

**ДОГОВІР № ЗІСР51-0942
про надання гранту**

м. Київ

«16» серпня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олексandrівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Клочко Павло Павлович (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань, № 2 071 000 0000 013878 від 27.03.2015 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 проекту «"Відкривай Україну" – туристичний мобільний додаток WalQlike» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні зимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенім у розділі XI проектної заявки.

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

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

01 лип 2020

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 881 820 грн. 00 коп. (вісімсот вісімдесят сім тисяча вісімсот двадцять гривень 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.

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантостримувач зобов'язується:

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

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

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

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

5) у разі якщо реалізацію 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 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 святынь, а також наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

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

2) змагати 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. Строки 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, ефіційні повідомлення, звіти та гублікації, 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 сбліку 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:

придання 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 дс 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 тсму числі тих, що є учасниками проектів;

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

витрати, в результаті курсових різниць;

витрати (замовлення товарів, робіт, послуг), які здійснюються між пов'язаними оссбами (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 замогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту.

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 одностронньому порядку.

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

3. У разі досркового 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 одностронньому 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 зідповідно до норм чинного законодавства України.

2. Усі спори або розбіжності, що випливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

XII. ІНШІ УМОВИ

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

Зміни дс цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

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

2) контактна особа Грантоотримувача:

Околот Станіслав Сергійович, координатор проекту,

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

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

9. Фонд та Грантоотримувач зобов'язуються дотримуватись конфіденційності щодо інформації та змістових матеріалів 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, прспердійності, 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.

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

- додаток 1 – проектна заявка;
- додаток 2 – ксшторис Проекту;
- додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;
- додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту;
- додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

P/r: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

ФОП Клочко Павло Павлович

Юридична адреса:

04123, м. Київ, вул. Світлицького, буд. 21, кв. 5

Адреса для листування:

04111, м. Київ, вул. Ружинська 26/41, кв. 64

ЄДРПОУ/ПН: 3125802313

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

P/r: UA103206490000026003052716007

МФО: 320649

Тел.: +38 (0 50 616 9203)

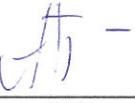
Виконавчий директор



М.П.

Ю.О. Федів

ФОП


—
М.П.


П.П. Клочко

**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток 1
до Договору про надання гранту № ЗІСР51-0942
від «16» жовтня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 5. Культурна спадщина

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: ЗІСР51-0942

**Назва проекту: "Відкривай Україну" - туристичний
мобільний додаток WalQlike**

Візитна картка проекту

Конкурсна програма
Інноваційний культурний продукт

Лот
ЛОТ 5. Культурна спадщина

Тип проекту
Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв
культурні та креативні індустрії

**Ключові слова за напрями (оберіть два, які найточніше описують ваш
проект)**
цифрові технології
матеріальна культурна спадщина

Назва проекту
"Відкривай Україну" - туристичний мобільний додаток WalQlike

Назва проекту англійською мовою
"Discover Ukraine" - travel mobile application WalQlike

*Фото Ключко О.П.
Б.Л. Уб*

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

WalQlike (walk you like) - це інтерактивний гід та путівник з квест екскурсіями містом у мобільному додатку. Наразі це подовження успішного регіонального туристичного проекту, який був створений за підтримки УКФ у Львові наприкінці 2018. та подовжений у Києві у 2019. Проект переходить до наступного етапу, та ставить за мету стати всеукраїнським додатком для активних подорожей країною. У результаті реалізації проекту на базі безкоштовного мобільного додатку WalQlike, який є основним продуктом, проект збільшить зону покриття на ще вісім культурних міст України з найбільшим туристичним потенціалом. Будуть створені нові туристичні квест маршрути, які запрацюють у додатку WalQlike у таких містах як Одеса, Чернігів, Івано-Франківськ, Тернопіль, Чернівці, Дніпро, Харків та Кам'янець-Подільський. У результаті чого проект збільшить привабливість досягнень сектору культурних та креативних індустрій Україні на місцевому та міжнародному рівні, залучить до галузі культури та туризму нову аудиторію та підвищить обізнаність українців та іноземних туристів про історико-культурні надбання країни.

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

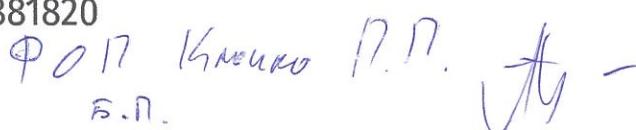
WalQlike (walk you like) is an online guide with quest tours around the city in the mobile app. This is now an extension of a successful regional touristic project, created with the support of the UCF in Lviv in 2018, and extended in Kyiv in 2019. The project moves to the next stage and aims to become an all-Ukrainian active travel around the country app. The project is based on the free mobile application WalQlike which is the main product. As a result of its implementation the app will increase the coverage area by eight more cultural cities of Ukraine with the greatest tourist potential. New tourist quest routes will be created. They will work in the app WalQlike in such cities as Odessa, Chernihiv, Ivano-Frankivsk, Ternopol, Chernivtsi, Dnipro, Kharkov and Kamenetz-Podolsky. As a result, the project will increase the attractiveness of the cultural and creative industries of Ukraine locally and internationally, attract new audiences to the cultural and tourist sectors and raise awareness of Ukrainians and foreign tourists about the country's historical and cultural heritage.

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

881820

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

881820

Фото Кличко Р.Р.
Б.П. 

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

0

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

Населений пункт

Одеса

Населений пункт

Чернігів

Населений пункт

Івано-Франківськ

Населений пункт

Тернопіль

Населений пункт

Чернівці

Населений пункт

Дніпро

Населений пункт

Харків

Населений пункт

Кам'янець-Подільський

Початок проекту

2020-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Партнери проекту

ФОП Кочубей О.Р. 111 -
Б.О.

Партнерів немає, оскільки проект реалізується за програмою індивідуальних проектів.

Ваш основний продукт
Мобільний додаток

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Клочко Павло Павлович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Керівник проекту, ФОП

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника
ФОП Клочко Павло Павлович

Повна назва організації-заявника англійською мовою
Individual entrepreneur Pavlo Klochko

Організаційно-правова форма
Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ
3125802313

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/17za_NJ24jmkrnxe6ZfshRyrJkdsfOwEN

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/

Фото Клочко Р.Л.
Б.Л. 

ЛОТу

62.01 Комп'ютерне програмування 74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну

Дата реєстрації організації

2015-03-27

Юридична адреса організації

04123, м.Київ, вул. Світлицького, буд. 21, кв. 5

Поштова адреса організації

04111, м. Київ, вул. Ружинська 26/41, кв. 64

Фактична адреса організації

04071, м.Київ, вул. Набережно-Луговая 8

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

<http://walqlike.com/> <https://www.facebook.com/walQlike/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Клочко Павло Павлович

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

Клочко Павло Павлович

Фото Клочко П.П.
С.Р.

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.

У власності підприємства – 2 ноутбуки Apple MacBook та 1 моноблок iMac, що дозволяє виконувати роботу з ілюстрування та графічного дизайну будь-якого рівня складності, та виконувати роботи з програмування.
Підключення до мережі Internet, wi-fi роутер.

Дохід за звітний період

230371.08

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так, у 2018 у ролі заявника

Так, у 2019 у ролі заявника

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Так, у 2018 у ролі заявника

Так, у 2019 у ролі заявника

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

<https://walqlife.com> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ngse.walqlife&hl=ua> <https://apps.apple.com/ua/app/walqlife/id1442198599>

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
Так. 2018 – започаткування роботи мобільного додатку WalQlife у Львові.

Фото Ключко Р.Р.
б.п. 

Проект отримав грант від УКФ щодо «підтримки культурних проектів на етапі їх концептуалізації, підготовки, препродакшену», конкурс індивідуальних проектів. Назва проекту 2018: Туристичний мобільний додаток "WalQlike".

<http://artukraine.com.ua/n/kulturna-programa-u-mobilnomu--kvesti-dlya-turistiv-u-lvovi-u-mobilnomu-dodatku-walqlie/#.XhPD0FX7TIV>

<https://www.proactive.in.ua/2018/11/22/kto-ischet-tot-vsegda-nayset-ukrainskiy/>

2019 – продовження проекту та початок роботи мобільного додатку WalQlike у Києві. Проект отримав грант від УКФ за програмою «Створюємо інноваційний культурний продукт», конкурс індивідуальних проектів. Назва проекту 2019: Нові культурні маршрути у мобільному додатку «WalQlike».

