ДОГОВІР № 3ICP61-6676
про надання гранту

м. Київ «24» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Русинович Софія Сергіївна (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань, № 2 024 000 0000 009074 від 02.03.2015 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 «SAFE FASHION» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

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

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

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

26 ЧЕР 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 267 780 грн. 00 коп. (один мільйон двісті шістдесят сім тисяч сімсот вісімдесят 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 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 II 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 Грантостримувачу;

2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.

2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.

3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проєкту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.

4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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 Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

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

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що 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:

Русинович Серафима Сергіївна, керівник 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 призвести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

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

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

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

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

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:
01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19
Адреса для листування:
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12
ЄДРПОУ: 41436842
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві
Р/р: UA608201720343110001000000458
МФО: 820172
Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор

_____ Ю.Ю. Федів
М.П.

Грантоотримувач

Фізична особа-підприємець Русинович Софія Сергіївна

Юридична адреса:
20701, Черкаська обл., місто Сміла, провулок Ентузіастів, будинок 15
Адреса для листування:
20700, Черкаська обл., м.Сміла, вул. Мічуріна, буд. 24, кв. 144
ЄДРПОУ/ІПН: 3180310583
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: АТ КБ «"ПРИВАТБАНК»
Р/р: UA633007110000026008052696481
МФО: 300711
Тел.: +380638093069

ФОП

_____ С.С. Русинович
М.П.

Б.П.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3ICP61-6676

від «14» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 6. Мода і дизайн

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3ICP61-6676

Назва проекту: SAFE FASHION

Візитна картка проекту

Конкурсна програма
Інноваційний культурний продукт

Лот
ЛОТ 6. Мода і дизайн

Тип проекту
Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв
дизайн та мода

Ключові слова за напрями (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)
дизайн
мода

Назва проекту
SAFE FASHION

Назва проекту англійською мовою
SAFE FASHION

ФОП Русанович Софія Сергіївна Б. П.

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

SAFE FASHION – проект, присвячений безпеці руху, має на меті зробити моду соціальною, відповідальною та безпечною. В рамках проекту будуть створені дизайнерські рюкзаки зі світловідбивними елементами, якими безкоштовно будуть забезпечені діти молодшого шкільного віку (1-4 класів) та соціально незахищені діти міста Сміли (Черкаської області) для: - покращення стану безпеки на дорогах, - мінімізації кількості ДТП за участю пішоходів, - зниження рівня смертності на дорогах, - підвищення культури споживання рефлективного одягу, - підвищення рівня відповідальності пішоходів до своєї безпеки, - зміни ставлення пішоходів до рефлективного одягу, як до атрибуту тільки комунальних служб, - популяризації відповідальної та безпечної моди.

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

SAFE FASHION - a project dedicated to traffic safety, aims to make fashion social, responsible and safe. As part of the project, design backpacks with reflective elements will be created, which will be provided to children of primary school age (1-4 classes) and socially vulnerable children of Smila (Cherkasy region) for: - improving road safety, - minimizing the number of crashes involving pedestrians, - reduction of road mortality to minimum, - enhancing the culture of consumption of reflective clothing, - increasing the responsibility of pedestrians for their safety, - changes in the attitude of pedestrians to reflective clothing, as an attribute of utilities only, - Promoting responsible and safe fashion.

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

1267780.00

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

1267780.00

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

0

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

Населений пункт

ФОП Рущикович Софія Сергіївна В.П.

Місто Сміла, Черкаська область, Україна

Початок проекту
2020-06

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

Тривалість проекту в місяцях
5

Партнери проекту
Немає.

Ваш основний продукт
ІНШЕ

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Русинович Серафима Сергіївна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Керівник проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника
Фізична особа-підприємець Русинович Софія Сергіївна

Повна назва організації-заявника англійською мовою
Individual Entrepreneur Rusynovych Sofiia Serhiivna

Організаційно-правова форма

ФОП Русинович Софія Сергіївна Ф. Б.П.

Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ
3180310583

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)
https://drive.google.com/open?id=130CwuccBOTqlWz9azqCM47NYLLwncLxv

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТу
Код КВЕД 14.19 Виробництво іншого одягу й аксесуарів (основний).

Дата реєстрації організації
2015-03-02

Юридична адреса організації
20701, Черкаська обл., місто Сміла, провулок Ентузіастів, будинок 15

Поштова адреса організації
03189, м.Київ, вул. Московська (Жуляни), 58, кв. 4

Фактична адреса організації
03189, м.Київ, вул. Московська (Жуляни), 58, кв. 4

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації
http://roussin.com.ua/ http://shop.roussin.ua/ www.instagram.com/roussin.ukraine/ www.facebook.com/roussin.ukraine/

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Русинович Софія Сергіївна

Телефон

Електронна пошта

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

ФОП Русинович Софія Сергіївна Б.П.

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
Русинович Софія Сергіївна

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 команди проекту є майже все необхідне обладнання для реалізації проекту. Є необхідність оренди приміщення для зберігання витратних матеріалів та готової продукції. Є необхідність у транспортних послугах для транспортування команди та продукту проекту до місцевих шкіл для реалізації події дарування світловідбивних рюкзаків дітям. Матеріали та сировину для виконання проекту необхідно закупити у постачальників. Команда проекту працює на умовах ЦПХ та Договорів підряду.

Дохід за звітний період
386603.00

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?
Ні

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

ФОП Русинович Софія Сергіївна Б.П.

Ні

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

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

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

Проект
Проект спільно з Ukrainian Fashion Week. Для минулого сезону Тижнів Моди команда бренду виготовила 150 жилетів зі світловідбивними елементами для гостей заходу.

Проект
Колаборація бренду с компанією ROZETKA. Команда бренду виготовила 30 світловідбивних сумок та 100 світловідбивних шапок для клієнтів партнера. https://rozetka.com.ua/producer/roussin/

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни
Розвиток транспорту та транспортних сполучень викликає ряд проблем, що пов'язані з безпекою. Стан доріг та інфраструктури на більшій частині території України – незадовільний: відсутня необхідна розмітка, система знаків та освітлення.
Кількість ДТП за 2019 рік перевищує 160 тис. ДТП (440 за добу), що більше показника минулого року на 10 тис. Показник смертності також зростає: якщо у 2018 року від ДТП на дорогах загинуло 3350 осіб, то за 2019 рік – на 104 особи більше.
Проте стан доріг – не основна причина скоєння ДТП. Адже безпека на дорозі – справа не лише Держави та водіїв автотранспортних засобів, але і пішоходів.
З вини останніх на дорогах 2019 року постраждало 776 людей, у т.ч. - 399 з

ФОП Янишевич Софія Романівна

вини дітей. У порівнянні з 2018 роком дані показники зросли (вони дорівнювали 743 та 316 відповідно).
Розглядаючи показники Черкаської області, відмітимо, що вони також погіршуються:
1. Кількість ДТП за 2019 рік – 3662, за 2018 рік – 3652 випадків.
2. Кількість ДТП з постраждалими з вини пішоходів у 2019 році – 23, у 2018 році – 21.
3. Кількість ДТП з постраждалими з вини дітей у 2019 році – 6, у 2018 році – 17, у 2017 році - 16.
Одна з причин – погана видимість пішоходів на дорозі, особливо у темну пору доби (70% наїздів на пішоходів саме у темну пору). І навіть якщо водій помітить людину вчасно, необхідно зважати на гальмівний шлях, який у більшості залежить від погодним умов та стану доріг.
Пішоходи в темному одязі у вечірній/нічний час доби практично не видимі для водія: при русі авто зі швидкістю 60 км/год піщохід буде помітний для водія тільки на відстані 18 метрів, а гальмівний шлях при умовах сухого асфальту - 20 метрів, вже не кажучи про умови вологого асфальту або ожеледі.
Для попередження ДТП за участю пішоходів рекомендується носити одяг зі світловідбиваючими елементами, не тільки в темний час доби, а й при поганих погодних умовах, і поза населеними пунктами. При ближньому світлі фар пішохід в рефлективі стає помітний на відстані 130-170 метрів, а при дальньому - на відстані 400-500 метрів. Такий одяг знижує ризик ДТП в 6,5 разів.
У багатьох країнах Європи використання світловідбиваючого одягу - це обов'язковий атрибут пішоходів, інакше - попередження або штраф.
В Україні це питання поки не регулюється законодавчо. Проте ми можемо почати вирішувати його за допомогою проекту Safe Fashion. Вже 4 роки ми створюємо колекції з використанням світловідбивних елементів, та популяризуємо дану тематику у суспільстві.
Наразі існує проблема скептичного ставлення людей до світловідбивного одягу, адже його асоціюють у більшості випадків з атрибутом комунальних чи автодорожніх служб, вважають його не модним та не стильним. Бояться, що до них можуть підійти на вулиці та спитати: «А коли відремонтують дороги»?
Перед нами стоїть важлива задача, створити такий рефлективний продукт, який буде модним, який діти носитимуть не тільки тому, що батьки змусили, а тому ще це безпечно та стильно.
Ми маємо на меті створити цілий модний рух, що буде спрямований на популяризацію рефлективного одягу у суспільстві, що знизить ризик виникнення ДТП.

ФОП Руснакевич Софія Сергіївна Ф.П.

Завдяки співпраці з УКФ ми зможемо охопити широке коло людей та донести важливість питання безпеки на дорозі та використання світловідбивного одягу.

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)

Мода має віддзеркалювати соціальні проблеми суспільства та реагувати на них. У кожній своїй колекції ми звертаємо увагу на такі проблеми та знаходимо дієві шляхи їх вирішення.

Наша команда займається виготовленням світловідбивного одягу вже 4 роки, починаючи з 2016 року. Для нас даний напрямок – основний вектор розвитку.

Ми цікавимось новими рефлективними тканинами, нитками, проводимо з ними різноманітні експерименти.

Ми маємо на меті популяризувати світловідбивний одяг як необхідний та модний атрибут кожного, що може мінімізувати ризик виникнення ДТП. Адже завдяки технологічному прогресу і нашим зусиллям, рефлективний одяг - це не тільки нашиті сірі смужки на жилетах комунальних служб. У своїх колекціях ми демонструємо широку палітру варіацій: це і шапки, шкарпетки, рюкзаки, куртки, дощовики, плащі, панамки, поясні сумки, брюки різного фасону і кольору.

Ми прагнемо зробити моду соціальною, відповідальною та безпечною.

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

Проект Safe Fashion відповідає наступним пріоритетним напрямам та цілям діяльності УКФ:

1. Створення інноваційного продукту (світловідбивного рюкзака) для безпеки дітей;
2. Інтеграція закордонного досвіду, шляхом впровадження нових в Україні, але апробованих у світі підходів до покращення безпеки руху та культури споживання світловідбивного одягу;
3. Розвиток культури носіння світловідбивного одягу;
4. Збільшення кількості споживачів світловідбивного одягу;
5. Вплив на розвиток культурної та соціальної сфери;
6. Формування та розвиток нового напрямку у сфері моди: відповідальна, соціальна та безпечна мода;
7. Покращення доступу населення до різних типів світловідбивного одягу, який наразі недоступний багатьом;
8. Сприяння новим партнерствам;

ФОП Рукинович Софія Сергіївна В.П.

