

ДОГОВІР № 3PLUS1-00850
про надання гранту

м. Київ

« 30 » листопада 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Громадська організація «Щасливі діти» (далі – Грантоотримувач) в особі Президента громадської організації Павлової Ольги Сергіївни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Промоція історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини через формування нових партнерств і створення спільних продуктів» (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 15.09.2021 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.

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 442 265 грн. 88 коп. (один мільйон чотириста сорок дві тисячі двісті шістдесят п'ять гривень 88 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. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проекту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, у проектах де співфінансування є обов'язковою умовою, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування. Якщо часткове невиконання співфінансування не впливає на граничні обов'язкові пропорції співфінансування проекту, визначені Фондом, ця норма не застосовується.

4. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

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

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

5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту.

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

7) самостійно врегульовувати правовідносини з третіми особами, які пов'язані з виникненням (набуттям) прав на об'єкти авторського права і (або) суміжних прав, використанням таких об'єктів, розпорядженням майновими правами і охороною майнових прав на ці об'єкти, а також охороною особистих немайнових прав відповідно до вимог Закону України "Про авторське право і суміжні права";

8) відповідно до чинного законодавства України не допускати наявності у Проєкті (продукті Проєкту) пропаганди війни, насильства, жорстокості, фашизму і неофашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження нації, неповаги до національних і релігійних святинь, а також наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

- 1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;
- 2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

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

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

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

витрати на придбання основних засобів (у тому числі офісних меблів), нематеріальних активів (у тому числі авторського права, франшиз тощо, крім тих, витрати на придбання яких визнаються реальні). Це обмеження не стосується створення веб-сайтів;

витрати на проведення капітальних ремонтних робіт, проведення будівельних робіт, розробку у проектно-кошторисної документації;

витрати, 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, Інструкціями для заявників по програмам та 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 впливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до «31» грудня 2020 року, але у будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

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.kultura_plus@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Сюзева Людмила Вікторівна, керівниця проєкту,

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

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

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

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

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

додаток 5 – графік платежів.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Громадська організація «Щасливі діти»

Юридична адреса:

88000, Закарпатська обл., м. Ужгород,

вул. Котляревського, 59

Адреса для листування:

88000, Закарпатська обл., м. Ужгород,

вул. Котляревського, 59

ЄДРПОУ/ІГН: 39501655

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: КБ «ПриватБанк»

Р/р: UA693C52990000026007023605808

МФО: 305299

Тел.: +38 (0 50 616 9203)

Виконавчий директор


 Ю.О. Федів


Президент ГО


 О.С. Павлова


УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3PLUS1-00850

від «30» листопада 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Культура плюс

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3PLUS1-00850

Назва проекту: 3PLUS1-00850

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Сюзева Людмила Вікторівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

керівниця проекту

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Культура плюс

Тип проекту

Індивідуальний

Назва проекту

Промоція історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини через формування нових партнерств і створення спільних продуктів.

Назва проекту англійською мовою

Президент



Сюзева О.С.

Promotion of the historical, cultural and natural heritage of the Uzhanska Valley through the formation of new partnerships and the creation of collective products.

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

Населений пункт

Місто Ужгород, Закарпатська область.

Населений пункт

Великоберезнянський район, Закарпатська область

Населений пункт

Перечинський район, Закарпатської області

Населений пункт

Ужгородський район, Закарпатська область

Початок проєкту

2020-11

Кінець проєкту (включно із фінальним звітуванням)

2021-09-15

Тривалість проєкту в місяцях

10

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

культурні та креативні індустрії

Основний продукт

Промокампанія

Ключові слова за напрямками

цифрові технології

пам'ятка історії, культури та архітектури

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

Мета проєкту - сприяти промоції та покращенню туристичної привабливості

Президент ІО  *Павелко О.С.*

Ужанської долини, інтеграції культури в щоденні громадські та бізнесові практики шляхом об'єднання зусиль представників різних галузей і створення краєзнавчих культурно пізнавальних продуктів. Під час реалізації буде створено: відео-візитівку Ужанської долини; 10 унікальних маршрутів (авто, вело, пішохідних) для самостійних подорожей, художньо відтворених у сувенірному наборі листівок «Пізнай Ужанську долину»; 10 двомовних (українською і англійською) аудіогідів, доступних на платформі міжнародного мобільного додатку izi.travel (згенеровані QR-коди – посилання на аудіогіди будуть відтворені і у листівках), 10 фотоальбомів об'єктів історико-культурної та природної спадщини. Посилить промоцію регіону потужна інформаційна кампанія. Над проектом працюватимуть: екскурсоводи, історики, художники, дизайнери, відеографи, режисери, фотографи, лісівники та журналісти. Проект стимулюватиме розвиток депресивних районів Закарпаття, сприятиме збільшенню туристичних атракцій та промоції Ужанської долини, популяризації історико-культурної та природної спадщини регіону.

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

The aim of the project is to improve the tourist attractiveness of the Uzhanska Valley. Project will integrate culture into daily social and business practices by combining the efforts of local influencers and creating cultural products. During the implementation, the following will be created: a video visiting card of the Uzhanska Valley; 10 unique routes (car, bicycle and walking routes) for independent travel, artistically recreated in a souvenir set of postcards "Discover Uzhanska Valley"; 10 bilingual (Ukrainian and English) audio guides available on the platform of the international mobile application izi.travel (generated QR-codes with links to audio guides will be featured in postcards), 10 photo albums of historical, cultural and natural heritage sites. A powerful information campaign will strengthen the promotion of the region. Guides, historians, artists, designers, videographers, directors, photographers, foresters and journalists will work on the project.

Запитувана сума від Фонду (у гривнях, відповідно до бюджету Проекту)

1486265.88

Загальний бюджет Проекту (у гривнях, відповідно до бюджету Проекту)

1486265.88

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до бюджету Проекту)

0

Президент Ю. Павлова О. С.



Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Партнери Проєкту

Партнер

Основний партнер - громадська організація " Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття".

Дореалізації проєкту залучені і окремі представники різних галузей: лісництва (консультуватимуть під час розробки маршрутів), відеовиробництва (режисер промо-ролика), художниця-ілюстраторка (зображуватиме родзинки Ужанської долини на листівках), фотографії (фотограф створить 10 альбомів найцікавіших локацій Ужанщини), а також представники обласної влади та районних рад (допомагатимуть під час організації зустрічей, консультуватимуть...).

Чи використовуються у проєкті результати/об'єкти інтелектуальної діяльності?

Так

Чи врегульовані майнові та немайнові права авторів та їх правонаступників на використання результатів/ об'єктів інтелектуальної діяльності, що використовуватимуться у проєкті, згідно з Законом України «Про авторське право і суміжні права»?

Так

Інформація про організацію-заявника +

Повне найменування організації-заявника

Громадська організація «Щасливі діти»

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Non-governmental organization "Happy kids"

Організаційно-правова форма

Громадська організація або об'єднання

Код ЄДРПОУ

39501655



Григоренко Ю *Павлова О С*

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі

Код запиту на сайті Мінюсту 185720574141 - унікальний номер – «код» для отримання інформації про надання адмінпослуг юридичній особі на сайті Міністерства юстиції України <https://usr.minjust.gov.ua/ua/freesearch>

Посилання на завантажений установчий документ - <https://drive.google.com/file/d/1qL2iUlcZL6XRg1qx7hfiULPLa24VW2eS/view?usp=sharing>

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТу

94.99

Дата реєстрації організації-заявника

2014-11-19

Юридична адреса організації-заявника

Закарпатська обл. М. Ужгород Вул. Котляревського,59

Фактична адреса організації-заявник

Закарпатська обл. М. Ужгород Вул. Котляревського,59

Поштова адреса організації-заявника

88000 Закарпатська обл. М. Ужгород Вул. Котляревського,59.

Активне посилання на вебсайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації-заявника

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

Прізвище, ім'я та по батькові (за наявності) керівника організації-заявника

Павлова Ольга Сергіївна

Телефон керівника організації-заявника

Електронна пошта керівника організації-заявника

Чи притягався керівник організації-заявника до кримінальної відповідальності?

Ні

Президент ГО  Павлова О.С.

Чи притягався керівник організації-заявника до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-заявника

Павлова С.С., Сюзева Л.В., Касим Н.В., Купцова С.М., Діус Є.М., Ямчук Г.О., Літераті Т.О., Булина О.Е.

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-заявника до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-заявника до відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції?

Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно організації-заявника на момент подання заявки?

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Немає

Чи подавалася Ваша організація на конкурси Фонду в попередні роки?

Так. Наразі організація завершує реалізацію проєкту "Унікальні туристичні маршрути "Пізнай Ужгород" в інтерактивних листівках з аудіогідами" (3REG1-0850).

<https://zakarpattia.net.ua/News/204640-ZHurnalisty-protestuvaly-marshrut-Prohulianka-pid-lypamy-v-ramkakh-proiektu-Piznai-Uzhhorod-VIDEO>

<https://zakarpattia.net.ua/News/203210-Proiekt-pro-istorychnyi-Uzhhorod-v-interaktyvnykh-lystivkakh-z-audiohidamy-realizuiut-v-oblasnomu-tsentri-Zakarpattia-VIDEO>

Проєкт «Театралізована квест-екскурсія «Таємниці старовинного Ужгорода» (2019 рік).

<https://zakarpattia.net.ua/News/195569-Taiemnytsi-starovynnoho-Uzhhoroda-dlia-doroslykh-i-ditei-znaty-mynule-tsinuvaty-suchasne-dbaty-pro>

Президент

Равелла О.Є.

maibutnie---Liudmyla-Siuzeva-FOTO?fbclid=IwAR33chxUq5SaHb6hrxNUZgVj7aUB
k_06ls3eTu5UUDHEIZfLDuw909MeUUg
https://www.youtube.com/watch?v=hMQJBe2ghjs&feature=share&fbclid=IwAR0f7KtPWkJci_Uv1M08Zd8STvdfzFuglre8p0-Val7pgFaNE2UeQPFy6l8
<http://m-studio.net.ua/ranok-z-m-stud%D1%96o-ta%D1%94mnic%D1%96-starovinnogo-uzhgoroda/>

Чи є цей Проєкт продовженням або наступним етапом Проєкту, реалізованого за підтримки Фонду?

Так. Даний проєкт є частково продовженням, попереднього проєкту, який наразі перебуває на фінальному етапі реалізації (конкурсна програма "Культура. Туризм. Регіони", реєстраційний номер - 3REG1-0850).

Адже один з продуктів, який заплановано створити в рамках реалізації основної мети проєкту - сувенірний набір інтерактивних листівок "Пізнай Ужанську долину" з маршрутами для самостійних мандрівок Великоберезнянським, Перечинським та Ужгородським районами та аудіогідів до них.

Чи цей проєкт (повністю чи частково) подавався на інші конкурси підтримки з коштів державного чи місцевих бюджетів? Якщо так, то чи отримував фінансування (повністю чи частково)?

Ні

Чи реалізовували будь-які інші проєкти за підтримки Фонду у попередні роки?

Так. Наразі ГО "Щасливі діти" завершує реалізацію проєкту "Унікальні туристичні маршрути "Пізнай Ужгород" в інтерактивних листівках з аудіогідами". Роль у проєкті - заявник.

Конкурсна програма "Культура. Туризм. Регіони".

Реєстраційний номер - 3REG1-0850.

<https://zakarpattia.net.ua/News/203011-Huliaty-Uzhhorodom-piznaiuchy-ioho-osoblyvosti-ta-tsikavynky-%E2%80%94-HO-ShCHaslyvi-dity-rozpochynaie-novyj-projekt-FOTO>

<https://ucf.in.ua/storage/docs/06082020/>

https://ucf.in.ua/storage/docs/06082020/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%B7%D0%B0%20%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BB%202020.pdf?fbclid=IwAR1_zzDaiwkPNKg-e9klOl3rkvOc2xxz1CoV1QecXW33folhY6uctOYbvjl

Заявник: ГО «Щасливі діти»

Проєкт "Театралізовані квест-екскурсії «Таємниці старовинного Ужгорода»


Президент *[Handwritten Signature]* *[Handwritten Signature]* ОС

Рік: 2019

Бюджет: 407 256 гривень

<https://ucf.in.ua/archive/5f0f02908514771a9e002a93>

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

Проект

Проект "Творчо-креативні, екопросвітницькі табори для дітей соціально-вразливих категорій, що проживають у містах Ужгород, Чоп та селі Кам'яниця" (за підтримки Департаменту соціального захисту населення Закарпатської облдержадміністрації, 2019 рік. Організація виступала заявником.)

<https://zakarpattya.net.ua/Zmi/193718-Litnii-tabir-vidkryiut-u-Chopi-dlia-ditei-z-bahatoditnykh-ta-malozabezpechenykh-simei-VIDEO>

<https://zakarpattya.net.ua/Zmi/194255-Dennyi-tabir-dlia-ditei-iz-bahatoditnykh-simei-ta-rodyn-voiakiv-ATO-pratsiue-v-zakarpatskomu-Chopi-VIDEO>

Проект

На базі ГО діє освітній проєкт, спрямований на підвищення рівня екоосвіди підростаючого покоління – «Екошкола «В гармонії з природою». У 2019 році проєкт реалізується за підтримки АТ «КОМІНВЕСТБАНК».

<https://zakarpattya.net.ua/News/187989-Shchaslyvi-dity-oholosyly-pro-novy-nabir-do-ekoshkoly-v-Uzhhorodi>

<https://www.youtube.com/watch?v=alE6LIJKY18>

<http://uzhinform.com/suspilstv/vilnij-prostir-shhaslivix-lyudej-v-uzhgorodi-vprovadzhuut-yevropejskij-dosvid-vixovannya-ditej.html>

Проект

Проект «Екоініціатива «Остра» - вектор збереження природоохоронного фонду Закарпаття» (за підтримки Міністерства екології та природних ресурсів України, 2019 рік. Організація виступала заявником.)

<https://zakarpattya.net.ua/News/183552-U-Kam%E2%80%99ianytsi-pid-chas-ekoviche-vyrishyly-sylamy-hromady-oblahorodyty-landshaftnyi-zakaznyk-Ostra-FOTO>

<https://www.youtube.com/watch?v=bSkCkZHbOME>

<http://ua.korzonews.info/%D0%B2-%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%96-%D0%BF%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D1%83-%D1%83%D0%B6%D0%B3%D0%BE>

Президент ГО  Кот 39801655  Павлова О.С.

%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE
%D0%B9%D1%88%D0%BE%D0%B2/

<https://www.youtube.com/watch?v=eU8xJeJG8p0>

<https://pershij.com.ua/dytiache-shchastia-eko-art-piknik-ostra-the-best-ukam-ianytsi/>

Проект

Проект «Молодіжна культурно-освітня лабораторія «Вільний простір» у селі Кам'яниця на Ужгородщині (за підтримки програми Culture Bridges, 2019 рік. Організація виступала заявником.)

<https://zakarpatty.net.ua/News/189857-ShCHaslyvi-city-orhanizuvaly-Vilnyi-prostir-u-Kam%E2%80%99ianytsi-shcho-na-Uzhhorodshchyni-FOTO>

Проект

Проект «Мости дружби і єдності» (за сприяння ЛМГО «Центр культурного менеджменту», 2018 рік)

<https://zakarpatty.net.ua/News/180906-Uzhhorodski-ShCHaslyvi-dity-do-Dnia-Zemli-provely-ekozaniattia-ta-maister-klasy-z-dekoruvannia-ekotorbdlia-sotni-ditei-Slobozhanshchyny>

Проект

Проект «Культурно-освітня платформа для дітей «Вільний простір» в Ужгороді. (за підтримки Словацького агентства з міжнародного розвитку та співробітництва "SlovakAid", 2017-2018 рік).

<https://zakarpatty.net.ua/News/181019-V-Uzhhorodi-NO-ShCHaslyvi-dity-stvoryla-Vilnyi-prostir-dlia-ditei-FOTO-VIDEO>

Проект

Проект «Соціально-психологічна адаптація дітей-переселенців, їх інтеграція в суспільно-культурне життя поліетнічного Закарпаття» (за сприяння Генерального консульства Угорщини в місті Ужгород, 2017 рік.)

<https://zakarpatty.net.ua/News/175416-ShCHaslyvi-dity-realizovuiut-kulturnytsko-psykholohichniy-proekt-dlia-simey-pereselentsiv-FOTO>

https://www.youtube.com/watch?v=BtD3K_pjYo&feature=youtu.be

Проект

Фестиваль-форум «Місто щасливих дітей» (фандрейзинг – співпраця з бізнесом, 2017 рік).

<http://zakarpatty.net.ua/News/170953-Uzhhorod-stav-Mistom-shchaslyvykh-ditei.-FOTOREPORTAZH.-Chastyna-1>

Григорівська Ірина Павлівна



<http://zakarpatty.net.ua/News/171002-Uzhhorod-stav-Mistom-shchaslyvykh-ditei.-FOTOREPORTAZH.-Chastyna-2>

<https://www.youtube.com/watch?v=yfZR7heo4Ok&feature=youtu.be>

Інформація про діяльність організації-партнера +

Додати партнера

Повне найменування організації-партнера

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ "АСОЦІАЦІЯ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОГО СУПРОВОДУ ЗАКАРПАТТЯ"

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

«The Association of tourist guide experts of Transcarpathia»

Організаційно-правова форма

громадська організація

Код ЄДРПОУ

40485485

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі

https://drive.google.com/file/d/1gzuxKZwUSMDcNUQYxrGlEe8FAKgoiH_Q/view?usp=sharing

Вид діяльності організації-партнера за КВЕД, що відповідає напрямку програми/ЛОТу

94.99

Дата реєстрації організації-партнера

2016-05-17

Юридична адреса організації-партнера

88018, Закарпатська обл., місто Ужгород, ПРОСПЕКТ СВОБОДИ, будинок 39, квартира 41

Фактична адреса організації-партнера

88018, Закарпатська обл., місто Ужгород, ПРОСПЕКТ СВОБОДИ, будинок 39, квартира 41

Президент ТОВ
Равкова О.С.



Поштова адреса організації-партнера

89600. Закарпатська обл., Мукачево, вулиця Підпригори, будинок 5, квартира 91

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

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

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

Шершун Олександр Олександрович

Телефон керівника організації-партнера

+380959353111

Електронна пошта керівника організації-партнера

alejandrohonet@gmail.com

Чи притягався керівник організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався керівник організації-партнера до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

Шершун Олександр Олександрович, Бабіля Василь Петрович, Прокоп Сергій Вікторорвич

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції?

Ні

Григорук ІО



Павелова О.Е.

Чи є відкриті судові провадження стосовно організації-партнера на момент подання заявки?

Ні

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Підвищення рівня якості послуг туристичного супроводу в Закарпатті, розробка нових маршрутів і вдосконалення вже існуючих, контроль над рівнем якості надання туристичних послуг Закарпаття.

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

нема

Чи подавалася організація-партнер Проєкту на конкурси Фонду в попередні роки?

Ні

Чи реалізовували будь-який інший проєкт за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Надайте активні посилання на успішно реалізовані проєкти за підтримки Фонду, якщо такі були.

не було

Приклади успішно реалізованих проєктів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років.

Громадська організація постійно проводить збори, зустрічі, дискусії, обговорення на які запрошує усіх зацікавлених фахівців туристичного супроводу Закарпаття та експертів туристичної галузі.

А також проводить тематичні семінари для підвищення освітнього рівня екскурсоводів та промоції окремих локацій (проведено близько 20-ти географія Ужгород, Мукачево, Виноградів, Іршава, Міжгір'я, Середнє, В.Лази, Берегово, Хуст, Крайниково, Данилово) :

https://varosh.com.ua/podii/seminar-dlya-ekskursovodiv-problemni-pitannya-davnoi-ta-serednovichnoi-istorii-zakarpattya/?fbclid=IwAR0CRah1MRFEEdD7e2cefnqvNZDxZlt5sq4mQywoM6CYQ_rEv0X_8EANZt7s

<https://www.youtube.com/watch?v=GhPiieiLKug>

<https://www.youtube.com/watch?v=r1UTBJXggwM>

Проєкт "Навчання фахівців туристичного супроводу" за підтримки Закарпатської ОДА (90 000 грн.), Мукачівського, Берегівського та Ужгородського університетів.

Президент Ю. Кавецька О.С.



http://uzhgorod.in/ua/novini/2017/sentyabr/hochu_buti_ekskursovodom_na_j_mene_nauchat_na_zakarpatti_trivayut_kursi_dlya_profesijnih_turistiv
https://www.youtube.com/watch?v=2Dh9Bt3-PBU&feature=emb_title

Онлайн-марафони під час карантину :

<https://dilo.net.ua/novyny/sakury-na-karantyni-zakarpatski-gidy-vlashtuvaly-pershu-onlajn-ekskurisyu/>

Робота з «проблемами» :

<https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2738264-zakarpatski-ekskursovodi-proti-zelenogo-medu.html>

<https://www.npp-synevyr.net.ua/page83-19.html>

Обґрунтуйте, чому саме цей (ці) партнер (и) був (ли) обраний (ими) для реалізації спільного Проєкту? Чи співпрацювали з ним (и) раніше?

Для реалізації проєкту у партнери ми обрали ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття», адже вже неодноразово мали позитивний досвід співпраці з членами цієї організації. У 2019 році двоє екскурсоводів (членів Асоціації) були у складі команди проєкту «Театралізована квест-екскурсія «Таємниці старовинного Ужгорода». Його ми успішно реалізовували за підтримки УКФ. У 2020 році ми вирішили продовжити тему культурно-пізнавального дозвілля і попрацювати над створенням сувеніра зі змістом про місто. Так виникла ідея проєкту «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в інтерактивних листівках з аудіогідами», який підтримав Український культурний фонд. У команді 6 екскурсоводів. Усі вони члени Асоціації. Наразі ГО «Щасливі діти» завершує роботу над цією ініціативою. Успішна співпраця дала якісний результат, сприяла налагодженню стійкого партнерства та підписанню відповідної Угоди між організаціями для подання спільного проєкту на конкурс програми «Культура плюс». Ми маємо досвід реалізації культурних проєктів, спрямованих як на дітей, підлітків, так і на дорослу аудиторію (особливу увагу приділяємо заходам спільного сімейного культурно-пізнавального дозвілля). Члени ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття» добре розуміються на особливостях туристичної сфери. Разом прагнемо працювати над промоцією та інтеграції історико-культурної і природної спадщини Великоберезнянського, Перечинського та Ужгородського районів (Ужанська долина) в громадські та бізнесові практики, а також залучати до участі представників різних галузей (екскурсоводів, діячів культури, представників влади, громадського сектору, ЗМІ та бізнесу). Крім того, у команді проєкту відома закарпатська ілюстраторка Олена Бугренкова. Вона працюватиме над оформленням культурно-пізнавальних продуктів проєкту. Ми вже мали успішний досвід роботи з

Президент ГО
Код 39501655
Україна Ужгород
Кавецька О.С.

Оленю у проєкті «Пізнай Ужгород» тому вирішили продовжувати співпрацю. Також у команді молодий режисер Богдан Козачук, який працюватиме над створенням візитівки Ужанської долини – промо-ролика. З Богданом ми теж мали нагоду співпрацювати під час реалізації проєкту «Театралізована квест-екскурсія «Таємниці старовинного Ужгорода». Він створював ролик про участь у квестах представників однієї бізнес-компанії. Богдан має ряд нагород і відзнак за режисерську роботу, брав участь у таких заходах як: Канський кінофестиваль (участник SHORT film corner 2016)(Франція), So Limitless and Free Film Festival -(Канада), Rabbit Heart Poetry FilmFestival (США),Wales International Film Festival (Великобританія),Motion For Pictures (США). До співпраці залучено і Закарпатське обласне управління лісового та мисливського господарства.

