

ДОГОВІР № 3REG1-0777
про надання гранту

м. Київ

«01» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Грсмдська організація "Сприяння міжкультурному співробітництву (СМС)" (далі – Грантоотримувач) в особі Виконавчого директора Журженко 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 проекту «#OdesaFilmFun» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

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

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

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

09 ЧЕР 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 441 805 грн. 00 коп. (чотириста сорок одна тисяча вісімст п'ять гривень 00 копійок) без ПДВ.

2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.

3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.

4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.

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

IV. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

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

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

5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання

таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.
2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.
3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проєкту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.
2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.
3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.
4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

придбання тсварів, 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, в результаті курсових різниць;

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

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

ІХ. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

Х. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

ХІ. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

2. Усі спори або розбіжності, що впливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або

його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

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

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

4. Електронне повідомлення вважається 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 отриманню Стороною в установленому законодавством порядку.

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Відділ міжнародного співробітництва Українського культурного фонду
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

international@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Журженко Ольга Сергіївна, виконавчий директор

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

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

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

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту,

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

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 "Сприяння
міжкультурному співробітництву
(СМС) "

Юридична адреса:

65125, Одеська обл., місто Одеса,

вулиця Базарна, буд. 11, кв. 27

Адреса для листування:

65125, Одеська обл., місто Одеса,

вулиця Базарна, буд. 11, кв. 27

ЄДРПОУ: 36344095

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ «Приватбанк»

Р/р: UA333287040000026004054232765

МФО: 328704

Тел.: +38 (067) 326-29-70



Виконавчий директор

Ю.О. Федів



Виконавчий директор

О.С. Журженко

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3REG1-0777
від «01» серпня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Культура. Туризм. Регіони

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3REG1-0777

Назва проекту: #OdesaFilmFun

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Культура. Туризм. Регіони

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

культурні та креативні індустрії

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

креативне підприємництво

кіномистецтво

Назва проекту

#OdesaFilmFun

Назва проекту англійською мовою

#OdesaFilmFun

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

«Культурний маршрут "#OdesaFilmFun" покаже туристу як провести час Одесі весело та дізнатися цікавинки про кіно сучасного та минулого

Виконавчий директор
Мурзилко О.С.



ІНШЕ

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Журженко Ольга

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Керівник організації

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

ГО "Сприяння Міжкультурному Співробітництву (СМС)"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

NGO "Promotion of Intercultural Cooperation"

Організаційно-правова форма

Громадська організація або об'єднання

Код ЄДРПОУ

36344095

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут,

Положення тощо)

237176098555

**Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/
ЛОТУ**

94.99 Діяльність інших громадських організацій, н. в. і. у.

Дата реєстрації організації

2008-11-07

Висока-Ірина

Журженко О.С.



Юридична адреса організації

65125, Одеська обл., місто Одеса, ВУЛИЦЯ БАЗАРНА, будинок 11, квартира 27

Поштова адреса організації

65125, Одеська обл., місто Одеса, ВУЛИЦЯ БАЗАРНА, будинок 11, квартира 27

Фактична адреса організації

65125, Одеська обл., місто Одеса, ВУЛИЦЯ БАЗАРНА, будинок 11, квартира 27

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

www.ngopic.org.ua

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Шелест Ганна Володимирівна

Телефон

Електронна пошта

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

Ні

Чи має керівник організації судимість/притягнення до адміністративної відповідальності за вчинення правопорушення/злочину у сфері корупційних зловживань, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації немає

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

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

Виконано за підписом керівника
Ганна Шелест



небудь до відповідальності у сфері корупційних зловживань? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

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

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

наявні трудові ресурси (Зласні та залучені працівники), фінансові ресурси

Дохід за звітний період

0

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так, у 2018 у ролі заявника

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Так, у 2018 у ролі заявника

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

www.profilms.in.ua

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

Ні

Детальний опис проекту

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

У зв'язку з активним розвитком внутрішнього туризму в Україні та Одеській області зокрема, створенням профільних інституцій та прсведенням відповідних заходів, гопит на туристичні продукти зростає. Паралельно формується запит на культурний продукт.

Як, відомо, Одеса та область неодноразово ставали сценою для зйомок відомих фільмів. Тому проєкт присвячено культурним кіно-маршрутам.

*Виконав: Ігор
Мурзівський*

О.С. Гривко



Одним із проектантів є людина із 8-річним досвідом реалізації кіно-продуктів, що розуміється на процесах та є частиною кіно-спільноти. Такий учасник забезпечує проект профільною експертизою, що є безумовною перевагою в реалізації тематичного сценарію проекту.

Через зміну шаблонів споживання та взаємодії з інформацією цифрових продуктів стає все більше. Тому концепція проекту виходить за рамки оффлайну; пропонується створення онлайн-рішень, що допоможуть в промоції регіону та області. Другий проектант має 10-річний досвід реалізації таких продуктів, а саме проектного та продуктового менеджменту та 5 років в ІТ компаніях, що гарантує якісну реалізацію продукту з точки зору технічних показників.


Все вище зазначене дозволяє говорити про актуальність проекту та відповідність його задач до пріоритетів УКФ, а саме сприянні впровадженню інноваційних продуктів у сфері культури; проведенні аналітичної та дослідницької діяльності, що проводитиметься в процесі підготовки маршрутів.

Також необхідно зазначити важливість проекту для загальноєвропейського культурного контексту, адже перелік заходів включає в себе збір інформації та підготовку маршрутів, пов'язаних з іменами не тільки українських, але й світових митців кіно, театру та літератури. Наприклад, радянсько-польський фільм Юліуша Махульського "Дежа Вю" (якщо говорити про фільми радянського періоду) та документальний фільм "Дельта" Олександра Течинського про Вілково (Одеська область), а також фільми сучасних класиків Кіри Муратової ("Астенический Синдром", "Настройщик" та ін.) та Єви Нейман.

А також такі взірці сучасного українського кінематографу, як фільми "Червоний", "Незламна", "Передчуття" (ко-продукція; зйомки відбулися в Черноморську (Одеська область), а також фільми Бати Недіча, Аліси Павловської ("П'ята терапія") та інших сучасних режисерів, які обрали Одесу та область.

У майбутньому планується розширення географії проекту так включення інших взірців сучасного кінематографу до розширеного культурного маршруту півднем України, та включення локацій зйомок таких фільмів як "Вулкан" Романа Бондарчука, які знімалися у Херсоні та Херсонській області (ко-продукція України, Німеччини та Монако).

Вашою. *Муратової К.І.*



До такого культурного маршруту можуть бути включені і менш відомі фільми (це має бути визначено по результатам дослідження (1-го етапу), але такі що були вироблені в ко-продукції або за замовленням Європейських та/або інших іноземних компаній. Це буде зроблено насамперед для того, щоб показати актуальність Одеси та області на кіно-мапі світу, показати місцеві історії, пов'язані зі зйомками та причетність української Одеси до Європейського культурного середовища. Такими можуть бути фільми "Блакитний Місяць", "Конкурсант", "Смертоносне шоу" та інші.

До маршруту можуть також бути включені місця зйомок фільмів у Одеській області (Аккерман був майданчиком для радянського фільму "Капітан Немо" та інших).

Через те, що культурний маршрут не має бути обмеженим місцями, де проходили зйомки фільмів, під час дослідження планується опрацювати також життєвий шлях українських митців кіно, згодом додавши місця, пов'язані з їх життям до маршруту. Наприклад, у м. Балта жив Шевченко Володимир Микитович (1929–1987) — український режисер-документаліст, лауреат Шевченківської премії; автор фільму «Чорнобиль — Хроніка важких тижнів».