9. Сприяння формуванню зв'язків між культурною та соціальною сферою Держави.

Проект Safe Fashion співвідноситься з наступними пріоритетами ЛОТу «Мода і дизайн»:
1. Підтримка молодих українських дизайнерів.
2. Сприяння промоції українського fashion-сектору в Україні.
Світловідбивний рюкзак – це не лише соціальний, а й fashion-продукт. Проект розроблений для сприяння формуванню та розвитку нового напрямку у сфері моди: відповідальна, соціальна та безпечна мода.
3. Розвиток модної індустрії в Україні, шляхом запозичення іноземного досвіду. Проект сприяє інтеграції закордонного досвіду, шляхом впровадження нових в Україні, але апробованих у світі підходів до покращення безпеки руху шляхом споживання світловідбивного одягу.

Чому ваш проект є унікальним?
Проект Safe Fashion може стати першим в Україні, завдяки якому діти молодших класів отримають безкоштовно світловідбивні рюкзаки для безпечного пересування по дорозі.
Ще навесні Уряд України пообіцяв забезпечити дітей 1-4 класів (зокрема Києва) індивідуальними та безкоштовними світловідбивними жилетами з 1 вересня 2019 року (https://www.kmu.gov.ua/news/z-1-veresnya-uchni-1-4-klasiv-nositimut-specialni-svitlovidbivni-zhileti-abi-buti-pomitnimi-u-temnu-poru-dobi-volodimir-grojsman). Проте даний проект поки лежить не здійсненим на урядових полицях https://stolychno.news/mista/kiyiv/u-kyievi-popry-obitsianky-shkoliariv-ne-zabezpechyly-svitlovidbyvaiuchymy-zhyletamy/ . І по даному проекту поки не було ніяких активних кроків.
Наша команда – одна з небагатьох та одна з перших, що почала запроваджувати рефлективний одяг на fashion ринку України. І ми можемо стати першими, що почнуть забезпечувати школи світловідбивним одягом та аксесуарами для дітей.

Чому ваш проект є інноваційним?
1. Для ринку України світловідбивні елементи – це новий продукт. Ми запроваджуємо рефлективні елементи у своїх колекціях вже 4 роки, але для більшості населення України вони є або недоступними, або невідомими. Ми вимушені придбавати світловідбивні елементи закордоном, адже в Україні досить складно знайти необхідні матеріали. Тільки в 2019 році з'явились деякі компанії, що пропонують світловідбивні тканини та матеріали, але вони наявні лише у деяких містах, коштують дорого, фінансово та територіально не доступні для всього населення.

ФОП Рудинович Софія Сергіївна Б. П.

Для своїх колекцій ми закуповуємо світловідбивні матеріали у великій кількості, за рахунок чого маємо можливість мінімізувати їх вартість, що сприяє збільшенню попиту. Для реалізації проекту ми також планували закуповувати світловідбивні матеріали напряму у виробників в Китаї. Але наразі існує велика кількість ризиків, спричинених розповсюдженням Covid-19. Через мінімізацію авіа-сполучення між Китаєм та Україною, практично відсутні транспортні компанії, що можуть швидко доставити вантаж тканин. Терміни доставки збільшились з 10-15 днів до 60 днів. А деякі транспортні компанії відмовились від доставки тканин з Китаю. Враховуючи маленькі терміни реалізації проекту, ми вирішили мінімізувати вплив ризику та домовились з українською компанією, що реалізує світловідбивні тканини, про закупівлю матеріалів у них за мінімальну вартість.
2. Комунікативна складова проекту дозволить покращити обізнаність населення у сфері безпеки руху, відкриє нові можливі варіанти забезпечення безпеки руху. Завдяки виховним роботам (лекціям), що будуть проведені у школах м.Сміли класними керівниками та організатором проекту, діти молодших класів будуть більш обізнані у необхідності носити світловідбивний одяг для покращення стану безпеки руху.
3. Нові партнерства, що можливі у довгостроковій перспективі внаслідок реалізації проекту, збільшать пропозицію різних типів світловідбивного одягу на всій території України.
4. Інноваційність проекту полягає також у його кроссекторальності, у поєднанні потреб культурної та соціальної сфери.

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?
Сфера моди та дизайну все частіше починає опікуватися соціальними та екологічними проблемами сучасності, особливо протягом останнього десятиліття. Зараз трендом у всьому світі є екологічна мода. А безпечна мода, як складова соціального напрямку, знаходиться поки у зародковому стані. Проект Safe Fashion може стати локомотивом для розвитку даного напрямку, який має значний потенціал.

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект у перспективі кількох років?
Вплив на соціальну сферу:
1. Покращення стану безпеки на дорогах.
2. Зменшення кількості ДТП за участю пішоходів та зменшення рівня смертності.
3. Підвищення рівня відповідальності пішоходів до своєї безпеки.

ФОП Руснинович Софія Сергіївна Б.П.

Влив на культурну сферу:
1. Підвищення культури споживання світловідбивного одягу.
2. Збільшення пропозиції світловідбивних матеріалів у текстильних магазинах.
3. Збільшення пропозиції світловідбивного одягу.
4. Збільшення зацікавленності виробників одягу та аксесуарів у питаннях безпеки на дорогах.

Цілі проекту

Ціль

Ціль 1. Сприяння покращенню безпеки на дорогах міста Сміли та підвищення культури споживання світловідбивного одягу, шляхом забезпечення 3000 дітей світловідбивними рюкзаками, та проведення виховних робіт про важливість світловідбивного одягу.

Завдання 1

Завдання 1.1. Виготовити та роздати світловідбивні рюкзаки дітям 1-4 класів міста Сміли та соціально незахищеним дітям. Очікувана кількість учнів 1-4 класів у 15-ти школах у 2020-2021 навчальному році - 2912. Решта 88 рюкзаків буде розподілена серед соціально незахищених дітей. Точна інформація буде доступна з 5 вересня. Процес виробництв рюкзаків включатиме: закупівлю необхідної сировини та матеріалів, оренду приміщення для зберігання сировини та матеріалів та готової продукції, розробку макету рюкзака, відшив першого зразка рюкзака, його доопрацювання у разі необхідності, розкрій партії рюкзаків, їх пошиття та встановлення необхідної фурнітури, упаковка рюкзаків у окрему упаковку разом з наклейками. Процес дарування рюкзаків списаний далі у Завданні 1.2.

Завдання 2

Завдання 1.2. Встановити контакти з 15-ма школами міста. Провести виховну роботу щодо правил дорожнього руху, щодо необхідності носити світловідбивний одяг для покращення безпеки руху, щодо популяризації світловідбивного одягу та руху безпечної моди. Зустріч з цільовою аудиторію, виховна робота та подія дарування рюкзаків. Наприкінці вересня-на початку жовтня (період буде оговорюватись з директорами шкіл) у місті Сміла буде організовано Тиждень Безпеки Руху (точна назва буде оговорюватись з командою проекту), присвячений відповідним питанням. Протягом тижня команда проекту відвідає 15 шкіл міста, в яких Софія Русинович (засновник проекту, дизайнер) поряд з класними

ФОП Русинович Софія Сергіївна Ф. Б. П.

керівниками та директорами шкіл проведуть виховні роботи з теми безпеки руху на дорогах. Захід буде проводитись у актовому залі кожної зі шкіл. Список шкіл з адресами надається у окремому файлі. Будуть запрошені батьки, вчителі, учні молодших класів. За 1 день команда бренду відвідуватиме 3 школи. Захід буде займати не більше 1 години. Захід може бути доповнений виступами гуртків учнівської самодіяльності (дане питання буде обговорюватись з керівництвом кожної окремої школи). Захід буде завершуватись даруванням світловідбивних рюкзаків учням. На заході будуть працювати фотограф та відеооператор для фото- та відеофіксації подій (даний матеріал буде використаний для монтажу фінального фільму проекту та для розсилки у ЗМІ як результат проекту).

Індикатори досягнення цілі

Індикатори досягнення: - 3000 дітей прослухали лекції з виховної роботи (кількість дітей – планова, вона може бути змінена згідно з інформацією про кількість учнів у наступному навчальному році) - 800 батьків відвідали захід та прослухали лекції з виховної роботи (кількість батьків вказана з розрахунку на те, що зазвичай лише 1 з батьків відвідує виховні заходи у школах; з них - четверта частина зможе виділити час на захід, що спричинене їх зайнятістю у середині робочого дня). - 155 вчителів, 15 директорів, 30 замісників директорів з навчальної та виховної роботи відвідали захід та прослухали лекції з виховної роботи (показник плановий, буде залежати від кількості учнів у новому навчальному році, від кількості класів у кожній школі, від зайнятості вчителів та директорів у момент проведення лекції). - встановлено контакти з 15-ма школами, проведено 15 лекцій з виховної роботи у 15-ти загальноосвітніх школах міста. - 3000 дітей отримали світловідбивні рюкзаки.

Ціль

Ціль 2. Привернення уваги громадськості до актуальних питань та проблем безпеки руху на дорозі шляхом втілення в життя комунікативного плану проекту.

Завдання 1

Завдання 2.1. Створення меседжів проекту. Попередні меседжі: безпека на дорозі – це справа не лише водіїв автотранспортних засобів, але і пішоходів; світловідбивний одяг – це атрибут не лише комунальних служб; світловідбивний одяг – це світовий тренд; світловідбивний одяг – це сучасна необхідність кожного; світловідбивний одяг – це стильно та

ФОБ Гусєнкович Софія Сергіївна Б.П.

модно; Roussin та УКФ – за безпечну та відповідальну моду; Street Roussin – культура на дорозі. Серед цих повідомлень команда бренду обере ключові. Вони будуть скорочені та подані у якості #хештегів (наприклад, #свідомийпішохід, #неврукахводія, #безпекаЯ, #safemyself, #bereflective, #safefashion, #lightforlife та ін.). Дані повідомлення будуть транслюватись через прес-релізи, фото- та відео-контент, публікації на лендінг-пейдж проекту, на сторінці FaceBook бренду Roussin, в Instagram бренду Roussin, а також у соцмережах лідерів думки, що будуть обрані для проекту.