**Яка сфера відповідальності та ступінь залучення кожного з партнерів в партнерстві: як організації-заявника так й організації-партнера(ів)?
Опишіть, яку саме підтримку та у який спосіб буде надавати партнер у проєкті.**

Підписавши Угоду про співпрацю, організації виявили бажання разом працювати над розширенням розуміння ролі культури і туризму в житті суспільства, а також залучати різні спільноти та формувати нові партнерства довкола промоції історії, культурного надбання та об'єктів тяжіння на території Великоберезнянського, Перечинського та Ужгородського районів Закарпатської області. Основним подавачем заявки на конкурс і, відповідно (у разі перемоги в конкурсі) основним виконавцем проєкту виступає ГО «Щасливі діти», адже ідея проєкту належить їй і є спробою мережування проєкту «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в листівках з аудіогідами». Для досягнення проєктної мети партнери розділили обов'язки і домовилися діяти відповідно до робочого плану, який є невід'ємною частиною проєктної заявки. ГО «Щасливі діти» несе відповідальність за досягнення основної мети, цілей і завдань, описаних у заявці, реалізацію проєкту в цілому та звітування перед фондом. Крім того, організація відповідальна за розпорядження грантовими коштами, яке здійснюватиметься відповідно до затвердженого бюджету. У повноваженнях організації реалізація таких напрямків: - залучення членів організацій до участі у проєктній діяльності, а також до консультування та надання рекомендацій команді, генерування ідей тощо. - об'єднання представників різних галузей (екскурсоводів, діячів культури, представників влади, громадського сектору, ЗМІ та бізнесу) довкола ідеї створення спільного продукту; - комунікації з представниками влади, бізнесу і громади

Президент ГО



Гаврилова О.О.

Великобerezнянського, Перечинського та Ужгородського районів та організації спільних зустрічей для реалізації цілей проєкту; - [?] проведення спільних заходів з метою генерування ідей і тем 10 культурно-пізнавальних маршрутів. Контроль і організація процесу процесу розробки маршрутів Ужанською долиною; - [?] створення інтерактивного краєзнавчого, культурно-пізнавального сувеніру – набору листівок «Пізнай Ужанську долину» з аудіогідами (двома мовами: українською та англійською); - [?] завантаження аудіогідів маршрутів (українською і англійською мовами) на платформу міжнародного мобільного додатку izi.travel; - [?] промоція історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини: створення відео-візитівки Ужанської долини (промо-ролика); - [?] залучення журналістів «21 Ужгород» до зйомок серії програм про Ужанську долину тощо; - [?] залучення ЗМІ до висвітлення проєктної діяльності; - [?] інформування широкого загалу та популяризація проєктних продуктів у засобах масової інформації всіх видів (організація прес-турів, презентацій тощо); - [?] залучення широкого загалу (за реєстраційними списками) до участі у тест-драйвах маршрутів у супроводі команди розробників; - [?] проведення промо кампанії у соціальних мережах (публікації про хід реалізації проєкту, знайомство з командою, конкурси тощо). ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття» відповідальна за : - залучення 5 екскурсоводів (членів Асоціації) до основної проєктної діяльності (розробки маршрутів); - інформування членів Асоціації про проєкт та залучення охочих до участі у робочих зустрічах та заходах проєкту; - координацію дій розробників маршрутів та організацію поїздок творчої експедиції у райони (Ужгородський, Великобerezнянський, Перечинський) для роботи над розробкою маршрутів, фотозйомок локацій тощо; - організацію зустрічей проєктної команди з представниками влади і бізнесу Ужгородського, Перечинського, Великобerezнянського районів з метою презентації ідеї проєкту, а також спільного генерування об'єктів тяжіння (туристичних магнітів) для подальшого їх включення у маршрути; - забезпечення участі членів Асоціації у презентації сувенірних набору інтерактивних листівок «Пізнай Ужанську долину» та розповсюдження наборів серед екскурсоводів. Крім основного партнера (ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття») ми маємо задекларовану підтримку від Закарпатської ОДА у напрямку налагодження контактів з владою Великобerezнянської, Перечинської, Ужгородської РДА, а також представниками бізнесу цих районів (лист підтримки – у Додатках).

Детальний опис проєкту

Президент ГО



Паспорт

Обґрунтуйте актуальність проєкту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття.

У останнє десятиліття в Україні спостерігається тенденція культурного розвитку регіонів. Завдяки інвесторам, зокрема Українському культурному фонду, було реалізовано сотні цікавих культурно-мистецьких проєктів як національного, так і міжнародного значення. Посилення ролі культури є незмінним вектором розвитку усіх регіонів країни. Культурні надбання стають об'єктами тяжіння, довкола яких розвивається туристична та інші креативні галузі. Закарпаття – не виняток. Унікальний поліетнічний край з цікавою історією та багатою культурною спадщиною має величезний потенціал. Силами лише нашої організації за останні роки було реалізовано ряд культурних заходів, спрямованих на залучення закарпатців до вивчення історії та культури краю з акцентом на важливість збереження його архітектурного обличчя. Однак не усі райони Закарпаття активно використовують культурні надбання для розвитку. До прикладу, Ужанщину екскурсоводи називають «невитоптаною» територією. Не зважаючи на те, що Ужгородський, Перечинський та Великоберезнянські райони найближче розташовані до обласного центру, вони досить слабо розвинені в плані туризму. За словами історика, гід-екскурсовода Владислава Товтина, серед причин: погані дороги, відсутність інфраструктури та системного підходу у плануванні об'єктів, недостатня промоція, та банальне нерозуміння місцевим населенням важливості розвитку туризму. Так, наприклад в Ужку часто місцеві бабусі не пускають туристів до церкви, яка є об'єктом світової спадщини ЮНЕСКО.

На території Ужанської долини знаходиться величезна кількість об'єктів історико-культурної та природної спадщини, які потрібно популяризувати, акцентуючи на свідомому ставленні і важливості їх збереження.

Влада районів вже взяла курс на розвиток культурно-туристичного потенціалу. Цьому сприяло затвердження Регіональних стратегій розвитку Закарпатської області на період до 2020 та 2021-2027 років. Однак, наразі у цьому напрямку ще не так багато зроблено. Є потреба у креативному підході та генеруванні нових рішень, а також налагодження взаємодії з місцевими громадами.

Реалізація нашого проєкту дозволить створити умови для сприяння творчій діяльності та налагодженню нових партнерств для вирішення ряду актуальних проблем:

- [?] Слабка промоція туристичної привабливості Ужанської долини (території Великоберезнянського, Перечинського та Ужгородського районів), а відтак обмежена кількість туристів.

- [?] Відсутність комплексної інформації про культурні надбання та цікаві об'єкти природної спадщини Ужанської долини. Подорожуючі, які надають

Президент ГО



Роботова ОА

перевагу самостійним мандрівкам, не мають повної картинки туристичних принад регіону, окрім короткої, розкиданої в мережі інформації, про окремі історико-культурні чи природоохоронні пам'ятки. Особливо актуально ця проблема постала в період карантинних обмежень, коли через неможливість відпочивати за кордоном, українці почали мандрувати країною - організувати самостійні (сімейні, невеличкими групами) подорожі.

- [?] Відсутність доступних маршрутів для самостійних прогулянок за вподобаннями туриста: пішохідні, вело та авто-маршрути. А також комплексної подачі інформації про цікаві місця і маршрути Ужанською долиною.

- [?] Відсутність якісних туристичних промо-сувенірів зі змістом.

- [?] Слабке представлення і популяризація регіону (туристичних маршрутів) на платформах міжнародних мобільних туристичних додатків.

- [?] Обмеження можливостей любителів подорожей, спровоковані ситуацією з карантинном, і потреба у розвитку «безконтактного» туризму, а саме - розробці маршрутів для самостійних прогулянок і подорожей з аудіосупроводом на платформах мобільних додатків.

- [?] Дистанція між владою і громадою, відсутність активної взаємодії між представниками культурного сектору і бізнесу.

Під час реалізації проекту спільними зусиллями команди і залучених фахівців та представників громад буде створено: відео-візитівку Ужанської долини; 10 унікальних маршрутів (авто, вело, пішохідних) для самостійних подорожей, художньо відтворених у сувенірному наборі листівок «Пізнай Ужанську долину»; 10 двомовних (українською і англійською) аудіогідів, доступних на платформі міжнародного мобільного додатку izi.travel (згенеровані QR-коди - посилання на аудіогіди будуть відтворені і у листівках), 10 фотоальбомів об'єктів історико-культурної та природної спадщини. Посилить промоцію регіону потужна інформаційна кампанія.

Над проектом працюватимуть: екскурсіводи, історики, художники, дизайнери, відеографи, режисери, фотографи, лісівники та журналісти.

Його реалізація підсилить творчу колаборацію представників різних культурних секторів, дозволить створити якісні культурно-пізнавальні продукти, забезпечить промоцію Ужанської долини на платформі міжнародного путівника, а також сприятиме залученню закарпатців (особливо ужгородців, адже Ужанська долина поруч з обласним центром) до пізнання своєї історико-культурної спадщини.

Подібних іміджевих продуктів про Ужанщину наразі немає. Тож актуальність даного проекту є очевидною.

Як проєкт співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/

Президент ГО



Робцова О С

ЛОТУ?

Проектна діяльність співпадає з пріоритетами програми «Культура плюс», а саме: створення умов для сприяння творчій діяльності, створення нових партнерств і формування спільних цінностей громадянського суспільства, сприяння кроссекторальним партнерствам та єднання навколо історії, культурного надбання, об'єктів тяжіння. Все це поєднано у нашому проєкті. Для вирішення актуальних проблем і досягнення мети ми обрали стратегію об'єднання зусиль фахівців різних галузей. Основним партнером нашої організації виступає ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття». Відповідно до Угоди про партнерство (Див. Додатки) асоціація бере на себе відповідальність за:

- залучення 5 екскурсоводів (членів Асоціації) до основної проєктної діяльності (розробки маршрутів);
- інформування членів Асоціації про проєкт та залучення охочих до участі у робочих зустрічах та заходах проєкту;
- координацію дій розробників маршрутів та організацію поїздок творчої експедиції у райони (Ужгородський, Великоберезнянський, Перечинський) для роботи над розробкою маршрутів, фотозйомок локацій тощо;
- організацію зустрічей проєктної команди з представниками влади і бізнесу Ужгородського, Перечинського, Великоберезнянського районів з метою презентації ідеї проєкту, а також спільного генерування об'єктів тяжіння (туристичних магнітів) для подальшого їх включення у маршрути; Забезпечення участі членів Асоціації у презентації сувенірною набору інтерактивних листівок «Пізнай Ужанську долину» та розповсюдження наборів серед екскурсоводів.

Разом ми прагнемо забезпечити промоцію історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини та створити ряд культурно-пізнавальних продуктів.

Крім основного партнера до реалізації проєкту будуть залучені представники різних галузей: лісництва (консультуватимуть під час розробки маршрутів), відеовиробництва (режисер промо-ролика), художнього мистецтва (художниця-ілюстраторка зображуватиме родзинки Ужанської долини на листівках), фотографії (фотограф створить 10 альбомів найцікавіших локацій Ужанщини), а також представники обласної влади та районних рад (допомагатимуть під час організації зустрічей, консультуватимуть...).

Обґрунтуйте важливість проєкту для організації-заявника (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності).

Проект є логічним продовженням попередніх ініціатив ГО «Щасливі діти»,

Президент ГО



Робцова ОО

які були спрямовані на залучення широкої аудиторії до пізнання історії та культури обласного центру Закарпаття, а також промоції його туристичної привабливості.

У 2019 році організація реалізувала проєкт «Театралізовані квест-екскурсії «Таємниці старовинного Ужгорода» (за підтримки УКФ). До роботи були залучені кілька екскурсоводів – членів ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття».

Наразі ми завершуємо реалізацію проєкту «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в інтерактивних листівках з аудіогідами» (за підтримки УКФ). Під час роботи над ним ми активно співпрацювали з 6 екскурсоводами – членами організації-партнера. Успішна реалізація проєктних заходів та висока оцінка результатів (за свідченням лідерів думок, експертів туризмознавців) свідчить про якісну організацію роботи, зацікавленість і високу мотивацію усіх членів команди.

Члени асоціації виявили інтерес до мережуванн ідеї проєкту «Пізнай». Спільне бажання відкрити для жителів Закарпаття і туристів Ужанську долину, розвінчати стереотип її сприйняття як депресивного регіону, а також налагодити контакти з представниками громад (стимулювати їх до роботи над туристичною привабливістю Ужанщини) вилилося у стале партнерство між організаціями, підкріплене відповідною Угодою. Наявний досвід і напрацювання команди дозволять якісно втілити задумане.

Чому проєкт є унікальним?

Унікальність проєкту в інноваційному підході до створення культурно-пізнавальних продуктів, їх діджиталізації та інтерактивної промоції. А також у поєднанні культури і туризму; знаходженні нових рішень для подолання викликів сьогодення шляхом спільнотворчості і партнерства, яке здатне створити поштовх у розвитку регіону.

Під час карантину суспільство дуже гостро відчуло проблему соціальної ізоляції і відсутності можливості організації якісного відпочинку і дозвілля. В умовах пандемії наш попередній проєкт допоміг тисячам закарпатців і туристів пізнавати місто безконтактно – самостійно (лише з родиною) за допомогою аудіогідів, розроблених екскурсоводами.

Керівниця проєкту, авторка ідеї Людмила Сюзєва має досвід успішної реалізації культурницьких проєктів, а також організації ефективної командної роботи. Завдяки застосуванню коучингового підходу (Людмила сертифікований бізнес-коуч команд і проєктів) до управління проєктами, команди за її керівництва мають високий рівень досягнень та самомотивації. А проєктом "Пізнай" зацікавилися організації з інших міст. Вже у кінці вересня Людмила ділитиметься досвідом з екскурсоводами Хмельниччини.

Президент ГО
*Людмила Сюзєва*

Даний проєкт є частково мережуванням ідеї попереднього і передбачає розробку 10 маршрутів для самостійних пізнавальних подорожей (лиш довгих за протяжністю і поділених на пішохідні, вело, авто) територією Ужанської долини, яка знаходиться досить близько до обласного центру. Тут є чимало цікавих, однак маловідомих об'єктів історико-культурної та природної спадщини. Створений на основі маршрутів набір листівок «Пізнай Ужанську долину» стане гарним змістовним сувеніром. Туристам пропонується поринути в історію, пізнати культуру регіону за допомогою листівок з маршрутами у супроводі аудіо-гіда. Тему прогулянки споживач обирає самостійно, адже вибір є. Десять, спеціально розроблених кращими екскурсоводами – членами організації-партнера, маршрутів задовільнять смаки найвибагливіших туристів. Кожна листівка – це витвір мистецтва, створений художником-ілюстратором і дизайнером. Його можна дарувати друзям чи знайомим у якості сувеніра. Ілюструватиме листівки відома художниця Олена Бугренкова.

Створений творчою командою відеоролик забезпечить якісну промоцію Ужанської долини, відкриє її для жителів області та туристів, стане своєрідною візитівкою регіону.

Унікальність проєкту і в тому, що усі, створені командою, культурно-пізнавальні продукти можуть функціонувати абсолютно автономно один від одного або ж взаємодоповнюватися. Так набір листівок – сувенір, відеоролик – візитівка Ужанщини, аудіогіди з фотоальбомами – самостійний мобільний додаток на платформі izi.travel, розроблені маршрути – підказка для екскурсоводів – членів асоціації під час організації групових турів Ужанською долиною.

Чому проєкт є інноваційним?

Проєкт спрямований не лише на промоцію Ужанської долини та створення якісного культурно-пізнавального продукту – сувенірного набору унікальних листівок з маршрутами для самостійних подорожей, а й на забезпечення нових можливостей для користувачів через застосування мобільних технологій і залучення широкої аудиторії. Адже майбутнє за інтерактивом, емоціями та пережитим досвідом. Тому ми вирішили доповнити листівки мультимедійними додатками – аудіогідами до маршрутів (вони автономно функціонуватимуть на платформі мобільного додатку izi.travel). Листівки ілюструватиме відома закарпатська художниця. Для натхнення і розширення діапазону індивідуального досвіду ілюстраторка візьме участь у творчій командній експедиції трьома районами Закарпаття. Адже на листівках художниця відтворить своє бачення маловідомих локацій Ужанщини – об'єктів історико-культурної та природної спадщини. До цього часу подібні проєкти не реалізовувалися,

Михайло П.  *Олена Бугренкова*

якщо не враховувати проєкт «Пізнай Ужгород», ідею якого прагне мережувати авторка і керівниця проєктів ГО «Щасливі діти» Людмила Сюзєва. Завдяки їй і команді Ужгород вже представлений на платформі міжнародного мобільного туристичного додатку. Чого не скажеш про інші міста і райони Закарпаття. Набір інтерактивних листівок «Пізнай Ужанську долину» буде доступний українською та англійською мовами і аудіогіди, відповідно, теж (це позитивно вплине на залучення іноземних туристів). Для візуалізації об'єктів розповідей на сервіс мобільного додатку будуть завантажені світлини відомого фотографа Сергія Гудака (фотокора УНІАН), зроблені під час творчих експедицій районами.

Підсилить промоцію туристичної привабливості Ужанщини промо-ролик, який створить відомий закарпатський режисер.

Ідея промоції історико-культурної і природної спадщини територій через творчу колаборацію представників різних галузей є ініціативою громадської організації, яка сприятиме розширенню досвіду, генерації нових ідей та формуванню стійких партнерств з представниками інших ГО та представниками бізнесу.

Основна мета проєкту.

Мета проєкту - сприяти промоції та покращенню туристичної привабливості Ужанської долини, інтеграції культури в щоденні громадські та бізнесові практики шляхом об'єднання зусиль представників різних галузей і створення краєзнавчих культурно-пізнавальних продуктів.

Цілі проєкту.

Ціль

Об'єднати зусилля довкола ідеї промоції Ужанської долини і сформувати стійке партнерство між учасниками робочої групи проєкту (членами ГО «Щасливі діти» та ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття»), а також залучити до співпраці представників ЗМІ, влади, бізнесу і культурного сектору Ужгородського, Перечинського та Великоберезнянського районів.

Завдання

Забезпечити ефективну роботу проєктної команди: скласти план і порядок зустрічей (у тому числі поїздок в райони), розподілити ролі і обов'язки, а також визначити канали комунікації між собою.

Презентувати ідею проєкту і налагодити співпрацю команди з представниками влади трьох районів Ужанської долини, бізнесу і зацікавлених у розвитку культурно-туристичного потенціалу осіб.

Президент ГО  *Мариана Ос*

Результат 1

Команда проєкту ефективно спрацювала і якісно реалізувала усі цілі і завдання. У організацій-партнерів та інших учасників проєктного процесу виникли нові ідеї спільних ініціатив.

Результат 2

Проведено 3 зустрічі, участь у яких взяло 30-40 осіб. Згенеровано список важливих об'єктів історико-культурної, природної спадщини (понад 50) і туристичних бізнес-магнітів для подальшого внесення їх до карт маршрутів та промоції в рамках проєктних заходів. Налагоджено комунікацію екскурсоловів (членів проєктної групи) з відповідальними і зацікавленими у туристичному розвитку жителями Великоберезнянського, Ужгородського та Перечинського районів. Обговорено і перспективу співпраці у напрямку поширення сувенірних наборів, а також окреслено можливості комерційної реалізації майбутніх тиражів (після реалізації проєкту) у книгарнях, сувенірних крамничках, готельно-ресторанних комплексах тощо.

Індикатори досягнення результатів

№1 У зустрічах (презентація ідеї проєкту) команди з представниками Великоберезнянського, Перечинського, Ужгородського районів взяло участь щонайменше 40 осіб (джерело перевірки - реєстраційні списки учасників заходів, фотозвіт).

№2 Сформовано список з щонайменше з 50 об'єктів історико-культурної, природної спадщини і туристичних бізнес-магнітів трьох районів для подальшого прокладання на їх основі культурно-пізнавальних маршрутів. (джерело перевірки – список).

Ціль

В рамках реалізації проєкту створити якісний конкурентоспроможний культурно-пізнавальний продукт – сувенірний набір листівок (10 листівок і 1 лист з тематичними наклейками) з маршрутами для самостійних подорожей «Пізнай Ужанську долину» та аудіогідів до них.

Завдання

1) Розробити 10 унікальних культурно-пізнавальних туристичних маршрутів для самостійних мандрівок Ужанською долиною (пішхідні, вело, авто), які включають пам'ятки історико-культурної, природної спадщини та бізнес-локації – потенційні туристичні магніти (автентичні заклади харчування і зелені садиби, приватні музеї, фермерські господарства тощо). 2) Організувати 10 експедицій (поїздок) для

Григорукі Т.О.  *Кавцова О.О.*

команди проекту в Ужгородський, Перечинський, Великоберезнянський райони для роботи над маршрутами, нанесення jps координат на карту кожного маршрута, фотофіксації локацій, збору інформації. 3) Організувати роботу проектної команди над змістовим наповненням та художньо-дизайнерським оформленням набору листівок «Пізнай Ужанську долину». 4) Забезпечити умови для видавничого процесу і друку 200 наборів листівок. 5) Створити мультимедійний додаток до листівок - аудіогід-путівник двома мовами (українською і англійською) і завантажити його на платформу міжнародного мобільного додатку izi.travel. 6) Налагодити співпрацю з владою, запропонувати у перспективі (по завершенню проекту) здійснювати замовлення сувенірних наборів листівок для потреб районних адміністрацій та Закарпатської ОДА (презентація регіону на різних заходах та партнерських зустрічах тощо). А також налагодити співпрацю з власниками сувенірних крамничок. По завершенню проекту через них реалізовувати на комерційній основі нові тиражі сувенірних наборів (йдеться про друк тиражів по завершенню проекту і коштом організації).

Результат 1

Здійснено 10 поїздок учасників проектної команди у райони, налагоджено зв'язки з представниками громад, зібрано необхідну інформацію для створення 10 унікальних авторських маршрутів. Проведено фотозйомки ключових об'єктів кожного з 10 маршрутів (орієнтовно 10-15 локацій) та створено фотоальбоми. Створено і підготовлено до друку текстовий контент (українською і англійською мовами), затверджено ілюстрації (для 10 листівок та конверту сувенірного набору, а також тематичні стікери) та розроблено цілісний дизайн набору (12 макетів:10 листівок, конверт, наліпки). Тираж 200 екземплярів надруковано і доставлено у офіс організації.

Результат 2

Закарпаття отримало якісний, інтерактивний краєзнавчий продукт – сувенірний набір листівок з маршрутами для самостійних мандрівок Ужанською долиною (українською та англійською мовами). Завдяки креативному дизайну і легкій подачі інформації листівки зацікавили як дорослих, так і дітей-підлітків. Інтерактивний формат допоміг вийти за межі традиційного висвітлення історії краю та запропонувати розглянути культурну спадщину за допомогою сучасних технологій. Розроблені екскурсоводами маршрути сприяли збільшенню туристичних атракцій Ужанської долини, популяризації її історико-культурної спадщини, а також стимулювали зацікавлення жителів Закарпаття та туристів цими

Президент Ю. Павлова О.С.