Звісно, у маршрут мають увійти місця зйомок, або місця, про які брати Ільф та Петров розповідають у романах "12 стільців" та "Золоте Теля", а також Фільми, які базувалися на оповіданнях про Одесу Ісаака Бабеля ("Мистецтво жити в Одесі")

Також планується додати у маршрут місця зйомок сучасних серіалів, які було знято за останній час в Одесі, такі як "Ліквідація", "Одеса-Мама", "Життя та пригоди Мішки Япончика" та інші.

Список відомих фільмів, повністю або частково знятих в Одесі, можна продовжувати: «Зелений фургон», «Місце зустрічі змінити не можна», «Мільйон у шлюбному кошику», «Ліквідація», «Світло навколо», «Приватний детектив, або Операція "Кооперація"», «Мистецтво жити в Одесі», «Ми з джазу», «Сонька — Золота ручка», «Операція "И" та інші пригоди Шурика», «Трест, який лопнув», «Настроювач», «Золоте теля», «На Дерибасівській гарна погода, на Брайтон-Біч знову йдуть дощі» та багато інших.

Важливо зауважити, що остаточне рішення про включення або виключення інформації про конкретні фільми буде залежати від результатів дослідження та опитувань серед потенційних туристів за допомогою соціальних мереж.

Через те, що метою програми в цілому та проекту зокрема є створення умов для залучення туристів у місцеву культуру шляхом безпосередньої взаємодії туристів з культурним життям мешканців регіону, а пріоритетом є підтримка саме конкурентоспроможних культурних продуктів, що сприяють розвитку

Висна зр.
Муромов С.С.



туризму та стимулюють його туристичний потенціал вибір конкретних фільмів має бути компромісом між побажаннями більшості (для якнайширшого охоплення) та підтримки політики національного протекціонізму по відношенню до українського кіновиробництва. Отже дуже важливо зазначити, що освітня функція маршруту має дружно сусідити із розважальною його функцією.

Згідно Програми соціально-економічного та культурного розвитку Одеської області на 2019 рік (<https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5c27570a448a1.pdf>) (Свіжішої не маємо) на сторінках 68-69 чітко написано, створення нових туристичних маршрутів та підвищити рівень інформування про Одеську область з туристичного напрямку у мережі Інтернет є одним з ключових кроків

Обґрунтуйте актуальність проекту для вашої організації (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)

ГО "СМС" існує в Одесі більше 10 років та за цей час нами було проведено численні міжнародні заходи. Як організатори, які опікуються відвідувачами своїх заходів, ми дуже добре знаємо потреби у guidance для вільного часу відвідувачів наших заходів. За цей час через різноманітні проекти ГО СМС пройшло якнайменш декілька тисяч відвідувачів з різних країн, які у 90% випадків залишаються мінімум на 1 день після конференцій та інших бізнес-заходів, або приїжджають на них раніше на 1-2 дні. Всі вони просять рекомендації, щодо розважально-пізнавальних англійських та (бажано) інтерактивних способів дозвілля. Так і виникла ідея маршруту про сучасне кіно з використанням інтерактивності чат-боту. Керівниця ГО СМС Ольга Журженко є кінопродюсеркою з 8-річним досвідом, тому кіно-тематика є сферою нашої експертизи.

Одночасно, Марина Черншол окремо розвивала проєкт UnexploredCity, стартап, створений на перетині IT, туризму та культури. Проєкт пройшов акселерацію Radar Tech, зараз знаходиться на інкубації Startup in Residence (Київ, Вінниця). Після знайомства на бізнес-кемпі для жінок у Києві, спонсорованого програмою USAID "Конкурентно-спроможна економіка України" ГО СМС та проєкт UnexploredCity вирішили об'єднати зусилля для досягнення синергетичного ефекту.

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

Так як шляхом вирішення проблеми нестачі конкурентоспроможних культурних продуктів що сприяють розвитку туризму в Одеському регіоні нами було обрано створення культурного маршруту по локаціям одного з

Викон. дир. Журженко О.С.



найшвидше-розвиваючгосся сектору української культури (аудіовізуальнsgо), підтримка якого є одним з пріоритетів фонду вже протягом 3 років, ми вважаємо що прсект напряду відповідає пріоритетам УКФ

Також, в робочому глані проекту приділено багато уваги розбудові співпраці з місцевою владою та МСП та креативними індустріями, що також напряду співвідноситься з пріоритетами програми Культура. Туризм. Регіони

Чому ваш проект є унікальним?


Для якнайширшого охсплення, а також конкурентоспрсможності продуктів маршруту (сайт та чат-бот) мають виправдовувати базозі стереотипні очікування від будь-чого пов'язаного з Одесою, а саме його продукти мають включати гумор та смішити користувача. Тому крім функцісналу саме маршруту (який буде дуже схожим на функцісннал чат-бтзіз маршрутів нашого партнера - веб-сайту UnexploredCity) спілкування чат-боту має включати можливості відтворення анекдотів та жартів. А також формулювання відповідей боту на запити мають бути написані з гумором та сленгом, де це можливо та релевантно.

Для забезпечення якнайкращого досвіду користувача (UX) та написання питань та відповідей боту буде задіяні професійні сценаристи-комедійщики, завдяки чому спілкування з ботом стане не тільки ознайомчим та освітнім, а ще й розважальним.

Всі локації та переміщення по маршруту супроводжуватимуться аудіо-коментарями. Завдяки тому, що контент маршруту включатиме твори сучасного мистецтва - маємо можливість залучити творців особисто до створення аудіо-коментарів. Якогога більше активних кіномитців будуть задіяні в озвученні для досягнення ефекту розповіді "від першої особи". Тобто кіномитці (актори, режисери, продюсери тощс) будуть розповідати свої особисті історії зі зйомок від першої особи для всіх користувачів боту/ маршруту там, де це можливо технічно та фінансово. У випадках, коли це не буде можливо, ми задіємо професійних акторів та/або ведучих чи лідерів думок озвучити кроки маршруту, поділившись своім враженням від фільму/ особистості (та сповістити про участь у проекті у своїх соц мережах) Якщо фільми були зроблені у ко-продукції із залученням Європейських чи інших іноземних митців, для англійської версії будемо брати окремі коментарі замість перекладу

На відміну від іншого проекту, під час якого було зроблено кіно-карту Одеси ФІЛЬМАР, #OdesaFilmFun буде орієнтованим на більш широке коло користувачів, так як основою маршруту стануть сучасні фільми, користувацький досвід буде гейміфікований та носити більш розважальний характер

Виконав. Інж. Митченко О.С.



Чому ваш проект є інноваційним?

Маршрут є розважальним завдяки використанню гумору
Згідно з аналітикою, наданою у документах Одеської обласної адміністрації (Програми соціально-економічного та культурного розвитку Одеської області на 2019 рік (<https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5c27570a448a1.pdf>) та Стратегії розвитку Одеської області на 2021-2027 роки (<https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5e01cb141ad7a.pdf>) на сторінках 45-48 дан аналіз туристичної інфраструктури.) за минули роки було створено лише 2 туристичні маршрути розважального характеру. Цим проектом ми хочемо зробити маршрут пізнавально-розважального характеру, що зробить його конкурентно-спроможним не тільки порівняно з іншими маршрутами, а також порівняно з іншими продуктами креативних індустрій міста

2) Використання чат-ботів замість стандартних екскурсій допоможе гейміфікувати досвід користувача та інтерактивно взаємодіяти із ним (текст, аудіо, відес-формат).

3) Широке використання аудіо-коментарів "від першої особи", а не від "умовного гідів" без особистості

4) Унікальні аудіо-коментарі "від першої особи" для англійської версії замість перекладів та на читки "умовним гідом" без особистості.