<https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/285533-u-kievi-zapustyat-dodatok-z-kvestami-po-mistu>

<https://www.kievpravda.com/news/65417>

<https://delo.ua/lifestyle/v-kieve-pokazhut-novye-vozmochnosti-mobilnogo-pr-359477/>

2020 – подовження проекту, вихід на всеукраїнський рівень, започаткування роботи мобільного додатку WalQlike у восьми містах України з великим туристичним потенціалом (Одеса, Чернігів, Івано-Франківськ, Тернопіль, Чернівці, Дніпро, Харків та Кам'янець-Подільський).

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

Проект

2016 - ідея проекту мобільного додатку WalQlike посіла перше місце в українському конкурсі Creative Business Cup, команда отримала тревел грант на подорож до Данії на фінал конкурсу.

Проект

2017 - проект мобільного додатку WalQlike був розміщений на українській краудфандінговій платформі <https://bigggidea.com/project/walqlie---ekskursi-z-zagadkami/>. Кампанія була успішна і зібрала перші гроші для започаткування роботи додатку.

Детальний опис проекту

Фото Ключко І.І.
Б.Р.

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

Сьогодні внутрішній туризм міцно увійшов в життя багатьох людей країни, ставши важливим соціально-культурним явищем. Ми все частіше стали досліджувати рідні міста та подорожувати за їх межами, цікавитись визначними пам'ятками та їх історією, вивчати нову місцевість відвідуючи культурні осередки. Однак ті з нас, хто подорожує Україною могли помітити, як мало ми знаємо про ці місця і пам'ятки які нас оточують, чим вони відомі і яку історію зберігають у собі. Кожен день проходячи центральними вулицями міста, вздовж старовинних споруд і пам'яток, ми навіть не підозрюємо, що в цих будинках могли жити і творити видатні українські діячі та письменники, а в сквері парку за рогом створювалася історія країни. Тому, щоб сповна відчути культурний простір навколо нас, громадськість починає вдаватися до пошуку каналів споживання культурного контенту. Традиційно ними виступають - туристичні карти та путівники, статті та інформація в інтернеті, замовлення індивідуального гіда або бронювання екскурсійних турів. Зазвичай пошук такого контенту вимагає навичок, грошей і найголовніше часу на підготовку майбутнього маршруту.

Для отримання необхідного культурного та туристичного контенту аудиторія все частіше починають використовувати гаджети та інноваційні технології. Традиційні канали здобуття інформації йдуть на другий план, фокус на діджиталізацію та зручність. З розвитком технологій і доступності Інтернету, кожен прагне стримувати знання тут і зараз, перебуваючи в конкретному місці і маючи конкретну потребу в інформації. У цьому розрізі для подорожей незамінним помічником виступає спеціалізований мобільний додаток WalQlike (walk you like), який акумулює в собі всі ці можливості та знання. Факти, історії, легенди, фотографії, варіанти маршрутів, рекомендації на місцевості, а головне зрозуміла навігація з вбудованими елементами ігрового квесту - це лише мала частина можливостей, які пропонує аудиторії туристичний додаток WalQlike. Проект діджіталізує культурний контент міст, надаючи кінцевому користувачеві готове інноваційне рішення для подорожей.

Принцип роботи мобільного додатку простий - ви обираєте необхідне місто та один з тематичних маршрутів квестів, після чого додаток визначає найближчу до вас пам'ятку у квесті і складає екскурсійний маршрут. Але ви його відразу не побачите. Додаток показує тільки перший пункт, прийшовши до якого потрібно відгадати загадку, вирішити головоломку або знайти якийсь об'єкт який є підказкою до наступного етапу. Потім ви йдете

Фоп Ключко Г.Р.
Б.Р.

77 -

далі і далі і так знайомство з місцевістю стає азартною. Користувач прогулюючись по маршруту дізнається цікаві історичні факти та бачить реальне культурне життя міста. Додаток можна безкоштовно завантажити в:

Google Play <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ngse.walqlife>

App Store <https://itunes.apple.com/us/app/walqlife/id1442198599>

Наразі це подовження успішного регіонального проекту за підтримки УКФ, який був створений у Львові наприкінці 2018, та подовжений у Києві у 2019, а зараз прагне стати всеукраїнським. Функціонал додатку передбачає можливість до масштабування, а опит, який отримала команда проекту, дає змогу це зробити. Торкаючись теми актуальності проекту, хочеться також відзначити що на протязі останнього року підтримка проекту з боку громадськості була дуже позитивною. Ми отримали безліч схвальних відгуків від користувачів додатку через офіційну пошту проекту, через коментарі на сторінках в Google Play та App Store додатку, та особисто на презентаціях проекту у Києві. Підтримка з боку ЗМІ теж була на високому рівні. До нас не раз зверталися за інтерв'ю і роз'ясненнями для написання статей та анонсування новин про проект. Наприкінці 2019 проект WalQlike був номінований від Kyiv Tourism Awards у категорії "Розвиток активного виду туризму", отримав схвальні відгуки та інформаційну підтримку з боку Управління туризму та промоції КМДА, а з початку заснування, був сумарно завантажений понад 14000 разів з магазинів App Store (для iOS) та Google Play (для Android), і ця цифра поступово росте і далі.

Високі оцінки експертів з сектору культури та туризму, схвальні відгуки та прохання аудиторії до розширення зони покриття стає для проекту індикатором до переходу на новий етап, та трансформування проекту з регіонального формату до всеукраїнського. Крім Києва та Львова, в яких мобільний додаток вже представлений, ми запланували вихід всіх квест екскурсій ще в восьми обласних центрах країни. Після аналізу та оцінки рейтингів великих міст з найбільшим туристичним потенціалом до списку увійшли Одеса, Чернігів, Івано-Франківськ, Тернопіль, Чернівці, Дніпро, Харків та Кам'янець-Подільський. У результаті подовження проекту, подорожуючи цими містами, аудиторія отримає можливість самостійно та у будь який час досліджувати місцевість цих культурних столиць нашої країни, а завдяки мультимедійному підходу (додаток працею на трьох мовах - українська, російська та англійська) проект підвищить обізнаність до історії та сучасного життя країни не тільки для української громадськості, але і для іноземних туристів.

Фото Ключко Р.Л. 
Б.Р.

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)

ФОП Клочко П.П. – це підприємство, яке розробляє дивовижні дизайні для сайтів та мобільних пристройів, займається web програмуванням та комплексним проект-менеджментом в IT галузі. Діяльність підприємства спрямована на особистий розвиток, та пошук нових рішень у сфері IT. З кінця 2016 року є засновником соціально культурного проекту - мобільного додатку WalQLike, який ми кlopітливо розвиваємо і адмініструємо рік за роком. Щомісяця ми отримуємо запити з різних міст щодо поширення досвіду та роботи проекту на інші культурні столиці нашої країни. Тому маючи досвід диджиталізації об'єктів матеріальної культурної спадщини ми прагнемо звести проект на національний рівень та зробити його всеукраїнським продуктом для подорожей, доступним для кожного.

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

Актуальність запропонованого проекту обумовлена тим, що він несе просвітницьку місію, сприяє посиленню ролі культури у розвитку суспільства та розвиває українську туристичну інфраструктуру. Завдяки трансформації від регіонального до національного рівня, проект "Відкривай Україну" задовольняє усі основні цілі ЛОТу, а саме - відкриває нові можливості для активного подорожування країною, сприяє діджиталізації та дослідженю пам'яток матеріальної культурної спадщини, впроваджує у галузь туризму новітні технології. За рахунок доступності мобільного додатку 24/7, проект також виступає онлайн майданчиком інформаційно-просвітницького характеру, створюючи умови для збільшення попиту на український контент та інтересу до національних досягнень країни.

Чому ваш проект є унікальним?

Оскільки проходження маршруту відбувається не дистанційно, а в режимі реального часу у конкретному місці, ви нібито стаєте учасником захоплюючої пригоди - крокуєте новими стежками, використовуєте підказки, знаходите нові місця та відповідаєте на цікаві запитання. Весь цей процес створює ігровий ефект і споживання інформації відбувається легше та з більшим інтересом. Завдяки цьому, унікальність проекту пов'язана не тільки з впровадженням інноваційного підходу до сфери подорожей, вона також тісно переплетена з враженнями, емоціями та спогадами які отримує аудиторія у процесі користування додатком.

Фото Клочко Р.П.
Б.п.

