі результатів аналітичного дослідження.

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

Так, планується подальша робота в цьому напрямку.

По-перше, комунікація з Єврокомісією та European Music Exporters Exchange (EMEE) та аналітичною компанією KEA, які проводили дослідження європейського музичного сектору, задля включення даних про українську музичну індустрію до загальноєвропейського дослідження. Відповідно, для збільшення видимості та привабливості української музичної індустрії на загальноєвропейському рівні.

Також планується об'єднання зусиль із наявними експортними ініціативами в креативних сферах та просвільними державними офісами задля промоції української молоді музики на міжнародному рівні і збільшення його експортного потенціалу.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

2

Кількість жінок у команді проекту

9

Кількість людей віком від 17 до 34

8

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Директорка Тасанова Д.О.



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?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Ні

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

важко відповісти

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

важко відповісти

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

Директорка Тасманова А.О.



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-VI надаю згоду Українському культурному фонду на обробку моїх особистих персональних даних.

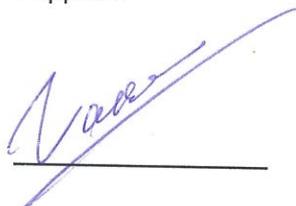
Я підтверджую, що не отримую іншої фінансової підтримки на витрати, які покриває УКФ.

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

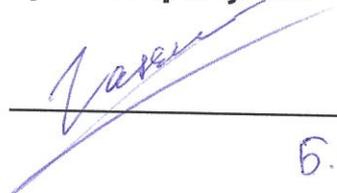
Дата заповнення

Гасеанова Р.О



Фонд:

Грантоотримувач:



Б.П.

додаток № 2

до Договору про надання гранту

№ ЗСАН/31-6614

від "01" червня 2020 року

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Назва конкурсної програми: Аналітика культури

Назва ЛОТ-у: Прикладні секторальні/ міжсекторальні наукові дослідження

Назва Заявника: ФОП Гассанова Дар'я Олександрівна

Назва проекту: Дослідження музичного сектору України та його зовнішньоекономічних перспектив

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	97,5%	800 880,00
2	Співфінансування* :	2,5%	24 500,00
2.1.	Власні кошти організації-заявника		24 500,00
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Кошти організацій-партнерів		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та		
	Всього		825 380,00

Директорка Гассанова Д.О.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявник: ФОП Гассанова Дар'я Олександрівна

Назва проекту: Дослідження музичного сектору України та його зовнішньоекономічних перспектив

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			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				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=7*8)		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	16	17
Розділ:	II	Витрати:									
Підрозділ:	1	Оплата праці									
Стаття:	1.1	Штатні працівники		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	1.2	За трудовими договорами		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ		4,00	16 000,00	104 000,00	-	-	-	104 000,00	
	1.3.1	а Володимир Воробей, координатор дослідження	місяців	4,00	16 000,00	64 000,00				64 000,00	
	1.3.2	б Отношенко Анна, авторка текстів для кейс-стаді, копірайтер (заміна ФОП Іллін, який вибув з проекту)	місяців	4,00	10 000,00	40 000,00				40 000,00	
	Всього			4,00	16 000,00	104 000,00	-	-	-	104 000,00	
Підрозділ:	2	Соціальні внески									
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців							22 880,00	
	2.1.1	а Володимир Воробей, координатор дослідження	місяців	4,00	0,22	14 080,00				14 080,00	
	2.1.2	б Отношенко Анна, авторка текстів для кейс-стаді, копірайтер (заміна ФОП Іллін, який вибув з проекту)	місяців	4,00	0,22	8 800,00				8 800,00	
	Всього по			-	-	22 880,00	-	-	-	22 880,00	
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)									
Стаття:	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	
	Всього			-	-	-	-	-	-	-	
	4	Обладнання і									

Директорка Гассанова Д.Д.

Гассанова

Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при		-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту		-	-	-	-	-	-	-	-
Всього				-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою									
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та		-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-		-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ											
	6	Витрати на харчування та									
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо		-	-	-	-	-	-	-	-
Всього				-	-	-	-	-	-	-	-
	7	Матеріальні витрати									
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина		-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати		-	-	-	-	-	-	-	-
Всього				-	-	-	-	-	-	-	-
	8	Поліграфічні послуги									
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ	9	Послуги з просування									