5) Можливість швидкої адаптації для включення нових фільмів / серіалів у маршрут

Згідно з результатами опитування, проведеного нами серед турагентств в Одесі, тури на кшталт "Кінематографічна Одеса" стають популярними саме коли набирають популярність якісь фільми/серіали. У такі періоди попит на такі тематичні тури значно зростає. (Яскравим прикладом такої тенденції є стрімке зростання відвідуваності зони відчуження у Чорнобилі після виходу серіалу Чорнобиль, компанії НВО). Саме цьому квест-маршрут (чат-бот) #OdesaFilmFun має бути побудований із використанням існуючої стабільної бази даних Unexplored City задля того, щоб швидко і легко можливо було додавати модулі нової інформації.

6) Можливість використання боту за межами Одеси та області для розваги та/або самоінформування про сучасне кіно Одеського регіону (а також згодом і всієї країни; ця можливість розширення географії буде залежати від залучення додаткових інвестицій на дослідження, створення контенту та технічне доопрацювання)

7) Маршрут-бот може стати додатковим незвичним засобом реклами фільмів (як тих, що на слуху, так і більш старих)

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього

Викон. згідно. Мухоморова О.В.
Мух



десятиліття в обраному секторі?

Культурні маршрути, як їх трактує council of europe є більш обширним поняттям, ніж туристичний маршрут. Нами було зроблено запит до Інституту Культурних Маршрутів Совету Європи у Люксембурзі за питанням можливості розвинення маршруту, базуючогося на кіно-фактах та локаціях у Європейський Міжнародний Культурний маршрут з відповідною партнерською мережею та сертифікацією. Наразі, чекаємо на відповідь. У будь-якому випадку Україна вже доєдналася до таких Європейських маршрутів, як VIA REGIA <https://www.via-regia.org/> та ERIH <https://www.erih.net/> що свідчить про зацікавленість як Європеїців у участі України, так та українських Міністерств у культурних маршрутах.

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

Проект є спробою переосмислення крос-секторальної взаємодії кіно та туризму. Зазвичай ці сектори перетинаються на моменті організації зйомок фільмів у туристичних містах, що призводить до створення додаткового доходу для готелів, ресторанів та закладів дозвілля коли знімальна група (яка зазвичай налічує від 50 осіб) залишаються у місті довго. Важливість таких додаткових прибутків була нещодавно підтверджена законодавцем через впровадження податкових пільг для іноземних кіновиробників (tax rebates). Однак, кінцевий користувач, який є одночасно споживачем як кіно так і туристичних послуг може стати важливим стейкхолдером на перехресті цих двох великих індустрій. Особливо якщо український аудіовізуальний сектор продовжуватиме так стрімко зростати, як це було впродовж останніх 5 років, а tax rebate спрацює як його задумано для привернення іноземних знімальних груп до України. У той момент коли це станеться, та наступний серіал HBO, або фільм Люка Бессона, обере Одесу для зйомок, ми (вперше) зможемо бути готовими до хвилі зацікавленості Одесою, її дестінаціями, кінематографічними турами, а інноваційний квест-маршрут чат-бот #OdesaFilmFun стане у нагоді, щоб підкреслити сучасність та клієнто-орієнтованість туристичних послуг міста.

Цілі проекту


Ціль

ціль 1 Створення маршруту #OdesaFilmFun

Завдання 1

Завдання 1.1: опитування та дослідження, нагисання текстів та алгоритму чат-ботів, технічна реалізація

Виконав. Інж. Муромцев О.С.



Завдання 2

Завдання 1.2: локалізація маршруту англійською мовою, створення аудіо-коментарів від українських та іноземних кіномитців

Індикатори досягнення цілі

Індикатори проведення дослідження (як результат - документ "результати дослідження" на 3-5 сторінок; великий список можливих пунктів/зупинок/локацій маршруту-квесту); проведено опитування із залученням щонайменше 50 жителів Одеси та області, а також 50 українців, що мешкають в Миколаєві, Херсоні, Києві на предмет кінопродуктів (та або серіалів, кліпів, реклами та медіа-продуктів), з вищезазначеного великого списку пунктів, з якими у них асоціюється Одеса та регіон; визначено 5-7 медіа-продуктів, що викликають найбільший інтерес, написано 1 маршрут українською мовою (кількість локацій 10-15); маршрут перекладено англійською мовою, маршрут озвучено коментарями акторів та інших, хто в свій час долучився до створення обраних медіа-продуктів Загалом: Маршрут доступний в повному обсязі на двох мовах для використання у вільному безкоштовному доступі, сайт та бот працюють стабільно без технічних проблем. Більш детально показники досягнення (індикатори) по кожному завданню окремо зазначені в питаннях про короткострокові та довгострокові результати та індикатори досягнення цих результатів

Ціль

Ціль 2 Комунікація та розповсюдження

Завдання 1

Завдання 2.1 підготовка і проведення комунікаційної кампанії проекту для а) інформування українських стейкхолдерів про старт, перебіг та результати проекту б) створення партнерської мережі організації, зацікавлених у розбудові туристичного маршруту у культурний маршрут (згідно з визначенням Ради Європи)

Завдання 2

Завдання 2.2 проведення рекламної кампанії лендінгу та боту для широкого кола користувачів та туристів (в т.ч. інформаційні партнерства)

Індикатори досягнення цілі

створено сайт OdesaFilmFun (див. деталі "ТЗ сайту") з детальною інформацією про проект, продубльовано маршрут (-и) на сайт партнера UnexploredCity задля коректного відтворення маршруту (-ів) у чат-ботах



(див. деталі “ТЗ чат-боту”) поява маршруту (-ів) у чат-ботах тестування маршруту (-ів) командою проекту корегування (за необхідності) за результатами тестувань командою запуск маршруту (-ів) на широкий загал збір зворотнього зв'язку та аналіз корегування (за необхідності) за результатами аналізу, та оцінки Загалом: Індикатор Досягнуто максимально-можливе з урахуванням бюджету охоплення Цільової аудиторії. Більш детально показники досягнення (індикатори) по кожному завданню окремо зазначені в питаннях про короткострокові та довгострокові результати та індикатори досягнення цих результатів

Ціль

Ціль 3 всебічна (користувачі, місцева влада та всі інші стейкхолдери) оцінка творчих та технічних складових продукту, оцінка потенціалу масштабування, пропрацювання Value Proposition Map продукту

Завдання 1

Завдання 3.1 розбудова співпраці з місцевою владою, малим та середнім бізнесом Одеси та регіону, представниками креативних індустрій задля отримання коментарів, фідбеку та пошуку шляху масштабування та монетизації адаптації продукту

Завдання 2

Завдання 3.2 Створення матеріалів для пошуку подальшого фінансування на розвиток та монетизацію.

Індикатори досягнення цілі

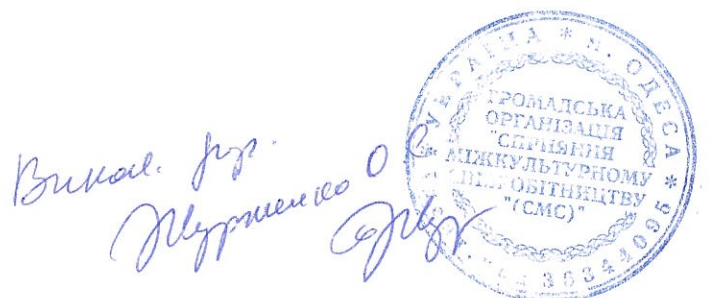
за результатами оцінки є достатньо інсайтів, відгуків та пропозицій для формування стратегії подальшого розвитку продукту

Основна мета проекту

Апробація інноваційного методу залучення внутрішніх та закордонних туристів в культурний дискурс життя міста Одеса та області за допомогою створення та промоції конкурентно-спроможного розважально-освітнього кіно-маршруту у вигляді квесту, доступного в чат-ботах #OdesaFilmFun

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Фахова спільнота: Фахівці туризму, кінематографу, культурна спільнота, студенти профільних ВНЗ
15%



інформації (не сухі факти).