Треба також зазначити, що проект реалізується в епоху технологічного бума і швидкості сучасного життя, коли людина постійно пістребує нових та ефективних рішень для задоволення свої потреб, в контексті нашого проекту – культурних, просвітницьких. Таким рішенням стає безкоштовний мобільний додаток WalQlike (walk you like), тому що здатний перетворювати культурний контент у реальну, гейміфіковану квест після дорож. Проходячи цікаві тематичні маршрути аудиторія наче трансформується у роль гіда, а сам мобільний додаток стає провідником у дивовижний світ фактів про історію, культуру та визначні пам'ятки. Треба також зазначити, що всі маршрути складають кваліфіковані гіди разом з професійним квест-мейкером, тому інформація яку отримує користувач, є перевіrenoю та якісною.

Чому ваш проект є інноваційним?

Вже давно не є секретом той факт, що мобільні додатки спрощують складні процеси роблячи їх доступними, тобто використовуючи цю інноваційну технологію суспільство підвищує якість свого життя роблячи його більш мобільним. У цьому контексті проект «Відкривай Україну» - туристичний мобільний додаток WalQlike» робить процес взаємодії аудиторії з культурою більш ефективним, посилює ступінь задоволеності від процесу споживання інформації. Для розуміння важливості інноваційної складової проекту змоделюємо кілька простих ситуацій:

1. [?] Уявіть, що ви гуляєте по місту насолоджуючись красою пам'яток, які вас оточують.
2. [?] Тепер уявіть, що перед вашою прогулянкою ви попередньо шукали інформацію намагаючись вичленити все найцікавіше на що. варто подивитися або відвідати.
3. [?] Потім уявіть ту ж саму ситуацію, але на цей раз ви ще додаєте до процесу гіда або підлаштовуєтесь під графік екскурсійних програм місцевості.
4. [?] І нарешті уявіть, що ви в будь-який зручний для себе час проходите квест екскурсію використовуючи мобільний додаток WalQlike.

З кожним разом ефект проникнення в культурне середовище буде тільки нарощувати свій ефект, посилюючи враження аудиторії від процесу. Тому проект "Відкривай Україну" це не просто мобільний додаток, це ціла цифрова екосистема яка дозволяє робити можливим те, що було нереальним в епоху до мобільних технологій. Тепер аудиторії не треба грудитись і купчитись з усіма туристами, якщо ви можете потрапити в секретні та знакові місця разом з нами!

Фото Ключа Д.Р. А. ~
Б.Р.

Тому в контексті розширення запропонованого проекту ми виділяємо декілька головних маркерів інноваційної складової:

1. [?] Проект діджіталізує культуру, використовуючи для цього сучасні інформаційні технології як канал комунікації з аудиторією. Впроваджує новітніх технологій у сферу культури та туризму.
2. [?] Проект розширює географію доступності інновацій, тим самим збільшуєчи ефект їх проникнення в інші туристичні зони. Будує нові культурні мости між регіонами.
3. [?] Проект дозволяє познайомитися з історією і культурою українських міст, проводить найцікавішими місцями і дає можливість забрати з собою незабутні враження від поїздки.
4. [?] Проект використовує сучасний формат квест прогулянок, виводячи досягнення індустрії українського туризму на якісно новий рівень.
5. [?] Мобільний додаток, як інноваційний та безкоштовний продукт, підвищує привабливість досягнень сектору культурних та креативних індустрій Україні на місцевому та міжнародному рівні, залучаючи до галузі культури та туризму нову аудиторію, альтернативну основному потоку.

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

Проект розширює доступ до накопичених знань про історію, культуру та мистецтво, доповнюючи культурно-мистецький процес через виконання своєї основної функції - провідника. На шляху маршруту ми додаємо не тільки ТОП туристичних пам'яток місцевості, а й розвиваємо екскурсію сучасними культурними об'єктами. Таким чином ми популяризуємо культурні надбання останніх десятиліть, і балансуємо між багатовіковими знаковими пам'ятками та мало відомими, але не менш важливими місцями. Завдяки цьому підходу мобільний додаток більш ширше та якісніше задовольняє культурні потреби аудиторії.

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

1. [?] Підвищить рівень привабливості вітчизняної індустрії туризму та гостинності.
2. [?] Посилить туристичний потенціал країни, став незамінним інструментом та помічником у подорожах.
3. [?] Сприятиме посиленню ролі культури у розвитку суспільства.
4. [?] Створить конкуренцію у секторі туризму, виводячи сферу традиційних екскурсій на більш якісний рівень.
5. [?] Підвищить пізнавальність пам'яток і посиливе інтерес до їх відвідування.

Фото Ключко Р.Р. 7/7
Б.Р.

6. ? Культурне життя міст стане більш доступним.
7. ? Заохотить українців до внутрішнього туризму. Відкриє культурне різноманіття України для іноземних туристів.

Цілі проекту

Ціль

Розширити роботу мобільного додатку на всім культурних міст України, а саме Одеса, Чернігів, Івано-Франківськ, Тернопіль, Чернівці, Дніпро, Харків та Кам'янець-Подільський.

Завдання 1

Розробити по два культурних маршрути у кожному місті.

Завдання 2

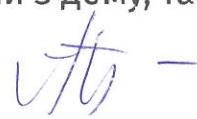
Зробити комплекс дій по створенню та наповненню кожного маршруту квестів, а саме доожної локації квесту - скласти описову частину, розробити завдання та підказки, зробити фото, об'єднати створений контент у готовий маршрут з цікавою сюжетною лінією, провести тестування та зробити фінальну оптимізацію, потім зробити переклад контенту та додати гостові маршрути у мобільний додаток для проходження.

Індикатори досягнення цілі

Індикатором досягнення цілі стане створення конкурентного контенту про культурні місця та пам'ятки кожного міста з цікавими фактами та історією до доожної локації квест маршруту.

Ціль

Залучити аудиторію до використання мобільного додатку для дослідження пам'яток матеріальної культурної спадщини та популяризації історико-культурного надбання України у регіонах. Для цього будуть використовуватися online та offline джерела комунікації з аудиторією проекту які детально зазначені у відповідному пункті заяви, а саме «методи комунікації та канали комунікації». Також, для тих користувачів які вже встановлять додаток на свій мобільний телефон, ми будемо періодично відправляти push-повідомлення з новинами та оновленнями. Якщо у період реалізації проекту будуть діяти карантинні заходи спричинені COVID-19, а саме заборона на відвідування громадських місць, користувачі додатку зможуть проходити маршрути у віддаленому online форматі не виходячи з дому, також через мобільний

ФОП Ключко А.Р.
Б.Р. 

додаток WalQlike (Android та iOS).

Завдання 1

Залучити місцевих досліджувати рідні міста і завдяки цьому збільшити в їх очах обізнаність про українські надбання та історію.

Завдання 2

Залучити іноземних туристів до використання додатку та підвищити в їх очах обізнаність про українські надбання та історію.

Індикатори досягнення цілі

Індикатором досягнення цілі стане збільшення кількості аудиторії мобільного додатку та схвальні відгуки користувачів.

Ціль

Створити імідж всеукраїнського мобільного додатку для активних подорожей країною.

Завдання 1

Захопити українців до внутрішнього туризму та підорожей країною.

Завдання 2

Розширити туристичну привабливість регіонів для іноземних туристів.

Індикатори досягнення цілі

Індикатором досягнення цілі стане створення грамотної комунікаційної компанії, спрямованої на поширення та популяризацію мобільного додатку та зміцнення бренду Walk you like, як інструменту дослідження у подорожах.

Ціль

Вдосконалити функціональність сайту <https://walqlke.com/>, перетворивши його з одно сторінкового сайту візитки у повноцінну інформаційну платформу проекту.

Завдання 1

Додати інформаційні та сервісні сторінки

Індикатори досягнення цілі

Індикатором досягнення цілі стане перетворення сайту в повноцінний канал комунікації з аудиторією проекту.

ФОП Ключко П.П. -

Основна мета проекту

Проект ставить за мету стати всеукраїнським додатком для активних подорожей Україною, поширивши розроблену інноваційну технологію та алгоритм роботи додатку на найбільш перспективні міста з точки зору туристичної привабливості та туристичного потенціалу. Завдяки створення якісного і захоплюючого контенту, ми прагнемо збільшувати позитивне враження про неймовірну культуру та здобуття нашої країни, і хочемо щоб результатами проекту користувались на дозвіллі та у подсроjkах з навчальною, освітньою та розважальною метою.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Основна цільова аудиторія проекту представлена людьми які цікавляться культурою, історією, мистецтвом, сучасними культурними об'єктами та визначними пам'ятками міст. Це люди яким цікаві подорожі, їм притаманно використання інноваційних та трендових технологій, вони прагнуть дізнатись більше про незвичну та аутентичну Україну, вони люблять відвідувати різноманітні екскурсії, квести, їм більш притаманний активний спосіб відпочинку. Цю аудиторію можна класифікувати на два типи – місцеві мешканці міст та туристи (як локальні так і іноземці).