Завдання 2

Завдання 2.2. Створення контенту для проекту. Для проведення комунікацій по проекту ми підготуємо відповідний контент: - Фото-матеріали. Для цього ми плануємо провести декілька зйомок: -- Предметна зйомка світловідбивного рюкзака у студії. У планах – оренда студії на 1 годину. Попередньо: студія Pandora у м.Київ (пр-т. Глушкова, 1, ВДНГ), якщо вона не буде зайнята на період організації зйомок. Як результат отримаємо 7 фотографій (фото передньої чистини виробу при звичайному освітленні та зі спалахом, фот задньої частини виробу, фото кишені всередині, фото деталей – люверс та шнурок, фото виробу у зібраному стані при звичайному світлі та зі спалахом). --look-book зйомка світловідбивного рюкзака за участю дітей (у планах - хлопчика та дівчинки) у студії. Попередньо будемо проводити кастинг моделей он-лайн (підготуємо список модельних агенцій, підготуємо референси зйомки, вимоги до моделей відповідно до референсів запланованої зйомки, зробимо запит щодо бази моделей, оберемо моделей, що відповідають вимогам). У планах – оренда студії на 2 години. Попередньо: студія Pandora у м.Київ (пр-т. Глушкова, 1, ВДНГ), якщо вона не буде зайнята на період організації зйомок. Для роботи запросимо стиліста. Як результат отримаємо 10 фотографій. --fashion-зйомка світловідбивного рюкзака за участю дітей (у планах - хлопчика та дівчинки) у вечірній час для відображення ефекту світловідбивання. Попередньо будемо проводити кастинг моделей он-лайн (підготуємо список модельних агенцій, підготуємо референси зйомки, вимоги до моделей відповідно до референсів запланованої зйомки, зробимо запит щодо бази моделей, оберемо моделей, що відповідають вимогам). Для роботи запросимо стиліста. Як результат отримаємо 10 фотографій. -- фотозйомка самої події, що буде відбуватись протягом тижня у 15-ти школах. - На основі отриманих фотоматеріалів будуть створюватись арт-колажі для розміщення у ЗМІ. - Репортажні зйомки. Протягом проекту команда підготує п'ять (5) репортажних зйомок про процес перебігу проекту. - Відео-зйомка. Протягом проекту ми плануємо збирати відео-

Роб Руснанович Софія Сергіївна Б.П.

матеріал про перебіг проекту. Під кінець проекту ми змонтуємо матеріал у фільм, як результат проекту. Завдання 2.3. Фото-матеріали будуть використовуватись для створення Поліграфічної продукції, яка буде містити логотип УКФ та інформацію про УКФ: - наклейки з відривними стікерами УКФ, Roussin, Safe Fashion. Які будуть вкладатись до пакунку зі світловідбивним рюкзаком. Наклейки будуть також містити коротку інформацію про проект та безпеку руху. Вони будуть надруковані у кількості 4000 штук (3000 штук – на заплановану кількість учнів 1-4 класів та соціально незахищених дітей. Додаткові 1000 штук – для батьків, вчителів, що будуть відвідувати захід з виховної роботи, та для підкріплення змістового звіту реалізації проекту). - плакати для розміщення у 15-ти школах міста Сміли. Плакати будуть містити інформацію про безпеку руху, про важливість світдловідбивного одягу для покращення стану безпеки руху на дорогах та ін. Плануємо надрукувати 50 плакатів (по 3-4 плакати для кожної зі шкіл), які кожна зі шкіл розмістить на своїй території (в холі, у їдальні, у актовому залі і т.д.). Завдання 2.4. Залучення ЗМІ для розкриття питань проекту. Прес-релізу проекту та самої події буде надсилатись для публікації у ЗМІ. Команда буде проводити регулярний моніторинг ЗМІ зі збиранням статистики по кількості та якості публікацій у них (список ЗМІ надаємо у наступному пункті заявки). Плануємо залучити 100+ ЗМІ та отримати 50 публікацій за період проекту. Завдання 2.5. Залучення лідерів думки для розкриття питань проекту. Лідери думки: телеведучі, моделі, зірки - будемо відштовхуватися від релевантних на період реалізації проекту лідерів думок, цільова аудиторіях яких включатиме не менше 30% підлітків). Кількість залучених лідерів думки: 5-10. Кількість публікацій: 1 лідер думок – 1 пост. Загальне охоплення публікацій від лідерів думок: 1 000 000. Завдання 2.6. Розширення цільової аудиторії проекту за рахунок поширення інформації про проект у соцмережах: сторінка FaceBook бренду Roussin facebook.com/roussin.ukraine (кількість підписників 4 тис.), посадкова сторінка (попередня адреса safefashion.roussin.ua), Instagram бренду Roussin - instagram.com/roussin.ukraine/ (кількість підписників 7 тис.), соцмережі лідерів думок. Завдання 2.7. Проведено опитування учасників заходу щодо задоволеності отриманими рюкзаками та проведеною лекцією з виховної роботи. Плануємо надрукувати 3000 опитувальних анкет, роздати їх дітям 2-4 класів (які вже можуть самостійно заповнити анкети), вчителям, директорам та батькам, що будуть присутні на заході. Анкети будуть друкуватись на власному обладнанні команди проекту.

Індикатори досягнення цілі

ФОП Руснакович Софія Сергіївна Ф.П.

Індикатори досягнення: - Залучено 5-10 лідерів думки для проекту. - Кожен з лідерів думки зробив 1 пост про проект (всього 5-10 постів). - Загальне охоплення публікацій лідерів думки досягло 1 000 000. - Надруковано 4000 наклейок. - Роздано 3000 наклейок учням молодших класів, 1000 наклейок вчителям, директорам, батькам, що будуть присутні на виховному заході. Одна наклейка - для змістовного звіту по проекту. - Надруковано 50 плакатів. Роздано 49 плакатів у 15-ти школах (3-4 плакати на одну школу). Один плакат залишено для змістовного звіту по проекту. - Отримано 7 предметних фото. 10 фото look-book, 10 фото з fashion-зйомки. - Створено 10 арт-колажів. - Проведено 5 репортажних зйомок про перебіг проекту. - Змонтовано 1 фільм, як результат проекту. - Проведено 15-ть фотозйомок подій. - Створено 22 публікації на сторінці FaceBook. - Створено 22 публікації на сторінці Instagram. - Проведено 15-ть он-лайн трансляцій заходів з виховної роботи та дарування рюкзаків у 15-ти школах міста Сміли. - залучено 100+ ЗМІ - Надіслано прес-реліз проекту до 100+ ЗМІ. - Надіслано фінальний фільм та результати проекту до 100+ ЗМІ. - Отримано 50 публікацій ЗМІ. - Проаналізовано 3000 анкет (кількість, що запланована до друку. Вона може бути змінена). Отримано результати задоволеності проектом.

Основна мета проекту

Наша мета – безкоштовно забезпечити дітей молодшого шкільного віку (1-4 класів) та соціально незахищених дітей міста Сміли (Черкаської області) рюкзаками зі світловідбивними елементами та провести комунікативну роботу для:

- сприяння покращенню стану безпеки на дорогах,
- мінімізації кількості ДТП за участю пішоходів,
- зниження рівня смертності на дорогах,
- підвищення культури споживання рефлективного одягу,
- підвищення рівня відповідальності пішоходів до своєї безпеки,
- зміни ставлення пішоходів до рефлективного одягу, як до атрибуту комунальних служб,
- популяризації відповідальної та безпечної моди.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма цільова аудиторія проекту – це учні 1-4 класів у місті Сміла Черкаської області та частина соціально незахищених дітей.
Очікувана кількість учнів 1-4 класів на 2020-2021 навчальний рік у місті Сміла – 2768, орієнтовна кількість учнів 1-4 класів шкіл-інтернатів обласного

ФОП Руденкович Софія Сергіївна Б.П.

підпорядкування на наступний навчальний рік – 144. Таким чином, загальна очікувана кількість учнів 1-4 класів на 2020-2021 навчальний рік – 2912 учнів. Точні дані будуть відомі після 5 вересня (за даними Управління Освіти, Молоді та Спорту Смілянської Міської Ради).
А також:
- батьки дітей 1-4 класів. При наявності обох батьків - 6 тис. осіб. З них – 800 осіб відвідають захід з виховної роботи.
- родичі (бабусі, дідусі, брати та сестри) дітей 1-4 класів. При наявності всіх чотирьох бабусь та дідусів, а також при розрахунку, що у сім'ї – 2 дитини, - 15 тис. осіб.
- вчителі, директори, замісники директорів з виховної та навчальної роботи – 500 осіб.
Аудиторія вцілому: 24,5 тис. осіб

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проекту
Опосередкована аудиторія проекту:
- школярі інших класів – 4,5 тис. осіб.
- батьки та родичі школярів інших класів (при розрахунку на наявність обох батьків, одного брата чи сестри, 4-х бабусь та дідусів) – 31,5 тис. осіб
- представники ЗМІ. Під час проекту буде проводитись комунікативна робота з представниками
- представники Відділу Освіти міста Сміли 12 осіб.
- підписники бренду команди у соцмережах (Instagram, Facebook) – 11 тис. осіб.
- додаткова аудиторія, охоплена проектом, за рахунок комунікативної стратегії (може бути охоплено все місто Сміла та Черкаська область) – майже 1,2 млн. жителів.
- аудиторія, охоплена проектом, за рахунок лідерів думки – 1 млн. осіб.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?
У місті Сміла Черкаської області дуже поганий стан доріг та дорожньої інфраструктури, відсутнє освітлення вулиць.
У місті існує форум жителів (учасниками якого є більше 36 тис. осіб, активних користувачів інтернетом), з якого всі можуть дізнатись про незадовільний стан доріг, інфраструктури та необхідність забезпечити хоча б дітей світловідбивним одягом для безпеки їх пересування у темну пору доби.
При підготовці першого варіанту проектної заявки планувалось виготовити світловідбивні рюкзак та шапки. Проте, врахуовуючи ризик Covid-19, ми прийняли рішення зупинитись лише на рюкзаках. Оскільки рюкзак має

ФОП Русинович Софія Сергіївна Б.П.

більше переваг перед шапкою. Його розмір може забезпечити гарну видимість дітей у темну пору доби, його розмір універсальний (на відміну від шапки), він має високий рівень функціональності: можна використовувати для спортивної форми, для походів, для прогулянок, для особистих речей під час відвідувань позашкільних заходів; його можна використовувати протягом всього року (на відміну від шапки, яка актуальна лише у холодний період року).

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?
За результатами проекту буде привернуто увагу потенційної цільової аудиторії проекту до питань безпеки на дорогах та можливості покращення рівня безпеки.
Аудиторія дізнається про можливі варіанти використання світловідбивних матеріалів у повсякденному одязі, про необхідність використання світловідбивного одягу, про позитивний вплив світловідбивного одягу на рівень безпеки не тільки школярів, але і всього населення, при пересуванні на дорозі у темну пору доби.

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).
Позитивний вплив на даний проект здійснюватимуть:
- 15 загальноосвітніх шкіл міста Сміли, їх директорат та вчителі.
- Відділ Освіти міста Сміли та Черкаської області.
- Смілянська Районна Державна Адміністрація.
- Департамент Поліції місті Сміли та Черкаської області.
- Виробники одягу міста Сміли, що будуть задіяні у виробництві світловідбивного одягу для школярів.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.
З самого початку проект Safe Fashion носить не тільки культурне значення, але й соціальне.
За результатами проекту ми очікуємо:
- зниження рівня ДТП у Смілянському районі за участю дітей та дорослих;
- підвищення обізнаності дітей та дорослих у питаннях безпеки руку;
- покращення рівня розвитку споживання рефлективного одягу для покращення ситуації з безпеки на дорогах.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох

ФОП Русинович Софія Сергіївна Д.П.

показників для кожного завдання).
Кількісні на якісні показники короткострокових результатів проекту (відповідно до Цілі 1 та Завдання 1.1.):
1.1.1. 3000 дітей носять світловідбивні рюкзаки.
1.1.2. 3000 дітей знають та притримуються правил дорожнього руху.