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

Опосередковану ЦА можна умовно розділити на такі групи: владні посадовці та держслужбовці, посольства та іноземні представництва, представники бізнесу, сахівці мистецької освіти, представники медіа організацій, представники організацій в секторі культурних та креативних індустрій, кіно, театру тощо
10%

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Згідно показникам касових зборів українські фільми набирають оберти та попит на українське кіно зростає. Водночас технологічні новшества в різних секторах культури стають каталізаторами підвищення рівня зацікавленості українською культурою взагалі. Туристична галузь є одним з лідерів по зростанню в Одеському регіоні. До того ж Згідно Програми соціально-економічного та культурного розвитку Одеської області на 2019 рік (<https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5c27570a448a1.pdf>) (Свіжішої не маємо) на сторінках 68-69 чітко написано, що створення нових туристичних маршрутів та підвищити рівень інформування про Одеську область з туристичного напрямку у мережі Інтернет є одним з ключових кроків розвитку

Перетин всіх цих фактів свідчить про потребу цільових груп у розважальних туристичних продуктах. Кіно було обране як тематичний напрям з огляду на історично-склавшийся імідж Одеси, як кінематографічного міста

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

Широка аудиторія задовольняє такі свої потреби у такі способи:

- а) потреба у доступному розважальному туристичному маршруті задовольняється завдяки використанню безкоштовного боту
- б) потреба у підвищенні загальнокультурного рівня задовольняється завдяки якісному туристичному продукту, що містить освітній компонент;
- в) потреба у ідентифікації як громадянина країни, яка є прогресивною, та бере активну участь у створенні новаторських, експериментальних, крос-секторних (об'єднуючих) проєктах, цим самим активно заперечуючи провінційність, вторинність української культури задовольняється завдяки відвідуванню місць/об'єктів пов'язаних із відомими фільмами, в роботу над якими значний внесок склали саме українці.



По завершенню частини проекту, прописаній у робочому плані, проводитиметься аналіз статистики користувачів продуктів, а саме

- відвідуваність сайту (показники відмови),
- кількість користувачів у чат-ботах, які натиснули кнопку "Start", тобто розпочали маршрут,
- кількість користувачів у чат-ботах, які продовжили маршрут,
- кількість користувачів у чат-ботах, які завершили його,
- популярність мобільної версії
- час проходження маршруту
- аналіз зворотнього зв'язку, який збиратиметься за допомогою коментарів та рекомендацій.

Хто є зацікавленою стороною (-ами) проекту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проект чи бути під впливом проекту).

ВНЗ (як творчі так і де вивчають туризм)

ВНЗ де навчають творчим професіям

Кіно-спільнота (виробники контенту, актори, творчі групи)

Тур-агенства

Держкіно

Український культурний фонд

Медіа-організації

Влада (Одеський /горсовет/

Іноземні представництва

Український інститут

Підрядники проекту

Організатори культурних подій (пов'язаних з ІТ, кіно, музикою, театром тощо) таких як Фестивалі в Україні і за кордоном які будуть залучені у якості інформаційних партнерів

Інвестори культури та ІТ сектору

місцеві громади,

локальні підприємці.

іноземні та внутрішні туристи,

представники регіональних культурно-мистецьких інституцій, активісти.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Невід'ємною складовою проекту є його освітня та соціальна функції. Проект знайомить середньостатистичного відвідувача ресурсів із культурним доробком рідної країни та країн-сусідів, підвищуючи його обізнаність; розповідає історії кіно національною мовою, ненав'язливо пропагуючи використання державної мови, заохочуючи спілкуванню нею. Як результат,

Вікторія Ірина Руденко



спостерігається підвищення рівня самосвідомості та патріотичного настрою.

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

Ціль 1 Створення маршруту #OdesaFilmFun

Завдання 1.1: опитування та дослідження, написання текстів та алгоритму чат-ботів, технічна реалізація

РЕЗУЛЬТАТ (Короткостроковий) розроблений перелік фільмів та конкретних локацій для включення у маршрут, проведено опитування та визначено пріоритизацію; бот протестовано

Якісні показники досягнення результату: характер відгуків позитивний та склад групи респондентів (гендерно-; віково- та географічно-)

збалансований; при опитуванні отримані відгуки, які свідчать про зацікавленість цільових груп; бот працює стабільно

Кількісні показники досягнення результату: перелік фільмів - мін 7 макс. 10, кількість локацій мін 7, макс. 15

Завдання 1.2: локалізація маршруту англійською мовою, створення аудіо-коментарів від українських та іноземних кіномитців

РЕЗУЛЬТАТ (Короткостроковий) всі описові тексти маршруту перекладено, відредаговано носієм мови, адаптовано комедійщиками для досягнення розважального ефекту; записані аудіо-коментарі

Якісні показники досягнення результату: відгуки носіїв мови свідчать про те, що тексти цікаво читати; відгуки від стейкхолдерів свідчать про те, що спілкування з ботом дійсно розважає; автори аудіо-коментарів задоволені та зацікавлені та створюють дописи в особистих акаунтах соц мереж

Кількісні показники досягнення результату: аудіо-коментарів - 10, постів від авторів аудіо-коментарів - мін. 5

Ціль 2 Комунікація та розповсюдження

Завдання 2.1 підготовка і проведення комунікаційної кампанії проекту для а) інформування українських стейкхолдерів про старт, перебіг та результати проекту б) створення партнерської мережі організацій, зацікавлених у розбудові туристичного маршруту у культурний маршрут (згідно з визначенням Ради Європи)

РЕЗУЛЬТАТ (Короткостроковий) Створено контент-план, написані пости для соц мереж та підготовлені всі необхідні зображення зг. контент-плану, відео ролики для відео-блогу проекту створюються регулярно та виходять в



Виконав. Зуп.
Мужтешко О.С. Сергій

мережі, захід прес-конференція

Якісні показники досягнення результату: стейкхолдери залучені, зростаюче охоплення та відгуки свідчать про зацікавленість проектом

Кількісні показники досягнення результату: кількість постів та відео - згідно кошторису, кількість схоплення поступово зростає на 20% кожного місяця: партнерів у мережі - від 3 до 5

Завдання 2.2 проведення рекламної кампанії лендінгу та боту для широкого кола користувачів та туристів (в т.ч. інформаційні партнерства)

РЕЗУЛЬТАТ (Короткостроковий) промо-матеріали розміщені, пости та відео виходять згідно плану, квести в IG проведено, розміщені повідомлення у тревел-блогерів, муралі в місті створені, інформація про маршрут розміщена під час заходів (фестивалів, перелік нижче) моніторинг та аналіз відклику ЗМІ, фестивалів та ін. стейкхолдерів здійснюється регулярно, моніторинг статистика переглядів рекламних постів у соцмережах здійснено та проаналізовано географічний склад аудиторії та прокмуніковано.

Якісні показники досягнення результату: характер та якість відгуків у пресі, серед користувачів; інформаційні партнери задоволені

Кількісні показники досягнення результату: а) згідно моніторингу - кількість охоплення FB, IG, YT, б) відвідуваність сторінок проекту та боту, в) відвідуваність прес-конференції та демонстрації.

Ціль 3 всебічна (користувачі, місцева влада та всі інші стейкхолдери) оцінка творчих та технічних складових продукту, оцінка потенціалу масштабування, пропрацювання Value Proposition Map продукту

Завдання 3.1 розбудова співпраці з місцевою владою, малим та середнім бізнесом Одеси та регіону, представниками креативних індустрій задля отримання коментарів, фідбеку та пошуку шляху масштабування та монетизації адаптації продукту

РЕЗУЛЬТАТ (Короткостроковий) проведено опитування щодо досвіду користувачів; створено календар зустрічей з представниками влади, МСП, креативних індустрій; зустрічі проведено, фідбек стриманий та опрацьований

Якісні показники досягнення результату: за результатами опитування та зустрічей є достатньо інсайтів, відгуків та пропозицій для формування стратегії подальшого розвитку продукту

Кількісні показники досягнення результату: учасників опитування - **мін. 500**; зустрічі: влада - 2, МСП - 5, креативні індустрії - 3

Викон. дир. Кудрицька О.С.