Директорка Тасанова Д.О. *Тасанова*

9.4	г	Спеціальні проекти у ЗМІ для публікації результатів дослідження (через проведення тендеру - 2 спецпроекти)	спецпроект	2,00	45 000,00	90 000,00				-	90 000,00	ЗМІ будуть обрані шляхом тендеру. Відповідно, вони будуть визначені під час реалізації проекту, залежно від доцільності їх пропозиції. Критерії до ЗМІ, яким буде запропонована участь у тендері: - відвідування вебсайту не менше 200,000 унікальних читачів в місяць охоплення новини в соц. мережах не менше 40,000 гарантованих користувачів наявність відповідних рубрик, які освітлюють новини культурних та креативних індустрій цінова політика та яскравість запропонованого контенту Вартість двох спецпроектів сформована із середнього
Всього по				2,00	45 000,00	90 000,00	-	-	-	-	90 000,00	
Підрозділ:	10	Створення web-ресурсу										
Підрозділ:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях										
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних				-	-	-	-	-	-	-	-	
	12	Послуги з перекладу										
Всього по підрозділу 12 "Витрати з				-	-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати										
13.1	а	ФОП Ольга Саух, бухгалтер проекту	місяців	5,00	6 000,00	30 000,00				-	30 000,00	
13.2	б	Юридичні послуги (ТОВ "Правничий дім "Копірайт") аналітика щодо авторського права	послуга	1,00	12 000,00	12 000,00				-	12 000,00	
13.3	в	Аудиторські послуги (проведення тендеру)	послуга	1,00	30 000,00	30 000,00				-	30 000,00	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				12,00	48 000,00	72 000,00	-	-	-	-	72 000,00	
Стаття:	14	Інші прямі витрати										
14.1		Послуги комп'ютерної обробки, монтажу,					1,00	24 500,00	24 500,00		24 500,00	

Директорка Тасканова Р.О.



14.1.1	a	Створення аналітичного відео до 3 хв з голосними результатами аналітичного звіту (ФОП Кохан Олександр Володимирович)	шт.				-	1,00	24 500,00	24 500,00	24 500,00	ТЗ: -анімоване відео до 3 хв із використанням графічних елементів та моушн-дизайну повної кольорової палітри у форматі mp4 -запис озвучки варіанту українською та англійською мовами - підготовка та накладення субтитрів українською та англійською мовами Відео буде використане: - у спец.проектах зі ЗМІ - 2 шт - при публікації в партнерських ЗМІ з пост-релізом - 3 шт - на власних каналах проекту (Фейсбук, Інстаграм) - 2 шт - для поширення серед закордонних медіа - 500+ контактів
14.1.2	б	Найменування послуги	шт.				-				-	
14.1.3	в	Найменування послуги	шт.				-				-	
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	14.4	Інші прями витрати		25,00	204 000,00	512 000,00	-	-	-	-	512 000,00	
14.4.6	е	ФОП Гассанова Дар'я Олександрівна, директор	місяців	5,00	22 500,00	112 500,00					112 500,00	
14.4.7	с	ФОП Мельник Юлія Олегівна, комунікаційни менеджер, копірайтер	місяців	5,00	22 500,00	112 500,00					112 500,00	
14.4.8	ж	Переклад звіту та додаткових матеріалів на англійську (ФОП	послуга	1,00	32 000,00	32 000,00					32 000,00	
14.4.9	з	Дизайн та оформлення звіту та інфографіки (ФОП Кохан	послуга	1,00	34 000,00	34 000,00					34 000,00	

Директорка Гассанова Д.О.

Ласка

14.4.10	и	Розробка опитувальника та (за потреби) його корекція (ФОП Кобриневич, аналітик-консультант)	послуга	1,00	11 000,00	11 000,00				11 000,00	2 два варіанти опитувальника для різних ЦА; опитувальник для фокус-груп; опитувальника для кейсів (питання до героїв); інструктажі для інтерв'юєрів (фокус-групи та кейси) та супровід під час проведення онлайн-опитування у разі виникнення питань чи уточнень від респондентів)
14.4.11	і	Очистка та зведення даних (ФОП Кобриневич, аналітик-консультант)	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00				25 000,00	Послуга полягає у верифікації даних, зібраних під час дослідження, видалення пустих та неповних форм, унормування даних відповідно до категорій, підготовка даних у форматі відкритих даних (робота з даними), формування зведеної бази даних
14.4.12	ї	Підготовка фінальних рекомендацій для заінтересованих сторін (ФОП Кобриневич, аналітик-консультант)	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00				25 000,00	Підготовка рекомендацій на основі зведених даних (1 документ)
14.4.13	к	ФОП Інна Литовка, менеджер з візуалізації даних	місяців	5,00	16 000,00	80 000,00			-	80 000,00	
14.4.14	л	ФОП Рузана Ємельянова, проектний менеджер, копірайтер	місяців	5,00	16 000,00	80 000,00			-	80 000,00	
14.4.15	м	Інші прямі витрати (деталізувати по кожному)									
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі"				25,00	204 000,00	512 000,00	1,00	24 500,00	24 500,00	536 500,00	
						800 880,00			24 500,00	825 380,00	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

Директорка
(Посада)

Тарасанова Р.О
(Печатка, підпис, ПІБ)

Б.П.