Кількісні на якісні показники короткострокових результатів проекту (відповідно до Цілі 1 та Завдання 1.2.):
1.2.1. 3000 дітей носять світловідбивні рюкзаки, знають та притримуються правил дорожнього руху.
1.2.2. 6000 батьків (із розрахунку на їх ідеальну кількість) усвідомили необхідність світловідбивного одягу у темну пору доби та слідкують за тим, щоб діти носили світловідбивні рюкзаки.

Кількісні на якісні показники короткострокових результатів проекту (відповідно до Цілі 2 та Завдання 2.1., 2.4, 2.5, 2.6):
2.1.1. Більше 1 млн. людей знають про перебіг проекту та його результати.
2.1.2. Привернуто увагу більше 1 млн. осіб до проблем безпеки руху та необхідності носити світловідбивний одяг.

Кількісні на якісні показники короткострокових результатів проекту (відповідно до Цілі 2 та Завдання 2.3.):
2.3.1. 3000 учнів дізнались про діяльність УКФ.
2.3.2. 6000 батьків (із розрахунку на їх ідеальну кількість) дізнались про діяльність УКФ.
2.3.3. 4,5 тис.учнів інших класів ознайомились з правлами дорожнього руху, важливістю світдловідбивного одягу (з плакатів, що розміщені у школах).

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).
Кількісні на якісні показники довгострокових результатів проекту (відповідно до Цілі 1):
1.1. Покращено стан безпеки руху на дорогах у місті Сміла.
1.2. Підвищено культуру споживання світловідбивного одягу.
1.3. Підвищено кількість людей, що носять рефлективний одяг.

Кількісні на якісні показники довгострокових результатів проекту (відповідно до Цілі 2):
2.1. Привернуто увагу громадськості до проблем безпеки руху та необхідності носити світловідбивний одяг.

Рой Рукинович Софія Сергіївна Б.П.

2.2. Збільшено зацікавленість серед фондів, громадських організацій та державних установ до фінансування проектів, пов'язаних з безпекою на дорогах та рухом safe fashion.

ФОП Руснинович Софія Сергіївна Б.П.

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

- Ризик нестачі часу на виробництво продукції.

Даний ризик може виникнути при замовленні матеріалів та сировини закордоном. Враховуючи той факт, що ми маємо домовленість із закупівлі основної тканини у вітчизняних ритейлерів, ми мінімізуємо час на отримання тканини (яка з-за кордону могла транспортуватись 10-15 днів до пандемії, а на даний момент близько 60 днів), що збільшить час на саме виробництво.

Якщо буде впливати ризик захворюваності персоналу у часи пандемії, ми зможемо скористатись послугами інших швейних виробництв.

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

1. ризик Covid-19. Це основний ризик проекту, що має вплив на весь проект:

1.1. Перший план проекту мав на меті проведення опитування серед учнів шкіл, що саме вони б хотіли отримати у якості світловідбивного одягу/аксесуару – рюкзак чи шапку. Через карантин навчання дітей відбувається

Роб'Яшинович Софія Сергіївна

дистанційно. А тому проведення очного опитування дітей виявляється неможливим. При цьому не всі діти мають доступ до Інтернету (за попередніми даними, близько 20% дітей), що унеможливлює якісне проведення он-лайн опитування. Саме через такі складнощі ми вирішили скасувати етап проведення опитування. Таким чином, ми зменшуємо запланований бюджет (на оплату праці аналітика зі збору та аналізу інформації, та оплату відповідного ЄСВ) та мінімізуємо ризик впливу карантину на даний етап проекту. Ми зупиняємось на виробництві лише світловідбивних рюкзаків. Вони мають універсальний розмір, на відміну від шапок, розмір яких міг не підійти деяким дітям з неформальним розміром голови.

1.2. Ризик невчасного отримання матеріалів. Для реалізації проекту ми планували закуповувати світловідбивні матеріали напряму у виробників в Китаї. Але наразі через мінімізацію авіа-сполучення між Китаєм та Україною, практично відсутні транспортні компанії, що можуть швидко доставити вантаж тканин. Терміни доставки збільшились з 10-15 днів до 60 днів. А деякі транспортні компанії відмовились від доставки тканин з Китаю. Враховуючи маленькі терміни реалізації проекту, ми вирішили мінімізувати вплив ризику та домовились з українською компанією, що реалізує світловідбивні тканини, про закупівлю матеріалів у них за мінімальну вартість.

1.3. Ризик коливання курсу валют. У зв'язку з карантином, маємо знецінення гривні. Вартість матеріалів для виробництва продукту зросла. Для мінімізації цього ризику ми домовились з українським ритейлером, що реалізує світловідбивну тканину (як основну тканину для виробництва рюкзаків), про закупівлю тканини за ціною, що була зазначена у першому варіанті кошторису проекту. Ціна на інші матеріали (зокрема плащівку) для виробництва рюкзаків зросла. Проте ціна плащівки значно нижча, ніж ціна тканини для виробництва шапок. За рахунок того, що ми відмовились від виробництва шапок, ми компенсували зростання ціни на плащівку для рюкзаків. І загальний бюджет сировини на виробництво рюкзаків зменшився.

1.4. Ризик неможливості проведення масових заходів. Навчання у школах заплановано розпочати за графіком, 1 вересня. Заходи з проведення виховної роботи та дарування рюкзаків заплановані на кінець вересня-початок жовтня. Оскільки захід не можна характеризувати як масовий (оскільки він буде проводитись у форматі зібрання дітей та батьків, які часто мають місце у шкільній програмі), ми мінімізуємо даний ризик.

2. Ризик неможливості проведення лекцій для учнів та їх батьків в умовах карантину та поширення коронавірусної інфекції COVID-19. Наразі існує ризик другої хвилі Covid-19 та продовження карантину восени під час наступного навчального року. У даному випадку ми розглядаємо варіант

РОЗ Фукинович Софія Сергіївна Ф. Б.П.

проведення лекцій з виховної роботи для учнів, вчителів та їх батьків у онлайн форматі. Такий формат можна організувати у вигляді онлайн конференцій Zoom у такі способи:

Спосіб 1. Он-лайн конференція з кількістю учасників до 100 осіб, тривалість конференції – 40 хвилин. Такий формат конференції – безкоштовний і не вплине на бюджет проекту. Такі конференції можуть охоплювати 2-3 класи з кожної школи, в залежності від кількості учнів. Таким чином, кількість проведених конференцій складе – від 30 (залежатиме від кількості батьків та вчителів, що виявлять бажання прийняти участь). Якщо за один день проводити 3-4 конференції, то за 2 тижні можна охопити всі класи. Мінуси такого формату: він дуже енерго- та часо-затратний для лекторів; директори шкіл не зможуть приймати участь у кожній конференції.

Спосіб 2. Он-лайн конференція з кожною школою окремо (з усіма 1-4 класами, вчителями, батьками). Такий формат конференцій платний. Коштує від 65 долл.США на місяць (по курсу на даний момент – 1756 грн.). Даний формат більш пріоритетний, оскільки дає змогу за один раз охопити більшу кількість учасників (батьків, вчителів), Директори шкіл також зможуть бути присутніми на кожній з конференцій та провести свою лекцію; конференція не обмежена у часі.

Для проведення он-лайн лекцій команда проекту зробить запис лекції, який ми будемо транслювати у Zoomi. Дану лекцію можна буде переглянути потім на Youtube-каналі бренду. Її зможуть використовувати вчителі надалі під час проведення виховної роботи з безпеки руху у інших класах.

При цьому для проведення опитування задоволеністю проектом ми зробимо он-лайн анкету https://docs.google.com/forms/.

Світловідбивні рюкзаки з наліпками та плакати ми завеземо до кожної зі шкіл, з роздрукованими бланками, де батьки учнів розпишуться за отриманий рюкзак для своїх дітей.

Он-лайн формат заходу матиме вплив на бюджет проекту:

- ліквідуються витрати на фотографа, що мав знімати оф-лайн захід (-15000 грн.), та на послуги фотокорекції отриманих під час заходу фотографій (-4500 грн.)
- будуть змінені витрати на відео-зйомку заходу. Якщо при варіанті оф-лайн заходу частина бюджету йшла на відео-зйомку події, то при он-лайн форматі дані витрати можуть бути перенесені на дозйомку матеріалу для створення фінального фільму проекту, а також на зйомку лекції, що буде транслюватись у Zoomi.
- будуть зменшені транспортні послуги. При оф-лайн заході планується транспортування команди проекту та світловідбивних рюкзаків у межах міста між школами для проведення лекцій; при онлайн форматі – буде відбуватись транспортування тільки світловідбивних рюкзаків, без

РОП Яценковеч Софія Сергіївна Б.П.

витрачання часу на лекції.
- будуть додані витрати на оплату Zoom-конференцій.
Zoom – як платформа для проведення он-лайн лекцій може бути змінена на інші. Дане питання буде оговорюватись з кожною школою окремо, оскільки у кожній школі може бути своя зручна система проведення он-лайн навчання.
Формат проведення он-лайн лекцій та зміни до бюджету у зв'язку з цим будуть узгоджуватись з УКФ у процесі реалізації проекту.
3. Недостача матеріалів для виробництва продукту через їх брак. У разі виявлення браку матеріалів – зробити дозамовлення у постачальників за їх рахунок, якщо такий брак вони оплачують (оскільки не весь брак може бути компенсований за рахунок постачальника). Це може бути, наприклад, псування частини тканини при транспортуванні через погану упаковку.
4. Ризик отримання невчасного фінансування від УКФ. Даний ризик може вплинути на перші етапи проведення проекту, зокрема на закупівлю матеріалів (оскільки постачальники не йдуть на поступки у даних питаннях та потребують 100% оплати за матеріали). Оскільки ми домовились про закупівлю матеріалів у вітчизняних ритейлрів, ми маємо запас часу (що був виділений на доставку товару з Китаю), що може перекрити час очікування першого траншу фінансування.
5. Важкість комунікації з вчителями та директорами шкіл щодо проведення заходу з виховної роботи та дарування світловідбивних речей. Для мінімізації даного ризику ми провели бесіду з директором однієї зі шкіл м.Сміли. Вона запевнила нас, що дирекція всіх шкіл відкрита для співпраці, що директори з легкістю йдуть на проведення культурних заходів для виховання їх учнів.
6. Важкість комунікації з ЗМІ. Шлях вирішення: зміна повідомлення для ЗМІ, яке зацікавить їх та їх читачів (варіанти повідомлень для ЗМІ розклянути у розділі комунікативної стратегії).
7. Незадоволеність дітей отриманими рюкзаками. Ми проведемо фото- та відеозйомки світловідбивного рюкзака та підготуємо такий вихідний матеріал, що буде викликати бажання дітей носити рюкзак.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?
Зокрема, на підготовчому етапі показниками ефективності реалізації будуть наступні:
- кількісний та якісний склад переліку шкіл та учнів, які отримають сіловідбивні рюкзаки,
- кількісний та якісний склад лідерів думки, ЗМІ та видань, до яких ми будемо звертатись.