Завдання 3.2 Створення матеріалів для пошуку подальшого фінансування на розвиток та монетизацію.

РЕЗУЛЬТАТ (Короткостроковий) матеріали створено; заявки до відкритих можливостей для пошуку менторів надіслано

Якісні показники досягнення результату: презентаційні матеріали запам'ятовуються про що свідчать відгуки колег, стейкхолдерів, а також зростаючий список зацікавлених у співпраці (у т. інвесторів)

Кількісні показники досягнення результату: заявок надіслано - мін. 2; потенційних партнерств/донорів/інвесторів у розробці - мін. 3

Основний культурний продукт — інтерактивний/кіномаршрут-квест двома мовами (укр+англ)

Додаткових культурних продуктів - не передбачається.

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

Ціль 1 Створення маршруту #OdesaFilmFun

Завдання 1.1: опитування та дослідження, написання текстів та алгоритму чат-ботів, технічна реалізація

РЕЗУЛЬТАТ (Довгостроковий) методика дослідження, його глибина, а також його проміжкова апробація, вкупі із стабільністю роботи дають змогу розширювати інформативну базу (додавати нові фільми) без затримок. Це в свою чергу призводить до поступового зростання бази користувачів

Якісні показники досягнення результату: збільшення туристичних потоків завдяки якісному продукту

Кількісні показники досягнення результату: поступове зростання бази користувачів на 10% щомісяця

Завдання 1.2: локалізація маршруту англійською мовою, створення аудіо-коментарів від українських та іноземних кіномитців

РЕЗУЛЬТАТ (Довгостроковий) Зросла кількість іноземних туристів

Якісні показники досягнення результату: збільшення потоків англомовних туристів до Одеси; залучення нових цільових груп до культурного туризму

Кількісні показники досягнення результату: поступове зростання бази користувачів англомовної версії на 6% щомісяця

Ціль 2 Комунікація та розповсюдження



*Вашко О.О.
Муромець О.С.*

Завдання 2.1 підготовка і проведення комунікаційної кампанії проекту для а) інформування українських стейкхолдерів про старт, перебіг та результати проекту б) створення партнерської мережі організацій, зацікавлених у розбудові туристичного маршруту у культурний маршрут (згідно з визначенням Ради Європи)

РЕЗУЛЬТАТ (Довгостроковий) утворені сталі партнерства; Одеська область стала успішним прикладом для інших регіонів у створенні конкурентноспроможного культурного продукту для приваблення туристів

Якісні показники досягнення результату: утворені крос-секторальні зв'язки та налагоджена міжсекторальна взаємодія між митцями аудіо-візуального сектору та фахівцями туристичної галузі,

Кількісні показники досягнення результату: утворені 2 сталі партнерства з мін. горизонтом у часі - 2 роки

Завдання 2.2 проведення рекламної кампанії лендінгу та боту для широкого кола користувачів та туристів (в т.ч. інформаційні партнерства)

РЕЗУЛЬТАТ (Довгостроковий) Збільшена кількість громадян України, які подорожують з метою залучення до культурного життя; підвищена пізнаваність та туристична привабливість регіону;

Якісні показники досягнення результату: підвищена також пізнаваність фільмів, які увійшли до маршруту, продовжується розбудова "інституту наших зірок", тобто українці захоплюються українцями

Кількісні показники досягнення результату: інформаційні партнерства продовжуються протягом 3-5 років

Ціль 3 всебічна (користувачі, місцева влада та всі інші стейкхолдери) оцінка творчих та технічних складових продукту, оцінка потенціалу масштабування, пропрацювання Value Proposition Map продукту

Завдання 3.1 розбудова співпраці з місцевою владою, малим та середнім бізнесом Одеси та регіону, представниками креативних індустрій задля отримання коментарів, фідбеку та пошуку шляху масштабування та монетизації адаптації продукту

РЕЗУЛЬТАТ (Довгостроковий) утворені сталі партнерства між владою, бізнесом та представниками культурних індустрій в Одеському регіоні

Якісні показники досягнення результату: створені передумови (фінансові, маркетингові) для успішного масштабування проекту на інші сектори культури, такі як наприклад театр, музика саме в Одеському регіоні

*Виконав: Юр.
Мурзилко Д.С.*



Кількісні показники досягнення результату: утворені взаємовигідні партнерства з локальними МСП - мін. 4, національними - мін.1

Завдання 3.2 Створення матеріалів для пошуку подальшого фінансування на розвиток та монетизацію.

РЕЗУЛЬТАТ (Довгостроковий) створені передумови для успішного масштабування проекту на інші регіони та інші сектори культури, такі як наприклад театр, музика

Якісні показники досягнення результату: ментор для консультацій та допомоги у масштабуванні та монетизації знайдено; залучено інвестиції чи донорське фінансування на розвиток

Кількісні показники досягнення результату: інвестиції чи грант не менше 500 тисяч грн

Під час реалізації проекту обов'язково відбувається комунікація з користувачем задля оцінки задоволеністю продуктом та збором коментарів й побажань щодо контенту (існуючого, так і того, що буде створено після реалізації проекту за підтримки УКФ).

Реалізація проекту планується за підтримки місцевої влади та туристичного сектору міста та регіонів.

Планується

підписати меморандум з міськрадою щодо підтримки продукту на рівні міста,

підписати меморандум з офіційним туристичним офісом щодо підтримки та просування продукту,

розміщення інформації про продукт в туристичних офісах та агенціях міста та регіона для збору статистичних даних,

сумісно з представниками міста проаналізувати запити, здійснені туристом (чи збільшився інтерес до маршрутів, так чи інакше пов'язаних з кіноіндустрією, співвідношення українського та іноземного туриста)

сумісно з представниками міста проаналізувати їх та нашу статистику з метою оцінки туристичних потоків (яким чином вплинула поява OdesaFilmFun на туристичну привабливість регіону)

Кількість громадян, що подорожують з метою залучення до культурного життя, планується визначати за рекомендаціями маршруту (-ів) та зацікавленості продуктами (статистичні дані сайту та чат-ботів).

Після закінчення строку підтримки проекту УКФ планується розробка



*Викон. дир.
Муромченко О.С.*

стратегії монетизації OdesaFilmFun, а саме залучення готельєрів та рестораторів у підготовку спеціальних пропозицій для користувачів продукту. Від спеціального меню та спеціальних цін на нього, тематичних пропозицій вечері або сніданку (наприклад, підготовка спеціальних блюд за мотивами обраних медіа-продуктів) до тематичних номерів в готелі.

Також планується монетизація за рахунок співпраці з VCD-сервісами де можна купувати/арендувати фільми маршруту. Також розглядається ідея зробити гейміфіковану частину маршруту (квест) платним, якщо на всіх етапах оцінки/фідбеку буде виявлено достатню зацікавленість ЦА форматом та контентом.

Викон. дир. Мартиненко О.С.



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

Ризик: Короткі терміни для підготовки масштабного проекту. Мінімізація: створення та дотримання детального, заздалегідь узгодженого зі всіма стейкхолдерами плану, графіку та системи моніторингу проекту.

Ризик: недостатня поінформованість ЦА та низька відвідуваність сторінки маршруту та чат-боту. Мінімізація: підключення додаткових інструментів поширення інформації, додаткових інформаційних партнерств та/або перерозподіл рекламного бюджету.

Ризик: гумор та шутки можуть бути втрачені у локалізованій версії маршруту

Висновок: О.С. Мушкетер



англійською мовою.