Для місцевих жителів важливо досліджувати рідне місто, його культурну складову, вони прагнуть цікаво і з користю проводити вільний час та урізноманітнити свою буденність, люблять інтелектуальні розваги та приймають активну участь у культурних подіях свого міста. Для туристів важливо відвідати не тільки відомі пам'ятки, але і побувати в місцях, які не входять в ТОПи путівників, їм необхідно правильно відчути культурне розмаїття місцевості та зrozуміти її ментальність, і саме для них особливо важливо те, що додаток безкоштовний, оскільки ця аудиторія зазвичай багато витрачає грошей на подорожі.

Демографічні показники аудиторії 40% - жінки, 60% - чоловіки. Середній вік цільової аудиторії 18 - 34 роки. Для ЦА притаманне використання сучасних інформаційних каналів споживання інформації.

За рахунок використання усього комплексу каналів просування проекту, ми плануємо залучити сумарну кількість унікальних завантажень додатку на iOS та Android щонайменше – 20 000 користувачів. Кількість завантажень додатку перед початком реалізації проекту становить – 19271 користувачів (iOS – 8191, Android – 11080).

ФОП Ключко Р.Р. № -
Б.Н.

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

Опосередкова аудиторія проекту є вся українська аудиторія віком від 13 до 65 років, яку може зацікавити проект за рахунок його актуальності, доступності для використання та інноваційної складової. Якщо проект зможе задати гучний тренд та створити собі ім'я всеукраїнського туристичного додатку, опосередкова аудиторія почне використовувати його коли буде з'являтися потреба в подорожах.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Команда проекту проводить всебічний аналіз використання додатку і вивчає інтереси аудиторії за рахунок різних інструментів, таких як - внутрішня статистика додатку, зворотній зв'язку від користувачів та аналіз проведених рекламних кампаній. В результаті оцінки були виявлені закономірності, на підставі яких проект буде вносити до майбутніх маршрутів деякі корективи, ще більш підлаштовуючи продукт під потреби користувачів. Наприклад:

1. [?] Найбільшою популярністю користуються ті маршрути квестів, які мають нестандартне опис і принцип подачі. Аналіз київських квестів за кількістю користувачів які їх пройшли показує, що маршрути з сучасними і нестандартними назвами та описом, такі як «Коти і Котики Києва», «Загадки від архітектора Городецького», «Мисливці за привидами» отримали максимальну популярність, а маршрути з більш звичними назвами «Місто говорить» або «Як козаки Україну захищали» нажаль були найменш популярні. У майбутніх квестах, ми будемо робити більший акцент на нестандартний підхід подачі інформації, а також намагатися задавати незвичайні теми для квестів.

2. [?] Спілкування з користувачами додатку дало зрозуміти, що для них важливо потрапити не тільки в ТОП туристичних місць, а й відвідати сучасні культурні об'єкти. Так само було виявлено, що більшою популярністю користується неформальний стиль подачі інформації, на противагу офіційному, літературному. Коли ми в описі до пам'яток просили гідів додавати забавні факти і легенди, такий контент отримував більший відгук у аудиторії, ніж стандартний, літературний стиль. При цьому слід зазначити, що коректність даних не спотворювалася і була достовірною, ми лише змінювали манеру подачі. Тому основним завданням у створенні нових маршрутів буде грамотна комбінація основних історичних пам'яток місцевості з сучасними культурними об'єктами, та упор на нестандартні тематики квестів в поєднанні з більш жвавим контентом.

Фото Ключко Р.Л.
Б.П. 

3. [?] Оскільки основна цільова аудиторія проекту, це молодь, якій для задоволення своїх потреб властиво використання інноваційні технології і сучасні канали отримання інформації, ми провели поглиблений аналіз рекламних кампаній і виявили найефективніші канали комунікації з аудиторією. Основний упор в майбутньому буде робитися на рекламні кампанії в Facebook та Instagram, а також прес релізи, новини та статті в профільних видаєннях. Ці канали мали максимальний ефект від залучення зацікавлених користувачів. При цьому ми вже знаємо, який стиль креативів (рекламних банерів) дає більший відгук. У майбутньому будемо враховувати і це напрацювання в створенні візуального контенту для проекту.

4. [?] Розширення доступності географії маршрутів на інші міста України, так само є однією з найосновніших потреб від аудиторії проекту. Користувачі прагнуть подорожувати по країні, потребують присутності додатку в інших туристичних та історичних містах України. Це мабуть найголовніша потреба від аудиторії і саме таку основну мету проект поставив собі в рамках нового етапу розвитку.

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

1. [?] Проект частково оптимізує стиль подачі інформаційної складової туристичних маршрутів квестів, за рахунок чого зробить їх ще більш наповненим різними історичними фактами.

2. [?] У виборі місць та пам'яток, які будуть входити до маршрутів квестів, упор на топові туристичні місця та їх грамотне поєднання з сучасними об'єктами.

3. [?] Співпраця тільки з професійними гідами, які мають високу кваліфікацію для надання цікавих, перевірених та достовірних фактів. Оптимізація фінального контенту з боку редактора, для придання більшої жвавості інформації яку отримує користувач.

4. [?] Збільшення доступності покриття мобільного додатку та його використання в містах з найбільшим туристичним потенціалом. Збільшення кількості квестів.

5. [?] Доопрацювання функціоналу мобільного додатку на iOS та Android та внесення в роботу додатку побажань від користувачів. Треба зазначити, що ми також отримуємо цінні рекомендації від нашої аудиторії з приводу usability проекту, після впровадження яких зручність використання додатку має зрости.

6. [?] Розширення інформативності сайту проекту, теж сприятливо відобразиться на загальному ефекті задоволеності цільової аудиторії та

ФОД Клерка А.П.
Б.П. 

отримання попередньої інформації про можливості проекту.

7. У результаті збільшенні кількості квестів, проект відкриє широкому загалу цілу низку цікавих історичних імен, подій та феноменів, зробивши інформацію про культурні надбання країни більш цікавою та доступною.

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).

1. Гіди місцевих територій (міст) у яких будуть впроваджуватися робота мобільного додатку. стають партнерами проекту у створенні нового контенту (маршрутів). З іншого боку проект створює конкуренцію у галузі, за рахунок чого частка аудиторії яка використовує традиційні екскурсії перетикає до проекту. Але судячи з того що, наші аудиторії різняться (WalQLike більш орієнтовано на молодь, а у традиційних екскурсіях переважна більшість це доросла аудиторія), це не є критичною рисою впливу.

2. Музеї та галереї, історичні будівлі, релігійні місця, культурні простори та інші місця до яких є відкритий доступ для відвідувачів. Такі місця є складовими маршруту і проект приводить до них аудиторію.

3. Офіси управління туризму в кожному місті в якому буде реалізований квест. Якщо знайти діалог з представниками адміністрації туристичних громад місцевості, вони можуть використовувати додаток для представлення своїх регіонів (міст), демонструвати інноваційних надбань країни у туристичному секторі, допомагати проекту інформаційною підтримкою.

4. Міністерство культури, молоді та спорту України може використовувати проект як інноваційну українську розробку з вектором на популяризацію культурних надбань. Може також інвестувати у подальше поширення та зростання проекту.

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів вашого проекту.

Головний продукт проекту це мобільний додаток який є безкоштовним.

Завдяки цьому будь хто з навчальною, освітньою та розважальною метою може використовувати здобуті напрацювання проекту. Наприклад зараз це можна зробити у містах в яких проект вже успішно реалізується – це Львов та Київ, так само це можна буде зробити в нових містах після розширення проекту.

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

Фото Ключко Д. П. № -
Б-р.