РОП Пуєнкевич Софія Сергіївна

На етапі виробництва світловідбивних рюкзаків такими показниками будуть кількісний та якісний склад постачальників сировини та матеріалів для виготовлення продукції.
На етапі проведення комунікативної стратегії такими показниками будуть кількісний та якісний склад залучених лідерів думки, ЗМІ та видань, які будуть розміщувати публікації щодо майбутньої події; кількість ресурсів, що розмістять інформацію про подію; кількість публікацій у соцмережах команди бренду.
На етапі реалізації події важливими показниками ефективності будуть: кількість дітей, вчителів та батьків що відвідали подію для отримання світловідбивних рюкзаків; кількість ЗМІ, лідерів думки, що приїхали висвітлювати подію; фото- та відео-матеріали з фіксацією події.

Основні інструменти моніторингу реалізації проекту:
1. ? Списки ключових обов'язків та завдань команди проекту на період проведення проекту
2. ? Договори ЦПХ
3. ? Договори підряду
4. ? Довідки, виписки з банку про оплату ЄСВ
5. ? Договори оренди
6. ? Звіт про оформлення попередніх домовленостей з директорами шкіл
7. ? Ескіз дизайну світловідбивного рюкзака
8. ? Товарні накладні на матеріали, сировину та ін.
9. ? Акти виконаних робіт та наданих послуг
10. ? Референси до зйомок
11. ? Вимоги до моделей
12. ? Фото та відео контент
13. ? Прес-анонс проекту
14. ? База ЗМІ для проекту (100+)
15. ? Звіт по надісланим прес-анонсам
16. ? Звіт по отриманим публікаціям
17. ? База лідерів думки
18. ? Список залучених 5-10 лідерів думки
19. ? Звіт про пости лідерів думки
20. ? Контент у соцмережах.
21. ? Макет наклейок та плакату
22. ? Графік заходів по школам
23. ? Програма заходів по кожній зі шкіл
24. ? Текст лекції з виховної роботи
25. ? Звіт про запрошення батьків та вчителів на захід
26. ? Звіти про отримання 3000 рюкзаків

Ф.О.П. Ященкович Софії Сергіївна Б.П.

27. ? Звіти про проведення 15 лекцій
28. ? Анкети щодо задоволеністю проектом.
29. ? Аналітичний звіт задоволеністю проектом
30. ? Прес-реліз результатів події
31. ? Фінальний фільм проекту
32. ? Фінансовий звіт проекту
33. ? Змістовий звіт проекту
34. ? Аудиторський висновок

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

Метою комунікаційного плану є підвищення культури споживання рефлективного одягу, підвищення рівня відповідальності пішоходів до своєї безпеки, зміна ставлення пішоходів до рефлективного одягу, як до атрибуту комунальних служб, популяризація відповідальної та безпечної моди серед населення.

Відповідно до мети, повідомленнями для поширення інформації серед цільової та опосередкованої аудиторії в рамках проекту будуть:

- безпека на дорозі – це справа не лише водіїв автотранспортних засобів, але і пішоходів;
- світловідбивний одяг може зменшити ризик виникнення ДТП за участю пішоходів у 6,5 разів;
- світловідбивний одяг – це атрибут не лише комунальних служб;
- світловідбивний одяг – це світовий тренд;
- світловідбивний одяг – це сучасна необхідність кожного;
- світловідбивний одяг – це стильно та модно;
- Roussin та УКФ – за безпечну та відповідальну моду;
- Street Roussin – культура на дорозі.

Серед цих повідомлень команда бренду обере ключові. Вони будуть скорочені та подані у якості #хештегів (наприклад, #свідомийпішохід, #неврукахводія, #безпекаЯ, #safemyself, #bereflective, #safefashion, #lightforlife та ін.).

Дані повідомлення будуть транслюватись через прес-релізи, фото- та відео-контент, публікації на лендінг-пейдж проекту (попередня адреса safefashion.roussin.ua), на сторінці FaceBook бренду Roussin facebook.com/roussin.ukraine (кількість підписників 4 тис.), в Instagram бренду Roussin - instagram.com/roussin.ukraine/ (кількість підписників 7 тис.), а також у соцмережах лідерів думки, що будуть обрані для проекту.

Лідери думки: телеведучі, моделі, зірки - будемо відштовхуватися від релевантних на період реалізації проекту лідерів думок, цільова аудиторіях

ФОП Рященкова Софія Сергіївна Б.П

яких включатиме не менше 30% підлітків). Кількість залучених лідерів думки: 5-10. Кількість публікацій: 1 лідер думок – 1 пост. Загальне охоплення публікацій від лідерів думок: 1 000 000.
На даний момент попередню згоду про підтримку Safe Fashion надали наступні лідери думки: Соломія Вітвіцька (телеведуча, Instagram – 203 тис. підписників), Дмитро Ступка (актор, Instagram – 15,3 тис. підписників), В'ячеслав Соломка (телеведучий, Instagram – 25,9 тис. підписників), Олександр Попов (актор, телеведучий, Instagram – 55 тис. підписників), Антон Савлепов (співак, група «Агонь», Instagram – 99,4 тис. підписників), Катя Чечела Чеченко (модель, учасниця проекту ТМПУ, Instagram – 51,9 тис. підписників), Валерія Ходос (акторка, Instagram – 13 тис. підписників), Тамерлан та Альона Омаргалієва (співаки, Instagram – 176 тис. підписників), Володимир Демчинський (дизайнер Dastish Fantastish, телеведучий, Instagram – 18,7 тис. підписників), Алла Мартинюк (акторка, співачка, Instagram – 12,9 тис. підписників). Даний список лідерів думки буде доопрацьовуватись в процесі реалізації проекту.
Спікерами самої події у школах міста будуть виступати дизайнер бренду Roussin та проекту Safe Fashion – Софія Русинович, класні керівники учнів, директори шкіл.
Всі прес-релізи про проект будуть містити інформацію про підтримку проекту УКФ. Весь фото- та відео-контент, що буде створений у рамках проекту, буде містити логотип УКФ. Всі пости бренду про проект у соцмережах будуть з відміткою сторінки УКФ. Всі новини, що будуть опубліковані на лендінг-пейдж проекту та у соцмержах, будуть містити інформацію про підтримку проекту УКФ. Лендінг-пейдж буде містити логотип УКФ та інформацію про підтримку проекту УКФ. Поліграфічна продукція (наклейки, плакати та анкети) будуть містити логотип УКФ. Сам продукт (світловідбивний рюкзак) буде містити бірку усередині з логотипом УКФ.

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?
Для проведення комунікацій по проекту ми підготуємо відповідний контент:

1. Фото-матеріали. Для цього ми плануємо провести декілька зйомок:
1.1. Предметна зйомка світловідбивного рюкзака у студії. У планах – оренда студії на 1 годину. Попередньо: студія Pandora у м.Київ (пр-т. Глушкова, 1, ВДНГ), якщо вона не буде зайнята на період організації зйомок. Як результат отримаємо 7 фотографій (фото передньої чистини виробу при

ФОП Русинович Софія Сергіївна

звичайному освітленні та зі спалахом, фот задньої частини виробу, фото кишені всередині, фото деталей – люверс та шнурок, фото виробу у зібраному стані при звичайному світлі та зі спалахом).
1.2. look-book зйомка світловідбивного рюкзака за участю дітей (у планах - хлопчика та дівчинки) у студії. Попередньо будемо проводити кастинг моделей он-лайн (підготуємо список модельних агенцій, підготуємо референси зйомки, вимоги до моделей відповідно до референсів запланованої зйомки, зробимо запит щодо бази моделей, оберемо моделей, що відповідають вимогам). У планах – оренда студії на 2 години. Попередньо: студія Pandora у м.Київ (пр-т. Глушкова, 1, ВДНГ), якщо вона не буде зайнята на період організації зйомок. Для роботи запросимо стиліста. Як результат отримаємо 10 фотографій.
1.3. fashion-зйомка світловідбивного рюкзака за участю дітей (у планах - хлопчика та дівчинки) у вечірній час для відображення ефекту світловідбивання. Попередньо будемо проводити кастинг моделей он-лайн (підготуємо список модельних агенцій, підготуємо референси зйомки, вимоги до моделей відповідно до референсів запланованої зйомки, зробимо запит щодо бази моделей, оберемо моделей, що відповідають вимогам). Для роботи запросимо стиліста. Як результат отримаємо 10 фотографій.

2. Фото-матеріали будуть використовуватись для створення Поліграфічної продукції, яка буде містити логотип УКФ та інформацію про УКФ:
- наклейки з відривними стікерами УКФ, Roussin, Safe Fashion. Які будуть вкладатись до пакунку зі світловідбивним рюкзаком. Наклейки будуть також містити коротку інформацію про проект та безпеку руху. Вони будуть надруковані у кількості 4000 штук (3000 штук – на заплановану кількість учнів 1-4 класів та соціально незахищених дітей. Додаткові 1000 штук – для батьків, вчителів, що будуть відвідувати захід з виховної роботи, та для підкріплення змістовного звіту реалізації проекту).
- плакати для розміщення у 15-ти школах міста Сміли. Плакати будуть містити інформацію про безпеку руху, про важливість світдловідбивного одягу для покращення стану безпеки руху на дорогах та ін. Плануємо надрукувати 50 плакатів (по 3-4 плакати для кожної зі шкіл, та 1 для підкріплення змістовного звіту реалізації проекту), які кожна зі шкіл розмістить на своїй території (в холі, у їдальні, у актовому залі і т.д.).

3. На основі отриманих фотоматеріалів будуть створюватись арт-колажі для розміщення у ЗМІ (разом з публікаціями про проект та результати проекту), у соціальних мережах бренду. Плануємо створити 10 арт-колажів. Кожен арт-колаж буде містити логотип УКФ.

ФОП Русинович Софія Сергіївна Б.П

4. Репортажні зйомки. Протягом проекту команда підготує п'ять (5) репортажних зйомок про процес перебігу проекту (наприклад, процес виробництва, процес підготовки контенту, процес пакування подарунків і т.д. Тематика репортажних зйомок буде уточнюватись). Кожна репортажна зйомка буде містити логотип УКФ.

5. Відео-зйомка. Протягом проекту ми плануємо збирати відео-матеріал про перебіг проекту. Під кінець проекту ми змонтуємо матеріал у фільм, як результат проекту. Даний фільм ми плануємо розіслати у ЗМІ разом з прес-релізом про результати проекту. Відео буде містити логотип УКФ.

6. Зустріч з цільовою аудиторію, виховна робота та подія дарування рюкзаків. Наприкінці вересня-на початку жовтня (період буде оговорюватись з директорами шкіл) у місті Сміла буде організовано Тиждень Безпеки Руху (точна назва буде оговорюватись з командою проекту), присвячений відповідним питанням. Протягом тижня команда проекту відвідає 15 шкіл міста, в яких Софія Русинович (засновник проекту, дизайнер) поряд з класними керівниками та директорами шкіл проведуть виховні роботи з теми безпеки руху на дорогах. Захід буде проводитись у актовому залі кожної зі шкіл. Будуть запрошені батьки, вчителі, учні молодших класів. За 1 день команда бренду відвідуватиме 3 школи. Захід буде займати не більше 1 години. Захід може бути доповнений виступами гуртків учнівської самодіяльності (дане питання буде обговорюватись з керівництвом кожної окремої школи). Захід буде завершуватись даруванням світловідбивних рюкзаків учням. На заході будуть працювати фотограф та відеооператор для фото- та відеофіксації подій (даний матеріал буде використаний для монтажу фінального фільму проекту та для розсилки у ЗМІ як результат проекту).