Мінімізація: по-перше, залучення носія англійської мови до редагування перекладу, по-друге, у подальшому, після завершення проекту, за умови залучення фінансування, залучення носіїв мови - сценаристів комедійного напрямку до редагування деяких частин маршруту/діалогів боту

Ризик: У процесі реалізації виявляється, що існуючий склад команди не має необхідних навичок, умінь, досвіду, для забезпечення професійної реалізації завдань проекту відповідно до очікуваних результатів.

Мінімізація: оперативне залучення відповідних спеціалістів для створення гармонійно об'єднаної групи (за рахунок ресурсів організації-заявника або додаткових ресурсів, знайдених під час реалізації проекту)

Ризик: хтось з виконавців випадає через хворобу.

Мінімізація: Багато функцій в проекті виконуються гідрядниками, що дає гнучкість у заміні конкретного виконавця в разі непередбачуваних обставин. Наприклад, бухгалтерію проекту веде підрядник, у якому працюють кілька осіб, які можуть замінити одна одну. Другий шлях мінімізації - створення детального опису обов'язків та завдань на етапі заключення договору ЦПХ. Це робиться для того, щоб в випадку непередбачуваних обставин, інша людина схожого досвіду, отримавши такий список змогла включитися в роботу без проблем

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

Ризик: відмова залучених фахівців, митців, експертів від надання послуг під час реалізації проекту. Мінімізація: вибудова широкого кола (бази) фахівців, експертів, що створює можливість заміни в разі необхідності

Ризик: Несвоєчасне отримання фінансування. Мінімізація: Узгодження з виконавцями можливості відтермінування оплат.

Ризик: Форс-мажорні обставини, а саме карантин, пов'язаний з поширенням COVID-19, та, як наслідок, неможливість запускати продукт на ринок в узгоджені строки. Мінімізація: Перенесення всіх можливих робіт та процесів з підготовки в онлайн та перенесення строків запуску продукту. Або якщо карантин буде продовжена аж до серпня/вересня, то запуск й тестування продукту онлайн (тобто розроблений маршрут/квест/чат-бот будуть працювати також без визначення географічного розташування користувача - це збереже освітню функцію та промо функції та дасть змогу



Викон. дир.
М. В. Мухоморов *О. В. Фігур*

зібрати більше відгуків щодо юзабіліті та користувацького досвіду).

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

План моніторингу ефективності управління проектом та його реалізації включає такі методи:

Використання інструментів управління проектами (Asana, гугл-документи), які дозволяють ефективно розподіляти завдання та стежити за їх виконанням

Налагоджений ефективний розподіл ролей у команді проекту

Система регулярних нарад команди проекту, на яких можна в колі колег обговорити виклики реалізації проекту та отримати професійний фідбек та допомогу

(досвід показує, що така система є ефективною з огляду на те, що Склад команди проекту є збалансованим для виконання творчих та технічних завдань проекту, здійснення управління проектом),

Аналітика сайту та соц мереж допоможе за потреби коригувати шляхи та форми донесення ключових меседжів для різних цільових груп, а також оцінити результати проекту та підготувати медіа-звіт

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

Ключовим повідомленням проекту є звернення як до українців, так і до іноземних туристів про те, що "кіно зароджується й живе серед нас", незважаючи на той факт, що не завжди пересічний громадянин це помічає. Розтлумачуючи даний слоган, перш за все, слід наголосити на тому, що кінофільм є не лише результатом у вигляді кінцевого продукту, який глядач має змогу переглянути на екрані. Окрім цього, це ще і кропітка, зазвичай тривала праця великої команди людей над кожним кадром. Більше того, одним із основних мотивів даного проекту є дати можливість аудиторії оцінити й усвідомити, наскільки багатого є власне кінематографічна спадщина України. Першою локацією вибрано Одесу, та за успішної реалізації планується розширення і включення таких до переліку проекту таких міст як Київ, Львів.

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

Для виконання комунікаційної стратегії планується створення сторінок проекту в соціальних мережах "Instagram" та "Facebook", відкриття YOUTUBE

Виконав: Олександр Рубчишин



каналу, а також запуск власного сайту. Планується регулярно оновлення шляхом опублікування постів про результати виконаної роботи, а також створення відеороликів про роботу команди.

Для проведення рекламної кампанії планується створення графіті на вулицях Одеси із нанесенням QR-коду та посиланням на сайт. Серед представлених на сайті локацій зйомок кінофільмів, буде обрано 5 найвизначніших та створено відповідні вказівки. Для охоплення більшої аудиторії планується створення сторінки в соціальній мережі "Instagram", де з регулярністю раз на місяць буде проводитися квест. Учасники повинні будуть відшукати відповідні місця зйомок, запостивши фото з локацій на свої соціальні сторінки й тегнувши сторінку проекту.

Аби досягти якомога вищого кількісного показника серед, планується співпраця з такими фестивалями та масовими заходами як: Одеський міжнародний кінофестиваль (10 липня - 18 липня 2020); Міжнародним книжковим фестивалем "Зелена хвиля" (6 серпня - 9 серпня 2020); Вишиванковий фестиваль до Дня Незалежності України (21- 24 серпня 2020); Святкування 226-річчя дня міста (3 вересня 2020); Міжнародним Джазовим фестивалем "Джаз-фест" (18 вересня - 20 вересня 2020) та Міжнародним літературним фестивалем (23 вересня - 27 вересня 2020)

Також планується співпраця із тревел-блогерами у вигляді публікації відгуку про проект на їхніх сторінках у соціальних мережах. Серед можливих співпраць: Христина Жук; Орест Зуб; Макс Циркель; Вероніка Синиця; Богдан Логвиненко.

У подальшому, після завершення проекту, за умови залучення фінансування, планується розміщення реклами у виданнях таких авіаліній як "MAU", "LOT", "Turkish airlines".

Згідно з законодавством України використання фотографій та відео муралів не може порушувати права власності автора, адже вони є надбанням громадськості. В разі досягнення домовленості із міською радою та отримання від них дозволу на розміщення тематичного (-их) муралу (-ів), мурал (-и) плануємо розміщувати в радіусі 500 м від маршруту (-ів). Під муралами ми розуміємо малюнки QR-кодів розміром не більше 1 метр квадратний.

Всі виготовлені комунікаційні матеріали міститимуть обов'язкове згадування про підтримку проектів Українським культурним фондом (у друкованих продуктах, інформаційних матеріалах, публікаціях, у ЗМІ та під час публічних виступів)

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

1. 2020

Виконав. дир.
Муромець О.С.



Планується співпраця з журналом “НВ (Новое время)” , тижневиком “Дзеркало тижня”, державним інформаційним агентством “Укрінформ: Новини України та світу”, мережею міських сайтів “VGORODE”, службою “BBC Україна”, “hromadske.ua”, сайтом “The Village Україна”, журналами “Vogue Ukraine”, L’Officiel, Zefir ua, JetSetter ua.

Також планується залучити наступні ЗМІ: Лівий Берег , Платформа , WAS , Газета Сьогодні, UA: Культура , Прямий канал, Еспресо, 1+1, ТРК Україна
Анонси: KyivPost, Moviegram, Yabl, Amnesia, Kino-Teatr, Наш Київ, 24 канал, держкіно, газета День, Укрінформ, Вечірній Київ, Art Ukraine, Cultprostir, BirdInFlight, LIGA.net, ютуб канали “Загін кіноманів”, “Geek Journal”., artslooker, mitec ua, bodo life, фокус, bit ua, bestin ua, bmag.org, prostory.net.ua, zaborona.com

Для ЗМІ планується прес-конференція на яку буде запрошено максимальна кількість журналістів, а також кінознавці, культурні оглядачі (можливі гості (за погодженням): Юля МакГаффі (НВ), Юрій Марченко (PLATFORMA), Гліб Гусєв (theБабель), Олексій Тарасов (24/7), Андрій Баштовий (TheVillage), Олександр Гусєв, Дарія Бадьєр (LB), Олексій Тарасов, Ольга Артеменко, Сергій Ксаверов, Лена Чичен на, Аксінья Куріна, Лук’ян Галкін, Анастасія Платонова, Людмила Чиркова

Також планується онлайн-трансляції з соц мережі з прес-заходу

З якими лідерами думок планується співпраця?