Ціль 1:

- 1.1 Буде створено по 2 квести у кожному місті де проект буде реалізовуватися, загалом буде розроблено 16 тематичних квест маршрутів. Кожен маршрут буде налічувати від 10 до 15 атракцій (локацій на шляху квесту). Разом з гідом буде задано тематику цих маршрутів та підібрані туристичні місця та пам'ятки які увійдуть до їх складу.
- 1.2 Доожної локації квесту буде складено описову частину, розроблені завдання та підказки, зроблені фото місцевості та безпосередньо самих пам'яток. Створений контент буде об'єднаний у готовий маршрут з цікавою сюжетною лінією, потім буде проводиться тестування та фінальна оптимізація маршруту. Після цього робиться переклад готового контенту і увесь маршрут (на трьох мовах українська, російська, англійська) додається у мобільний додаток для проходження. Так само по кожному маршруту.

Ціль 2:

- 2.1 За рахунок використання усього комплексу каналів просування проекту, ми плануємо зробити інформаційне покриття понад 625 000 контактів з цільовою аудиторією (охват потенційної аудиторії), з яких сумарна кількість унікальних завантажень додатку на iOS та Android буде щонайменше – 20 000 користувачів з рівномірним розподілом по обраних містах в яких буде започаткована робота мобільного додатку.
- 2.2 Загальна аудиторія проекту це користувачі додатку віком від 13 до 60 років, з них частку основної цільової аудиторії становить молодь віком від 18 до 34 років. Саме на цю, найбільш активну, аудиторію ми націлені і будемо з нею працювати (залучати). Плануємо, що по результатам проекту у нас буде наступне співвідношення по географії користувачів - це 95% українці, 5 іноземні туристи.

Ціль 3:

- 3.1 Результатом реалізованого проекту стане гучний анонс про його важливість для України, а саме для культурної та туристичної галузі; ми будемо всебічно розповідати про інноваційні можливості проекту та його соціально культурну цінність для суспільства, тим самим створювати образ безкоштовного всеукраїнського туристичного додатку для подорожей.
- 3.2. Залучимо до дослідження міст місцевих жителів та туристів, як локальних так і іноземних.

Ціль 4:

- 4.1 Розширимо сайт проекту до якого буде додано всі міста у яких будуть представлені квести, з описовою частиною, фото, цікавою інформацією про місцевість; до кожного міста буде додані меню доступних квестів з

ФОП Ілючко Г.Р. № -
Б.Л.

інформаційним наповненням, в якому будуть вказані стартові точки маршрутів, детальний опис цих маршрутів та їх легенда. Ознайомившись з інформацією користувачі продовжати досліджувати місто завдяки мобільному додатку. Сайт стане важливим каналом комунікації з аудиторією та інструментом заочення нових користувачів.

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

У довгостроковій перспективі проект прагне:

- 1.Ще більше розвинути модель роботи у містах в яких додаток вже буде представлений, здля створення нових туристичних стежок, та збільшення кількості доступних у мобільному додатку пам'яток та місць для відвідування. Розширити покриття мобільного додатку на інші міста/ регіони.
2. Постійно нарощувати аудиторію користувачів додатку, та залучати до проекту зацікавлені сторони (інституцій) для подальшого його розвитку.
3. Збільшити рівень обізнаності українців про життя та культурне розмаїття інших регіонів. Заохотити аудиторію подорожувати країною.
4. Сформувати образ відкритої платформи для налагодження зв'язку з активістами та діячами зі сфери культури та туризму задля подальшої співпраці та інтеграції існуючих культурних проектів та ініціатив у мобільний додаток. Реалізується завдяки адаптації контенту у квест екскурсію.
- 5.Збільшити іноземну аудиторію користувачів мобільного додатку, які приїжджають до України та надати їм широкий доступ для контактування з національно культурним надбанням.

ФОП Ключко Р.Р. №
Б.Р. 

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

Організаційні ризики. Оскільки процес створення 16 маршрутів розподілений за часом реалізації на весь період проекту, терміни дуже стислі, тому що починаючи з другого місяця заплановано вихід чотирьох маршрутів на місяць. Щоб зменшити ризики, гідам буде допомагати Quest концептор, фахівець який має опит додавання гейміфікаційної складової до маршруту, а також є автором двох Київських квестів. Також ми попередньо, до початку проекту, будемо максимально пояснювати специфіку робот додатку для гідів (принцип та стиль складання інформації, навчати як працює додаток, його структурні особливості та ін.), завдяки цьому максимально підготуємо гідів до роботи, щоб вони не відволікалися на організаційні моменти, а відразу почали створювати маршрути та контент.

Фінансові ризики. Вагома частина коштів (другий транш) необхідна на повну реалізацію проекту поступить тільки після закінчення проекту та звітування. Для своєчасного виконання зобов'язань перед контрагентами ми будемо використовувати оборотні кошти ФОПа виконавця і залучали поворотну фінансову допомогу.

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

Погодні ризики. У проекті заплановано 8 поїздок по містах в яких будуть

ФОП Кличко Т. Р. А.
Б.А.

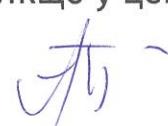
запускатися маршрути квестів і буде відбуватися фото і відеозйомка. Робота відбувається на відкритому повітрі два повноцінних дня, дата проведення субота, неділі - вихідні дні. Є графік поїздок в робочому плані (два рази на місяць, чотири місяці). Завжди є ризик негоди. Проект буде попередньо моніторити погодні умови, намагаючись вибирати тільки ті вихідні дні, коли погода буде максимально сприятливою. При поганих прогнозах будемо переносити поїздки на будні дні. Так як основні місяці для фото і відео зйомки потрапляють на теплі літні дні (червень, липень, серпень і вересень), даний ризик вважається не істотним.

Ризики анонсування. Проект молодий і ще не дуже популярний у регіонах. Можливі ризики пов'язані з анонсуванням проекту і залученням аудиторії у містах запуску маршрутів. В цьому випадку для анонсування проекту, крім власних каналів комунікації з аудиторією, буде залучена рекламна агенція, та будуть розміщуватися платні рекламні статі. На це в бюджеті проекту є заплановані статті витрат які покривають залучення вагомої частини цільової аудиторії запланованої як кінцевий результат.

Людські ризики. Команда експертів гідів вже сформовано, однак до початку проекту (з моменту подачі заявки і до моменту початку реалізації) ще досить багато часу. Якщо, з якихось причин один з гідів не зможе взяти участь в проекті, в кожному місті у нас вже є контакти і попередні домовленості з іншими експертами по туристичним екскурсіям. У разі чого, проект зможе легко і швидко зробити заміну виконавця, погодивши це попередньо з УКФ.

Соціально-політичні ризики. У зв'язку з ситуацією в країні щодо поширення COVID-19, проект передбачає можливість легкого переходу до формату online. Тобто, якщо в період реалізації проекту урядом України будуть посилені карантинні заходи та з'явиться заборона на перебування у громадських місцях, у цей період користувачі додатку зможуть проходити маршрути у віддаленому online форматі не виходячи з дому. За даним у мобільному додатку ми відключимо функцію GPS навігації, яка визначає місце знаходження користувача, та відкриває йому доступ до інформації квесту у момент реального проходження маршруту (фізичного знаходження в зоні локації маршруту). Ця функція дає нам змогу швидко та одразу реагувати на такі зміни та мінімізувати даний тип ризику з приводу використання результатів реалізації проекту.

Також у проекті запланована одна звітна презентація з приводу реалізації проекту та його результатів, яка повинна пройти у форматі відкритої зустрічі в кінці жовтня 2020. Якщо у цей період у зв'язку з ситуацією в країні

Фото: Ковалев П.Г.
Б.П. 

щодо поширення COVID-19 будуть діяти карантинні заходи, а саме заборона на відвідування масових заходів, така зустріч буде переведена у online формат за допомогою пресведення прямої трансляції на платформах Facebook або YouTube.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Планом моніторингу проекту – є відображення робочого плану проекту. Команда буде чітко слідувати запланованим заходам та термінам їх виконання. Ми будемо використовувати регулярні наради, проводити проміжний моніторинг та аналіз якості та строків виконання завдань, обговорювати проміжні результати підготовки та впровадження ключових процесів, у разі виявлення відставання коректувати роботу та графік виконання. Також треба зазначити що проект вже має хороший досвід з процесу створення квестів на прикладі Києва (було створено 10 маршрутів з різними гідами). Ми отримали хороший досвід і чітко знаємо що робити, не панікуємо у складних ситуаціях, маємо досвід та знаємо процес от і до. Якщо ми побачимо що деякі показники не виконуються, ми будемо змінювати стратегію та підсилювати відповідні напрямки.

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?