районами. Спільна робота над створенням сувенірного набору сприяла зміцненню партнерських стосунків між громадськими організаціями і згенерувала ідеї нових спільних ініціатив. Підготовлено контент - 10 фотоальбомів локацій та 10 текстів українською та англійською мовами (екскурсоводи описали кожен маршрут після чого над текстами попрацювали редактори і перекладачі) для начитки аудіогідів маршрутів. У студії звукозапису записано звукові файли аудіогідів (10 - українською і 10 - англійською мовами). На платформі izi.travel створено акаунт проєкту «Пізнай Ужанську долину», завантажено усі 10 культурно-пізнавальних туристичних маршрутів українською та англійською мовами (згенеровано прямі посилання на маршрути – QR-коди для листівок). Відкрито доступ до усіх маршрутів для користувачів мобільного додатку. Місячна аудиторія платформи - 500 000 осіб. Мобільний додаток (izi.travel) дозволив розширити зону покриття проєкту, збільшити привабливість досягнень сектору культурних та креативних індустрій на місцевому та міжнародному рівні, залучити до галузі культури та туризму нову аудиторію, підвищити обізнаність закарпатців та іноземних туристів про історико-культурні надбання Ужанської долини. Під час подорожей користувач дізнається, що аудіогід - додаток до сувенірних листівок. Це заохочує придбати і самі листівки. Домовлено про співпрацю і друк тиражу для потреб Закарпатської ОДА. Домовлено про реалізацію сувенірних наборів у крамничках райцентрів і обласного центру. Йдеться про тираж, видрукований після реалізації проєкту коштом ГО «Щасливі діти».

Індикатори досягнення результатів

№1 – Проєктною командою розроблено 10 культурно-пізнавальних туристичних маршрутів трьома районами Закарпаття.

№2 – Створено і надруковано (тираж - 200 екз.) сувенірний набір листівок «Пізнай Ужанську долину».

№3 – На платформі міжнародного мобільного додатку izi travel створено акаунт проєкту і завантажено 10 аудіогідів маршрутів з картами, фотографіями усіх (щонайменше 50) локацій, описами об'єктів, аудіофайлами (детальними розповідями про кожен маршрут, начитаними у студії звукозапису).

№4 – Забезпечено вільний доступ до маршрутів (10 аудіогідів) на платформі мобільного додатку .

Ціль

Створити відео-візитівку Ужанської долини, стимулювати туристів та жителів Закарпаття до культурно-пізнавального туризму. Сприяти

Президент ГО  *Лаврова О.С.*

розвінчанню стереотипних уявлень про «депресивні», з точки зору туристичної привабливості, райони.

Завдання

Зняти промоційний відеоролик - показати найцікавіші об'єкти культурної і природної спадщини Ужанщини.

Результат 1

Організовано 5 виїздів знімальної групи у Великоберезнянський, Перечинський, Ужгородський райони для зйомок туристичних родзинок у різні пори року. Робота над проєктом згуртувала команду і надихнула на нові ідеї. Відзнятий ролик став візитівкою Ужанської долини, яку поширили регіональні ЗМІ та розмістили на своїх сайтах органи влади. Депресивні райони отримали поштовх для розвитку туристичного потенціалу. Влада – якісний відеоролик для презентації туристичної привабливості районів на різних туристичних виставках та інших заходах.

Результат 2

Тисячі користувачів соціальних мереж переглянули ролик і відкрили для себе Ужанщину. Збільшилася кількість охочих відвідати Ужанщину про що свідчать коментарі під постами з відео у соцмережах, кількість поширень публікації та коментування матеріалів у ЗМІ. Жителі регіону по новому відкрили для себе Ужанську долину.

Індикатори досягнення результатів

№1 – Відзнятий промо-ролик презентував понад 20 об'єктів історико-культурної та природної спадщини регіону.

№2 – Завдяки трансляції ролика у соцмережах та ЗМІ, Ужанську долину по-новому для себе відкрили десятки тисяч осіб (щонайменше 50 тисяч).

№3 - Ролик розмістили на своїх офіційних сторінках Закарпатська ОДА, районні та міські адміністрації Ужанщини.

Ціль

Забезпечити якісну інформаційну кампанію проєкту вцілому та продуктам, створеним у процесі його реалізації. Підсилити промоцію Ужанської долини.

Завдання

1) Розробити комунікаційну стратегію (взаємодія з ЦА проєкту) проєкту. Налагодити контакти з представниками засобів масової інформації та


Президент ТД *Лаврова ОО*

забезпечити висвітлення проєктної діяльності у ЗМІ. Провести моніторинг інформаційної кампанії для медіа-звіту. 2) Організувати ряд промо заходів для підсилення промоції Ужанської долини та створених під час реалізації проєкту культурних продуктів. Влаштувати 2 прес-тури для журналістів; 1 екскурсія для уїх охочих та 1 презентацію сувенірного набору листівок з аудіогідами «Пізнай Ужанську долину» та результатів реалізації проєкту в цілому. Провести 2 розіграші призів (промо продукція: значки, екторбинки, кепки, футболки) у соцмережах для підсилення промоції заходів. 3) Забезпечити промоцію проєкту у соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм) та підготувати моніторинг для звіту. 4) Забезпечити розміщення зовнішньої реклами - 5 сітілайтів в Ужгороді з QR-кодами (прямими посиланнями на аудіогіди 10 маршрутами Ужанщиною) та рекламою сувенірних листівок.

Результат 1

Якісне позиціонування проєкту серед ЦА сприяло псжвавленню зацікавленості Ужанською долиною серед різних цільових аудиторій, збільшенню кількості шанувальників краєзнавства, зміцненню культурних цінностей закарпатців, розширенню культурного простору територій. Активна промоція проєкту через співпрацю зі ЗМІ забезпечила актуальність теми розвитку культурного і туристичного потенціалу регіону в цілому, а також привернула увагу влади, бізнесу, громади до важливості підтримки культурницьких ініціатив у майбутньому. Вдалося налагодити три види співпраці з медіа (1.запрошення представників ЗМІ на проєктні заходи, а саме: 2 прес-тури, 1 презентація, 1 екскурсія-презентації маршрутів для усіх охочих тощо); 2. розсилка готових прес- анонсів, релізів та фото про хід реалізації проєкту на електронні адреси редакцій (15 матеріалів); 3. допомога у продукуванні інформаційних приводів (спільна робота над зйомками окремих сюжетів, програм, підготовкою інтерв'ю з членами команди тощо; 4. участь команди проєкту у програмах аудіовізуальних ЗМІ (теле та радіо). Залучені: UA: Закарпаття (Суспільне), «М-студіо», «Ужінформ», «Радіс Єден», «Радіо 7», «Радіо«Тиса» тощо.) Участь у двох прес-турах взяло понад 20 представників медіа. У ЗМІ вийшло понад 10 публікацій, репортажів, 8 сюжетів. У соціальних мережах Фейсбук та Інстаграм на сторінках ГО «Щасливі діти» та організації партнера (ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття») розміщено: - 10 фотоальбомів з проєктних заходів. Це сприяло популяризації історико-культурної та природної спадщини трьох районів Закарпаття, а також привернуло увагу до заходів проєкту; - опубліковано 100 постів та 20 одиниць відеоконтенту. - поширено 5 рекламних постів-анонсів заходів

Президент ГО  *Решета О.О.*

та реклама промо ролика «Пізнай Ужанську долину» (2 анонса промо турів маршрутами (тривалість розміщення реклами – 14 днів); 1 анонс презентації листівок з аудіогідами «Пізнай Ужанську долину» (тривалість розміщення – 14 днів); 2 анонса розіграшів тематичних подарунків - мерч (тривалість – по 7 днів); 1 рекламний пост – ролик «Пізнай Ужанську долину» (загальноукраїнська аудиторія, тривалість розміщення – 30 днів).

Результат 2

Промс-екскурсія для усіх охочих (за попередньою реєстрацією) за участю розробників маршрутів сприяла налагодженню контакту з ЦА, а також пожвавленню її інтересу до пізнання історичної і природної спадщини та культурного розвитку. Участь у презентації результатів реалізації проєкту (презентація набору листівок з аудіогідами «Пізнай Ужанську долину» та проморолика) взяло участь понад 30 осіб (члени проєктної команди, журналісти, лідери думок, представники влади трьох районів Закарпаття, екскурсоводи - члени Асоціації фахівців туристичного супроводу Закарпаття, студенти-туризмознавці тощо). Тисячі ужгородців і гостей міста дізналися про проєкт, а також отримали інформацію про можливість подорожувати за допомогою безкоштовних аудіогідів розроблених маршрутів. Про змістовні сувеніри дізналися туристи, що стимулює попит на цей продукт.

Індикатори досягнення результатів

- №1 У висвітленні проєктної діяльності було залучено понад 20 ЗМІ. Створено понад 100 публікації, щонайменше 25 телесюжетів і програм. Охоплена аудиторія – щонайменше 100 000 осіб.
- №2 Безпосередню участь у промо-заходах проєкту (промо-тури, презентації, розіграші) взяло щонайменше 300 осіб.
- №3 Розміщені у соцмережах 120 постів познайомили з проєктною діяльністю десятки тисяч людей.
- №4 Сформований проєктний медіазвіт налічує понад 150 активних посилань.
- №5 Щонайменше 25 учасників промоекскурсії ознайомилися з локаціями маршрутів Ужанською долиною та протестували роботу аудіогідів на платформі мобільного додатку izi.travel

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту.

Проєктна діяльність і створені в результаті культурні продукти – прсмо-ролик, сувенірний набір листівок з тематичними маршрутами для пішохідних, велосипедних та авто-мандрівок «Пізнай Ужанську долину»,

Президент ГО  *Ковалева О.*

аудіогіди маршрутів розраховані на широку аудиторію різного віку як місцевих жителів, так туристів. Креативний підхід, використання новітніх технологій, художньо-дизайнерське оформлення, легка подача інформації, динамічна «начитка» аудіогідів сприятимуть популярності культурно-пізнавальних краєзначих продуктів та створенню нових партнерств для подальших проєктів.

Пряма цільова аудиторія проєкту:

1) Команда:

А) 6 екскурсоводів - розробники маршрутів (члени ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття»). Для них участь у проєкті – це можливість:

- долучитися до створення культурно-пізнавального продукту, який «відкриває» маловідомі райони Закарпаття для внутрішніх і зовнішніх туристів.
- стати частиною творчої команди людей, які об'єднують довкола спільної ідеї громади, заохочують їх працювати для розвитку туристичної привабливості свого краю,
- урізноманітнити свою роботу, використовуючи інформацію з маршрутів, розроблених під час проєктної діяльності,
- завести нові знайомства та здобути нових клієнтів,
- знайти партнерів для подальших спільних проєктів,
- у перспективі (по завершенню проєкту) отримати додатковий заробіток від реалізації наборів листівок.

Б) ГО «Щасливі діти», для якої діяльність, спрямована на залучення дітей і молоді до пізнання історії міста, а також пропаганда якісного сімейного дозвілля є пріоритетним напрямком роботи. Проєкт дозволить продовжувати якісно розвивати цей напрямок.

Участь у проєкті для членів організації (керівниця, менеджерка-координаторка проєкту, ілюстраторка, контен-менеджерка) – це якісний приклад успішного мережування ідей, що забезпечує сталість і примноження результатів діяльності організації. А також можливість творчої колаборації з представниками різних галузей для спільного генерування нових креативних рішень суспільно важливих проблем громади, спричинених, у тому числі викликами сьогодення – COVID19.

2) Члени організації партнера – ГО «Асоціації фахівців туристичного супроводу Закарпаття» (понад 30 осіб), які активно не задіяні в реалізації проєкту і створенні культурно-пізнавальних продуктів. Для них цікавим буде досвід колег, яким ті активно ділитимуться під час зборів організації. Крім того, розроблені маршрути стануть у нагоді під час організації екскурсій для туристичних груп.

3) Представники влади трьох районів і Закарпатська ОДА зокрема. Адже


Президент ГО *Лавицька О.Є.*

для них проєкт – суттєва допомога у реалізації регіональної стратегії розвитку, зокрема таких програм: «Збереження та використання пам'яток культурної спадщини Закарпатської області» (покликана сприяти залученню об'єктів культурної спадщини до національних та світових туристичних маршрутів); «Перспективного розвитку природно-заповідної справи та екологічної мережі в Закарпатській області на 2006-2020 роки» (мета програми - забезпечення умов для збереження і розвитку територій та об'єктів природно-заповідного фонду як національного надбання); «Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 - 2020 роки» (серед завдань - створення та відновлення розгалуженої системи туристичних маршрутів, їх обстеження, апробація, впровадження, інформаційний супровід та інфраструктурне забезпечення за напрямками туристичних маршрутів; презентація області як туристичного регіону на національному та міжнародному рівні). Відеоролик-візитівку вони зможуть використовувати для презентації регіону на різних туристичних виставках та інших заходах.

4) Представники бізнесу трьох районів Ужанщини. Для них проєкт відкриває можливості залучення туристів, а також можливість презентувати свій бізнес на національному та міжнародному рівнях. Йдеться про власників автентичних закладів харчування, а також бізнеси, які створюють туристичні магніти і зацікавлені у розвитку привабливості регіону. Участь у проєктних заходах забезпечить їм безкоштовну рекламу і презентацію на платформі міжнародного мобільного додатку (йдеться про об'єкти, які будуть внесені до маршрутів), а також можливість поспілкуватися з експертами і фахівцями різних галузей, які зацікавлені у промоції регіону і його розвитку.

5) Представники сіл Ужанщини. Залученість до проєктних заходів дозволить їм глибше зрозуміти можливості, які відкривають для них об'єкти історико-культурної та природної спадщини, усвідомити необхідність важливості «бути відкрити для туристів».

6) Працівники державних закладів культури трьох районів (зокрема музейна сфера). Адже проєкт забезпечує промоцію і можливість презентації на якісно новому рівні.

7) Жителі Закарпаття (діти і дорослі, сім'ї з дітьми): підписники сторінки ГО «Щасливі діти» у соцмережах – понад 3000 осіб, учасники минулих проєктів ГО – понад 1000 осіб, вчителі історії, студенти кафедри туризму УжНУ, педагоги краєзнавчих гуртків, любителі активного відпочинку та усі, хто шукає альтернативу закордонним подорожам (які через пандемію стали неможливими) і зацікавлений у пізнанні історико-культурної та природної спадщини Закарпаття, але через брак інформації, не розглядав Ужанщину, як туристично привабливе місце відпочинку.

Президент ГО  

Вони зможуть:

- якісно урізноманітнити своє дозвілля і відкрити для себе цікаві місця, які зовсім поруч від обласного центру Закарпаття.

- дізнатися про найцікавіші локації Великоберезнянського, Ужгородського, Перечинського районів та отримати доступні готові маршрути для мандрівок.

- стати учасниками проєктних заходів: розіграшів тематичних подарунків, презентації результатів проєктної діяльності за участю усієї творчої команди; взяти участь у промо-екскурсії (щонайменше 25 осіб) і презентації листівок «Пізнай Ужанську долину» (понад 30 осіб), а також отримати набір у подарунок (200 осіб).

- ознайомитися з проєктними продуктами: переглянути промо-ролик «Пізнай Ужанську долину» і відкрити для себе різноманіття культурної і багатство природної спадщини районів, які наразі вважаються депресивними і туристично малорозвиненими; скористатися безкоштовними аудіогідами 10 культурно-пізнавальних маршрутів, завантаженими на платформу міжнародного додатку izi.travel; отримати сувенірний набір зі змістом – листівки «Пізнай Ужанську долину» (на кожній листівці візуалізація найцікавіших локацій, короткі описи маршрутів та Qr-код – пряме посилання на аудіогід з детальною інформацією про кожен об'єкт, а ще – цікаві запитання і завдання).

8) Туристи, у тому числі відвідувачі платформи izi.travel (500 000 осіб) та користувачі мобільного додатку, які скористаються аудіогідами, створеними як додаток до набору листівок, будуть заохочені до відвідин Закарпаття і придбання сувенірних наборів (йдеться про тираж, який буде видруковано після реалізації проєкту).

9) Представники бізнесу (власники туристичних агенцій, екскурсіводи, власники книгарень, сувенірних крамничок, готельно-ресторанних комплексів), які будуть зацікавлені презентувати продукт потенційним покупцям під час реалізації проєкту, а по завершенню проєкту будуть зацікавлені в реалізації сувенірних наборів (комерціалізація проєкту дозволить покращити фінансову спроможність організації). Орієнтовно 30 представників бізнесу.

10) Туристи, зацікавлені придбати набір листівок як сувенір на згадку про Закарпаття (йдеться про тираж, який ми плануємо надрукувати після завершення реалізації проєкту).

11) Український культурний фонд. Активна інформаційна кампанія проєкту сприятиме популяризації УКФ як державного інвестора культури, а також продемонструє гарний приклад можливостей для інших організацій. Це, у свою чергу, позитивно позначиться на кількості заявників наступних конкурсів фонду. Сприятиме поширенню інформації про УКФ серед жителів

Президент



Равелова ОС

Закарпаття.

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проєкту.

Опосередкована цільова аудиторія проєкту:

- 1) Представники ЗМІ (понад 30 ЗМІ), які поширяють інформацію серед своїх аудиторій і створюють промоцію проєкту. Вони отримують готовий контент та інфоприводи для сюжетів і матеріалів, а також можливості для генерування нових ідей спільних проєктів.
- 2) Керівництво обласного центру, з яким домовлено про співпрацю і сприяння у презентації продуктів проєкту під час загальноміських заходів.
- 3) Заклади, які стануть партнерами проєкту під час організації розіграшів в рамках промо-кампанії. Підтримка проєкту позитивно відобразиться на їхньому іміджі, а також створить додатковий інфопривід для висвітлення діяльності закладу та його часті у культурницьких проєктах.
- 4) Закарпатське обласне управління лісового та мисливського господарства. Залучення до проєктної діяльності, у якості волонтерки, прес-секретаря установи дозволить поглибити зв'язки з громадами, а також бути активними під час реалізації проєктної діяльності. Лісівники долучаться до консультувань робочої групи під час розробки маршрутів і цим самим продемонструють зацікавлення до теми туристичного розвитку регіону.
- 6) Ужгородський Національний Університет. Особливо факультет Туризму. Адже проєкт стане джерелом інформації для студентів, а також наочним прикладом концепції створення промоційних продуктів та розробки туристичних маршрутів і екскурсів. Студенти і викладачі зможуть стати учасниками заходів під час яких команда презентуватиме свій досвід.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Інтереси цільової аудиторії були визначені на основі попередньої співпраці та спілкування з екскурсоводами, експертами туристичної галузі, туристами, жителями Закарпаття.

Під час реалізації попереднього проєкту «Пізнай Ужгород» ми отримали зворотній зв'язок від великої кількості як пересічних громадян, так і фахівців, експертів туристичної сфери. Побачили зацікавлення і реальну потребу у продовженні роботи над розвитком ідеї проєкту і її мережуванням. Адже до цього часу у вільному доступі нема згурпованої інформації про можливості самостійної організації відпочинку Закарпаттям (йдеться про маршрути для самостійних подорожей в першу чергу трьома районами Ужанщини). Для членів організації-партнера проєкт у перспективі дозволить полегшити роботу над розробкою власних турів для туристичних груп, а також відкриє нові локації Ужанщини.

Президент ТУ



Лавренко ДС

Для ГО «Шасливі діти» дуже важливим є продовження роботи у напрямку краєзнавчого просвітництва та розвитку культурного туризму на Закарпатті, адже це дає можливість заручитися підтримкою аудиторії з районів Закарпаття, генерувати ідеї нових ініціатив і формувати нові партнерства.

Щодо представників влади районів, то факт важливості даного проєкту для них впливає з аналізу публікацій у ЗМІ про бажання розвивати туризм на своїх територіях, залучати інвесторів і покращувати життя громади. Ми спілкувалися і з представниками бізнесу цих районів, які вже працюють над створенням туристичних магнітів і зацікавлені у якісній промоції своєї справи. Проєкт дозволить їм вийти на новий рівень, збільшити кількість клієнтів і привернути увагу туристів до історико-культурної і природної спадщини Ужанщини.

Для населення цих територій (особливо сільського населення) проєкт важливий з точки зору просвітництва і пояснення важливих аспектів взаємодії з туристичними операторами, а також можливостей які відкривають для них об'єкти спадщини. Адже за свідченням екскурсоводів часто жителі сіл не розуміють можливостей розвитку територій за рахунок об'єктів тяжіння. Так, наприклад в Ужжк часто місцеві бабусі не пускають туристів до церкви, яка є об'єктом світової спадщини ЮНЕСКО.

На території Ужанської долини знаходиться величезна кількість об'єктів історико-культурної та природної спадщини, які потрібно популяризувати, акцентуючи на свідомому ставленні і важливості їх збереження. Прєкстні заходи якраз і спрямовані на взаємодію з цільовою аудиторією у цьому напрямку.

Крім того, під час дослідження асортименту сувенірних крамниць ми виявили брак іміджевої, насправді місцевої, якісної і цікавої продукції. Власники крамниць охоче реалізовуватимуть продукти проєкту у майбутньому.

Маючи досвід співпраці з дітьми і молоддю, під час реалізації проєкту «Театралізована квест-екскурсія «Таємниці старовинного Ужгорода», ми побачили зацікавлення аудиторії у нестандартних методах і формах подачі краєзнавчої інформації.

Наші листівки «Пізнай Ужанську долину» якраз і забезпечать можливість якісного сімейного дозвілля - пізнавальних прогулянок трьома районами Закарпаття.

На основі аналізу мобільних додатків і їх контенту ми дійшли висновку, що Закарпаття практично не представлене у цій площині, окрім Ужгорода, який якісно презентований завдяки нашому попередньому проєкту. Є запит аудиторії на аудіогіди Закарпаття. Проєкт спрямований і на задоволення цієї потреби аудиторії.

Прєдєрєєв Т.О.



Равєєв О.С.

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

ГО «Щасливі діти» отримає унікальний досвід партнерства та продукт, який зможе успішно реалізовувати і реінвестувати кошти в статутну діяльність. Це сприятиме зміцненню фінансової спроможності ГО, а також дозволить реалізовувати нові краєзнавчі проєкти.

Організація-партнер – отримає досвід реалізації проєкту за підтримки УКФ, а також 10 готових нових маршрутів Ужанщиною, які стануть у нагоді усім членам асоціації, що займаються туристичним супроводом груп. Це готова інформація для робочого використання.

Екскурсоводи – розробники маршрутів стануть частиною команди, яка формує туристичний імідж Закарпаття, зможуть презентувати себе і свою діяльність, а також використовувати листівки для роботи з групами. Крім того, зможуть отримувати додатковий дохід – відсоток з реалізації сувенірних наборів серед туристів (по завершенню проєкту). А також розширять базу контактів і зв'язків з районами.

Режисер, фотограф, художниця та інші члени команди зможуть розширити горизонти власної творчості і отримати новий досвід партнерства, об'єднаного любов'ю до культури і рідного краю. Це – енергія, мотивація, натхнення, нові ідеї і визнання.