Планується співпраця із наступними тревел-блогерами: Христина Жук (15,6 тисяч підписників); Орест Зуб (16,6 тисяч підписників); Макс Циркель (28,8 тисяч підписників); Вероніка Синиця (174 тисячі підписників); Богдан Логвиненко (аудиторія в “Facebook”: 24 715 осіб).

Серед лідерів громадської думки, з якими також плануємо встановити контакт за умови отримання фінансування: Любомир Левицький, Оксана Забужко, Андрій Алферов, Пилип Ілленко, Сергій Тримбач, Сергій Жадан, Богдан Нагайло, Олег Чорний, Марія Задорожна, Катерина Чуєва, Володимир Шейко, Ліза Герман, Марія Ланько, Оксана Баршинова, Олександр Ройтбурд, Ольга Балашова, Ярослав Пілунський, Володимир Тихий, Ольга Бірзул, Марина Степанська, Ярина Цимбал, Іван Козленко, Олена Гонтарук, Станіслав Мензелевській, Олеся Островська-Люта, Юлія Федів, Юлія Сінкевич, Анна Мачух, Вікторія Тігіпко, Павло Гудімов, Назар Білик, Тетяна Філевська, Іван Світличний, Олег Дроздєв, Олександра Наріжна, Рсман Мінін,

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

*Висока якість
Плурисемно О.В. Селіванова*



Перегляд роликів на Ютуб 100 переглядів за три тижні після публікації

Відвідуваність лендінг-сторінки 5000 за проект та кількість користувачів боту - 500 за проект.

10 зареєстрованих на прес-конференцію ЗМІ

Більше 20 публікацій у пресі за три місяці з дня початку промо

Якісним показником у першу чергу будуть слугувати запити інвесторів, та пропозиції від національних виробників кіноконтенту на розвиток даної теми. Також отримання запитів щодо презентації продукту на туристичних форах та тематичних конференціях.

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

Доступ до напрацювань та перебігу подій проекту буде вільним. Команда планує створення лендінгу (сайту проекту) із блоком "Маршрути" та "Новини". Також комунікаційна стратегія передбачає створення соціальних профілів у Facebook, Instagram та YouTube задля інформування зацікавлених у проекті та створення спільноти однодумців.

Також передбачається створення регулярних відео про перебіг проекту на базі інтерв'ю з виконавцями/учасниками кожного етапу проекту.

Для YouTube каналу планується виготовлення невеликих інтерв'ю (5-10) з залученням осіб, які мають відношення до кіноіндустрії, які є потенційними амбасадорами продукту OdesaFilmFun, а також командою проекту, яка буде розповідати про етапи роботи/інсайти/досвід.

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

Передбачається вихід продуктів маршруту на самоокупність упродовж 2021 року. Модель монетизації наразі розробляється. У будь-якому випадку планується долучитись до програм менторства для інтернет-стартапів для залучення допомоги в тому, щоб ідентифікувати найбільш ефективні шляхи розвитку.

Командою проекту також розроблений roadmap подальшого розвитку культурних маршрутів розважального характеру в інших містах України (Київ, Львів), а також маршрутів по іншим секторам культури, таким як театр,



*Виконав. дир.
Ольга Мельниченко О.С. Мельниченко*

музика, література, стріт-арт. З урахуванням фідбеку користувачів та моніторингу відгуків стейкхолдерів.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Плануємо ділитися досвідом у відео youtube-каналу проекту, а також на всіх заходах та зустрічах у рамках виконання Завдання 3.1 проекту

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

Звичайно:

Партнерства з VOD-сервісами, на кшталт MEGOGO де фільми маршруту можна купити, чи зрендувати для перегляду

Партнерства з малими бізнесами (кафе, магазини), які розташовані по маршруту для крос-промо або обміну знижками, акціями

Партнерства з правовласниками та дистриб'юторами нових фільмів, запланованих до виходу в кінотеатрах, або в Інтернет - для крос-промо

Партнерства з іншими інтернет-сервісами для туристів для крос-промо

Культурні маршрути, як їх трактує council of europe є більш обширним поняттям, ніж туристичний маршрут. Нами було зроблено запит до Інституту Культурних Маршрутів Совету Європи у Люксембурзі за питанням можливості розвинення маршруту, базуючогося на кіно-фактах та локаціях у Європейській Міжнародний Культурний маршрут з відповідною партнерською мережею та сертифікацією. Наразі, чекаємо на відповідь.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

1

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

2

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Кількість людей віком від 51 до 60

0



*Виконав. дир.
Алутинська О.І.*

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Ні

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

важко відповісти

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

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт?

важко відповісти

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

важко відповісти

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

так

Виконав. дир.

Муртешко А.С.



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

Мурташи Олег Сергійович О. Сергійович

Фонд:

Грантоотримувач



Додаток № 2
до Договору про надання гранту № 3REG1-0777
від "01" червня 2020 року

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Назва конкурсної програми: Культура. Туризм. Регіони
Назва ЛОТ-у: Культура. Туризм. Регіони
Назва Заявника: Громадська Організація "Сприяння міжкультурному співробітництву(СМС)"
Назва проекту: #OdesaFilmFun

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	98.61%	441,805.00
2	Співфінансування* :	1.39%	6,225.00
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника	1.39%	6,225.00
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього	100.00%	448,030.00

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

Виконав. дир.
Муртинська О.С.

[Handwritten signature]



Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)
 Назва заявки: Громадська Організація "Сприяння міжкультурному співробітництву(СМС)"
 Назва проекту: #OdesaFilmFun

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКО			Витрати за рахунок Співфінансування			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=7*8)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	16	17	
Розділ:	II	Витрати:									
Підрозділ:	1	Оплата праці									
Стаття:	1.1	Штатні працівники		5.00	1,650.00	8,250.00	-	-	-	8,250.00	
Пункт:	а	Журженко Ольга (75%) виконавчий директор ГО "СМС", менеджер зв'язів зі стейхолдерами (держсектором, владою, партнерами тощо)	місяць	5.00	1,650.00	8,250.00	-	-	-	8,250.00	/= спільно із координатором проекту здійснює контроль за дотриманням строків та етапів проекту; /= координує роботу дослідників, перекладачів, програмістів, сценаристів, контент-менеджерів та інших процесів, пов'язаних із створенням та виробництвом #OdesaFilmFun, /= контролює перебіг тестування лендінг-сторінки, чат-боту та дотримання строків перекладання, редагування та розміщення матеріалів;
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяць			-				-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяць			-				-	
Стаття:	1.2	За трудовими договорами				-				-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяць			-				-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяць			-				-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяць			-				-	
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ		1.00	24,500.00	24,500.00	-	-	-	24,500.00	
Пункт:	а		місяць			-				-	
Пункт:	б	Дослідник (створення переліку фільмів що будуть включені в маршрут, а також конкретних локацій маршруту, пов'язаних з кожним фільмом), Власішен Борис	послуга	1.00	24,500.00	24,500.00	-	-	-	24,500.00	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяць			-				-	
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				6.00	26,150.00	32,750.00	-	-	-	32,750.00	
Підрозділ:	2	Соціальні внески									
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці	місяць	1.00	5,390.00	7,205.00	-	-	-	7,205.00	
Пункт:	а	Журженко Ольга (25%), виконавчий директор ГО "СМС", менеджер зв'язів зі стейхолдерами (держсектором, владою, партнерами тощо)	місяць	5.00	363.00	1,815.00				1,815.00	
Пункт:	а	Дослідник (створення переліку фільмів, що будуть включені в маршрут, а також конкретних локацій маршруту, пов'язаних з кожним фільмом), Власішен Борис	послуга	1.00	5,390.00	5,390.00	-	-	-	5,390.00	
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				1.00	5,390.00	7,205.00	-	-	-	7,205.00	
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)									
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні активи									
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи":				-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою									
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	1.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	
Пункт:	а	Аренда приміщення для проведення прес-конференції	захід			-	1.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	
Пункт:	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, дів)			-				-	