Велика частина цільової аудиторії складає молодь, для якої основними каналами комунікацій з проектом є онлайн канали. Тут головними є навіть не спікери, а характер повідомень в поєднанні з якістю рекламного контенту (картинки, поклик до дії). Саме тому комунікаційний план сформований з акцентом на повідомлення через Інтернет джерела. З досвіду реалізації рекламної кампанії минулого року, в Києві, добре працює використання повідомлень наступного характеру:

Безкоштовний мобільний додаток міських квестів. / Всі таємні місця твоого міста у одному додатку. / Відкрийте секретні місця (городу) з WalQlike / Безкоштовні квести, щоб тобі було весело / WalQlike - квести для туристів в новому місті. / Путівників багато, а ми одні, тому що ми створюємо унікальний маршрут для кожного! / Ми знаємо як скласти твій ідеальний маршрут, досвід такої екскурсії не зрівняється з жодним путівником! / Знайди таємні місця _____ (назва міста) / Всі таємні місця _____ (назва міста) та ін.

У поєднані з якісним дизайном рекламного банеру / картинки / тощо при

Фото Ключко Р. Р. 
Б.н.

просуванні та анонсуванні проекту ми отримуємо хороший відгук аудиторії. Аудиторію чіпляють повідомлення про інновації та про продукт у якого зараз немає аналогів в Україні. Всі хочуть спробувати, бо це цікаво і має незвичайний підхід до процесу, тому дуже часто після проходження маршрутів користувачі рекомендує додаток друзям.

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? Передбачається використання наступних каналів поширення інформації про проект та шляхів комунікації з цільовою аудиторією:

1. Співпраця і анонси в ЗМІ та Інтернет-ЗМІ (регіональні у містах та всеукраїнські), акцент роботи яких спрямований на анонс культурної і туристичної інформації, сучасних інформаційних проектів в сфері креативних індустрій, технологій та взагалі про життя та події. З минулого року у нас залишилось багато контактів представників преси що цікавилися проектом, та розміщували новини на безоплатній основі. Вихід маршруті у нових містах та розширення проекту до всеукраїнського рівня буде чудовим інформаційним приводом.
2. Розсылка прес-релізів в ЗМІ.
3. Рекламні анонси у соцмережах на протязі проекту з описом його важливості, зокрема через FB сторінку проекту WalQlike, FB сторінки різних лідерів думок (гідів, екскурсоводів, відомих діячів із туристичного і культурного сектору) та FB сторінки популярних спільнот з великою аудиторією підписників.
4. Розповсюдження рекламних буклетів (карт) через гідів (авторів маршрутів) у містах задіяних у проекті.
5. Сайт мобільного додатку www.walqlile.com За рахунок його оптимізації та інформаційного наповнення, він стане важливим каналом комунікації з аудиторією та інструментом залучення користувачів.
6. Залучення рекламної агенції для підсилення рекламної кампанії та анонсу проекту. В рамках їх роботи, плануються такі основні канали просування (геотаргетинг окремий на кожне місто, загалом 8 різних рекламних кампаній):
 - реклама в Facebook (рекламні банери, рекламні повідомлення).
 - реклама в Instagram (рекламні банери, рекламні повідомлення).
7. Розміщення платних промо-новин на популярному онлайн ресурсах всеукраїнського масштабу (The Village, LB.ua, platforma, ain.ua) на які заплановані кошті у бюджеті. Також розміщення 10 платних анонсів на профільних ресурсах регіональних ЗМІ в період запуску маршрутів у профільних містах.

Рон Кличко Р.Р. А -
Б.П.

8. Створення рекламного відеоролика та анонсування за рахунок рекламної агенції, та власними силами.
9. Будемо залучати блогерів та великі спільнотам які пройдуть маршрути, та розкажуть своїм підписникам про проект.
10. Будемо співпрацювати з представниками офісів туризму у містах запуску маршрутів та намагатися долучитися до бази розсилок новин о місті з анонсом запуску проекту. З приводу цього маємо позитивний досвід у Львові та Києві. Адміністрація охоче допомагала нам, тому що проект інноваційний та носить соціально культурний характер та висвітлює надбання міста.
11. Фінальна презентація у Києві.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Ми плануємося орієнтуватися в висвітлюванні інформації о проекті у таких ЗМІ як – «Hubs», «Заграніца», «Хроніка світових подій ТСН», «Ukrinform», «Джерело», «Униан», «Zruchno.Travel», «Сити-гайд», «Gloss.ua», «The Village Україна», «WOMO», «Український інтерес», «Vgorode», «CASES», «ExpertTur», «KyivPost», «Йсд.media», «Bit_UA», «#ШоТам», «Тиждень», «Журнал для проактивної молоді PROactive», «Укринформ», «Delo_Ua», «Культура і життя», «Art Ukraine», «Creatives», «The Ukrainians», «URBAN: Про місто», Uatravels та інші медіа, а також регіонального характеру які будуть знайдені у період проведення проекту "Відкривай Україну" - туристичний мобільний додаток WalQlike. Ми плануємося досягти розміщення щонайменше 50 матеріалів за проект.

З якими лідерами думок планується співпраця?

Лідери думок складна аудиторія, яка вимагає дійсно цікавого інфоприводу (проекту), щоб вони хотіли розмістити інформацію на безкоштовній основі. Тому ми будемо писати листи до лідерів думок з інтересами, які відгукуються з нашим проектом. Команда проекту буде докладати всіх зусиль, щоб досягти максимального результату від цього потенційного каналу спілкування з користувачами проекту "Відкривай Україну".

Приклад списку лідерів думок, на яких ми будемо орієнтуватися:

Юля Савицька (тема подорожі) 90 тис. підписників <https://www.instagram.com/keereyesopen/>

Орест Зуб (тема подорожі, самореалізація, бізнес) 16 тис. підписників <https://www.instagram.com/orestzub/>

Вероніка Потоцька (тема подорожі) 163 тис. підписників <https://www.instagram.com/siniciliya/>

Максим Заселян (мандрівник) <https://www.facebook.com/nuisididoma>
Дмірий Ксмаров (телеведучий тревел шоу "Світ навиворіт") <https://www.facebook.com/1plus1.DmitroKomarov/>

Фото Кулаков Н.Н.
Б.Р.

Телеведуча Леся Никитюк (тема подорожі) <https://www.facebook.com/lesyazdesyaa>
Письменник-мандрівник Богдан Логвиненко. Проект Ukrainer
та інші

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

Ми плануємо досягти:

1. Розміщення від 14 до 19 платних розміщень у профільних ЗМІ. Чотири ресурси всеукраїнського характеру The Village, LB.ua, Platforma, ain.ua (заплановані у бюджеті). Десять – п'ятнадцять регіонального характеру заплановані у бюджеті.
2. Безплатне розміщення статей, прес-релізів, новин, анонсів у профільних ЗМІ ми плануємо досягти щонайменше 50 матеріалів за проект.
3. Розповсюдити 800 екземплярів рекламних буклетів (карт).
4. Вихід матеріалів у блогерів та великих спільнот - 10 матеріалів.
5. Залучення користувачів додатку через рекламну агенцію (заплановані у бюджеті) – 15000 унікальних завантажень в Google Play та App Store.

Завантаження додатку (користувачі) – це головна мета, а отже результат успішної реалізації проекту. Загалом за весь проект ми плануємо досягти сумарну кількість унікальних завантажень додатку на iOS та Android щонайменше – 20 000 користувачів з рівномірним розподілом по обраних містах в яких буде започаткована робота мобільного додатку.

Спираючись на досвід і показники минулого року та прогноз рекламної агенції (реклама Facebook та Instagram) показник інформаційного охоплення становить - понад 500 000 контактів з цільовою аудиторією (охоплена аудиторія якій буде показана реклама), з них прогноз кількості унікальних завантажень сумарно на iOS та Android становить приблизно 15000 користувачів. Решту показників, приблизно 125 000 контактів з цільовою аудиторією яка у планах може привести 5000 установок додатку, ми плануємо досягти за рахунок усього іншого комплексу каналів поширення інформації, які детально наведені у відповідному пункті заяви, а саме «методи комунікації та канали комунікації». Наголошуємо, що основний показник це не охоплення аудиторії - а кількість завантажень мобільного додатку. Охоплення - це другорядне значення. Завантаження додатку - це головна мета а отже фінальний результат проекту.

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або

Фото Кличко П.П. *ЛГ* -
Б.Л.

кінцевих результатів проекту?

Всі напрацювання та інформація будуть і надалі доступні для використання у безкоштовному мобільному додатку WalQlike. У будь який час його можна завантажити у Google Play та App Store та відправитись досліджувати нашу неповторну Україну.