Канали комунікації:
1. На сторінці FaceBook бренду Roussin facebook.com/roussin.ukraine (кількість підписників 4 тис.) 1 раз на тиждень ми будемо публікувати новини проекту. Кожна публікація буде доповнена спеціально розробленим #хештегом, за яким можна буде відслідковувати всю інформацію про перебіг проекту. Для кращого охоплення аудиторії ми плануємо просувати 10 найбільш важливих публікацій (через створення реклами на Facebook).
2. На сторінці FaceBook бренду Roussin facebook.com/roussin.ukraine (кількість підписників 4 тис.) буде створено сторінку заходу «Тиждень безпеки руху» (точна назва буде оговорюватись з командою проекту), до

ФОП Русинович Софії Сергіївна Б.П.

якого зможуть долучитись не лише представники цільової аудиторії, але і всі бажаючи. Співорганізаторами заходу будуть Школи міста Сміли, що мають свої сторінки на Facebook. На сторінці заходу буде також публікуватись вся актуальна інформація про перебіг проекту (від його підготовки до завершення).

3. Для проекту буде створена посадкова сторінка (лендінг-пейдж) – попередня адреса safefashion.roussin.ua, що буде містити коротку інформацію про проект, команду проекту, УКФ та буде доповнюватись новинами про перебіг проекту.

Роботи по лендінг-пейдж включатимуть наступне: створення лендінг-пейдж, делегування доменного імені, хостинг, наповнення лендінг-пейдж, купівля та встановлення захищеного SSL сертифікату. Також у дану статтю витрат ми включили витрати на рекламу Facebook.

4. Фото- та відео-матеріали проекту будуть опубліковані у сторіз та у вигляді публікацій в Instagram бренду Roussin - instagram.com/roussin.ukraine/ (кількість підписників 7 тис.). Також планується проведення он-лайн трансляцій заходу у сторіз Instagram.

5. Прес-релізу проекту та самої події буде надсилатись для публікації у ЗМІ. Команда буде проводити регулярний моніторинг ЗМІ зі збиранням статистики по кількості та якості публікацій у них (список ЗМІ надаємо у наступному пункті заявки). Плануємо залучити 100+ ЗМІ та отримати 50 публікацій за період проекту.

6. Для кращої комунікації з цільовою аудиторією ми будемо працювати з лідерами думки. Ми залучимо 5-10 лідерів думки, кожен з яких зробить 1 пост про проект у своїх соцмережах.

На даний момент попередню згоду про підтримку Safe Fashion надали наступні лідери думки: Соломія Вітвіцька (телеведуча, Instagram – 203 тис. підписників), Дмитро Ступка (актор, Instagram – 15,3 тис. підписників), В'ячеслав Соломка (телеведучий, Instagram – 25,9 тис. підписників), Олександр Попов (актор, телеведучий, Instagram – 55 тис. підписників), Антон Савлепов (співак, група «Агонь», Instagram – 99,4 тис. підписників), Катя Чечела Чеченко (модель, учасниця проекту ТМПУ, Instagram – 51,9 тис. підписників), Валерія Ходос (акторка, Instagram – 13 тис. підписників), Тамерлан та Альона Омаргалієва (співаки, Instagram – 176 тис. підписників), Володимир Демчинський (дизайнер Dastish Fantastish, телеведучий, Instagram – 18,7 тис. підписників), Алла Мартинюк (акторка, співачка, Instagram – 12,9 тис. підписників). Даний список лідерів думки буде доопрацьовуватись в процесі реалізації проекту.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Список ЗМІ, з якими ми будемо вести спілкування щодо висвітлення процесу

ФОП Фусинович Софія Сергіївна Ф. Б.П.

реалізації та результатів проекту:
Місцеві Смілянські та Черкаські ЗМІ:
- Газета «Сміла»
- Сміла ТВ
- Суспільно-політичний тижневик «Антена»
- газета «Вечірні Черкаси»
- газета «Акцент»;
- газета «Молодь Черкащини»;
- газета «Нова Доба»;
- газета «Місто»;
- газета «Черкаський край»;
- газета «Прес-Центр»;
- газета «Нова Молодь Черкащини»;
- газета «УЮТ»;
- газета «Сільські Відомості»;
- газета «Губернські Відомості»;
- незалежна суспільно-громадська газета та он-лайн видання «Козацький Край» http://cossackland.org.ua/
- он-лайн видання https://cherkasy-trend.in.ua/
- он-лайн видання https://cherkaski.info/
- он-лайн видання https://yes-cherkasy.com.ua/
- он-лайн видання https://cherkasy.one/uk
- он-лайн видання https://cherkasy-city.com/ua
- он-лайн видання https://icherkashchanyn.com/
- он-лайн видання http://antenna.com.ua/
- он-лайн видання http://punct.com.ua/
- он-лайн видання http://procherk.info/
- он-лайн видання https://cherkasy-future.com.ua/uk
- он-лайн видання http://zmi.ck.ua/

Всеукраїнські он-лайн видання:
-delo.ua
- obozrevatel.com
- zefir.ua
- nabazu
- bykvu.com
- clutch.ua
- depo.ua
- feme.ua
- focus.ua
- gvult.com

ФОП Русинович Софія Сергіївна В.П.

- hochu.ua
- gossip.im
- ivetta.ua
- ivona.bigmir.net
- izum.ua
- kp.ua
- lady.tochka.net
- lady.tsn.ua
- luckyukraine.in.ua
- novy.tv
- parmode.com.ua
- segodnya.ua
- telegid.com
- telegraf.com.ua

Ми будемо вести переговори з топовими fashion-виданнями щодо розміщення інформації про проект та його результати, але не гарантуємо 100% публікації:
- Vogue,
- Harper's Bazaar,
- Elle,
- Cosmo,
- bit
- БЖ
- Jetsetter
- buro 24/7 та ін.

Кількість публікацій у ЗМІ: 50 публикцій за весь проект.

Публікації плануємо у 2 хвилі:
- 1 хвиля – публікації про запуск проекту, новини проекту, публікація фото-матеріалів по створенню продукту та підготовці до події.
- 2 хвиля – публікації про результат проекту з розміщенням відео.

Кількість залучених ЗМІ: 100+.

З якими лідерами думок планується співпраця?
Лідери думки: телеведучі, моделі, зірки - будемо відштовхуватися від релевантних на період реалізації проекту лідерів думок, цільова аудиторіях яких включатиме не менше 30% підлітків, чия соціальна позиція має вплив на цільову аудиторію проекту).

ФОП Яценкович Софія Сергіївна

Кількість залучених лідерів думки: 5-10.
Кількість публікацій: 1 лідер думок – 1 пост.
Загальне охоплення публікацій від лідерів думок: 1 000 000.
Лідери думки у своїх постах будуть використовувати спеціальні #хештеги проекту, за якими можна буде відслідкувати весь процес перебігу проекту.
На даний момент попередню згоду про підтримку Safe Fashion надали наступні лідери думки: Соломія Вітвіцька (телеведуча, Instagram – 203 тис. підписників), Дмитро Ступка (актор, Instagram – 15,3 тис. підписників), В'ячеслав Соломка (телеведучий, Instagram – 25,9 тис. підписників), Олександр Попов (актор, телеведучий, Instagram – 55 тис. підписників), Антон Савлепов (співак, група «Агонь», Instagram – 99,4 тис. підписників), Катя Чечела Чеченко (модель, учасниця проекту ТМПУ, Instagram – 51,9 тис. підписників), Валерія Ходос (акторка, Instagram – 13 тис. підписників), Тамерлан та Альона Омаргалієва (співаки, Instagram – 176 тис. підписників), Володимир Демчинський (дизайнер Dastish Fantastish, телеведучий, Instagram – 18,7 тис. підписників), Алла Мартинюк (акторка, співачка, Instagram – 12,9 тис. підписників). Даний список лідерів думки буде доопрацьовуватись в процесі реалізації проекту.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?
Протягом реалізації комунікативного плану проекту планується досягти наступних кількісних та якісних показників:
1. Створено ключові #хештеги проекту.
2. Створено лундінг-пейдж проекту (попередня адреса – safefashion.roussin.ua). Проведені роботи по підтримці сторінки.
3. Відібрані 5-10 лідерів думки для проекту.
4. Кожен з лідерів думки зробив 1 пост про проект.
5. Загальне охоплення публікацій лідерів думки досягло 1 000 000.
6. Орендована фото-студія для створення фото-контенту.
7. Створено референси для зйомок look-book та Fashion-зйомок.
8. Створена база модельних агенцій.
9. Створені вимоги до моделей.
10. Надіслані запити щодо необхідних моделей до модельних агенцій.
11. Проведено он-лайн кастинг моделей.
12. Відібрано 2 моделі для проведення фото-зйомок.
13. Оформлені договірні відносини з модельною агенцією, фотографом, відеооператором, стилістом.
14. Проведена предметна зйомка світловідбивного рюкзака. Отримано 7 фотографій.

РОЗ Руденкович Софія Сергіївна Б.П.

15. Проведена зйомка look-book. Отримано 10 фотографій.
16. Проведена fashion-зйомка. Отримано 10 фотографій.
17. Створено макет наклейок з відривними стікерами. Надруковано 4000 наклейок. Роздано 3000 наклейок учням молодших класів та соціально незахищеним дітям, 1000 наклейок вчителям, директорам, батькам, що будуть присутні на виховному заході, та для змістовного звіту по проекту.
18. Створено макет плакату про безпеку руху. Надруковано 50 плакатів. Роздано 49 плакатів у 15-ти школах (3-4 плакати на одну школу). Один плакат залишено для змістовного звіту по проекту.
19. Створено 10 арт-колажів.
20. Проведено 5 репортажних зйомок про перебіг проекту.
21. Проведені відео-зйомки протягом проекту. Змонтований фільм, як результат проекту.
22. Проведено 15 зустрічей з цільовою аудиторію, організована виховна робота у 15-ти школах та подія дарування рюкзаків.
23. Організовано «Тиждень Безпеки Руху» у місті Сміла.
24. Підготовлено лекцію для проведення виховної роботи у 15-ти школах.
25. Подаровано 3000 рюкзаків учням молодших класів.
26. Залишок рюкзаків розподілено між школами для соціально незахищених дітей.
27. Проведено 15-ть фотозйомок подій.
28. Створено 22 публікації на сторінці FaceBook.
29. Створено 22 публікації на сторінці Instagram.
30. Створено захід «Тиждень Безпеки Руху» на сторінці бренду у Facebook.
31. Поставлено на просування 10 найбільш важливих публікацій на сторінці Facebook.
32. Лендінг-пейдж проекту safefashion.roussin.ua наповнено інформацією.
33. Проведено 15-ть он-лайн трансляцій заходів з виховної роботи та дарування рюкзаків у 15-ти школах міста Сміли.
34. Створено список ЗМІ для комунікативної роботи над проектом.
35. Створено прес-реліз проекту та прес-реліз результатів проекту.
36. Надіслано прес-реліз проекту до 100+ ЗМІ.
37. Надіслано фінальний фільм та результати проекту до 100+ ЗМІ.
38. Отримано 50 публікацій ЗМІ.