Закарпаття (влада області та районів) отримає візитівку Ужанської долини, яка дозволить привернути увагу до історико-культурної та природної спадщини депресивного регіону та стимулюватиме до розвитку територій. Іміджевий культурний сувенірний продукт – набір листівок з, розробленими екскурсоводами, маршрутами для самостійних подорожей дозволить туристам і жителям регіону (ужгородцям зокрема, адже Ужанська долина дуже близько від обласного центру) відкрити для себе поліетнічний край, урізноманітнити дозвілля, додати пізнавальної складової сімейним подорожам, краще пізнати Закарпаття.

Особливо актуальним є проєкт у період карантинних обмежень, спровокованих COVID19, адже забезпечує можливість «безконтактного» туризму (усі маршрути розроблені для самостійних подорожей). Аудіогіди маршрутів (українською і англійською мовами) будуть розміщені на платформі міжнародного мобільного додатку izi.travel і доступні широкому загалу. Аудиторія платформи 500 000 осіб. Кількість зацікавлених можна буде відслідкувати за відгуками, а також за статистикою відвідувачів платформи izi.travel. Платформа мобільного додатку отримає новий контент і нових відвідувачів.

Крім того, усі охочі зможуть придбати (по завершенню проєкту) набір листівок, з якості сувеніру. У процесі реалізації проєкту 200 наборів ми

Президент



Масла

розповсюдити безкоштовно під час промо-заходів.

Студенти УжНУ отримають можливість переймати практичний досвід створення туристичних брендів, а також долучитися до проєкту в якості волонтерів і стати генераторами майбутніх ініціатив.

Учасники презентацій та промотурів – можливість спілкування з проєктною командою, дізнатися багато цікавого про Ужанську долину під час презентаційної екскурсії від розробників маршрутів, а також отримати безкоштовний примірник листівок.

Представники бізнесу, які генерують бізнес-магніти районів Ужанської долини – безкоштовну рекламу свого бізнесу.

Власники сувенірних продуктів отримають на реалізацію якісний сувенір зі змістом про місто (після реалізації проєкту).

Проєкт стимулюватиме розвиток депресивних районів Закарпаття, сприятиме збільшенню туристичних атракцій та промоції Ужанської долини, популяризації історико-культурної та природної спадщини регіону.

Український культурний фонд отримає якісний кейс для звітів програм, а також сотні згадувань фонду у ЗМІ та соцмережах і, звісно, нових шанувальників та заявників.

Хто є зацікавленою стороною (ами) проєкту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проєкт чи бути під впливом проєкту)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними.

На нашу думку, зацікавленою стороною проєкту є Закарпатська ОДА, адже заплановано створення іміджевого продукту для трьох районів області. Що сприяє виконанню програм стратегічного розвитку області. Підтримка проєкту і активне залучення представників адміністрації до його реалізації позитивно вплине на імідж влади краю.

Громадська організація вже отримала лист-підтримки від Закарпатської ОДА з декларацією усіяко підтримувати проєктні заходи. Плануємо залучати відповідні Департаменти до проєктних заходів.

Не менш зацікавленими будуть і представники влади районів. Для них участь у проєкті – суттєва допомога і підтримка, адже через ситуацію з COVID 19 спостерігається економія державних коштів і зменшення видатків на культурний сектор. З ними проєктна команда зустрінеться для обговорення процесу реалізації та отримання інформації про стан об'єктів історико-культурної та природної спадщини районів. Крім того, вони допоможуть заохотити місцевих бізнесменів до процесу генерування ідей та внесення об'єктів, які мають потенціал стати туристичними магнітами, до карт маршрутів.

Президент



Лаврова О.С.

Свою зацікавленість у реалізації проєкту висловили і члени «Асоціації фахівців туристичного супроводу Закарпаття» (очільник ГО та 5 екскурсоводів будуть залучені до розробки маршрутів). Для них проєкт – джерело інформації для роботи з туристичними групами, а також можливість долучитися до команди у якості волонтерів з метою отримання нового досвіду.

Ще одна зацікавлена сторона – представники туристично-орієнтованого бізнесу (власники сувенірних крамниць, книгарень, турфірм, готельно-ресторанного бізнесу), адже вони зможуть презентувати своїм користувачам якісний сувенірний продукт, а також завдяки проєкту у перспективі отримати нових клієнтів. З ними ми налагодимо співпрацю для подальшої реалізації комерційних тиражів сувенірних наборів (після завершення проєкту).

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

Для інформування широкого загалу про проєкт визначено ключових спікерів з числа проєктної команди:

Людмила Сюзева, керівниця проєкту, авторка ідеї,

Сашко Шершун, голова Асоціації екскурсоводів Закарпаття,

Юрій Славик, розробник маршрутів, екскурсовод, доцент кафедри археології, етнології та культурології факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»,

Аліса Смирна, екскурсоводка, членкиня International Association of Travel and Tourism Professionals (SKAL), Німеччина, Дармштадт.

Тетяна Симкович, контент-менеджерка, відповідальна за завантаження контенту і роботу мобільного додатку,

Юлія Давидова, очільниця прес-служби Закарпатського обласного управління лісового та мисливського господарства,

Олена Бугренкова, художниця-ілюстраторка.

Богдан Козачук, режисер промо-ролика.

Інші члени команди будуть теж залучатися до промо-кампанії і висвітлення ходу реалізації проєкту.

Для інформування широкого загалу про важливість і унікальність проєкту будемо залучати лідерів думок туристичної сфери:

Федора Шандора, голову Регіональної туристичної організації Закарпаття, професора УжНУ, туризмознавця,

Олександра Ковалю, експерта з розвитку туризму на Закарпатті.

Ключові повідомлення на кшталт «промоція культурної і природної спадщини забезпечить розвиток туризму і економічне зростання регіону»,


Код
39501665
Україна

Григорук С *Решетко ОО*

«найкращі промоутери регіону – його жителі», а також меседжі про важливість, інноваційність, унікальність проєкту та його особливості і вплив на розвиток туризму в регіоні; про важливість заохочення і залучення дітей і молоді до пізнання історії краю через якісне дозвілля; про проєктні заходи; про команду і її творчу колаборацію, про мобільний додаток і презентацію маршрутів Ужанщиною на міжнародній туристичній платформі, анонси презентації та екскурсії за участі розробників маршрутів; про перспективи розвитку креативних індустрій на Закарпатті.

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

Під час реалізації проєкту будуть залучені усі можливі методи комунікації з ЦА: відео, аудіо контент, промо кампанії в соціальних мережах.

Канали комунікації:

1) з членами команди і партнерами – електронна пошта, месенджер, телефонний зв'язок;

2) з цільовою аудиторією:

- соцмережі Фейсбук та Інстаграм: сторінки ГО «Щасливі діти» та ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття» та особисті сторінки учасників проєктної команди. А також групи у соцмережі Фейсбук: «Закарпаття», «Ужгород», «Туризм», «Цікаві подорожі», «Я люблю Ужгород» тощо.

- ЗМІ: інтернет-видання («Закарпаття онлайн», «Мукачєво.нет», «Варош», «Голос Карпат», «Ужгород.ін», «Репортер»...), друковані (газети «Ужгород», «Новини Закарпаття», «Карпатський об'єктив»), телеканали («21 канал», «UA:Закарпаття», «М-студіо», «Ужінформ», «1 кабельний»...), радіостанції («Закарпаття», «Тиса», «радіо 7», «Єден»...). Плануємо налагодити 3 види співпраці з медіа: розсилка на електронні адреси Закарпатських ЗМІ готових прес-анонсів, релізів та фото та допомога у продукуванні інформаційних приводів (спільна робота над зйомками окремих сюжетів, програм, підготовкою інтерв'ю з членами команди тощо), а також запрошення на заходи: прес-конференції, презентації, прес-тури.

- Офіційні сайти: Закарпатської ОДА (лист підтримки у Додатках) та сайтів Великоберезнянської, Перечинської, Ужгородської РДА.

- промо-заходи: прес-конференції, прес-тури, презентаційні тури маршрутами, презентації продуктів, конкурси і розіграші.

Детальніше про інфо-кампанію та її кількісні і якісні результати - нижче.

Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проєкту (вказіть назви засобів масової інформації та кількість


Президент ГО *Мавейко В.В.*

публікацій/матеріалів, які заплановані)?

Під час реалізації проєкту передбачена активна інформаційна кампанія і співпраця з регіональними медіа. Діяльність організації активно висвітлюють Закарпатські ЗМІ. Свідченням цього є медіазвіт з попереднього проєкту, за підтримки УКФ. Тоді інформація про хід реалізації проєкту була поширена у понад 40 ЗМІ області, охоплена аудиторія – понад 100 000 осіб.

Про співпрацю і висвітлення попередньо домовлено з такими ЗМІ:

Інтернет-портали:

«Закарпаття онлайн» - найвідвідуваніший та найвпливовіший сайт Закарпаття. У стрічці новин буде опубліковано інформацію з розсилки про проєктні заходи. Щонайменше 15 публікацій.

А також: «Про Захід», «Заголовок», «Varosh», «Мукачево нет», «Голос Карпат», «0312.ua», « Ужгород.нет.уа», «Карпатський вісник», «Ужгород.ін», «ЗіДо», «Репортер», «Карпатньюз». Буде опубліковано понад 100 публікацій.

Телеканали та інтернет-ТБ:

«21 канал» - відзніме щонайменше 7 телевізійні сюжети (про старт проєкту, презентацію відеоролика і листівок, сюжет з прес-туру, про запуск аудіогідів) та 2 телепрограми за участі представників проєктної команди.

«М-студіо» - відзніме 5 сюжетів (про хід реалізації проєкту, старт і презентацію ролика та листівок,). А також телепрограму за участю членів проєктної команди.

«UA. Суспільне» - відзніме щонайменше 5 сюжети. А також програму за участі проєктної команди.

УЖІНФОРМ. Телевізійники відзнімуть 4 сюжета і одну програму з гостями в студії – членами проєктної команди.

«1 кабельний» - відзніме 4 сюжета та 1 програму.

До прес-турів запрошуватимемо і власкорів всеукраїнських телеканалів.

Радіо:

«Закарпаття» - 3 програми. Інфоприводи – старт проєкту, запуск аудіогідів, анонс презентації.

«Радіо Тиса» - 3 програми і згадування проєкту у новинних випусках.

«Радіо7» - 3 програми за участі проєктної команди.

«Єден» - 10 програм про кожен маршрут. Гостями студії стануть учасники проєктної команди.

Газети: «Ужгород», «Голос Карпат», «Карпатський об'єктив», «Новини Закарпаття» розмістять по 5 публікацій.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті виконання інформаційної складової проєкту?

Президент Ю. Рабеева



Якісне позиціонування проєкту сприяло пошвавленню зацікавленості Ужанською долиною серед цільових аудиторій, збільшенню кількості шанувальників краєзнавства, зміцненню культурних цінностей закарпатців, розширенню культурного простору територій.

Активна промоція проєкту через співпрацю зі ЗМІ забезпечила актуальність теми розвитку культурного і туристичного потенціалу регіону, а також презентувала широкому загалу унікальні об'єкти історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини. А ще - привернула увагу влади, бізнесу, громад до важливості розвитку об'єктів тяжіння та важливості генерування ідей культурницьких ініціатив у майбутньому. В результаті реалізації комунікаційної стратегії (зокрема інформаційної) нам вдалося досягти максимального залучення ЦА до проєктних заходів, створити активну промоцію і висвітлення реалізації проєкту у ЗМІ.

Результати у кількісному вимірі виглядають так:

1) [?] Проєктну діяльність висвітлювало понад 20 ЗМІ (створено понад 100 публікацій, щонайменше 20 телесюжетів та 15 теле і радіопрограм). Охоплена аудиторія – щонайменше 500 000 осіб (важко відслідкувати охоплення аудиторії телеканалів та радіостанцій. Такої інформації вони не надають). Представники проєктної команди були учасниками програм на 4 регіональних телеканалах та 3 радіостанцій. В медіа вийшло 5 розгорнутих інтерв'ю з представниками проєктної команди. Участь у двох прес-турах взяло понад 20 представників медіа. У ЗМІ вийшло понад 10 публікацій, репортажів, 8 сюжетів.

На 3 інформаційних порталах впродовж 2 місяця були розміщені банери з рекламою аудіогідів та наборів листівок. Загальне щоденне охоплення аудиторії порталів (за словами редакторів) – орієнтовно 35 000 осіб.

Інформаційна кампанія забезпечила широке охоплення цільової аудиторії проєкту та сприяла залученню до діяльності і співпраці десятки людей.

2) [?] Участь у промо екскурсії від розробників маршрутів взяло понад 30 осіб (зареєструвалося понад 50). Цей захід сприяв налагодженню контакту з ЦА, а також пошвавленню її інтересу до пізнання історичної і природної спадщини та культурного розвитку.

3) [?] Представники бізнесу Великоберезнянського, Перечинського, Ужгородського районів виявили інтерес до проєкту і активність. Понад 20 підприємців надіслали заявку на участь у ініціативі та пропозицію внести свої заклади у маршрути проєкту.

4) [?] Промо ролик про Ужанську долину переглянуло понад 60 000 осіб. Пошвавився інтерес жителів області (Ужгорода зокрема) до Ужанської долини. Проєктній команді вдалося відкрити Ужанщину для туристів, розвінчати стереотипне уявлення про депресивні райони Закарпаття.

5) [?] Користувачі міжнародного мобільного додатку izi.travel (місячна

Продумані 10



Лавренко О.С.

аудиторія – понад 500 000 осіб) відкрили для себе Закарпаття.

А промоція проєкту сприяла збільшенню аудиторії користувачів сервісу. Десятки тисяч жителів регіону і туристів відкрили для себе можливість безконтактних подорожей (використовуючи аудіогіди) Закарпаттям та ознайомилися з культурною та природною спадщиною наближених до обласного центру районів.

6) Участь у презентації результатів реалізації проєкту (презентація набору листівок з аудіогідами «Пізнай Ужанську долину» та проморолика) взяло понад 40 осіб (члени проєктної команди, журналісти, лідери думок, представники влади трьох районів Закарпаття, екскурсоводи - члени Асоціації фахівців туристичного супроводу Закарпаття, студенти-туризмознавці тощо). Запис онлайн-трансляції переглянуло понад 100 осіб.

7) У соціальних мережах Фейсбук та Інстаграм на сторінках ГО «Щасливі діти» та організації партнера (ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття») було розміщено:

- 10 фотосальбомів з проєктних заходів. Це сприяло популяризації історико-культурної та природної спадщини трьох районів Закарпаття, а також привернуло увагу до заходів проєкту. Кількість переглядів – понад 3000.
- опубліковано 100 постів та 20 одиниць відеоконтенту. Охоплення аудиторії – понад 20000.
- поширено 5 рекламних постів-анонсів заходів та реклама промо ролика «Пізнай Ужанську долину». Десятки тисяч користувачів соціальних мереж відкрили для себе Ужанщину.

Участь у 2 розіграші призів (промо продукція: значки, екторбинки, кепки, футболки) у соцмережах взяло понад 300 осіб. 200 учасників проєктних заходів отримали сувенірні набори листівок у подарунок.

8) Жителі Ужгородщини, Великоберезнянщини, Перечинщини змогли побачити якісний результат промоції краю. Усвідомили важливість інформаційної кампанії та реклами туристичних принад Ужанської долини. У районах почали з'являтися нові ініціативи і заходи, спрямовані на покращення туристичної привабливості і залучення туристів.

Яких довгострокових результатів вдасться досягнути завдяки реалізації проєкту? Що буде підтвердженням досягнення мети проєкту?

Ужанщина стала успішним прикладом для інших регіонів у створенні конкурентноспроможних культурних продуктів, які приваблюють туристів, руйнують стереотипи і створюють нові партнерства. Підтвердженням цьому стало збільшення туристичних дестинацій навколо новостворених маршрутів, а також збільшення кількості громадян України, які подорожують з метою залучення до етнічного, релігійного та культурного


Президент Р. Павлиш

життя регіону.

Розміщення аудіогідів на платформі міжнародного мобільного додатку дозволило розширити зону покриття проєкту, збільшити привабливість досягнень сектору культурних та креативних індустрій на місцевому та міжнародному рівні, залучити до галузі культури та туризму нову аудиторію, підвищити обізнаність туристів про історико-культурні надбання краю.

Підтвердженням цьому є статистична інформація щодо кількості користувачів мобільного додатку, які скористалися аудіогідами.

Інформаційна кампанія проєкту сприяла підтримці ідеї важливості збереження культурної спадщини та цілісного, орієнтованого на майбутнє, її розуміння, а також привернула увагу влади, бізнесу, громади до важливості підтримки культурницьких ініціатив у майбутньому. Керівництво області зацікавилось у презентаціях продуктів проєкту на туристичних ярмарках та інших заходах загальнодержавного та міжнародного рівнів.

Команда проєкту продемонструвала приклад не просто створення якісного продукту, а й максимально тісного зв'язку з цільовою аудиторією, впливу на її сприйняття культури як багатогранного інструменту вирішення суспільно важливих проблем. Адже інтеграція культури у туристичну сферу сприяла створенню нових партнерств і креативних рішень, а також розвінчання стереотипу щодо депресивності районів Ужанської долини. Тут почали реалізовуватися нові проєкти.

ГО «Щасливі діти» та ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу» отримують запити від організацій з інших міст на проведення презентацій проєкту і діляться досвідом. Міжнародні організації проявляють зацікавленість співпрацювати і спільно реалізовувати культурні проєкти. Успішна реалізація і комерціалізація проєкту стали поштовхом до подальшої роботи громадської організації над мережуванням проєкту в інших містах Закарпаття. Використання креативного потенціалу творчих людей та багатих культурних ресурсів, дозволило громадам поширювати власні історичні, культурні ідентичності та посилювати роль регіону в міжнародній співпраці.

Все це у майбутньому забезпечить умови для функціонування креативних індустрій, адже креативність – необмежений ресурс, який становить особливу цінність у довгострокових процесах розвитку регіональної економіки.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проєкту.

Реалізація проєкту дозволить сформувати покоління свідомих закарпатців, яке знає свою історію, усвідомлює цінність історико-архітектурної спадщини та важливість її збереження для майбутніх поколінь.

Крім того, створений під час реалізації культурний продукт – набір листівок

Президент Ю  *Робцова ОО*

«Пізнай Ужанську долину» дозволить залучити до вивчення історії та культури регіону, і дорослих, і дітей, стане джерелом корисної інформації для туристів (зокрема, аудіогіди будуть доступні широкому загалу на платформі izi.travel), а також сприятиме підтримці державної мови і розвитку інклюзивного туризму.

Важливою соціальною цінністю результатів проектної діяльності також є формування тренду на пізнання історії та культури Закарпаття. Знати все про край, в якому ти живеш, поступово стане модним.

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

Ми передбачили ряд заходів для презентації широкому загалу результатів та культурних продуктів, створених у процесі реалізації проєкту.

У результаті реалізації проєкту буде створено промо-ролик (ми забезпечимо вільний доступ і можливість скачувань ролика) та сувенірний набір листівок «Пізнай Ужанську долину» з 10 маршрутами для самостійних подорожей та мультимедійним додатком. На постійній безкоштовній основі буде забезпечено вільний доступ до аудіогідів (українською і англійською мовами) на платформі туристичного мобільного додатку izi.travel.

Під час проектних заходів буде безкоштовно розповсюджено 200 наборів листівок.

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

Після реалізації проєкту команда продовжить працювати над посиленням його довгострокового впливу: буде забезпечено вільний доступ до промо-ролика та аудіогідів (українською і англійською мовами) на платформі мобільного додатку, а також до матеріалів про усі етапи реалізації у ЗМІ. Ми плануємо ділитися досвідом з іншими організаціями, а також співпрацювати з УКФ, поширюючи інформацію про проєкт через різні канали комунікації.

Сталість результатів проєкту буде забезпечена шляхом повторних видань тиражу з метою комерційного його розповсюдження - реалізації у книгарнях, сувенірних крамничка, готельно-ресторанних комплексах, туристичних агентствах... Крім того, заплановано залучення до реалізації сувенірних наборів екскурсоводів – членів Асоціації фахівців туристичного супроводу (за відсоток з продажів). Виручені кошти реінвестуються на підтримку інших проєктів організації, її статутну діяльність. Це дозволить зміцнити фінансову спроможність організації у майбутньому.

Президент ГО  *Робота ОС*

У перспективі будемо шукати можливості мережування проєкту в інших містах і районах Закарпаття. Для цього залучатимемо грантову підтримку.

Як організація-заявник планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проєкту?

Ми завжди відкриті до співпраці з зацікавленими особами та інституціями. Як показує практика, у процесі реалізації проєктів до команди часто звертаються організації з інших областей і запрошують презентувати досвід і напрацювання, провести тренінг чи стати учасником їхніх заходів. Так було під час реалізації попереднього проєкту. Такі візити дозволяють розширити коло знайомств і налагодити контакти для подальшої співпраці.

Партнери та члени проєктної команди охоче ділитимуться досвідом участі у конкурсі УКФ та реалізації проєкту з усіма охочими під час презентації результатів в Ужгороді.

Планується партнерство з організаціями та екскурсоводами з інших міст для мережування проєкту, а також посилення партнерських зв'язків і продовження спільної роботи з Асоціацією фахівців туристичного супроводу Закарпаття.

Команда проєкту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

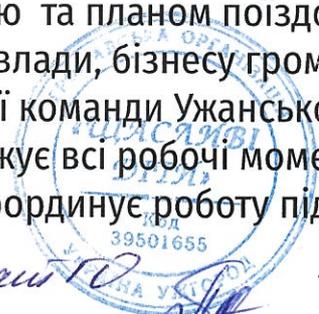
1) Сюзева Людмила Вікторівна

Роль у проєкті

керівниця проєкту

Перелік основних обов'язків

Відповідає за роботу усієї команди. Застосовує коучинговий підхід в управлінні проєктом і організації командної роботи (сертифікований коуч). Укладає угоди з усіма членами команди та надавачами послуг. Розробляє концепцію культурних продуктів над якими працює команда – сувенірний набір листівок з культурно-пізнавальними туристичними маршрутами для самостійних мандрівок Ужанською долиною та аудіогідів до них. Відповідальна за організацію командних зустрічей, а також працює над логістикою та планом поїздок команди у райони для зустрічей з представниками влади, бізнесу громади (3 зустрічі) та 10 повноденних поїздок творчої команди Ужанською долиною для створення маршрутів. Узгоджує всі робочі моменти під час розробки додатку і запису аудіогіда. Координує роботу під час підготовки


Президент ТОВ *Сюзева Л.В.*

текстових матеріалів, фото, а також підготовки і завантаження маршрутів на платформу мобільного додатку. Організовує збори проєктної команди онлайн і офлайн. Формує календарні плани, координує роботу усіх учасників проєктної команди. Забезпечує усім необхідним проєктну команду, домовляється з надавачами послуг. Контактує зі ЗМІ, домовляється про партнерство та розміщення матеріалів, а також організація телевізійних та радіо ефірів на регіональних каналах чи студіях Закарпаття (онлайн включення). Запрошує представників ЗМІ на офлайн і, за умов карантинних обмежень, онлайн заходів проєкту. Розробляє план промо-кампанії і контролює процес її реалізації. Контролює організацію промо-заходів : організацію прес-турів (2) та презентації під час одного з турів промоційного відео-ролика "Пізнай Ужанську Долину", промо вело-екскурсії для усіх охочих та презентацію листівок з аудіогідами "Пізнай Ужанську долину". Організовує в Ужгороді презентацію результатів реалізації проєкту. Затверджує контент-плани для соцмереж. Контролює роботу координаторів та менеджерів проєкту. Готує звітність.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

100%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

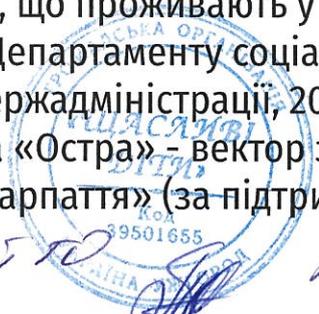
Людмила Сюзєва – журналістка, коуч, співзасновниця ГО «Щасливі діти».