Ми вважаємо, що враження і пам'ять про пригоди та подорожі – це важливо, і хочемо, щоб ваш шлях в новому місці та в житті подобався вам і був не шаблонним.

Google Play <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ngse.walqlke>

App Store <https://itunes.apple.com/us/app/walqlike/id1442198599>

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.)?

Так, проект буде і далі розвиватися за таким вектором діяльності:

1. Після завершення проекту, ми будемо розвивати маршрути в цих восьми містах, щоб зробити їх наповнення більш різномірним, так як ми це зробили в Києві.

2. У кожному місті при співпрацюємо з місцевими гідами ми зробимо ще маршрути, і додамо в додаток також нейтральні точки (локації). Коли сітка пам'яток міста зиросте максимально, ми запустимо алгоритму побудови індивідуальних маршрутів (як у Києві). Відтоді можна буде пройти не тільки тематичні квести, але і зробити свій власний маршрут за своїми інтересами. Ця функція вже працює у Києві.

3. Планується укладення договірних відносин з туристичними об'єктами (музеї, галереї, апт простори, «платні пам'ятки») і туристичними бізнесами (експкурсійні тури, гіди, магазини сувенірів). Додаток буде приводити користувачів в ці місця, за що буде отримувати відсоток з продажів або фіксований відсоток за наведеного клієнта. Отримані кошти будуть використовуватися для забезпечення роботи команди додатку та його розвитку. При цьому додаток для користувачів буде залишатися завжди безкоштовним.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

За рахунок своєї соціально-культурної складової в подальшому планується пошук шляхів підтримки з боку міської адміністрації міст, задля обміну набутим досвідом і проведенням спільних відкритих заходів спрямованих

Фото 14.09.16 р.р. 
Б.Л.

на привернення уваги до проекту як до інструменту отримання інформації про культурно історичну спадщину міст і водночас популяризацію сучасних культурних пам'яток та просторів.

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

Так, ми плануємо знаходити нових партнерів, укладати договори, меморандуми про співпрацю та розвивати мережу контактів.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

7

Кількість жінок у команді проекту

8

Кількість людей віком від 17 до 34

8

Кількість людей віком від 35 до 50

7

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?

Фото Ключко Д.Л. -
Б.р.

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

ні

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

ні

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?

ні

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

так

ФОП Класчик Р.І. 
5.0.

Декларація добroчесності

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

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

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Ключко І.І.

ІІІ -
Б.Р.

Грантоотримувач:

ІІІ -
Б.Р.

Додаток № 1

до Договору про надання гранту

№ ЗІСР51-0942

від "16" серпня 2020

року



Назва конкурсної програми: Інноваційний культурний продукт

Назва ЛОТ-у: ЛОТ 5. Культурна спадщина

Назва Заявника: ФОП Клочко Павло Павлович

Назва проекту: "Відкривай Україну" - туристичний мобільний додаток WalQlike

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ 1 НАДХОДЖЕННЯ			
1	Український культурний фонд		881 820,00
2	Співфінансування* :		-
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього		881 820,00

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

ФОП Клочко Р.Р.
Б.Г.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявління
ФОП Клочко Павло
Павлович

Назва проекту "Відкривай Україну" - туристичний мобільний додаток WalQlike

Розділ: Підздріблені: 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		
Розділ II Витрати:										
Підрозділ:	1	Оплата праці								
Стаття:	1.1	Штатні працівники		-	-	-	-			
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців				-			
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців				-			
Стаття:	1.2	За трудовими договорами		-	-	-	-			
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-			

ФОП Клочко П.П. -
Б.Р. *[Handwritten signature]*

Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Стаття:	1.3	<i>За договорами ЦПХ</i>		46,00	113 000,00	421 000,00	421 000,00	
Пункт:	а	Околот Станіслав, координатор проекту, маркетолог	місяців	5,00	20 000,00	100 000,00	100 000,00	Адміністрування усіх процесів по проекту, управління командою, узгодження дій між учасниками проекту та підрядниками. Переговори з ЗМІ, радіо, залучення цільової аудиторії користувачів. Переговори та зустріч з ключовими партнерами, контрагентами. Тестування та проходження маршрутів у кожному місті перед анонсом (Відрядження в міста де створюють квести два міста в місяць, проходження маршрутів разом з ФОП Одноралова та гідом, фотозйомка, відеозйомка)
Пункт:	б	Коломоєць Тарас, програміст	місяців	5,00	12 000,00	60 000,00	60 000,00	Технічний супровід та адміністрування проекту, роботи з програмування, роботи з доопрацювання сайту проекту.
Пункт:	в	Савенчук Валентина, Quest концептор	місяців	5,00	6 000,00	30 000,00	30 000,00	Допомога гідам, додавання до маршрутів квест складової та гейміфікації, розробка запитань, підказок, завдань у квестах. Усього для 16 маршрутів, по 4 маршрути
Пункт:	г	Сівура Ліна, редактор	місяців	5,00	12 000,00	60 000,00	60 000,00	Написання рекламного контенту для ЗМІ (статі, прес-релізи, анонси), тексти для соціальних мереж проекту (Facebook та Instagram проекту, соці мережі парнетів), тексти на сайт, редактура та рерайт фінального тексту усіх 16 квестів
Пункт:	д	Ретюнских Олена, бухгалтер	місяців	5,00	3 000,00	15 000,00	15 000,00	Відображення витрат, формування фінансової звітності, бухгалтерські поодуги.
Пункт:	е	Клочко Дарина, графічний дизайнер	місяців	5,00	12 000,00	60 000,00	60 000,00	Створення дизайну по всьому проекту для реклами цілей (листівки, банера у соцмережі, креативи для анонсів в ЗМІ, презентації тощо), розробка дизайну для нових сторінок сайту.
Пункт:	ж	Калетинська Альона, гід та автор маршрутів	місяців	2,00	6 000,00	12 000,00	12 000,00	Складання двох маршрутів квестів, Одеса
Пункт:	з	Міден Ервін, гід та автор маршрутів	місяців	2,00	6 000,00	12 000,00	12 000,00	Складання двох маршрутів квестів, Чернігів
Пункт:	и	Костишин Андрій, гід та автор маршрутів	місяців	2,00	6 000,00	12 000,00	12 000,00	Складання двох маршрутів квестів, Івано-Франківськ

Фот Клочко Р.Н. -
Б.П.

ункт:	л	Людмила Рогова, нарахування на фонд заробітної плати	місяців	2,00	1 320,00	2 640,00	2 640,00	Нарахування ЄСВ
ункт:	м	Логашова Леся, нарахування на фонд заробітної плати	місяців	2,00	1 320,00	2 640,00	2 640,00	Нарахування ЄСВ
ункт:	н	Максим Розенфельд, нарахування на фонд заробітної плати	місяців	2,00	1 320,00	2 640,00	2 640,00	Нарахування ЄСВ
ункт:	о	Максим Жевняк, нарахування на фонд заробітної плати	місяців	2,00	1 320,00	2 640,00	2 640,00	Нарахування ЄСВ
сього по підрозділу 2 "Соціальні внески":			2,00	24 860,00	92 620,00	92 620,00		
озділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)						
таття:	3.1	<i>Вартість проїзду (для штатних працівників)</i>		-	-	-	-	
ункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої	шт.			-	-	
ункт:	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої	шт.			-	-	
ункт:	в	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої	шт.			-	-	
таття:	3.2	<i>Вартість проживання (для штатних</i>		-	-	-	-	
ункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	дoba			-	-	
ункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	дoba			-	-	
ункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	дoba			-	-	
таття:	3.3	<i>Добові (для штатних працівників)</i>		-	-	-	-	

ФОП Ключко П.Р.
Б.р. *jt* -

Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	дoba			-	-	
Пункт:	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	дoba			-	-	
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	дoba			-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з від				-	-	-	-	
Підрозд.	4	Обладнання і						
Стаття:	4.1	<i>Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-	-	
Пункт:	б	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-	-	
Стаття:	4.2	<i>Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)				-	-	
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи				-	-	
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріа				-	-	-	-	

Фон Кличко Р.Р.
Б.Р. *(фі)*

Підроз.	5	Витрати пов'язані з орендою					
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		1,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00
Пункт:	a	Креативний простір Izone, вул. Набережно Лугова 8. Аренда простору для проведення звітної презентації (2 години)	70 кв м (2 години)	1,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00
							Фінальна звітна презентація пройде у Києві, додаток працює ще у восьми містах (Одеса, Чернігів, Івано-Франківськ, Тернопіль, Чернівці, Дніпро, Харків та Кам'янець-Подільський). Презентація запланована на кінець жовтня 2020. Якщо в цей період буде діяти заборона на відвідування масових заходів, презентація буде переведена у online формат, та ця стаття не буде застосована.
Пункт:	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			-	-
Пункт:	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			-	-
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та		-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних	шт.			-	-
Пункт:	б	Найменування обладнання (з деталізацією технічних	шт.			-	-
Пункт:	в	Найменування інструменту (з деталізацією технічних	шт.			-	-
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості	км (годин)			-	-
Пункт:	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості	км (годин)			-	-
Пункт:	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-	-

ФОП Ключко О.Л.
Б.Л. 