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

Проміжні результати проекту будуть весь час оновлюватись на лендінг-пейдж проекту та у соцмережах.
Кінцеві результати події будуть зафіксовані на фото- та відео-матеріалах, які будуть у вільному доступі на лендінг-пейдж та у соцмережах бренду.

ФОП Русинович Софія Сергіївна Б.П.

На сторінці заходу у Facebook відвідувачі події, школярі, що отримають світловідбивні рюкзаки, зможуть поділитися власними враженнями від проекту.

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)?

Наша команда планує після реалізації проекту пошук нових партнерів для подальшої реалізації ідеї безпеки руху в інших містах та регіонах України. В якості партнерів можуть буть як Комерційні організації, так і Фонди, зокрема і УКФ.

При успішній реалізації проекту ми плануємо подавати Заявку у наступному році повторно.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Тема безпеки руху – є соціально-важливою. Тому не можна приховувати здобутий досвід від інших організацій.

Ми готові брати участь у лекціях, круглих столах та форумах, присвячених проблемі безпеки руху, та ділитись набутими знаннями та інформацією. Даний проект може стати прикладом для інших міст та регіонів країни – як можливий варіант покращення ситуації з безпекою дітей на дорогах у темний час доби.

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

Тема безпеки руху є дуже актуальною. Ми вже приймали участь у проектах спільно з іншими партнерами щодо виробництва рефлективного одягу (пошиття світловідбивних жилетів для гостей Ukrainian Fashion Week та світловідбивних шапок та сумок для клієнтів компанії Rozetka). Тому ми не збираємось припиняти почату роботу над покращенням безпеки руху та продовжимо пошук партнерів та організацій для створення спільних проектів або колаборацій.

До введення карантину ми готувались до Дня Народження DTF Magazine. До їх триріччя був запланований масштабний проект DTF Magazine Week (23-29 березня) у кінотеатрі «Україна», де готувався унікальний простір з попап-стор з колабораціями від DTF Magazine та українських брендів. Ми готували спільний дроп з використанням світловідбивних елементів для даного заходу, але вимушені були призупинити виробництво. Після скасування карантину та відновлення можливості проведення масових заходів ми повернемося до даного проекту.

ФОП Рущенковка Софія Сергіївна Б.П

Інших затверджених проектів з партнерства поки немає.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту
2

Кількість жінок у команді проекту
7

Кількість людей віком від 17 до 34
5

Кількість людей віком від 35 до 50
3

Кількість людей віком від 51 до 60
1

Кількість людей віком від 61 до 70
0

Кількість людей віком від старше 71
0

Кількість працюючих пенсіонерів
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?

ФОБ Руснинович Софія Сергіївна Б.П

ні

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?
так

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
важко відповісти

ФОП Ґуменович Софія Сергіївна Б.П.

Декларація доброчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача	Підпис	Дата заповнення
Гуменович Софія Сергіївна		

Фонд:

_____

Грантоотримувач:

ФОП Гуменович Софія Сергіївна

Б.П.

Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ, вт, 16 черв 2020 р., 14:00

Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ 31СРБ1-6676
від "04" червня 2020
року

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Назва конкурсної пр Інноваційний культурний продукт
Назва ЛОТ-у: Мода і дизайн
Назва Заявника: ФОП Русинович Софія Сергіївна
Назва проекту: SAFE FASHION

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	**Український культурний фонд**	**100,00%**	**1 267 780,00**
2	**Співфінансування* :**		-
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інстутиційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	**Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)**		
	Всього		**1 267 780,00**

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

ФОП Русинович Софія Сергіївна Ф.П

Кошторис витрат по І ранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ФОП Русинович Софія Сергіївна

Назва проекту: SAFE FASHION

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Співфінансування			Витрати за рахунок Співфінансування			Витрати за рахунок Співфінансування			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=7*8)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=10*11)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=13*14)		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Розділ:	**II**	**Витрати:**															
Підрозділ:	**1**	**Оплата праці**															
Стаття:	**1.1**	***Штатні працівники***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**		місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**		місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**		місяців			-			-			-			-	-	
Стаття:	**1.2**	***За трудовими договорами***		-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Стаття:	**1.3**	***За договорами ЦПХ***		**22,00**	**141 550,00**	**447 800,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**447 800,00**	
Пункт:	**а**	Русинович Серафима Сергіївна, керівник проекту	місяців	5,00	24 100,00	120 000,00			-			-			-	120 000,00	
Пункт:	**б**	Русинович Ольга Василівна (конструктор, закрійник)	місяців	3,00	23 200,00	69 600,00			-			-			-	69 600,00	
Пункт:	**в**	Саража Катерина Олександрівна (модельєр, швачка)	місяців	3,00	24 500,00	73 500,00										73 500,00	Оскільки терміни реалізації проекту зменшуються, відповідно зменшуються терміни пошиву рюкзаків з 4-х до 3-х місяців. Пошив буде розпочато в другої половини червня і до половини вересня (тобто повних 3 місяці). Оскільки швачка Саража К.О. не зможе виконати план за 3 місяц. навіть при зростанні заробітної плати, ми зменшуємо кількість місяців її роботи з 4-х до 3-х, нанимаємо ще одну швачку (Полторецьку ЯМ). Таким чином, бюджет на заробітну плату швачок не змінюється.
Пункт:	**г**	Полторецька Яна Миколаївна (швачка)	місяців	2,00	12 250,00	24 500,00										24 500,00	Оскільки Полторецька Я.М. має менший досвід роботи у пошитті та меншу швидкість, вона виконає необхідний план (що виконує Саража К.О. за 1 місяць) за 2 місяці роботи. При цьому вартість робіт 24 500 грн. розподіляється на 2 місяці. Бюджетна пошиття рюкзаків не змінюється.
Пункт:	**д**	Котенко Вікторія Миколаївна (швачка)	місяців	2,00	18 600,00	37 200,00										37 200,00	
Пункт:	**е**	Антоненко Дарина Сергіївна (PR-менеджер)	місяців	2,00	24 000,00	48 000,00										48 000,00	
Пункт:	**є**	Марусик Дар'я (SMM-менеджер)	місяців	5,00	15 000,00	75 000,00										75 000,00	
Пункт:	**ж**	аналітик, збір інформації	місяців			-			-			-			-	-	Оскільки прийняли рішення виготовляти лише рюкзаки, необхідність у проведенні робіт зі збору та аналізу інформації відпала.
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				**22,00**	**141 550,00**	**447 800,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**447 800,00**	
Підрозділ:	**2**	**Соціальні внески**															
Стаття:	**2.1**	***Соціальні внески з оплати праці***	**місяців**	**22,00**	**31 741,00**	**98 516,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**98 516,00**	
Пункт:	**а**	Русинович Серафима Сергіївна, керівник проекту	місяців	5,00	5 280,00	26 400,00			-			-			-	26 400,00	Зробили перерахунок ЄСВ відповідно до зміни терміну проекту
Пункт:	**б**	Русинович Ольга Василівна (конструктор,	місяців	3,00	5 104,00	15 312,00			-			-			-	15 312,00	
Пункт:	**в**	Саража Катерина Олександрівна (модельєр,	місяців	3,00	5 390,00	16 170,00			-			-			-	16 170,00	Зробили перерахунок ЄСВ відповідно до зміни терміну проекту
Пункт:	**г**	Полторецька Яна Миколаївна (швачка)	місяців	2,00	2 695,00	5 390,00										5 390,00	Зробили перерахунок ЄСВ відповідно до зміни терміну проекту
Пункт:	**д**	Котенко Вікторія Миколаївна (швачка)	місяців	2,00	4 092,00	8 184,00			-			-			-	8 184,00	
Пункт:	**є**	Антоненко Дарина Сергіївна (PR-менеджер)	місяців	2,00	5 280,00	10 560,00			-			-			-	10 560,00	
Пункт:	**ж**	Марусик Дар'я (SMM-менеджер)	місяців	5,00	3 300,00	16 500,00			-			-			-	16 500,00	
Пункт:	**з**	аналітик, збір інформації	місяців			-			-			-			-	-	Оскільки прийняли рішення виготовляти лише рюкзаки, необхідність у проведенні робіт зі збору та аналізу інформації відпала.
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				**22,00**	**31 741,00**	**98 516,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**98 516,00**	
Розділ:	**3**	**Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)**															
Стаття:	**3.1**	***Вартість проїзду (для штатних працівників)***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-			-			-			-	-	
Стаття:	**3.2**	***Вартість проживання (для штатних працівників)***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Рахунки з готелів з вказаним прізвищем відрядженої особи	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Рахунки з готелів з вказаним прізвищем відрядженої особи	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Рахунки з готелів з вказаним прізвищем відрядженої особи	доба			-			-			-			-	-	
Стаття:	**3.3**	***Добові (для штатних працівників)***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-			-			-			-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ:	**4**	**Обладнання і нематеріальні активи**															

ФОП Русинович С.С. Б.П.

Стаття:	**4.1**	***Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача***		**76.00**	**3 919,00**	**20 488,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20 488,00	
Пункт:	**а**	Матриці для встановлення фурнітури	шт.	8.00	520,00	4 160,00			-			-			-	4 164,00	
Пункт:	**б**	Електричні ножі для закрою виробів	шт.	2.00	2 700,00	5 400,00			-			-			-	5 402,00	
Пункт:	**в**	Пластикові котейнери для зберігання готової продукції	шт.	30.00	250,00	7 500,00										7 502,00	
Пункт:	**г**	Ножиці	шт.	4.00	300,00	1 200,00										1 204,00	
Пункт:	**д**	Голки	шт.	20.00	55,00	1 100,00										1 106,00	
Пункт:	**е**	Леза для електричних ножів	шт.	12.00	94,00	1 128,00			-			-			-	1 132,00	
Стаття:	**4.2**	***Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)				-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Право використання (ліцензія)				-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Інші нематеріальні активи				-			-			-			-	-	
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріаль				**76,00**	**3 919,00**	**20 488,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**20 488,00**	
Підрозділ:	**5**	**Витрати пов'язані з орендою**															
Стаття:	**5.1**	***Оренда приміщення***		**4,00**	**3 600,00**	**14 400,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14 404,00	
Пункт:	**а**	Приміщення для зберігання продукції (м.Сміла)	місяців	4,00	3 600,00	14 400,00			-			-			-	14 404,00	Попередньо: м.Сміла, вул. Ротондівська, 28а (30 кв.м.). Змінили кількість місяців оренди приміщення відповідно до зміни терміну реалізації проекту (приміщення буде орендовано с червня поперемінно включно).
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 обладнання (з деталізацією технічних характевистик)	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Найменування обладнання (з деталізацією	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Найменування інструменту (з деталізацією	шт.			-			-			-			-	-	
Стаття:	**5.3**	***Оренда транспорту***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-			-			-			-	-	
Стаття:	**5.4**	***Оренда сценічно-***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Найменування (з деталізацією технічних				-			-			-			-	-	
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 характеристик)				-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-			-			-			-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":				**4,00**	**3 600,00**	**14 400,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**14 400,00**	
Підрозділ:	**6**	**Витрати на харчування та напої**															
Стаття:	**6.1**	***Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/ланч/кав а-брейк тощо***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-			-			-			-	-	
Всього по пірозділу 6 "Витрати на харчування та напої":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ:	**7**	**Матеріальні витрати**															
Стаття:	**7.1**	***Основні матеріали та сировина***		**25 366**	**1 195,50**	**354 579,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	354 579,00	
Пункт:	**а**	Тканина для виробництва шапок	метрів			-			-			-			-	-	Прийняли рішення виготовляти лише рюкзаки
	б	Тканина для виробництва рюкзаків	метрів	1 250	74	92 500,00			-			-			-	92 502,00	Витрати основної тканини на 1 рюкзак - 40 см. Відповідно, на 3000 рюкзаків необхідно буде 1200 метрів тканини. 50 метрів тканини (4% від необхідної кількості) додаємо як похибку на брак, що не компенсується постачальником (велика кромка у рулона, місця поганого трафарбовування тканини, початок рулона, що не піддається прасуванню та ін.)
	в	Світловідбивна тканина	метрів	400	330	132 000,00			-			-			-	132 002,00	Витрати світловідбивної тканини на 1 рюкзак - 12,5 см. Відповідно, на 3000 рюкзаків необхідно буде 375 метрів тканини. 25 метрів тканини (або 6,7%) додаємо як похибку на брак, що не компенсується постачальником (велика кромка у рулона, місця пошвання світловідбивного напилення тканин.)
	г	Шнурки для рюкзаків	метрів	9 300	10	93 000,00			-			-			-	93 002,00	Витрати шнурків на 1 рюкзак - 3 м. Відповідно, на 3000 рюкзаків необхідно буде 9000 метрів. 300 метрів (або 3%) додаємо як похибку на брак, що не компенсується постачальником (місця зачіпок, місця стежків та ін.)