За роки діяльності організації, разом з однопідприємцями організувала десятки загальноміських заходів для дітей, молоді Ужгорода та їхніх батьків. У 2019 році ідею Людмили підтримав Український Культурний фонд. Разом з командою вона успішно реалізувала проєкт «Театралізована квест- екскурсія «Таємниці старовинного Ужгорода». Наразі під керівництвом Людмили громадська організація реалізовує проєкт «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в інтерактивних листівках з аудіогідами», підтриманий УКФ.

Впродовж останніх трьох років за ініціативи і під керівництвом Людмили Сюзєвої були реалізовані такі проєкти:

2019 рік - проєкт "Творчо-креативні, екопросвітницькі табори для дітей соціально-вразливих категорій, що проживають у містах Ужгород, Чоп та селі Кам'яниця"(за підтримки Департаменту соціального захисту населення Закарпатської облдержадміністрації, 2019 рік.)

2019 рік - проєкт «Екоініціатива «Остра» - вектор збереження природоохоронного фонду Закарпаття» (за підтримки Міністерства

Президент ГО  *Сюзєва Л.М.*

екології та природних ресурсів України).

2019 рік - проект «Молодіжна культурно-освітня лабораторія «Вільний простір» у селі Кам'яниця на Ужгородщині (за підтримки програми Culture Bridges).

2018 рік - проект «Мости дружби і єдності» (за сприяння ЛМГО «Центр культурного менеджменту»).

10.06.2017 - Фестиваль-форум «Місто щасливих дітей.

8.11.2017 – проект «Культурно-освітня платформа для дітей «Вільний простір» (за підтримки Slovak Agency for International Development Cooperation).

2017 - «Творча майстерня «пТашка» - екопроект спрямований на подолання проблеми засилля поліетилену і збереження навколишнього середовища.

2.10.2017-2018 – «Життя спочатку. Соціально-психологічна допомога сім'ям внутрішньо переміщених осіб. Їх інтеграція у закарпатську спільноту» (за підтримки Генерального консульства Угорщини в м. Ужгород).

Професійні навички:

- здатність об'єднувати людей навколо ідеї,
- формувати команду та працювати в ній,
- вміння працювати з дітьми,
- управління проектами,
- здатність ефективно спілкуватися з представниками влади, бізнесу, громади,
- вміння критично мислити і знаходити вихід із критичних ситуацій,
- навички створення інформаційних та PR-кампаній,
- навички грамотного адміністрування веб-сайтів та сторінок у соціальних мережах.

Освіта:

2001-2005 - Ужгородський національний університет. спеціальність – журналістика.

2019 - Школа бізнес-коучингу Наталії Романенко (м. Київ), спеціалізація - коуч команд і проектів.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

ФОП

ПІБ члена команди

Славик Юрій Володимирович



Президент
Славик Юрій Володимирович

Роль у проєкті

екскурсовод, розробник маршрутів

Перелік основних обов'язків

Розробляє разом з колегами культурно-пізнавальні маршрути для сувенірного набору листівок з аудіогідами "Пізнай Ужанську долину". Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок Ужанською долиною. Залучений до зустрічей з представниками влади і бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів. Бере участь у творчих експедиціях - поїздках проєктної команди у вищезазначені райони з метою збору інформації та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми маршрутів з окресленими найважливішими об'єктами, фіксує jps координати локацій маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіогіда, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів: прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами - членами Асоціації.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Юрій Славик, гід-екскурсовод, доцент кафедри археології, етнології та культурології факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ».

З 2011 р. працює гідом-екскурсоводом по Закарпатській області. Є співавтор навчального посібника з історичного екскурсовознавства «Експерсії Ужгородом». Автор тематичного краєзнавчого маршруту «Шляхами Карпатської України».

З 2012 р. – співорганізатор міжнародних фестивалів середньовічної культури «Срібний Татош» (Закарпатська обл., Мукачівський р-н, смт. Чинадієво) та «Срібний Татош: епоха Другетів» (м. Ужгород) та ряду інших подій історико-туристичного характеру. Постійний учасник та співорганізатор волонтерського проєкту «Вільні екскурсії Ужгородом».

З 2016 р. – доцент кафедри археології, етнології та культурології факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ».

Освіта:

2006-2011 - навчання на географічному факультеті Ужгородського


Президент  

національного університету. Спеціальність: «туризм», кваліфікація: спеціаліст з туризму, менеджер туристичної сфери.

2006-2012 рр. – навчання на історичному факультеті Ужгородського національного університету. Спеціальність: «історія», кваліфікація: Магістр історії, викладач

2012-2015 рр. – навчання в аспірантурі історичного ф-ту УжНУ (денна форма), спеціальність: 07.00.01 – історія України.

2016 р. – присвоєння наукового ступеню кандидата історичних наук, спеціальність: історія України.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Яновський Юрій Юрійович

Роль у проєкті

розробник маршрутів, екскурсовод

Перелік основних обов'язків

Розробляє разом з колегами культурно-пізнавальні маршрути для сувенірного набору листівок з аудіогідами "Пізнай Ужанську долину". Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок Ужанською долиною. Залучений до зустрічей з представниками влади і бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів. Бере участь у творчих експедиціях - поїздках проєктної команди у вищезазначені райони з метою збору інформації та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми маршрутів з окресленими найважливішими об'єктами, фіксує jps координати локацій маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіогіда, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів: прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами - членами Асоціації.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Президент


Ковалева О.О.

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

ВІДОМОСТІ ПРО ОСВІТУ:

- 2002р. закінчив «Міжрегіональна академія управління персоналом (МАУП)», здобув диплом бакалавра, за спеціальністю - „Основи Управління та Менеджмент персоналу”.
- 2004р. закінчив «Тернопільська Академія Народного Господарства», «Інститут Фінансів», здобув диплом магістра, за спеціальністю - „Фінанси”.
- 2016р. пройшов курси при Мукачівському Державному університеті на факультеті перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів турисько-екскурсійних кадрів. Присвоєно кваліфікацію «Екскурсовод».
- 2017р. пройшов курси підвищення кваліфікації при Ужгородському Національному університеті на факультеті перепідготовки та підвищення кваліфікації екскурсоводів.
- 2019р. пройшов курси підвищення кваліфікації при Ужгородському Національному університеті. Присвоєно кваліфікацію «Регіональний Гід-Екскурсовод».

ВІДОМОСТІ ПРО РОБОТУ:

Серпень 2004р. по Листопад 2014р. працював у банківській сфері на посаді: Старший економіст з іпотечного кредитування.; Начальник відділу роздрібного кредитування; Начальник відділу кредитування юридичних та фізичних осіб; Начальник сектору кредитного моніторингу; Начальник відділення ВАТ „Банк Кіпру” в м.Ужгород.

З лютого лютий 2008р. (за сумісництвом) викладач Відкритого Міжнародного Університету розвитку Людини „Україна” (навчальні дисципліни: «Банківська справа»; «Безпека бізнесу»; «Ринок цінних паперів»).

Листопад 2014р. – Липень 2019р. активно співпрацював із туристичною компанією «ПроКарпати» за фахом «Гід-екскурсовод».

З жовтня 2019 і по теперішній час є Приватним Підприємцем в сфері туризму та організації відпочинку (КВЕД 79.90.), за фахом «Гід-екскурсовод».

ПРОФЕСІЙНІ ВМІННЯ ТА НАВИЧКИ:

Робота з організації свят та корпоративів, харчування, бронювання транспорту та житла.

Розробка туристичних маршрутів для дорослих та дітей (для ТК «Прокарпати» розробляв маршрути: «Виноградово – королівське місто», «Ужгород з ароматом кави».

Розробка та проведення індивідуальних турів.

Постійно провожу екскурсії по туристичним місцям районів

Закарпатської області (Синевирське озеро та водопад Шипіт, Замки

Президент Ю



Лавцова О.Є.

Закарпаття, по слідам лінії Арпада, дегустаційні тури і т.п.

Особиста розробка та проведення 1-2-3х денних туристичних маршрутів в Румунію (Сібіу, Орадя, Брашов, Сіная, Сігішоара, Алба-Юлія, Бая-Маре, замок Корвінів та Бран) та Угорщину (Дебрецен, Егер, Мішкольц, Токай, Будапешт).

Постійно займаюся проведенням та організацією туристичних турів в країни Євросоюзу (Словаччина, Польща, Угорщина та Румунія).

Проведення як індивідуальних так і групових екскурсій.

Робота з дитячими групами. Пошук та співпраці з туристичними операторами та партнерами, переговори та ділове листування. Консультація потенційних клієнтів. Супровід туристичних груп. Проведення дегустацій.

ЗНАННЯ МОВ: Вільно розмовляю українською та російськомовними мовами. Можу вільно пояснитися словацькою та угорськомовними мовами.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

ФОП

ПІБ члена команди

Товтин Владислав Тіберійович

Роль у проєкті

розробник маршрутів, екскурсолог

Перелік основних обов'язків

Розробляє разом з колегами культурно-пізнавальні маршрути для сувенірного набору листівок з аудіогідами "Пізнай Ужанську долину".

Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок Ужанською долиною. Залучений до зустрічей з представниками влади і бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів.

Бере участь у творчих експедиціях - поїздках проєктної команди у вищезазначені райони з метою збору інформації та розробки маршрутів.

Разом з командою створює схеми маршрутів з окресленими найважливішими об'єктами, фіксує jps координати локацій маршрутів.

Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіогіда, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів:

прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту.


Код 39501655
УКРАЇНА УУ

Ділиться досвідом з колегами - членами Асоціації.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Відомості про освіту:

В 1993 років закінчив середню школу і поступив на історичний факультет Ужгородського національного університету. Спеціалізувався на кафедрі історії стародавнього світу та середніх віків. Університет закінчив у 1998 році, спеціальність «Всесвітня історія. Вчитель історії».

З 2005 року працює в туристичній сфері. Співпрацював з провідними туристичними фірмами, які діють в Закарпатті.

Основні напрямки: екскурсії Ужгородом та в області, культурний туризм, піші походи в гори.

Займається краєзнавчими дослідженнями. Разом з історико-реконструкційним товариством «Лікіцірські гукани» організував ряд тематичних вечірок, де відтворювали традиції та звичаї Карпатського регіону. В 2012 році брав участь в започаткуванні проєкту «Відкриті екскурсії» в м.Ужгород. Читав лекції на заходах освітньої платформи «Номен»

Зараз працює в Центрі сталого туризму українських Карпат у м.Ужгороді.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Смирна Аліса

Роль у проєкті

розробниця маршрутів, екскурсоводка

Перелік основних обов'язків

Розробляє разом з колегами культурно-пізнавальні маршрути для сувенірного набору листівок з аудіогідами "Пізнай Ужанську долину".

Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок

Ужанською долиною. Залучений до зустрічей з представниками влади і бізнесу Перечинського, Великобerezнянського, Ужгородського районів.

Президент ГО
*Левченко Ірина*

Бере участь у творчих експедиціях - поїздках проєктної команди у вищезазначені райони з метою збору інформації та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми маршрутів з окресленими найважливішими об'єктами, фіксує jps координати локацій маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіогіда, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів: прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами - членами Асоціації.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Освіта:

2005-2008 - International Tourism Management, Johannes-Kepler-University in Linz (Austria). Диплом MBA.

Ужгородський Національний Університет,

1996-2001- Романо-германська філологія, світова література.

Ужгородський Національний Університет. Спеціаліст.

2016 - Курси гірських провідників при Асоціації гірських провідників «Ровінь».

2018 - Курси екскурсоводів при Регіональній туристичній організації, №G-109.

Членкиня таких фахових/професійних організацій:

-International Association of Travel and Tourism Professionals (SKAL),

Німеччина, Дармштадт;

-Асоціація екскурсоводів Закарпаття;

-Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму;

-Асоціація гірських провідників «Ровінь».

Місце роботи: а) ФОП, основний вид діяльності-гідесса, екскурсоводка з акцентом на вело- та піші тури для німецькомовних груп та екологічні, освітні екскурсії для дітей; б) власниця велосадиби Bed&Bike у с.Дубриничі, Закарпаття.

Сумарна кількість років професійної діяльності: 17.

Ключова кваліфікація: регіональний розвиток зеленого, активного, сільського, екологічного і освітнього туризму в Західній Україні.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа

Президент Ю



Поліковська О. О.

- підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

ФОП

ПІБ члена команди

Черяник Юрій

Роль у проєкті

розробник маршрутів, екскурсовод

Перелік основних обов'язків

Розробляє разом з колегами культурно-пізнавальні маршрути для сувенірного набору листівок з аудіогідами "Пізнай Ужанську долину". Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок Ужанською долиною. Залучений до зустрічей з представниками влади і бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів. Бере участь у творчих експедиціях - поїздках проєктної команди у вищезазначені райони з метою збору інформації та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми маршрутів з окресленими найважливішими об'єктами, фіксує jps координати локацій маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіогіда, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів: прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами - членами Асоціації.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

ОСВІТА:

2007 р. закінчив ОДС, спеціальність «Теологія».

2014 р. закінчив УжНУ, спеціальність «Туризм». Рівень: другий (магістерський).

2011 р. пройшов навчання та підготовку на спецкурсах туркомпанії TezTour (Туреччина).

2012 р. пройшов курси екскурсоводів при УжНУ. Присвоєно кваліфікацію «Екскурсовод».

2018 р. пройшов курси підвищення кваліфікації при УжНУ.

Президент ІО



Менеджер ІО

ВІДОМОСТІ ПРО РОБОТУ:

2011-2012 рр. туркомпанія TezTour, Туреччина. Трансфермен, екскурсійний гід, готельний гід.

З 2013 р. – Активна співпраця з українськими та білоруськими туристичними компаніями («4 сторони света», ТА «Пилиграм», «Час на мандри», «Бомбатур», «ПроКарпати», «Акордтур» та ін) - розробка групових та індивідуальних турів, екскурсійний супровід, організація трансферу, розміщення. Проведення квестів. Гід, екскурсовод.

В своєму напрацюванні маю розроблені маршрути: 2 автомобільні (Міжгірщина та Ужгородщина) та 6 пішохідних (3 - Великоберезнящина та Воловецький, Тячівський та Ужгородський райони відповідно).

ПРОФЕСІЙНІ ВМІННЯ ТА НАВИЧКИ:

Розробка туристичних маршрутів для дорослих та дітей.

Розробка та проведення групових (до 54 осіб) до індивідуальних турів.

Переважні напрями роботи: Закарпаття (природні об'єкти, історичні та архітектурні пам'ятки, фестивалі, дегустації, рекреаційні центри, гірські маршрути – Ужгород, до Ужоцького перевалу, озера Синевир, Колочава, Вучкове, Хуст, Берегово, Мукачево, Лумшори та ін).

Розробка та проведення командного квесту для торгової компанії на замовлення «ПроКарпати».

Організація трансферу, розміщення та харчування.

Консультація потенційних клієнтів.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Худіш Павло

Роль у проєкті

розробник маршрутів, екскурсовод

Перелік основних обов'язків

Розробляє разом з колегами культурно-пізнавальні маршрути для сувенірного набору листівок з аудіогідами "Пізнай Ужанську долину".

Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок Ужанською долиною. Залучений до зустрічей з представниками влади і бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів. Бере участь у творчих експедиціях - поїздках проєктної команди у

Президент Ю  *Роберт О*

вищезазначені райони з метою збору інформації та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми маршрутів з окресленими найважливішими об'єктами, фіксує jps координати локацій маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіогіда, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів: прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами - членами Асоціації.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

ОСВІТА:

2016 - Кандидат історичних наук (Ph.D.), Ужгородський національний університет.

Дисертація: Закарпаття в контексті чехословацько-радянських відносин (1944 - 1948)

Професор Роман Офіцинський (науковий керівник), професор Володимир Баран та доктор Руслана Попп (офіційні опоненти).

2010 - Магістр історії, Ужгородський національний університет.

2009 - Бакалавр історії, Ужгородський національний університет.

НАУКОВІ ІНТЕРЕСИ: Новітня історія Європи, історія Центрально-Східної Європи, студії Голокосту (Holocaust Studies), історія «пограниччя» (borderland studies), історія міграцій (Migration studies).

ДОСВІД РОБОТИ ТА ВИКЛАДАННЯ:

2018 - Доцент кафедри історії України, факультет історії та міжнародних відносин, Ужгородський національний університет

2016 – 2018 - Асистент кафедри історії України, факультет історії та міжнародних відносин, Ужгородський національний університет.

Навчальні дисципліни: History and Culture of Ukraine (викладання англійською для іноземних студентів), Педагогічна думка та освіта на Закарпатті у XVIII-XX ст., Вступ до американістики.

2016 - Викладач чеської мови, Школа іноземних мов «Skillberg»,

Uzhhorod. 2016- Регіональний координатор міжнародного освітнього та дослідницького проєкту “In Between? Searching for Local Histories in

Borderlands of Europe”, організатор: «European Network Remembrance and Solidarity» (Варшава, Польща)

Президент ІО



Кавецька О.Є.

Завдання: 1) збір інтерв'ю від представників національних меншин Закарпаття: угорців, євреїв, словаків та ромів; 2) консультування учасників проекту протягом їх перебування на Закарпатті у жовтні 2016 року, стосовно питань міжетнічних відносин в регіоні; 3) презентація фінального звіту по проекту на конференції у Варшаві в грудні 2016.2012-2016 - Сертифікований гід-екскурсовод по Закарпатській області, компанії «Анга-трелвел», «Аккорд-тур».

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Павлсва Ольга Сергіївна

Роль у проекті

менеджерка проекту, координаторка заходів

Перелік основних обов'язків

Координує роботу проектної команди - дотримання робочого плану. Відповідає за організацію і проведення промо-заходів та інформаційної кампанії: прес-турів, промо-екскурсії, презентацій. Організовує виїзди команди у райони (для зустрічей з представниками влади, бізнесу, громади, а також творчих експедицій команди для розробки маршрутів). Контактує з надавачами послуг під час організації промо-заходів, налагоджує логістичні моменти. Запрошує лідерів думок на заходи. Відповідає за проведення промо-акцій у соціальних мережах (розіграші призів, створення подій у фейсбуці). Створює гугл-форми для реєстрації учасників екскурсій та інших заходів. Реєструє учасників під час заходів. Організовує роботу волонтерів під час промо-екскурсії та презентації результатів проектної діяльності в Ужгороді. Відповідає за видачу сувенірних наборів учасникам заходів (складає реєстраційні списки, розсилає поштою). Готує звіт щодо кількості розданих наборів листівок та кількості учасників проектних заходів. Співпрацює з ЗМІ, моніторить висвітлення проектної діяльності. Відповідальна за розміщення зовнішньої реклами проекту - сітілайтів (затверджує макети і приймає рішення щодо місць розміщення сітілайтів в Ужгороді). Контактує з надавачами послуг. Генерує інформаційні приводи та залучає ЗМІ до висвітлення проектної діяльності.

Президент ГО



Павлсва Ольга Сергіївна

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

50%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Освіта: ?

2000-2005 рр. – навчання на відділенні журналістики філологічного факультету УжНУ.

Павлова Ольга

Місце роботи:

- керівник ГО „Щасливі діти”

- начальник управління зовнішніх комунікацій АТ “Закарпатгаз”

Досвід роботи

Інформаційна сфера: ?

з 2001 по 2015 роки – журналіст різних видів ЗМІ (радіо “Світ-ФМ”, інформаційне агентство “Контекст-Медіа”, телеканал “Інтер” на Закарпатті, сайт “Закарпаття онлайн” (zakarpatya.net.ua), газета “Карпатський експрес”), спеціаліст управління зв’язків із громадськістю Закарпатської ОДА (2004-2005 р.р.), медіаконсультант, координатор прес-центру “Закарпаття”.

2015 по 2018 журналіст-фрілансер (“Громадське радіо”, м.Київ)

Громадська діяльність:

з листопада 2014 року по сьогодні – керівник в ГО “Щасливі діти”, координатор проєктів та програм.

Відзнаки: 2017 рік – III місце в номінації “Кращий матеріал в онлайн-виданнях” конкурсу журналістських матеріалів на гендерну тематику.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Бугренкова Олена Анатоліївна

Роль у проєкті

художник-ілюстратор

Перелік основних обов’язків

Ілюструє листівки (10 шт.) та обкладинку конверту сувенірного набору. Створює серію наліпок до набору. Розробляє стиль і створює макети

Президент ГО



Павлова ОО

промо-матеріалів: рамок для Фейсбук, фону-обкладинки для оформлення акаунта мобільного додатку (аудіогіди), значків, футболок, екторбинок. Бере участь у презентаціях та промо-заходах проєкту.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Бугренкова Олена

З 2012 року працює як ілюстратор.

За час роботи ілюструвала такі видання:

2015 рік: "Гидке каченя" - видавництво "Фенікс", "Сорокопуди" -

видавництво "Час майстрів", "Поні фіалка" – видавництво «Віват»,

2016 рік: "Велветовий кролик" – видавництво «Віват», "Песик купить господаря" – видавництво «Віват», "Перша доріжка в небо".

2017 рік: "Час майстрів", "Hey there, Speedy, don't be greedy!" - замовляв автор для публікації на амазоні, "Віммельбух про пори року" – видавництво «Артбукс», Віммельбух "Професії" – видавництво «Артбукс».

2018 рік: "Пін на прізвисько Гвін" – видавництво «Фонтан казок», "Як потрапити на місяць" (як автор та ілюстратор) – видавництво «Абабагаламага».

2018 рік: "Брехливе мишеня"- видавництво «Ранок», "Баю-бай звірята" – видавництво «Ранок»

2019 рік: "Капризуля -левеня" – видавництво «Ранок», "Прибулець з країна Нямликів" – видавництво «Абабагаламага», "Таємниця козацької шаблі" – видавництво «Абабагаламага», "Заборонений Санта" – видавництво «Віват».

З 2015 року і по сьогодні молює для журналу "Пізнайко".

З 2017 року і по сьогодні працює художником у театрі ляльок

"Бавка" (ілюструвала і художньо оформляла вистави: "Чарівні слова " - режесер Наталія Орешнікова, "Поросятко Чок" - режесер Олександр Куцик. «Рожева стрічка» - режесер Наталія Орешнікова.

Освіта:

2003- 2007 навчання в Коледжі мистецтв ім. А. Ерделі ,

2007-2012 – Закарпатський художній інститут, спеціальність дизайнер графік. Закінчила з відзнакою.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір,

Президент ГО



Росівка Олена

волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Симкович Тетяна

Роль у проєкті

контент-менеджерка, відповідальна за створення і наповнення акаунта на платформі мобільного додатку izi.travel, завантаження уміх маршрутів та аудіогідів українською та англійською мовами.