Стаття:	5.4	Оренда сценічно-		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних				-	-	
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних			-	-	-	
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних			-	-	-	
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних				-	-	
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних			-	-	-	
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних			-	-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з оре			1,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	
Підроз.	6	Витрати на харчування та						
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/карабрейк тощо		-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги з харчування (з	чол.			-	-	
Пункт:	б	Послуги з харчування (з	чол.			-	-	
Пункт:	в	Послуги з харчування (з	чол.		-	-	-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та			-	-	-	-	-	
Підроз.	7	Матеріальні витрати						
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	

ФОП Ключко Р.Р.
Б.Л. *JH*

Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				-	-	-	-	
Підроз.	8	Поліграфічні послуги						
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		800,00	3,00	2 400,00	2 400,00	
Пункт:	а	Виготовлення макетів	шт.			-	-	
Пункт:	б	Нанесення логотопів	шт.			-	-	
Пункт:	в	Друк брошур	шт.			-	-	
Пункт:	г	Друк рекламних буклетів (карт)	шт.	800,00	3,00	2 400,00	2 400,00	Рекламні буклети (карти) будуть поширюватися безкоштовно через гідів у містах задіяних у проекті (8 міст, на кожне місто по 100 од.), для популяризації мобільного додатку та залучення аудиторії. Технічні характеристики - крейдований папір, щільність 120 гр/м2, формат А4 складається до А5.
Пункт:	д	Друк листівок	шт.			-	-	
Пункт:	е	Друк плакатів	шт.			-	-	
Пункт:	ж	Друк банерів	шт.			-	-	
Пункт:	з	Друк інших роздаткових	шт.			-	-	
Пункт:	и	Інші поліграфічні послуги	шт.			-	-	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				800,00	3,00	2 400,00	2 400,00	
Підроз.	9	Послуги з просування						

ФОП Кличко Р.І. *(фі)* -
Б.Л.

Пункт:	а	Послуги з ведення рекламної кампанії, ФОП Островський Юрій Валерійович	Місяць	4,00	30 000,00	120 000,00	120 000,00	Послуги з комплексного просування та анонсу проекту з метою залучення цільової аудиторії і установок мобільного додатку (4 місяці). Канали просування: - реклама в FaceBook (рекламні банери, рекламні повідомлення); - реклама в Instagram (рекламні банери, рекламні повідомлення), Інформаційне покриття - понад 500 000 контактів з цільовою аудиторією, з них кількість унікальних завантажень сумарно на iOS та Android 15000 користувачів. Рекламна кампанія здійснюється через рекламний кабінет "Facebook Ads Manager" - це один рекламний кабінет для FaceBook та Instagram.
Пункт:	б	Рекламні витрати на розміщення промо-новин на сайті The Village	шт., промо-новина	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	Послуги з розміщення матеріалів на популярному онлайн ресурсі і соц мережах. Промо-новина включає: 1-2 блоку тексту, 1-2 блоку фото + банери (верхній і бічний).
Пункт:	в	Рекламні витрати на розміщення промо-новин на сайті LB.ua	шт., стаття	1,00	4 800,00	4 800,00	4 800,00	Послуги з розміщення статі на популярному онлайн ресурсі
Пункт:	г	Рекламні витрати на розміщення промо-новин на сайті platfor.ma	шт., промо-новина	1,00	8 500,00	8 500,00	8 500,00	Послуги з розміщення промо-новини на популярному онлайн ресурсі, формат промо-новини, в нього входить публікація на сайті і пости в фейсбуці і твіттері + інстаграм-Сторіс. https://drive.google.com/file/d/1ic4m6mS7sG5h0O_LZz7YCPoXOx6hxheT/view
Пункт:	д	Рекламні витрати на розміщення PR публікації на сайті ain.ua	шт., PR публікація	1,00	7 000,00	7 000,00	7 000,00	Послуги з розміщення PR публікації на популярному онлайн ресурсі. У варіанті публікації входять пости в Facebook, Twitter https://ain.ua/wp-content/uploads/2019/10/AIN_Price_2019.pdf

ФОП Ключко Д.Н. *Д.Н.* -
Б.Н.

Пункт:	e	Рекламні анонси в регіональних ЗМІ	шт.	10,00	1 500,00	15 000,00	15 000,00	Рекламні анонси статей в ЗМІ та Інтернет- ЗМІ у містах запуску маршрутів. Планується покупка і вихід 10-15 платних анонсів на профільніх ресурсах регіональних ЗМІ в період запуску маршрутів у профільних містах
Пункт:	ж	Інші			-	-	-	
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":			18,00	66 800,00	170 300,00	170 300,00		
Підроз.	10	Створення web-ресурсу						
Пункт:	a	Витрати зі створення сайту			-	-	-	
Пункт:	b	Витрати з обслуговування сайту			-	-	-	
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":			-	-	-	-		
Підроз.	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних ресурсах інформації						
Пункт:	a	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт		-	-	-	
Пункт:	b	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт		-	-	-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних,			-	-	-	-		
Підроз.	12	Послуги з перекладу						
Пункт:	a	Усний переклад	година		-	-	-	
Пункт:	b	Редактування усного перекладу	сторінка		-	-	-	
Пункт:	v	Письмовий переклад, ФОП Мінка Ольга Михайлівна	Квесті	16,00	3 750,00	60 000,00	60 000,00	Переклад контенту квестів на англійську мову. Всього 16 квестів, в кожному квесті в середньому 30000 символів тексту. Вартість перекладу 1000 символів 125 грн

ФОР Кличко П.П.
Б.П. *А* -

Пункт:	г	Редактування письмового перекладу	сторінка			-	-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перевірки та аудиту"			16,00	3 750,00	60 000,00	60 000,00		
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати						
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги			-	-		
Пункт:	б	Юридичні послуги			-	-		
Пункт:	в	Аудиторські послуги, ТОВ Консалтингова група «ПроАудит»	шт.	1,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	Проведення аудиторської перевірки, складання аудиторського звіту
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)			-	-		
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати"			1,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00		
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати						
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу,		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування послуги	шт.		-	-		
Пункт:	б	Найменування послуги	шт.		-	-		
Пункт:	в	Найменування послуги	шт.		-	-		
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.		-	-		
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт.		-	-		
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.		-	-		
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги коректора	екземпляр		-	-		

ФОП Кличко Р.Р.
Б.Р. *(fl)* -

Пункт:	б	Послуги верстки	екземпляр	-	-	-	
Пункт:	в	Друк книг	екземпляр	-	-	-	
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр	-	-	-	
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр	-	-	-	
Стаття:	14.4	<i>Інші прямі витрати</i>		17,00	26 000,00	116 000,00	116 000,00
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)			-	-	
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)			-	-	
Пункт:	в	Послуги з фото-			-	-	
Пункт:	в 1	1) Фото-фіксація маршрутів (16 квест маршрутів) ФОП Одноралова Олена Юріївна	Квести	16,00	6 000,00	96 000,00	96 000,00
							Фото зйомка кожної пам'ятки квесту і загальних видів міста, обробка фото перед додаванням контенту в мобільний додаток (заголом 16 квестів у восьми містах) Для проходження та фото зйомки кожного маршруту заплановано 6 годин. Для фото зйомки загальних видів міста 4 години. Усього на 1 місто 16 годин фото зйомки. Фотозвіт фінальної презентації проекту.
Пункт:	в 2	2) Відеозйомка для створення рекламного ролику (8 міст) ФОП Одноралова Олена Юріївна	Відео	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				17,00	26 000,00	116 000,00	116 000,00
Всього по розділу II "Витрати":					881 820,00	881 820,00	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

ФОП Ключко П. П.
(посада)

І.П.
(підпис, печатка)
І.П.

Ключко Павло Павлович
(ПІБ)