Викон-гр. Мухоменко О.С. [Signature]

Пункт:	а	Витрати зі створення лендінг-сторінки проекту (для структурованого розміщення матеріалів проекту (фото, відео) для забезпечення можливості довготривалого використання матеріалів)	послуга	1.00	12,000.00	12,000.00	-	-	12,000.00	
Пункт:	б	Доменне ім'я на 5 років (за рах. співфінансування)	послуга	1.00	625.00	625.00	-	-	625.00	
Пункт:	в	Хостинг для сайту та бази даних на 3 роки (за рах. співфінансування)	послуга	1.00	3,600.00	3,600.00	-	-	3,600.00	
Пункт:	г	Витрати з обслуговування сайту (тільки які понесені в межах дати реалізації проекту).	послуга	1.00	7,000.00	7,000.00	-	-	7,000.00	!= послуги з технічної підтримки веб-сторінок ПРОЕКТУ, зокрема виявлення та усунення технічних неполадок та збоїв у роботі веб-сторінки, контроль за працездатністю, діагностування та усунення помилок, "шкідливих" програм тощо, відновлення роботи веб-сторінки у випадку виникнення технічних збоїв, забезпечення резервного копіювання інформаційної бази даних (матеріалів, статей, фото- та відеоматеріалів, посилань тощо, адміністрування веб-сторінок
Всього по підрозділу 10 "Створення веб-ресурсу":				2.00	19,000.00	19,000.00	2.00	4,225.00	4,225.00	23,225.00
Всього по підрозділу 11 "Прийняття методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях":				-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	12	Послуги з перекладу								
Пункт:	а	Усний переклад	година	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Письмовий переклад з Української на Англійську	сторінка	30.00	180.00	5,400.00	-	-	5,400.00	Переклад текстів-описань пунктів маршруту-квесту. Тексти залишаються для використання в чат-боті та на сайті маршруту-квесту
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка	30.00	100.00	3,000.00	-	-	3,000.00	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":				60.00	280.00	8,400.00	-	-	-	8,400.00
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати								
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	послуга	1.00	30,000.00	30,000.00	-	-	30,000.00	
Пункт:	б	Юридичні послуги	послуга	1.00	20,000.00	20,000.00	-	-	20,000.00	Здійснення юридичного супроводу проекту, який включає в себе: аналіз нормативно-правових актів, що регулюють правовідносини та аспекти, пов'язані з реалізацією культурних проектів, за підтримки УКФ, зокрема в сфері цивільного, господарського, податкового, міжнародного приватного права, законодавства регулюючого сферу права інтелектуальної власності, підзаконних нормативно-правових актів, інструкцій, положень тощо; розробка та складання проектів договорів, послуг з озвучення, бухгалтерських послуг, послуг з аудиту, послуг зі створення фото- та відеоматеріалів, PR, SMM, та ін., протоколів, актів та інших юридичних документів, необхідних в процесі реалізації проекту; визначення порядку та умов укладання договорів що стосуються створення та використання об'єктів права
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1.00	16,000.00	16,000.00	-	-	16,000.00	
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)		-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				3.00	66,000.00	66,000.00	-	-	-	66,000.00
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати								
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		10.00	1,600.00	16,000.00	-	-	16,000.00	
Пункт:	а	Послуги з запису, монтажу та зведення аудіо коментарів маршруту, 1600 грн за 1 аудіо-трек, незалежно від хронометражу	шт.	10.00	1,600.00	16,000.00	-	-	16,000.00	Вартість визначено згідно проведеного дослідження ринку аналогічних послуг з урахуванням технічного завдання. Технічне завдання: Запис, монтаж та зведення аудіо коментарів маршруту хронометражем не менше ніж 1 хвилина кожен (максимальних хронометраж може сягати 15-20 хвилин) у кількості 10 записів у форматі mp3, wav.
Пункт:	б	Найменування послуги	шт.	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	в	Найменування послуги	шт.	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт.	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги коректора	екземпляр	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	б	Послуги верстки	екземпляр	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	в	Друк книг	екземпляр	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		111.00	42,803.00	122,700.00	-	-	122,700.00	



Викон. Сергій Мухоморов О.С. Мух

Пункт:	а	Послуги координатора проекту, Марина Черновал	послуга	1.00	69,000.00	69,000.00			69,000.00	Обов'язки координатора проекту; Загальний контроль та координацію проекту, а саме: здійснення координації та загального контролю за дотриманням строків та порядку реалізації як проекту в цілому, так і окремих його етапів; здійснення загального контролю реалізації та відстеження стану реалізації проекту; здійснення контролю щодо якості та результатів виконаних робіт і наданих послуг; в тому числі автора сценарію, режисера, художників, членів команди з просування проекту, адміністративної команди, бухгалтерії тощо, та їх відповідності загальній концепції проекту та визначеній цільовій аудиторії; пошук та підбір підрядників та членів команди, які будуть залучатись до виконання проекту, у разі виникнення необхідності заміни затверджених членів команди проекту; розробка та підготовка проектної документації, в тому числі технічних завдань в рамках реалізації проекту; координація та визначення пріоритетності виконання завдань членами команди проекту та іншими особами, залученими до реалізації проекту; прийняття ключових рішень в рамках реалізації проекту та його етапів; організація роботи щодо реалізації проекту та виконання основних етапів реалізації проекту; складання змістового та фінансового звіту проекту.
Пункт:	б	Послуги з адаптування ботів під потреби проекту. Шкарупа Максим	послуга	1.00	20,200.00	20,200.00			20,200.00	На вимогу будуть надані пропозиції надавачів аналогічних послуг, які були зібрані нами під час порівняльного аналізу ринку послуг з урахуванням технічного завдання. Технічне завдання надано окремим файлом
Пункт:	в	Допрацювання бази даних для коректного відображення маршруту, Шкарупа Максим	послуга	1.00	5,100.00	5,100.00			5,100.00	
Пункт:	г	Послуги сценаристів-комедійщиків для створення розважального характеру відповідей боту	послуга	1.00	12,500.00	12,500.00			12,500.00	Планується до 15 локацій маршруту, планується допрацювання текстів під кожну локацію за середньою вартістю 830 грн за кожну локацію
Пункт:	д	Послуги Контент-менеджер (створення та корекція всіх текстів маршруту з урахуванням дослідження результатів опитувань, створення комедійщиками та фіцлбегу стейхолдерів)	послуга	3.00	4,700.00	14,100.00			14,100.00	для компенсації втрат в часі потрібно збільшити кількість одночасно-працюючих контентчиків
Пункт:	е	Банківська комісія за переказ	шт.	100.00	3.00	300.00			300.00	
Пункт:	ж	Розрахунково касове обслуговування	місяць	5.00	300.00	1,500.00			1,500.00	
Пункт:	з	Інші банківські послуги	місяць			-			-	
Пункт:		Інші прямі витрати (деталізувати по кожному виду витрат)				-			-	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":					121.00	44,403.00			138,700.00	
Всього по розділу II "Витрати":						441,805.00			6,225.00	448,030.00
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ									-	-

Виконав. дир.
(підпис)



Муромець О.С.
(підпис)