Перелік основних обов'язків

Відповідальна за створення акаунта "Пізнай Ужанську долину" на платформі міжнародного мобільного додатку izi.travel та наповнення його інформацією. Контролює процес збору контенту від розробників маршрутів, скеровує матеріали для роботи редактору і перекладачу. Формує графік начиток аудіогідів у студії звукозапису. Працює над матеріалами для аудіогідів 10 маршрутів і завантаженням усього контенту (двома мовами: українською та англійською) на платформу, а саме: створення карт маршрутів з внесенням даних jps локацій, завантаження фото кожного об'єкта, коротких описів маршрутів, а також звукових файлів - аудіогідів. Тестує роботу програми. Допомагає під час підготовки звіту. Відповідальна за завантаження матеріалів на платформу мобільного додатку.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

100%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Освіта

2016 – 2020 – Ужгородський Національний університет

спеціальність: комп'ютерні науки

Досвід роботи

Червень 2020 – до тепер – волонтерка проєкту «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в листівках з аудіогідами»

Листопада - грудень 2019 року - помічниця викладача в еко-школі від ГО "Щасливі Діти".

22-27 серпня 2019 року - HR під час ФРІ табору "Крок до лідерства".

Червень - вересень 2019 року - волонтер на проєкті "Театралізована квест-екскурсія "Таємниці старовинного Ужгорода"

Президент



Певцова О.С.

Грудень 2018 - січень 2019 - працювала дитячим аніматором на днях народження та під час недільного клубу для дітей віком від 5 до 12 років.

20 січня - 4 березня 2019 року - пройшла стажування від міжнародної молодіжної організації AIESEC, викладала в школі.

Додаткова інформація:

Особисті якості: легко знаходжу спільну мову з дітьми, завжди ввічлива і залишаюсь спокійною у будь-якій конфліктній ситуації, відповідально ставлюсь до своїх обов'язків.

Іноземні мови: російська, англійська - розмовний рівень.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Шершун Олександр Олександрович

Роль у проєкті

координатор роботи екскурсоводів-розробників маршрутів

Перелік основних обов'язків

Координує роботу екскурсоводів над розробкою маршрутів, залучає членів ГО "Асоціація фохівців туристичного супроводу Закарпаття" (яку очолює) до участі у проєктній діяльності, а також до консультування та надання рекомендацій команді, генерування ідей тощо. Залучає до промоції історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини членів Асоціації. Координує організацію поїздок творчої експедиції у райони (Ужгородський, Великоберезнянський, Перечинський) для роботи над розробкою маршрутів. Допомогає з організацією зустрічей проєктної команди з представниками влади і бізнесу Ужгородського, Перечинського, Великоберезнянського районів з метою презентації ідеї проєкту, а також спільного генерування об'єктів тяжіння (туристичних магнітів) для подальшого їх включення у маршрути. Забезпечує участь членів Асоціації у презентації сувенірного набору інтерактивних листівок «Пізнай Ужанську долину» та розповсюдження наборів серед екскурсоводів. Задіяний у промо-заходах проєкту (бере участь у радіо ефірах та телепрограмах, коментує хід реалізації проєкту для представників ЗМІ. Просуває тему промоції Ужанщини на рівні обласної влади.

Президент ГО



Коваленко О

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

**Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
ОСВІТА:**

у 2006р. закінчив економічний відділ Мукачівського ліцею Мукачівської міської ради Закарпатської області.

у 2011р. закінчив навчання у ДВНЗ «Ужгородський національний університет», отримав диплом магістра за спеціальністю «Історія» та здобув кваліфікацію магістра історії, викладача.

У 2014–2018 рр. – аспірант кафедри нової і новітньої історії та історіографії ДВНЗ «УжНУ».

ТРУДОВА ДІЯЛЬНІСТЬ:

з вересня 2011р. по серпень 2013 р. – учитель історії та права у ЗОШ №7 м. Мукачева.

з вересня 2011р.(за сумісництвом) по травень 2012 р. – викладач культурології у Мукачівському гуманітарно-педагогічному коледжі Мукачівського державного університету

Ведучий міжнародного фестивалю середньовічної культури «Срібний Татош» 2013 р., 2014 р., 2015 р. З 2016-го – співорганізатор

з січня 2012 р. – гід-екскурсовод по Закарпатській області

у 2015–2017 р. р. – ведучий інформаційно-розважальних програм на хвилях «Закарпаття ФМ» та «Світ ФМ»

з грудня 2016-го – почав займатися підприємницькою діяльністю

з березня 2018 р. – менеджер з внутрішнього туризму ТО «МКП Експерсія»

ГРОМАДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ:

Голова ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття», що об'єднує в своєму складі понад півсотні екскурсоводів Закарпаття.

Учасник клубу історичної реконструкції «Вежа Ордену святого Миколая», що активно пропагує повагу до історії краю та докладає багато зусиль до збереження архітектурної спадщини Закарпаття.

У травні 2019 року був основним ведучим україномовної трансляції на чемпіонаті світу з історичного середньовічного «Битва Націй» у м. Смедерова, Сербія, і ведучим чемпіонату світу IMCF з Середньовічного бою, що відбувався під Києвом.

Розробив інтерактивні квести центральними пішохідними зонами Ужгорода, Мукачева, Виноградова. І активні квести в Мукачівському і Чинадіївському замку. Успішно реалізуються вже другий рік.


Президент ГО  *Роберт В. О.*

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Козачук Богдан Володимирович

Роль у проєкті

режисер промо-ролика

Перелік основних обов'язків

Режисер промоційного відеоролика «Пізнай Ужанську долину». Працює над сценарієм і концепцією проєкту. Підбирає акторів, генерує ідеї та працює зі знімальною групою над зйомками ролика. Бере участь у презентаційних заходах та залучений у інфокампанії проєкту.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

15%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Освіта: Режисер драматичного театру (КНУКІМ) (Україна) Магістр візуальних мистецтв, кінооператор (WSSIP) (Польща)

Досвід роботи: Створення рекламних роликів, музичних кліпів, зйомка концертів, короткометражних фільмів та художніх відео, зйомка програм та роликів для інтернет контенту.

Відзнаки та нагороди: Канський кінофестиваль (участник SHORT film corner 2016)(Франція) So Limitless and Free Film Festival -(Канада) Rabbit Heart Poetry Film Festival (США) Wales International Film Festival (Великобританія) Motion For Pictures (США).

<https://vimeo.com/user19634805?fbclid=IwAR2AHWd7CtVUhvcEFngn3Kn6asFsiyXmDuOpDxgaQFc1LslF26zCoduQXWM>

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Договір ЦПХ

ПІБ члена команди

Давидова Юлія Андріївна



Давидова Юлія Андріївна

Роль у проекті

консультант з природоохоронної і лісівничої справи

Перелік основних обов'язків

Як представниця Закарпатського обласного управління лісового та мисливського господарства допомагатиме команді під час розробки маршрутів, адже значна частина локацій - пам'ятки природи.

Консультуватиме, організовуватиме зустрічі робочої групи з лісівниками районів для отримання необхідної інформації про лісові фонди Ужанщини. Залучатиме фахівців лісових господарств до роботи над проектом. Інформуватиме ЗМІ про участь у проекті Закарпатського обласного управління лісового та мисливського господарства.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

25%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Досвід роботи:

журналістка з 14-річним стажем. Працювала у різнопланових ЗМІ: в друкованих виданнях, пресслужбі Закарпатської обласної державної адміністрації, політичних партій, інтернет-сайтах, помічником депутата Закарпатської обласної ради. Наразі очолюю пресслужбу Закарпатського обласного управління лісового та мисливського господарства. Під час роботи завжди дотримуюся стандартів журналістики, адже вважаю це своїм першочерговим професійним обов'язком.

У 2006 році закінчила Свердловський ліцей №1 Луганської області, Україна.

09.2006-06.2011 – студентка факультету суспільних наук Ужгородського національного університету, спеціальність «Політологія», викладач суспільних дисциплін (м.Ужгород, Закарпатська область).

12.2014 - 09.2015 - здобувач на кафедрі «Політологія»

09.2015 - 11.2017 - навчання на аспірантурі «Соціологія та соціальна робота», науковий керівник проф. Олександр Пелін, член соціологічної асоціації України та член національної спілки журналістів України.

08.2007 - 05.2011 - друковане видання «Вектор».

07.2006 - 08.2014 – друковане видання «Європа-центр» (написання статей, участь у прес-конференціях, моніторинг ЗМІ, отримання коментарів у політологів, політичних діячів та посадових осіб).

08.2013 - 03.2014 – прес-центр Закарпатської обласної державної адміністрації (написання статей, моніторинг засобів масової інформації,

Президент Ю. Павлова ДС.



аналіз роботи конкурентів, складання щотижневого звіту для Адміністрації Президента України).

06.2014 – 03.2016 – журналіст друкованого видання «Закарпатська Правда»

09.2016 - 06.2018 – студентка Львівського національного лісотехнічного університета, кафедра лісового господарства. Отримала фахову освіту.

03.2016 - по теперішній час – робота посаді прес-секретаря Закарпатського обласного управління лісового та мисливського господарства.

Професійне налагодження зв'язків з громадськістю, журналістами, щотижневе планування роботи та написання прес-релізів, організація прес-турів для об'єктивної оцінки діяльності лісівників Закарпатської області, моніторинг та реагування на об'єктивну і необ'єктивну критику.

Участь в роботі лісового господарства Закарпаття, організація фестивалів «Міжнародний день мисливця», «День працівника лісу».

Написання та випуск книги «Ліси Закарпаття. Нариси з історії та часопис лісівництва». Вищезазначена книга зайняла перше місце в номінації на «Книга Фест-2019». Книга «Ліси Закарпаття – перша книга, яка вийшла за всю історію лісового господарства Закарпаття».

Організація Першої фотовиставки «Ліс від насіння до насіння» в Закарпатській державній обласній адміністрації з власними фотографіями та фотографіями найкращих фотографів Закарпатської області. Також участь у фотовиставці у Верховній Раді України. Найкраща прес-служба України-2019 в конкурсі серед прес-служб у номінації «За серію авторських публікацій в Інтернеті, популяризацію лісової тематики у соціальних мережах».

Популяризація лісової галузі на всеукраїнському рівні, висвітлення актуальних питань краю – мій професійний обов'язок та велика честь. Презентувати найбільш багатий лісівничий край не тільки через проблематику, але й через історії людей, їх професійні здібності, любов до своєї праці.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Волонтер

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

Серед ризиків можемо виокремити:

- Людський фактор – неможливість окремих членів команди брати участь у

Президент Ю  *Павлова О*

проекті через сімейні чи інші обставини.

При виникненні такої ситуації ми оперативно знайдемо заміну, адже маємо резервний список потенційних учасників проєктної команди.

- [?] Високий рівень зацікавлення тематикою, а відтак – неможливість якісно охопити усіх охочих взяти участь у проєктних заходах.

У такому випадку шукатимемо можливість додаткового залучення коштів, а також можливостей збільшити кількість заходів, йдеться передовсім про промоційні екскурсійні тури.

- [?] Недостатня зацікавленість і задіяність ЦА у проєктних заходах.

Задіюватимемо додаткові комунікаційні можливості – особисті запрошення на заходи, пошук взаємовигідних варіантів співпраці, корегуватимемо календарний план, вноситимемо зміни в організаційний процес, залучатимемо додаткові канали комунікації.

- [?] Технічні нюанси, які можуть негативно вплинути на тайм-менеджмент проєкту.

У такому випадку залучатимемо до роботи додаткових надавачів послуг і узгоджуватимемо бухгалтерські питання. За необхідності, залучатимемо додаткові кошти через фандрейзинг.

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

Падіння курсу гривні, що суттєво вплине на цінову політику надавачів послуг та здорожчання товарів.

Аби повноцінно реалізувати проєкту у випадку такої ситуації, корегуватимемо витрати та оптимізуватимемо діяльність.

Високий рівень захворюваності, епідемії, що призводять до карантинних заходів. Наразі поширення COVID-19 спричинило введення карантинних заходів і обмежень. Однак, команда проєкту (висококваліфіковані фахівці) здатна працювати дистанційно, виконуючи усі необхідні завдання заради досягнення проєктної мети, цілей і завдань. Ми будемо дотримуватися усіх мір безпеки, рекомендованих МОЗ і зможемо організувати робочий процес навіть у таких непростий час. Адже більшість проєктних заходів, за потреби, можна перевести у онлайн-формат (збори команди, консультації, укладання договорів, обговорення і домовленості з виконавцями і надавачами послуг або ж через листування електронною поштою).

Масові заходи – прес-тури, презентації культурного продукту проєкту – набору сувенірних листівок «Пізнай Ужанську долину», а також промо-екскурсії від авторів маршрутів на літо наступного року. Ми сподіваємося, що до цього часу будуть вжиті всі заходи і країна впорається з епідемією. Однак, якщо ж карантин буде продовжено, ми корегуватимемо дати заходів. Діятимемо відповідно до ситуації. Або ж потурбуємося про презентацію у

Президент



Розробка

онлайн-форматі (запишемо відео-екскурсії, організуємо відео-конференцію з авторами маршрутів, підсилимо план інформаційної кампанії додатковими інтерв'ю з членами команди, а також потурбуємося про максимальне висвітлення проектної діяльності ЗМІ через інформаційні розсилки. Команда проекту робитиме все можливе, аби усі заплановані заходи були реалізовані згідно робочого плану або ж з незначними відхиленнями про що, обов'язково інформуватимемо УКФ.

Форс-мажорні обставини.

Діятимемо у відповідності до ситуації, щоб мінімізувати вплив тих чи інших обставин на проектну діяльність.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проєкту ви будете застосовувати?

З метою ефективного управління проєктом, прийняття необхідних рішень та забезпечення очікуваних результатів, передбачено здійснення постійного внутрішнього моніторингу кожного етапу та оцінки реалізації проєктних завдань. Внутрішній моніторинг здійснюватиметься шляхом збору інформації про поточний стан справ, своєчасне виконання усіх необхідних робіт на кожному етапі реалізації, з метою відслідковування прогресу і досягнення запланованих результатів. Заповнюємо таблиці індикаторів. Під час проведення моніторингу відстежуємо: використання ресурсів; дотримання календарного плану, виконання усіх завдань і ступінь досягнення поставлених цілей, вплив проєкту на загальний стан організації. Усі члени команди, відповідальні за реалізацію окремих завдань надають інформацію про виконання керівнику проєкту для здійснення моніторингу. За виконання кожного окремого етапу проєкту відповідає визначений член команди (або кілька членів). Вони, у визначені терміни, надають керівнику всю необхідну інформацію, як в усній формі (під час персональних чи колективних зустрічей), так і в письмовій (графіки виконання календарного плану, звіти фінансових операцій, моніторинг медіа, фотографії, записи, анкети тощо). Способи комунікація між членами команди визначаються і затверджуються під час перших зборів команди. Щодо моніторингу етапів інформаційного супроводу проєкту, то він здійснюватиметься шляхом відслідковування надавачами послуг та відповідальними членами проектною командою кількості публікацій у ЗМІ та соцмережах, дотримання контент-плану і подання проміжних моніторингових звітів керівництву проєкту. Процес підготовки звітності моніторитимемо шляхом формування проміжних фінансового та змістового звітів відповідальними членами команди, складання реєстрів документів.

Згоди та декларації


Президент 

Левченко 

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.

Так

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

Так

В розрізі та з урахуванням норм Закону України «Про санкції» та рішень Ради національної безпеки і оборони України щодо застосування і скасування персональних спеціальних, економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) відносно громадян та юридичних осіб та з метою отримання гранту інституційної підтримки, цим гарантійним листом, шляхом підписання проектної заявки, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами) держави-агресора Російською Федерацією з 2014 року до цього часу.

Так

Президент ГО «Щасяєві діти» *С.А.* *Решета О.*



Декларація доброчесності

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

Я, шляхом підписання проектної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2297-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

Павлова О С

[Підпис]

Фонд:

Грантоотримувач:

Медіасистема
Павлова О С



Додаток 1:
РОБОЧИЙ ПЛАН ТА ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ
«Промоція історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини через формування нових партнерств і створення спільних продуктів»

Інструкція для
заявника:

1. Робочий план та термін реалізації проєкту є обов'язковим
- Додатком до заявки.
2. Заповнюється відповідно до потреб проєкту, що подається на грант від УКФ.

Захід, вид діяльності (заповнюється відповідно до потреб проєкту)	11. 2020	12. 2020	01. 2021	02. 2021	03. 2021	04. 2021	05. 2021	06. 2021	07. 2021	08. 2021	15. 09. 2021	Відповідає льний член команди	Показники перевірки виконання заходу	Бюджет заходу (грн)
1. Підготовчий етап: 1.1. Оформлення усіх документів з фондом.								1	1	1		Сюзева Л. Бухгалтер	Підписана угода з фондом. Затверджений план проєктних заходів.	58460 грн.
1.2. Проведення зборів та робочих зустрічей проєктної команди офлайн або (за умов карантинних обмежень) в онлайн-форматі. Обговорення усіх робочих моментів та проєктних заходів, формулювання правил взаємодії та командної комунікації, визначення концепції, аналіз можливостей, обговорення,													Зафіксований перелік ролей і обов'язків усіх членів проєктної команди. Сформульовані правила взаємодії та командної комунікації.	



Президент Р. Павлова О.С.

						<p>дискусії, рішення. Проведення прес-конференції.</p>
<p>Підписані угоди (у тому числі ЦПХ) з усіма членами проєктної команди та договори з надавачами послуг.</p> <p>Сформований реєстр, укладених і підписаних, уповноваженими особами, договорів.</p>	<p>Сюзева Л. Бухгалтер</p>					<p>1.3. Оформлення договірних відносин з членами команди та надавачами послуг (укладання угод ЦПХ та договорів ФОП: поліграфічні послуги, інформаційні послуги, бухгалтерські послуги, послуги перекладу, організації заходів, тощо).</p>



Президент ТОВ ТРАСЛАВИ

<p>3. Спільна робота організацій партнерів та фахівців різних галузей над розробкою 10 унікальних культурно-пізнавальних туристичних маршрутів для самостійних мандрівок Ужанською долиною (пішохідні, вело, авто), які включають пам'ятки історико-культурної, природної спадщини та бізнес-локації – потенційні туристичні магніти (автентичні заклади харчування і зелені садиби, приватні музеї, фермерські господарства тощо).</p> <p>3.1 .Організація 10 експедицій (поїздок) для команди проєкту в Ужгородський, Перечинський, Великоберезнянський райони для роботи над маршрутами, нанесення jrs координат на карту кожного маршрута, фотофіксації локацій, збору інформації. 5 поїздок у листопаді-грудні 2020 року та 5 у березні-квітні 2021 року.</p>		<p>Шершун О. Сюзева Л. Павлова О.</p>	<p>Розроблені плани усіх 10 маршрутів (нанесені на карту Jrs координати локацій). Фотоальбоми з світлинами локацій усіх 10 маршрутів. Підписані акти виконаних робіт з надавачами послуг.</p>	<p>184990 грн.</p>
<p>4. Робота команди над створенням якісного конкурентоспроможного культурно-пізнавального продукту – сувенірного набору листівок з маршрутами для самостійних</p>		<p>Сюзева Л. Бугренкова Симкович Павлова</p>	<p>Видрукований запланований тираж наборів листівок. Усі аудіогідди заліті на платформу</p>	<p>514205 грн</p>



Президент ГО
Павлова О С

<p>подорожей «Пізнай Ужанську долину» та аудіогідів до них.</p>			<p>мобільного додатку і доступні широкому загалу. Підписані акти виконаних робіт. Сплачено рахунки.</p>	<p>263005 грн.</p>
<p>4.1. Створення сувенірного набору листівок з туристичними маршрутами. У набір входить 10 листівок, конверт і 1 лист з тематичними наклейками.</p>	<p>Сюзева Л.</p>		<p>Видрукований тираж сувенірних наборів листівок. Сплачені рахунки. Підписані акти виконаних робіт.</p>	<p>189185 грн</p>
<p>4.1.1. Робота команди над концепцією і змістовим наповненням комплекту листівок (зустрічі в офлайн та онлайн-режимі). Створення текстів для листівок, редагування, переклад на англійську, генерування цікавих завдань.</p>	<p>Шершун О. Яновський Смирла А. Черяник Ю Товтин В. Славік Ю. Сюзева Л.</p>		<p>Список назв, спільно згенерованих, маршрутів з зазначеними відповідальними особами – екскурсоводами. Готові текстові короткі описи для листівок англійською і</p>	



Сюзева Л.

Дружески Р.

								українською мовами.	
<p>4.1.2. Робота художника-ілюстратора над творчою візуалізацією листівок, обкладинки-конверта та створення наліпок:</p> <ul style="list-style-type: none"> - створення ескізів, - затвердження ескізів. 						Бугренкова Сюзєва	<p>Файли з ілюстраціями до кожного маршруту здані керівнику проекту. Підписано акт виконаних робіт, сплачено рахунок.</p>	43920 грн.	
<p>4.1.3. Робота над дизайном сувенірного набору (розробка дизайну конверта, а також верстка і дизайнське оформлення карток-листівок двома мовами)</p>						ФОП Сюзєва Л.	<p>Підписані акти виконаних робіт з надавачами послуг. Готовий зверстаний файл (двома мовами) передано для друку у поліграфію.</p>	8850 грн	



Присудити

Павлівська О С

4.1.4. Друк сувенірних наборів листівок «Пізнай Ужанську долину» з вкладкою з наліпками.							ФОП Сюзева Л.	Підписані акти виконаних робіт, (Пллічєлю рахунок. Повний тираж забрано з поліграфії.	21050 грн
4.2. Створення мультимедійного додатку до листівок з маршрутами - аудіо-гідів для кожного маршруту двома мовами (українською та англійською).						Симкович Сюзева Л. ФОП	Підписано акти виконаних робіт. Сплачено рахунки надавачам послуг. Завантажено на платформу мобільного додатку izi.travel 10 аудіогідів – маршрутів. Згенеровані QR-коди. Аудіогід доступні широкому загалу.	251200 грн	



Handwritten signature in blue ink, likely belonging to the official of the organization mentioned in the stamp.

Handwritten signature in blue ink, likely belonging to the official of the organization mentioned in the stamp.