РОП Руденкович Софія Сергіївна б.п.

	д	Бірки для продукції	шт.	3 150	6	18 900,00			-			-			-	18 900,00	Витрати бірок на 1 рюкзак - 1 шт. Відповідно, на 3000 рюкзаків необхідно буде 3000 бірок. 150 шт. (або 5%) додаємо як похибку на брак, що не компенсується постачальником (непрокрас або неприв'яз світлих букв та цифр на темному фоні та ін.
	е	Етикетки зі складом для продукції	шт.			-			-			-			-	-	Вирішили об'єднати бірку зі складником. Витрати на етикетку зі складу додали до бірки.
	є	Люверси для рюкзаків	шт.	8 000	1	8 000,00			-			-			-	8 000,00	Витрати люверсів на 1 рюкзак - 2 шт. Відповідно, на 3000 рюкзаків необхідно буде 6000 люверсів. Ми додаємо 20% як похибку на виробничий брак, оскільки під час установки люверсів велика їх частина псується через м'якість металу. Маємо 7200 люверсів. Оскільки люверси продаються в упаковках по 1000 штук, ми закладаємо у бюджет 8 упаковок по 1000 штук, тобто 8000 люверсів.
	ж	Нитки	шт.	150	25	3 750,00			-			-			-	3 750,00	На 20 рюкзаків витрачається 1 бобіна ниток. Відповідно, на 3000 рюкзаків необхідно 150 бобін.
	з	Папір для лекал	шт.	1,00	100,00	100,00			-			-			-	100,00	
	і	Макетна тканина	метрів	5,00	90,00	450,00			-			-			-	450,00	
	й	Чистячі засоби	шт.	5,00	100,00	500,00			-			-			-	500,00	
	к	Папір для друку	шт.	4,00	120,00	480,00			-			-			-	480,00	
	л	Упаковка	шт.	3 100	1,50	4 650,00			-			-			-	4 650,00	Змінили кількість упаковок для 3000 рюкзаків. Додали 100 штук як похибку на виробничий брак (псування упаковки під час пакування рюкзаків).
	м	Картридж для принтера	шт.	1,00	249,00	249,00			-			-			-	249,00	
Стаття:	**7.2**	***Носії, накопичувачі***		**4,00**	**2 899,00**	**4 597,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**4 597,00**	
Пункт:	а	Носій для зберігання інформації Transcend StoreJet 25M3G/2TB	шт.	1,00	2 200,00	2 200,00			-			-			-	2 200,00	
Пункт:	б	Картки пам'яті для відео-камери	шт.	3,00	799,00	2 397,00			-			-			-	2 397,00	
Стаття:	**7.3**	***Інші матеріальні витрати***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	кандтовари	шт.			-			-			-			-	-	Випадково перенесли витрати на кандтовари з чорнового варіанту кошторису. Кандтовари для проекту будемо використовувати власні.
Пункт:	б	Найменування	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-			-			-			-		
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				**25 370**	**4 195,50**	**359 176,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**359 176,00**	
Підрозділ:	**8**	**Поліграфічні послуги**															
Стаття:	**8.1**	***Послуги із виготовлення:***		**4 055**	**5 965,00**	**36 000,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**36 000,00**	
Пункт:	а	Виготовлення макетів листівок, буклетів	шт.	2,00	2 000,00	4 000,00			-			-			-	4 000,00	Кількість макетів змінена з 3 до 2. Вартість зменшена з 2400 до 2000 грн.
Пункт:	б	Друк плакатів для розміщення у школах	шт.	50	60,00	3 000,00			-			-			-	3 000,00	Переглянули поліграфічні послуги. Друк листівок замінено на друк плакатів. Вартість послуг зменшена з 3000 грн. до 3000 грн.
Пункт:	в	Друк наклейок.	шт.	4 000	5,00	20 000,00			-			-			-	20 000,00	Переглянули поліграфічні послуги. Друк буклетів замінено на друк наклейок. Вартість послуг не змінена.
Пункт:	г	Послуги копірайтера	місяців	3,00	3 000,00	9 000,00			-			-			-	9 000,00	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				**4 055**	**5 965,00**	**36 000,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**36 000,00**	
Підрозділ:	**9**	**Послуги з просування**															
Пункт:	а	Послуги фотографа для зйомки події (5 днів)	днів	5,00	3 000,00	15 000,00			-			-			-	15 000,00	Вартість зменшена з 5000 грн. до 3000 грн.
Пункт:	б	Послуги відеооператора для зйомки події (5 днів)	днів	5,00	4 500,00	22 500,00			-			-			-	22 500,00	Послуги зменшені на 10%. З 5000 грн. до 4500 грн.
Пункт:	в	Послуги з монтажу відеоматеріалів	шт.	1,00	18 000,00	18 000,00			-			-			-	18 000,00	Послуги зменшені на 10%. З 20000 грн. до 18000 грн.
Пункт:	г	Послуги з фотокорекції матеріалів	шт.	2,00	4 500,00	9 000,00			-			-			-	9 000,00	Послуги фотокорекції поділені на 2 етапи: корекція фотолукбук, корекція фото з події. Вартість знижена на 10%. З 10000 до 9000 грн.
Пункт:	д	Послуги фотографа для зйомки look-book, каталога	послуга	1,00	7 200,00	7 200,00			-			-			-	7 200,00	
						-			-			-			-		
Всього по підрозділу 9"Послуги з просування":				**14,00**	**37 200,00**	**71 700,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**71 700,00**	
Підрозділ:	**10**	**Створення web-ресурсу**															
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту				-			-			-			-		
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту	місяців	5,00	3 000,00	15 000,00			-			-			-	15 000,00	Змінили терміни. Внесли корективи у Файл "Роботи по сайту"
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				**5,00**	**3 000,00**	**15 000,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**15 000,00**	
Підрозділ:	**11**	**Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації**															
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			-			-			-			-		
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			-			-			-			-		
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Підрозділ:	**12**	**Послуги з перекладу**															
Пункт:	а	Усний переклад	година			-			-			-			-		
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка			-			-			-			-		
Пункт:	в	Письмовий переклад	сторінка			-			-			-			-		
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка			-			-			-			-		
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Підрозділ:	**13**	**Адміністративні витрати**															
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	місяців	5,00	15 000,00	75 000,00			-			-			-	75 000,00	Так як бухгалтер ФОП перенесли його зі статті 1.3 та видалили з статті 2.1. Попередній рівень оплати праці бухгалтера (18000 грн.) обґрунтовувався середньою заробітною платою бухгалтера на січень 2020 року (під час підготовки проектної заявки). На даний момент даний показник знизився до рівня 15000 грн. (https://www.work.ua/salary-kyiv-%D0%B1%D0%B3%D1%85%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D0%82%D0%B5%D1%80/, https://rabota.ua/zrazora?keyword=&cityId=1).
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	30 000,00	30 000,00			-			-			-	30 000,00	

ФОП Руденкович Софія Сергіївна Б.П

Пункт:	г	РКО (послуги банку за обслуговування розрахункового рахунку)	послуга	5,00	120,00	600,00			-			-			-	600,00	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				**11,00**	**45 120,00**	**105 600,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**105 600,00**	
Підрозділ:	**14**	**Інші прямі витрати**															
Стаття:	**14.1**	***Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення***		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	**а**	Найменування послуги	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	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			-			-			-			-	-	
Пункт:	**б**	Послуги верстки	екземпляр			-			-			-			-	-	
Пункт:	**в**	Друк книг	екземпляр			-			-			-			-	-	
Пункт:	**г**	Друк журналів	екземпляр			-			-			-			-	-	
Пункт:	**д**	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр			-			-			-			-	-	
Стаття:	**14.4**	***Інші прямі витрати***		**16,00**	**26 500,00**	**99 100,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**99 100,00**	
Пункт:	**а**	Послуги з оренди студії для проведення фотозйомки look-book, каталогу	година	3,00	800,00	2 400,00			-			-			-	2 400,00	Попередньо: Студія Pandora (м.Київ, ВДНГ, пр-т „Ак.Глушкова, 1)
Пункт:	**б**	Послуги стиліста, спеціаліста по make-up та зачісці для фотозйомки look-book, каталога	послуга	1,00	6 600,00	6 600,00										6 600,00	Всього: 4 години (2 години для зйомки лук-бук, 2 години для fashion-зйомки)
Пункт:	**в**	Послуги моделей для фотозйомки look-book, каталога	послуга	2,00	1 400,00	2 800,00										2,800,00	2 моделі (хлопчик та дівчинка).
Пункт:	**г**	Транспортні послуги	доба	5,00	2 500,00	12 500,00			-			-			-	12,500,00	Транспортні послуги на період Тижня Безпеки Руху. Маршрут руху: місце проживання команди - склад готової продукції-Школа 1-Школа 2-Школа 3-склад готової продукції - місце проживання команди. Кількість поїздок на 1 день - 6. Кількість годин на 1 день - 8-10 годин.
Пункт:	**д**	Русинович Софія Сергіївна, дизайнер, керівник виробництва	місяців	5,00	14 900,00	74 500,00			-			-			-	74,500,00	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				**16,00**	**26 500,00**	**99 100,00**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**99 100,00**	
Всього по розділу II "Витрати":						**1 267 780,00**			-			-			-	**1 267 780,00**	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ						-			-								

ФОП Русинович Софія Сергіївна М.П.

(Посада) (Печатка, підпис, ПІБ)