<p>4.2.1. Робота редактора перекладача і керівника проекту над текстовими матеріалами для начиток: - стилістична оформлення, підготовлених екскурсоводами матеріалів; - створення текстів-сценаріїв для запису аудіогідів за маршрутами; - переклад матеріалів на англійську мову.</p>							<p>ФОП Сюзєва</p>	<p>Текстові матеріали для запису аудіогідів готові і перекладені на англійську. Підписані акти виконаних робіт з надавачами послуг.</p>	<p>58100 грн.</p>
<p>4.2.2. Підготовка фотоальбомів для кожного маршруту і завантаження світлин на платформу мобільного додатку. (10 маршрутів – орієнтовно по 15 об'єктів для кожного)</p>						<p>Симкович ФОП</p>	<p>Сформовані фотоальбоми передані керівнику проекту Підписано акт-виконаних робіт з надавачем послуг, сплачено рахунок (згідно договору).</p>	<p>29500 Грн</p>	
<p>4.2.3. Запис аудіо-гідів двома мовами (українською і англійською) для 10 маршрутів: пачитка текстів в студії звукозапису, - обробка файлів,</p>						<p>ФОП Симкович Сюзєва</p>	<p>Записані аудіо-файли двома мовами. Підписано акти виконаних робіт з надавачами послуг, сплачені рахунки.</p>	<p>41300 грн</p>	



Презерваторія

Греческий Д

Сюзєва

<p>- завантаження їх на платформу мобільного додатку.</p>										
<p>4.2.4. Завантаження тематичних маршрутів (двома мовами – українською і англійською) на платформу мобільного додатку izi.travel : -створення карт, -завантаження фотоматеріалів, -створення і завантаження описів коротких, -завантаження записаних аудіо-файлів, -генерування QRкодів – прямих посилань на кожен окремий маршрут (для зображення на картках).</p>								Симкович	Підписано акти виконаних робіт. Сплачено рахунки надавачам послуг. Завантажено на платформу мобільного додатку izi.travel додатку до листівок – 10 аудіогідів – тематичних маршрутів. Згенеровані QR-коди передані дизайнеру. Роботу додатку протестовано членами проєктної команди.	97900 Грн



Росвітль О С

Степанчук Т О

<p>5. Робота над створенням візитівки Ужгородського, Перечинського та Великоберезнянського районів – промоційного відеоролика «Пізнай Ужанську долину» :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Формування і затвердження сценарію, - 5 виїздів знімальної групи в райони для зйомок (у різні пори року: грудень 2020-червень 2021), - звукозапис у студії, - монтаж (титрування)... 	<p>Козачук Б. ФОП</p>	<p>Сценарій Готовий продукт – відсоролік. Підписані акти виконаних робіт з надавачами послуг.</p>	<p>116996, 88 Грн</p>
<p>6. Робота над забезпеченням якісної інформаційної кампанії проєкту вцілому та промоції продуктів, створених у процесі його реалізації. Підсилення промоції Ужанської долини.</p>	<p>Сюзева Павлова ФОП</p>	<p>Підписані акти виконаних робіт. Сплачені рахунки надавачам послуг Моніторинговий медіа-звіт щодо промо-кампанії (поширення на розміщення інформації про хід реалізації проєкту у ЗМІ).</p>	<p>330885 Грн</p>



Президент ТД
Кавецька ОО

<p>6.1 Інформаційна кампанія у ЗМІ: - участь команди в ефірах місцевих телеканалів та радіостанцій, анонсування заходів, - розсилка релізів про хід реалізації проєкту на електронні адреси ЗМІ, - генерування інформаційних приводів,</p>	<p>Сюзева Л. Павлова О. ФОП</p>	<p>Підписані акти виконаних робіт. Слалачі рахунки надавачам послуг. Проектні заходи висвітлені закарпатськими ЗМІ (друкованими, онлайн, телеканалами, радіостанціями). Медіазвіт сформовано.</p>	<p>61710 Грн</p>
<p>6.2. Робота над організацією промо-заходів: 6.2.1 Організація 2 презентаційних прес-турів маршрутами з презентацією відео-ролика для ЗМІ (один у березні, другий у липні 2021): анонсування, організація поїздок, обідів, розсилка релізів... 6.2.2. Організація промо-екскурсії для усіх охочих і презентація сувенірного набору листівок у серпні 2021 р. (за реєстраційними списками): анонсування, створення</p>	<p>Павлова Сюзева Шершун</p>	<p>Підписані акти виконаних робіт. Реєстраційні списки учасників заходів. Фото і медіа звіти</p>	<p>104730 Грн</p>



Дружний ІО
Роберт О С

<p>події на фейсбуці, реєстрація учасників, організація заходу, обіду, фотозйомки, розсилка релізу на ЗМІ.</p> <p>6.2.3. Організація у соцмережах розіграшів призів з символікою проєкту: футболки, екогорби, значки (січень, травень, червень 2021 р.)</p>				
<p>6.3.SMM (розробка контент-плану для соцмереж, написання та розміщення постів у соцмережах, поширення відеоконтенту та рекламних постів (анонси заходів, реклама ролика).</p>		<p>ФОП Сюзева Павлова</p>	<p>Підписані акти виконаних робіт. Сплачені рахунки надавачам послуг. Посилання на публікації про заходи у соцмережах та рекламних постів. Звіт.</p>	<p>98195 Грн</p>
<p>6.4.Розміщення реклами (5 сітлайтів по місту Ужгород) – реклама сувенірного набору листівок «Лізній Ужанську долину» та Qr код з прямим посиланням на сторінку</p>		<p>Сюзева ФОП</p>	<p>Підписані акти виконаних робіт. Сплачені рахунки надавачам послуг. Фотозвіт.</p>	<p>23750 грн</p>



Друженко І

Савченко С.

7.2. Підготовка змістового звіту	Сюзева Л.	Звіт готовий і підписаний керівником організації. 30045 Грн.
7.3. Підготовка висновку аудитора.	ФОП	Звіт завірено, згідно вимог фонду, і передано керівнику проекту. 38000 Грн.

Всього: 1442265,88 грн.



Президент Ю. А. Равичева

КОНЦЕПЦІЯ ПРОЄКТУ "ПРОМОЦІЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ ТА ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ УЖАНСЬКОЇ ДОЛИНИ ЧЕРЕЗ ФОРМУВАННЯ НОВИХ ПАРТНЕРСТВ І СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ПРОДУКТІВ"

Додаток 2:

Концепція проекту, опис партнерства та портфоліо спільного досвіду команди проекту

Інструкція для заявника:

1. Концепція проекту, опис партнерства та портфоліо спільного досвіду команди проекту є обов'язковим Додатком до заявки програми «Культура плюс».
2. Заповнюється відповідно до потреб проекту, що подається на грант від УКФ

ІДЕЯ

Проєкт "Промоція історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини через формування нових партнерств і створення спільних продуктів" є логічним продовженням і масштабуванням іншого: «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в інтерактивних листівках з аудіогідами», який стартував 1 червня 2020 року і підтриманий Українським культурним фондом.

Проєкт є стратегічно важливим для депресивних з точки зору туризму районів Ужанської долини: Великоберезнянського, Перечинського, Ужгородського. Він дозволить вирішити проблему слабкої обізнаності людей про туристичний потенціал регіону; згуртувати навколо ідеї спільного створення краєзнавчих культурних продуктів представників різних галузей (екскурсоводів, діячів культури, представників влади, громадського сектору, ЗМІ та бізнесу); сформувати міцні та сталі партнерства у цій діяльності; забезпечити туристам можливість самостійних соціально зольованих досліджень маршрутів у зв'язку із пандемією COVID-19.

Йдеться про:

- розробку 10 тематичних маршрутів для пішохідних, вело- та автопрогулянок у районах;
- створення аудіогідів до згаданих маршрутів (українською та англійською мовами) та розміщення їх на міжнародній платформі izi.travel для безкоштовного використання;
- створення сувенірної набору листівок (пізнавального путівника пам'ятками культурної, архітектурної, природної спадщини Ужанщини з цікавими запитаннями і завданнями) Бугренкова;
- зйомку проморолика про туристичні можливості Ужанської долини;
- широку інформаційну кампанію у ЗМІ, прес-тури для журналістів, промоційний ознайомчий тур для охочих тощо.

ПРОДУКТИ

Маршрути з аудіогідами

10 унікальних культурно-пізнавальних туристичних маршрутів для самостійних мандрівок Ужанською долиною (пішохідні, вело-, авто-) та аудіосупровід до них. Маршрути включатимуть пам'ятки історико-культурної, природної спадщини та бізнес-локації (автентичні заклади харчування, зелені садиби, приватні музеї, фермерські господарства тощо). На карту кожного маршруту буде нанесено GPS-координати для полегшеного використання додатку.

Аудіогід-путівник буде створено двома мовами (українською і англійською). Обидві версії будуть завантажені на платформу міжнародного мобільного додатку izi.travel через акаунт проєкту «Пізнай Ужанську долину». Аудіотреки супроводжуватимуться ілюстративним матеріалом: фотоальбомами локацій. Кожен маршрут матиме індивідуальне посилання та згенерований QR-код.

Президент ГО



Павлова О.С.

Місячна аудиторія платформи — 500 000 осіб. Розміщення на ній матеріалів проекту забезпечить йому широку зону покриття, збільшить привабливість досягнень сектору культурних та креативних індустрій на місцевому та міжнародному рівнях, залучить до галузі культури та туризму нову аудиторію, підвищить обізнаність закарпатців та іноземних туристів про історико-культурні надбання Ужанської долини.

Інтерактивний формат допоможе вийти за межі традиційного висвітлення історії краю та запропонувати розглянути культурну спадщину за допомогою сучасних технологій.

Листівки

Сувенірний набір листівок з маршрутами для самостійних подорожей «Пізнай Ужанську долину» в рамках проекту буде надруковано у кількості 200 одиниць. До комплекту входять: 10 листівок, 1 аркуш із тематичними наліпками, конверт.

Листівки будуть надруковані українською та англійськими мовами. Над розробкою працюватиме відома ілюстраторка Олена Бугренкова. Вона надавала дизайнерські послуги і виконувала ідентичні роботи під час проекту «Пізнай Ужгород».

Всі 200 екземплярів сувенірних наборів безоплатно отримають учасників проектних заходів.

Проморолік

Промоційний відеоролик покаже цільовій аудиторії найцікавіші об'єкти культурної і природної спадщини Ужанщини. Знімальна група працюватиме у Великоберезнянському, Перечинському, та Ужгородському районах у різні пори року, аби показати різноманіття можливостей. Ролик переглянуть щонайменше 60 тисяч осіб, поширять на своїх сторінках понад 10 регіональних інтернет-ресурсів, розмістять на своїх сайтах органи влади. Готовий ролик — гарний презентаційний продукт та візитка для Великоберезнянщини, Перечинщини та Ужгородщини на різних туристичних виставках та інших заходах.

Відповідно до попереднього задуму, це буде розповідь сім'ї (озвучена маленькою донечкою) про улюблені місця відпочинку та родзинки Ужанської долини. Розповідь буде підкріплена відеорядом та світлинами.

Орієнтовний хронометраж промоційного ролика — 3 хвилини.

Розширення: 4096 × 3072

Камера: BMPCC 6k

Коптер: Phantom 4 pro

Режисер: Богдан Козачук (детально — у пункті «в» розділу «Партнерства»)

* * *

Вищеприписані продукти стимулюватимуть інтерес громадськості до історико-культурної, природоохоронної спадщини Ужанської долини, сприятимуть промоції та покращенню туристичної привабливості регіону, інтеграції культури в щоденні громадські та бізнесові практики.

ПАРТНЕРСТВА

В рамках реалізації проекту підтверджено ряд партнерських колаборацій:

а) ГО «Щасливі діти» та ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття»

Основним партнером проекту виступає ГО «Асоціація фахівців туристичного супроводу Закарпаття», з

Президент ГО   Павлова О С

членами якої представники ГО "Щасливі діти" неодноразово мали позитивний досвід співпраці. Зокрема, у 2019 році двоє екскурсоводів (членів Асоціації) були у складі команди проекту «Театралізована квест-екскурсія «Таємниці старовинного Ужгорода».



Юрій Яновський під час квест-екскурсії "Таємниці старовинного Ужгорода"



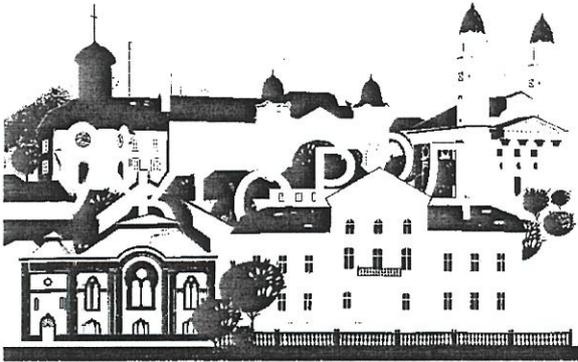
Владислав Товтин під час квест-екскурсії "Таємниці старовинного Ужгорода"

Президент ГО



Левченко О.С.

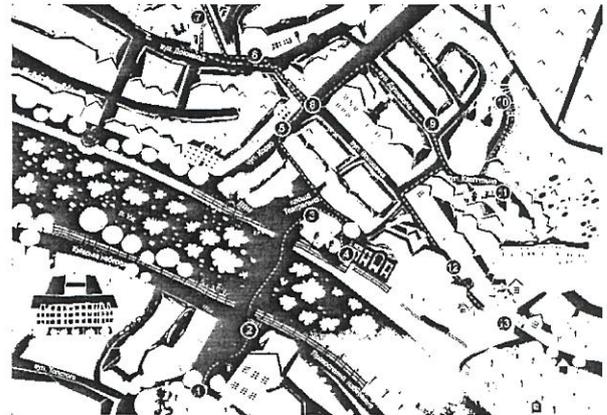
Тема культурно-пізнавального дозвілля продовжилася у 2020 році проектом «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в інтерактивних листівках з аудіогідами». Наразі у команді — 6 екскурсоводів, які є членами Асоціації.



#пізнайУжгород



**Скануй. Слухай. Гуляй.
Ужгород пізнавай!**



УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

SME

Офіс
розвитку
МСП



б) ГО «Щасливі діти» та ЗОДА

Закарпатська обласна державна адміністрація висловила готовність стати партнером і допомогти в реалізації даного проекту. До цього часу представники ГО «Щасливі діти» неодноразово співпрацювали із різними департаментами ОДА і робили це на відповідному рівні. Зокрема, йдеться про семінар-практикум для батьків дітей-аутистів, табори для дітей з соціально-незахищених категорій тощо.

В рамках проектної діяльності представники ОДА долучаться до організації трьох зустрічей команди з представниками влади та туристично-орієнтованого бізнесу Перечинського, Ужгородського та Великоберезнянського районів; розмістять промоматеріали на офіційному сайті адміністрації; допоможуть в поширенні інформації про проект у районах Закарпаття; сприятимуть в організації

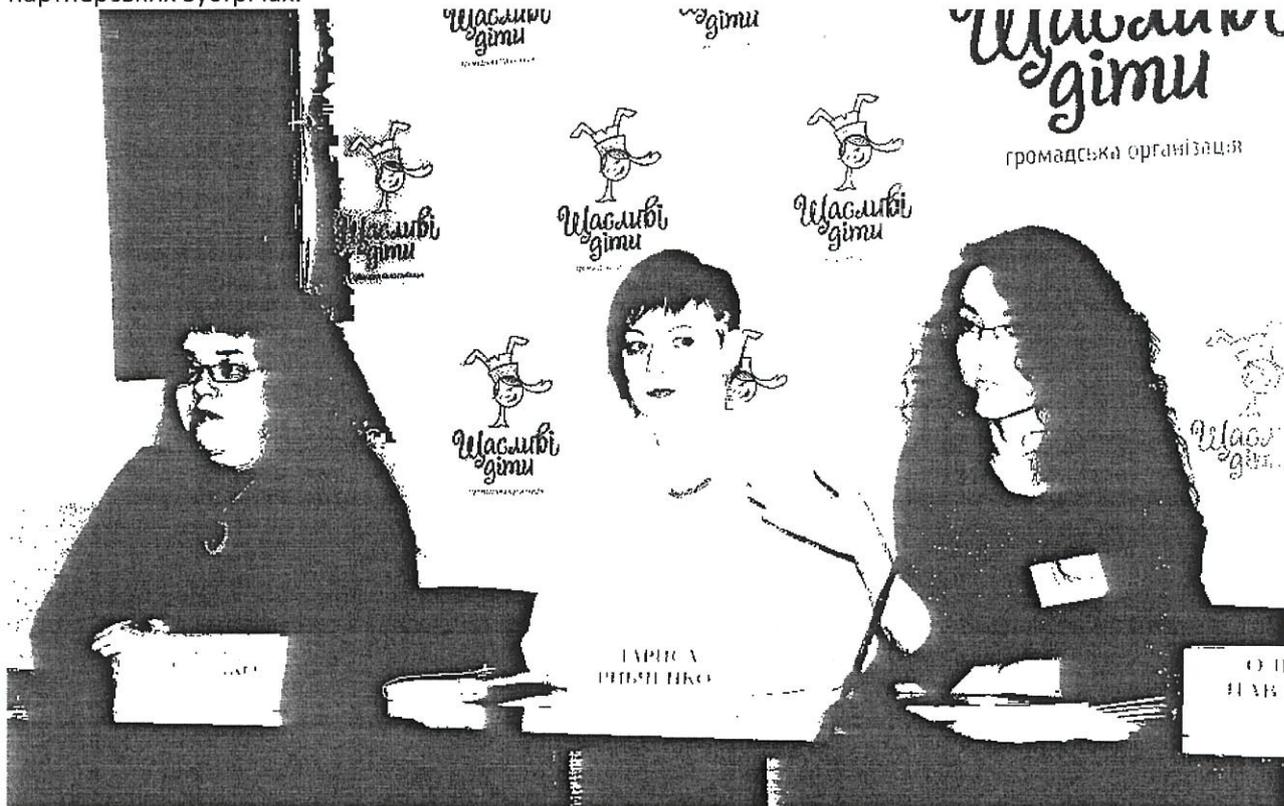
Президент ГО



Лаврова ОО

презентації проекту на загальнообласному та районних рівнях. Домовлено про залучення на зустрічі власників бізнесу, які працюють у напрямку створення туристичних магнітів.

Передбачається, що по завершенню проекту буде замовлено сувенірні набори листівок для потреб районних адміністрацій та Закарпатської ОДА для презентації регіону на різних заходах та партнерських зустрічах.

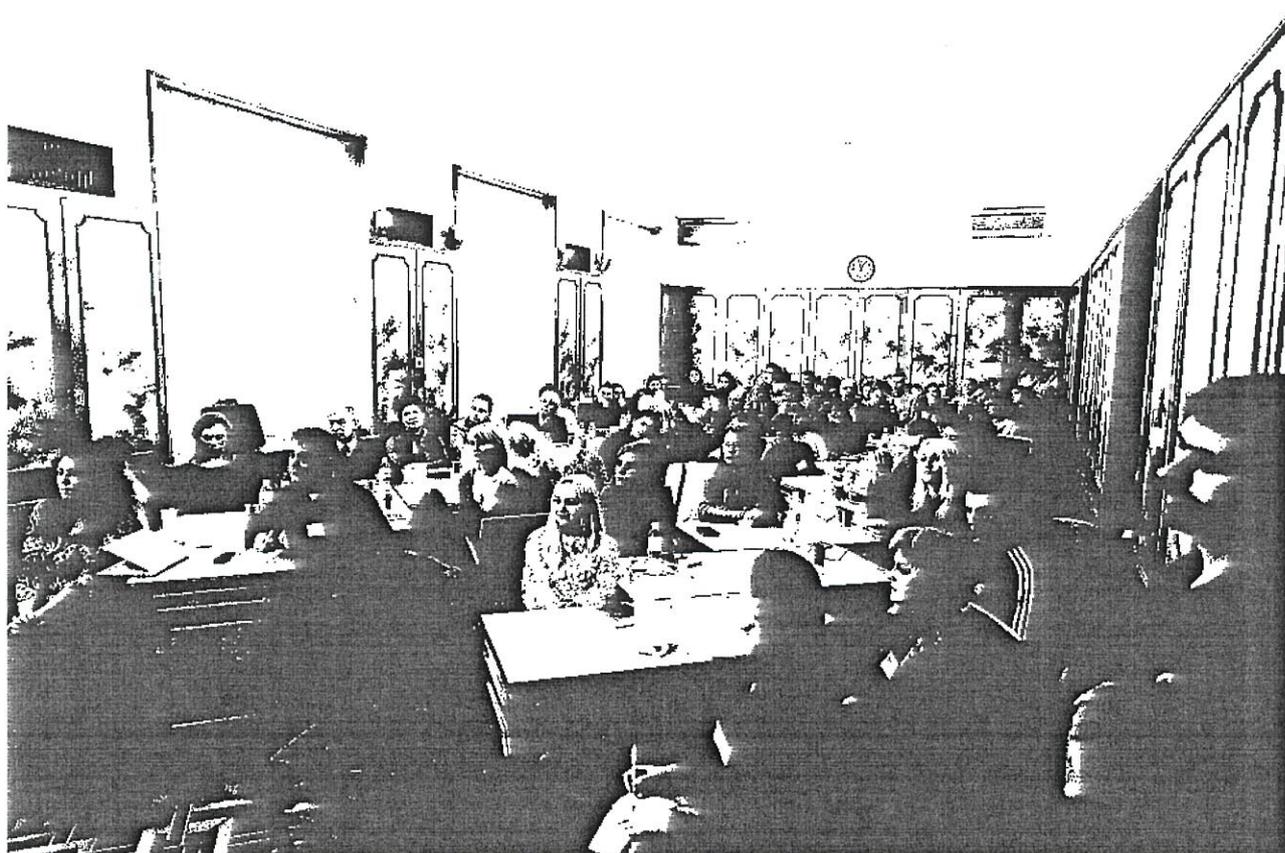


Семинар для батьків дітей-аутистів

Президент ГО 



Лавишова О. С.

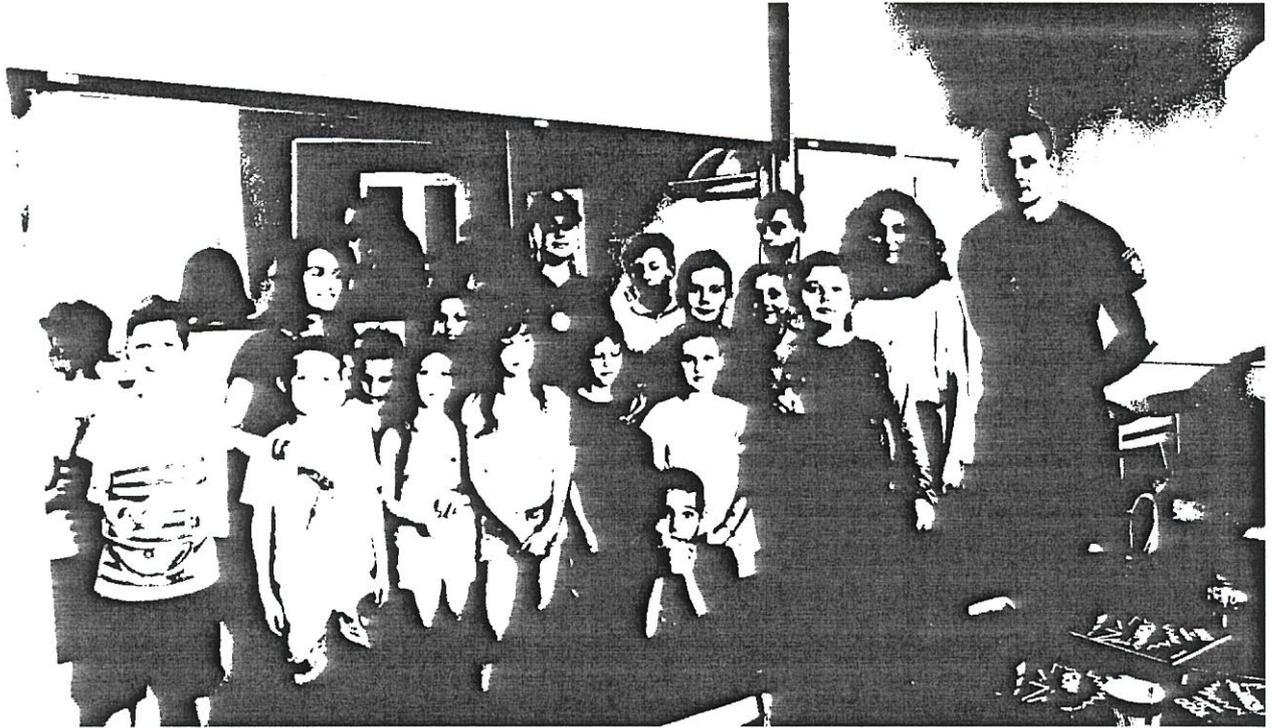


Семінар "Соціальне підприємництво: американський досвід"

Президент РД 



Дітяр Лавська О.С.



Креативно-культурницькі табори для дітей із незахищених категорій

в) ГО "Щасливі діти" та представники різних сфер:

- з режисером драматичного театру, магістром візуальних мистецтв та кінооператором Богданом Козачуком ГО "Щасливі діти" співпрацювала в рамках проекту "Таємниці старовинного Ужгорода" у 2019 році. Тоді одна з компаній виявила зацікавлення квестом у якості тим-білдінгу для колективу. У підсумку було відзнято ролик про проходження квесту: <https://www.youtube.com/watch?v=PW9qj4cPpKk>. Режисером та одним з операторів якраз і був Богдан Козачук.

В рамках нинішнього проекту Богдан зніматиме проморолик про туристичні можливості Ужанської долини, описаний у даному документі вище.

Відзнаки та нагороди Богдана Козачука:

Канський кінофестиваль (учасник SHORT film corner 2016)(Франція)
So Limitless and Free Film Festival -(Канада)
Rabbit Heart Poetry Film Festival (США)
Wales International Film Festival (Великобританія)
Motion For Pictures (США)

- Юлія Давидова, очільниця пресслужби Закарпатського обласного управління лісового та мисливського господарства, авторка книги "Ліси Закарпаття", на волонтерських засадах виступає в проекті експерткою та консультанткою під час розробки маршрутів, адже багато із пам'яток, про які йтиметься, належать до природоохоронної сфери.

До цього часу ГО "Щасливі діти" співпрацювала із Юлією Давидовою під час проведення дитячих таборів, походів у гори, заходів на природоохоронну тематику.

Президент Ю [підпис]



Давидова О С



Похід на гору Явірник в рамках соціального табору

- Олена Бугренко ілюструвала листівки по маршрутам в рамках вже згаданого проекту "Пізнай Ужгород". Художниця співпрацює з такими видавництвами: "Фенікс", «Віват», «Артбукс», «Абабагаламага». З 2015 року і по сьогодні малює для журналу "Пізнайко", а також є художницею у театрі ляльок "Бавка".



Президент ТОВ



Олена Бугренко

Обкладинка до листівок "Пізнай Ужгород" (ілюстраторка — Олена Бугренкова)

Крім того, надвичайно потужною, виходячи із попередніх досвідів, є співпраця команди всередині організації. Творча колаборація проєктної менеджерки, фотографа (створить 10 альбомів найцікавіших локацій Ужанщини), художниці-ілюстраторки (зображуватиме родзинки Ужанської долини на листівках), комунікаційника (відповідає за співпрацю зі ЗМІ) та інших членів команди забезпечуватиме виготовлення продукту на вискому рівні.

г) ГО "Щасливі діти" та місцеві ЗМІ

Продуктування інформаційних приводів, тісна співпраця із засобами масової інформації дозволить забезпечити якісну інформаційну кампанію проєкту в цілому та продуктам, створеним у процесі його реалізації, підсилити промоцію Ужанської долини та її туристичних можливостей.

У рамках реалізації проєкту передбачена співпраця із щонайменше 20 ЗМІ. Серед заходів буде проведення 2 прес-тури, 1 презентацію готових продуктів, 2 екскурсії-презентації маршрутів. Передбачена розсилка готових прес-анонсів, релізів та фото про хід реалізації проєкту на електронні адреси редакцій (15 матеріалів), та участь команди проєкту у програмах аудіовізуальних ЗМІ (4 радіопрограми, 4 телепрограми), промоція проєкту у соціальних мережах Фейсбук та Інстаграм (10 фотоальбомів з проєктних заходів, 80 постів та 10 одиниць відеоконтенту, в тому числі проморолик «Пізнай Ужанську долину»). У підсумку передбачаємо понад 50 публікацій у ЗМІ, 15 сюжетів на місцевих телеканалах.

Якісна інформаційна кампанія дасть змогу не тільки розкрити культурний та туристичний потенціалу регіону в цілому, але й привернути увагу влади, бізнесу, громади до важливості підтримки культурницьких ініціатив у майбутньому.

Презерси ГО    



Додаток № 2

до Договору про надання гранту № 3PUS1-00856

від "10" листопада 2021 року

Назва конкурсної програми: **Культура плюс**
Назва ЛОТ-у:
Назва Заявника: **Громадська організація "Цісливі діти"**
Назва проєкту: **Промоція історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини через формування нових партнерств і створення спільних продуктів.**
Дата початку проєкту: **11.2020**
Дата завершення проєкту: **15.09.2021**

	Організація-донор	Фінансування проєкту, в %	Фінансування проєкту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ			
1.	Український культурний фонд	100,00%	1 442 265,88
2.	Співфінансування *	0,00%	0,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.2.	Кошти державного та місцевих бюджетів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.3.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.4.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.5.	Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
3.	Рейнвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проєкту)	0,00%	0,00
Всього по розділу І "Надходження":			1 442 265,88



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

президент ГО
(підпис)

Табачкова А.С.
(підпис)

Кошторис витрат проєкту
 Назва проєкту: "Промоція історико-культурної та природної спадщини Ужаської долини через формування нових партнерств і створення спільних продуктів."
 Дата початку проєкту: Листопад 2020
 Дата завершення: 15.09.2021

Розділ: Стаття: Пункт:	18 Надання послуг	2 Надання послуг команді	3 Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УЖФ			Витрати за рахунок Співфінансування			Витрати за рахунок Реінвестицій			13 Загальна планова сума витрат по проєкту, грн. (=6+9+12)	14
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
				4 Кількість / Період	5 Вартість за одиницю, грн. (=4*5)	6 Загальна сума, грн. (=4*5)	7 Кількість / Період	8 Вартість за одиницю, грн. (=7*8)	9 Загальна сума, грн. (=7*8)	10 Кількість / Період	11 Вартість за одиницю, грн. (=10*11)	12 Загальна сума, грн. (=10*11)		
Розділ:	18	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Стаття:	1	Б.Д.І.І.І.І.І.		51,000	7 500,00	404 504,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	404 504,00	
Пункт:	1.3	Забезпечення командою	місяць	6,00	7 500,00	45 000,00			0,00			0,00	45 000,00	
Пункт:	1.3.1	Службові витрати на виконання проєкту	місяць											
Пункт:	1.3.2	Службові витрати на виконання проєкту	місяць	6,00	7 500,00	45 000,00			0,00			0,00	45 000,00	



Службові витрати на виконання проєкту

Службові витрати на виконання проєкту

Службові витрати на виконання проєкту

Координатне бюро "Асоціація фотодіагностики туристичного супроводу" залучає членів ГО "Асоціація фотодіагностики туристичного супроводу" до консультування та надання рекомендацій команді, генерування ідей тощо. Залучає до промоції історико-культурної та природної спадщини Ужаської долини членів Асоціації. Координатне бюро залучає до промоції експедиції у райони (Ужгородський, Великоберезнянський, Перечинський) для роботи над розробкою маршрутів. Допомога з організацією зустрічей проєктної команди з представниками влади і бізнесу Ужгородського, Перечинського, Великоберезнянського районів з метою презентації ідей проєкту, а також спільного генерування об'єктів туристичних маршрутів для подальшого їх включення у маршрути. Забезпечує участь членів Асоціації у презентації суверенного набору інтерактивних листівок «Планай Ужаську долину» та розповсюдження наборів серед екскурсоводів. Задіяний у промо-заходах проєкту (бере участь у радіо ефірах та телепрограмах, коментує хід реалізації проєкту для представників ЗМІ. Проводить промоції Ужщини на рівні обласної влади.

Разом з колегами розробляє культурно-пізнавальні маршрути та бере участь у створенні суверенного набору листівок з аудіогuidaми "Планай Ужаську долину". Маршрути розроблені для самостійних туристичних мандрівок Ужаською долиною (Робочий план Пункт 3). Залучений до зустрічей з представниками влади (бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів (Робочий план Пункт 2). Бере участь у творчих експедиціях - поїздках проєктної команди у вищезазначені райони з метою збору інформації та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми маршрутів з окресленими найважливішими об'єктами, фіксує їх координати локації маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіогuida, а також готує короткий текст-опис локації для листівок. Залучений до промо-заходів (Робочий план Пункт 6) презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами членами команди.

Пункт:	1.3.3	Товтін В.Т., екскурсовод, розробник маршрутів	місяць	6,00	7 500,00	45 000,00	0,00	0,00	0,00	45 000,00	<p>Разом з колегами розробляє культурно-пізнавальні маршрути та бере участь у створенні сувенірного набору листівок з аудіоілюстраціями "Пізнай Ужаську долину". Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок Ужаською долиною (Робочий план. Пункт 3). Залучений до зустрічей з представниками влади (бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів (Робочий план. Пункт 2)). Бере участь у творчій естафеті, піддає проєкції та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми координати локацій маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіоілюстрації, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів (Робочий план. Пункт 6). Прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами - членами спільноти.</p>
Пункт:	1.3.4	Червоний К., екскурсовод, розробник маршрутів	місяць	6,00	7 500,00	45 000,00	0,00	0,00	0,00	<p>Разом з колегами розробляє культурно-пізнавальні маршрути та бере участь у створенні сувенірного набору листівок з аудіоілюстраціями "Пізнай Ужаську долину". Маршрути розраховані для самостійних туристичних мандрівок Ужаською долиною (Робочий план. Пункт 3). Залучений до зустрічей з представниками влади (бізнесу Перечинського, Великоберезнянського, Ужгородського районів (Робочий план. Пункт 2)). Бере участь у творчій естафеті - піддає проєкції та розробки маршрутів. Разом з командою створює схеми координати локацій маршрутів. Готує текст для створення сценарію маршруту для аудіоілюстрації, а також готує короткий текст-опис локацій для листівок. Залучений до промо-заходів (Робочий план. Пункт 6). Прес-турів для ЗМІ, а також промо-екскурсії для усіх охочих з метою презентації маршрутів. Під час інформаційної кампанії бере участь в ефірах місцевих ЗМІ, а також бере участь у презентаціях проєкту. Ділиться досвідом з колегами - членами Асоціації.</p>	
Пункт:	1.3.5	Павлова О.С., менеджерка проєкту, координаторка заходів	місяць	10,00	9 500,00	95 000,00	0,00	0,00	0,00	<p>Координує роботу проєктної команди - дотримання робочого плану. Відповідає за організацію і проведення промо-заходів та інформаційної кампанії: прес-турів, промо-екскурсії, презентації. Організовує візди команди у райони (для зустрічей з представниками влади, бізнесу, громад, а також творчих естафет) команди для розробки маршрутів). Контактую з надавачами послуг під час організації промо-заходів, налагоджує логістичні моменти. Запрошує лідерів думок на заходи. Відповідає за проведення промо-акції у соціальних мережах (розграти призів, створення подій у фейсбуці). Створює гугл-форми для реєстрації учасників екскурсій та інших заходів. Реєструє учасників під час заходів. Організовує роботу волонтерів під час промо-екскурсії та презентації результатів проєкту. Дієльність в Ужгороді. Відповідає за видачу сувенірних наборів учасникам заходів (складає реєстраційні списки, розсилає поштою). І отує звіт щодо кількості розданих наборів листівок та кількості учасників проєктних заходів. Співпрацює з ЗМІ, моніторить висвітлення проєктної діяльності. Відповідає за розміщення зовнішньої реклами проєкту - стілайтів (затверджує макети і приймає рішення щодо місць розміщення стілайтів в Ужгороді). Контактую з надавачами послуг. Генерує інформаційні приводи та залучає ЗМІ до висвітлення проєктної діяльності.</p>	
Пункт:	1.3.6	Бугренко О.А., художниця-ілюстраторка	місяць	6,00	6 000,00	36 000,00	0,00	0,00	0,00	<p>Ілюструє листівки (10 шт.) та обкладинку колективу сувенірного набору. Створює серію наліпок до набору. Розробляє стиль і створює макети промо-матеріалів: рамок для фейсбук, фон-обкладинки для оформлення акаунта мобільного додатку (аудіоілюстрації), значків, флаєрболів, експортів/відео.</p>	
Пункт:	1.3.7	Сезачук Б., режисер промо-ролика "Пізнай Ужаську долину" (догвір ЦПХ)	пошту	7,00	7 000,00	23 804,00	0,00	0,00	0,00	<p>Уартість пошуку входить: розробка сценарію - 2504 грн., режисера - 15700 грн, операторська робота - 2 змини x2700 грн (зміна) = 5400 грн. Всього - 23604 грн.</p>	

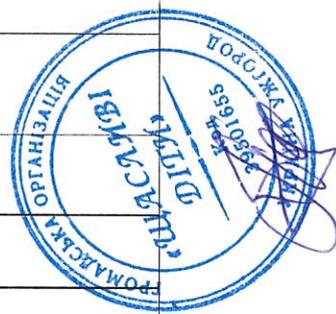


Павлова О.С.

Павлова О.С.

Пункт:	1.3.8 Симвік Т.М., контент-менеджерка, відповідальна за створення і наповнення акаунта на платформі мобільного додатку izi.travel, авантаження усіх маршрутів та аудіогідів українською та англійською мовами.	місяців	4,00	17 500,00	70 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Середня:	1.4. Складання маршрутів з офіційної платформи (разом з усіма ЕСД)		404 004,00		89 012,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.4.1 Штатні працівники		0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.4.2. За строковими трудовими договорами		0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.4.3. За договорами ЦПХ		404 504,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00
Підсумки	1.5. За договорами з ФОП	міс-чв	22,00	25 000,00	340 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.5.1. Сказка Л.В., керівниця проекту, комунікаційця		10,00	25 000,00	250 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00						

Пункт:	4.4.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття	4.5	Інші об'єкти оренди		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":				18,00	55 950,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	55 950,00	
Стаття:	5	Витрати учасників проекту, які приймають участь у культурних, освітніх та інших заходах та не отримують оплати праці і/або інших прав											
Підстаття:	5.1	Побут і харчування											
Пункт:	5.1.1	Побут і харчування осіб для учасників проєкту (ресторан, кафе, їдальня)	учасн	75,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00	Вартість 150 грн. на особу. Кількість учасників 15 осіб. Загальна вартість - 2250 грн. Всього заходів - 2. Вартість - 4500.
Пункт:	5.1.2	Побут і харчування (кава-брейки під час зустрічей команди з представниками влади і бізнесу в районах Кожих зустріч - 15 осіб. Три зустрічі - 45 осіб. Ужорського, Перечинського районів). Три зустрічі. Кількість членів команди - 15 осіб	учасн	45,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	Кава-брейки під час зустрічей команди з представниками влади і бізнесу в районах Кожих зустріч - 15 осіб. Три зустрічі - 45 осіб. Розрахунок вартості: 100 грн. на особу = 4500 грн.
Підстаття:	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відраховується)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Підстаття:	5.3	Витрати на проживання учасників заходів		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	5.3.1	Розунок з готелю (з вказаним прізвищем відрахованої особи)	доб.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які приймають участь у культурних, освітніх та інших заходах та не отримують оплати праці і/або винагороду":				0,00	9 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9 000,00	
Стаття:	6	Матеріальні витрати											
Підстаття:	6.1	Основні матеріали та сировина		39,00	2 102,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 102,00	
Пункт:	6.1.1	Офисний папір	шт.	6,00	660,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	660,00	
Пункт:	6.1.2	Папка-регистратор	шт.	10,00	900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	900,00	
Пункт:	6.1.3	Папка швидкошиваюч пластикова	шт.	20,00	380,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	380,00	
Пункт:	6.1.4	Файли	пач.	3,00	162,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	162,00	
Стаття:	6.2	Носії, накопичувачі		4,00	2 897,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 897,00	
Пункт:	6.2.1	Жесткий диск Western Digital Elements 2TB WDBU6Y0020BBK-WESN 2.5 USB 3.0 External Black. Технічні характеристики: https://hard.rozeika.com.ua/digital_wdbu6y0020bbk_wesn/pr17026369/	шт.	1,00	2 300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 300,00	
Пункт:	6.2.2	Флешка (32 Гб)	шт.	3,00	597,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	597,00	
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":				43,00	4 999,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 999,00	
Стаття:	7	Погрібні послуги											
Пункт:	7.1	Послуги: дизайн, верстка, підготовка до друку листівок, наліпок, конверту (на українській та англійській мовах).	шт.	12,00	737,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	737,50	Оформлення і підготовка до друку наборів листівок "Пізнай Ужгород долину" (10 листівок (текстова сторона листівки), конверт, наліпки). Всього 12 одиниць. Дизайн-верстка одиниці (двостороння) - 550 грн. 12 одиниць - 6600 грн. Послуги корректора, літредактора - 2250 грн.
Пункт:	7.2	Нанесення логотипів-принтів на футболки, екоробки, значки.	послуга	1,00	15 900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15 900,00	У вартість послуг входить: нанесення логотипів-принтів на 30 футболок (у вартість входить і футболка) - 250х30= 7500 грн.; нанесення принтів на екоробинки (у вартість входить і торбила) - 140х30 - 7000 грн., значки - 14 грн. х 100 = 1400 грн. Футболки, екоробинки, значки використовуватимуться для розграти серед учасників заходів проєкту. Загальна вартість послуг - 15900 грн.
Пункт:	7.3	Друк наборів листівок	шт.	200,00	105,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21 050,00	Суверенний набір: Друк цупких дизайнерських об'ємних картонних конвертів (повноколірний друк на крейдованому картоні 250г., матава 1-стороння ламінація, креслення, ніж, висічка, вкладання листівок в упакуву). Вартість за одиницю - 35 грн. Всього 200 одиниць - 7000 грн. Друк листівок (повноколірний двосторонній друк на картоні 250 г., формат А5, двостороння ламінація, кутовий зріз). Вартість друку одиниці - 6 грн. Всього у наборі - 10 листівок. Вартість набору листівок - 60 грн. Вартість за 200 наборів - 12000 грн. Друк наліпок, повноколірний друк на папері-самольці, висічка, формат А5. Вартість одиниці - 10,25. Всього - 10, 25х200= 2050 грн. Загальна вартість - 21050 грн. У вартість входить і доставка тиражу.



Павлово О.О.

Присутній

Пункт:	7.4	Друк банера	шт.	1,00	500,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	Друк банера для ролпа. Банер використовуватимемо під час промо-заходів (презентацій, зустрічей). Розміри 1,8x0,8. Конструкція павук.
Пункт:	7.5	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Підприємні послуги"	шт.	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	
Всього по статті 7 "Підприємні послуги":												
Стаття: 8 "Видавничі послуги"												
Пункт:	8.1	Послуги колектора	сторінка			0,00					0,00	
Пункт:	8.2	Послуги верстки	сторінка			0,00					0,00	
Пункт:	8.3	Друк книг	екземпляр			0,00					0,00	
Пункт:	8.4	Друк журналів	екземпляр			0,00					0,00	
Пункт:	8.5	Інші витрати (вказати назву послуги)	екземпляр			0,00					0,00	
Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Видавничі послуги"				0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":												
Стаття: 9 "Послуги з просування"												
Пункт:	9.1	фотофіксація проєктних заходів	година	14,00	750,00	10 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10 500,00	Усі світлини використовуватимемо для створення альбому з лодій на сторінках ГО "Щасливі діти" у соцмережах (Фейсбук, Інстаграм), а також для окремих постів та розсилок на ЗМІ. Передбачено: фотографія 2 прес-турів (в годину) - 6000 грн. (Понад 200 світлин, які ми розмістимо окремими альбомами. Засіб передачі матеріалу - електронний носій (флешка); 1 зйомка промо-екскурсії для описих пресуванати маршрут та презентації листівок "Панай Ужанську долину (5 годин) - 3750 грн. (Понад 200 світлин) , 1 зйомка презентації результатів пресу в Ужгороді (1 година)- 750 грн. (50 світлин). Усі матеріали передаються на флеш-накопичувачі.
Пункт:	9.2	фотозйомки локації маршрутів для аудіогідів.	день	10,00	2 950,00	29 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	29 500,00	10 знімальних днів локації 10 маршрутів з відеами в районі (Бережаничина, Перечинщина, Ужгородщина). Кожен маршрут - ориєнтовно 15-20 локацій. ПО 3-5 світлин кожної локації. Загальна кількість світлин - понад 600. Фотографі будуть розміщені на мобільному додатку для ілюстрування кожної локації. Крім того, світлини використовуватимуться для створення альбому і дописів у соціальних мережах. Для розсилок на ЗМІ.
Пункт:	9.3	Виготовлення відео-ролика "Панай Ужанську долину" (ФОП).	од	1,00	57 700,00	57 700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	57 700,00	Відеоролик використовуватиметься для промоції Ужанської долини (Великобразнянський, Ужгородський, Перечинський райони). Транспортуватиметься під час промоційних заходів. Його поширватимемо у соцмережах ЗМІ та на каналі ГО У Ютубі. А також передамо органам місцевого самоврядування району та Закарпатській ОДА для розміщення на офіційних сайтах, а також для використання під час туристичних заходів, фестивалів тощ. Хронометраж змонтованого відео - 2,5-3 хв. У вартість послуги входить: операторська робота (5 знімальних змін)- 2700 грн.за знімку (день). 2700х5= 13500, використання спецтехніки і апаратури : квадрокоптер (4 зміни) - 3250 (знімальний день) x 4 = 13000; оренда додаткового обладнання (додатковий день) x5 освітлення, електронний студіям 3500 (знімальний день) x5 = 17500 грн., монтаж (кольорокорекція) - 6900 грн., музика (придбання треку)- 1100 грн., озвучка (заваданий голос) - 1200 грн., розробка графіки - 3000 грн., титрування (двома мовами українською і англійською) - 1500 грн. Всього - 57700 грн. готовий матеріал буде передано на флеш-носії.
Пункт:	9.4	Інформаційні послуги, послуги PR (написання і розсилки прес-релізів і анонсів, комунікація з ЗМІ...)	місяць	10,00	4 700,00	47 000,00					47 000,00	Розробка стратегії інформаційної кампанії проекту - 5000 грн. Організація прес-конференції - 2 од.х1500 грн= 3000 грн. Написання прес-анонсів та прес-релізів (підготовка 15 матеріалів). Вартість написання матеріалу - 500 грн. 15х500=7500 грн. Розсилка матеріалів на регіональні ЗМІ (Закарпаття) - 10,00 грн. розсилка 1 матеріалу. Вартість розсилки 15 матеріалів - 15000 грн. Мониторинг публікацій та збір інформації для формування медіа-зв'язу - 4500 грн. Розміщення рекламних банерів в інтернет-ЗМІ - 3 банери (тривральні розміщення 2 місяці). Вартість розміщення 1 банера на місяць - 2000 грн. 3 банери (розміщення 2 місяці)х 4000 грн.=12000 грн. Всього послуг на суму - 47000грн. Тривалість надання послуг - 10 місяців.



Павлова І.С.

Степанчук ГО

