

ДОГОВІР № 3REG1-4220
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 Фізична особа-підприємець Онищенко Юрій Борисович (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 01.03.2016 року № 2 556 000 0000 120872, 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 «Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини (І-мапа)» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

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

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

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

04 ЧЕР 2020

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 434 444 грн. 00 коп. (чотириста тридцять чотири тисячі чотириста сорок чотири гривні 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.

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проєкту відповідно до умов цього Договору.
2. Грантоотримувач зобов'язується:
 - 1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;
 - 2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);
 - 3) реалізувати Проєкт у строки, визначені у пункті 1 розділу ІІ цього Договору;
 - 4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проєкту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;
 - 5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

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

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

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

втррати, в результаті курсових різниць;

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

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

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 псвідомляють одна одну.

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

4. Електронне псвідомлення 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:

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:

Онищенко Юрій Борисович, координатор проекту

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

8. Про будь-який випадок, що містить або може 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 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

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

Фізична особа-підприємець

Онищенко Юрій Борисович

Юридична адреса:

65029, м. Одеса, вул. Новссельського,

30 кв. 2

Адреса для листування:

65045, м. Одеса, вул. Пресображенська,

74/78 кв. 7

ПН: 3103416931

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ «ПриватБанк»

Р/р: UA673287040000026002054234840

МФО: 328704

Тел.: +38 (067) 676-79-75



Виконавчий директор

Ю.О. Федів

ФОП

Ю.Б. Онищенко

М.П.

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3REG1-4220
від «01» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Культура. Туризм. Регіони

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3REG1-4220

**Назва проекту: Інтерактивна туристична мапа
Західної Одещини (I-мапа)**

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)

цифрові технології
графічний дизайн

Назва проекту

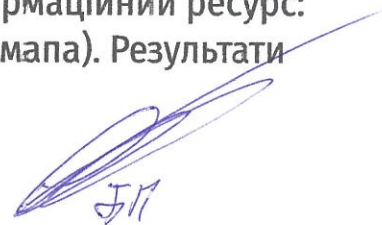
Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини (I-мапа)

Назва проекту англійською мовою

Interactive tourist map of Western part of Odesa region (I-map)

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

Мета - створити туристичний продукт, графічний інформаційний ресурс:
«Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини» (I-мапа). Результати



проекту: інформаційний веб-ресурс, єдина промокампанія Західної Одещини, що збільшить інтерес до визначеного регіону. Цифрове рішення - мапа, яка включає серію відео-сюжетів, що продемонструють привабливість регіону для розвитку місцевого підприємництва. Це перший інформаційний ресурс, де місцеві провайдери послуг можуть запропонувати свої послуги і надати необхідну інформацію щодо локацій. Проект передбачає дослідження та впровадження рішень наступних проблем регіону: відсутність надійних інформаційних ресурсів для самостійного туризму до Західної Одещини; незадіяний потенціал територіальних та людських ресурсів задля розвитку місцевого підприємництва; низька спроможність генерації культурних продуктів, пошуку методів просування.

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

Aim - creating tourist product, graphic information resource: "Interactive tourist map of Western part of Odesa region" (I-map). Project results: information web-resource, integrated promotion company increasing interest to Western part of Odesa region. Digital solution – unique map with video-stories demonstrating attractiveness of region for development of local entrepreneurship where locals offer their services and provide information regarding locations. Project envisages research, implementation of solutions for following problems: lack of information resources for independent tourism to Western part of Odesa region; unused potential of territorial/human resources for development of local entrepreneurship; low ability to generate cultural products, find promotion methods.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
434444

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
434444

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

0

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

Населений пункт



м. Рені, Одеська область

Населений пункт

с. Виноградівка, Болградський район, Одеська область

Населений пункт

с. Владичень, Болградський район, Одеська область

Населений пункт

с. Кислиця, Ізмаїльський район, Одеська область

Населений пункт

с.Котловина, Ренійський район, Одеська область

Населений пункт

с. Криничне, Болградський район, Одеська область

Населений пункт

сmt. Лиманське, Роздільнянський район, Одеська область

Населений пункт

с. Новосільське, Ренійський район, Одеська область

Населений пункт

с. Орлівка, Ренійський район, Одеська область

Населений пункт

с. Табаки, Болградський район, Одеська область

Початок проекту

2020-06-01

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Партнери проекту

Немає



Ваш основний продукт
Промокампанія

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Онищенко Юрій Борисович

Телефон
+380 93 41 91 77

Електронна пошта
onyshchenko.yuriy@gmail.com

Функції в проекті
Координатор проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника
Фізична Особа Підприємець Онищенко Юрій Борисович

Повна назва організації-заявника англійською мовою
Individual Entrepreneur Onyshchenko Yuriy Borisovich

Організаційно-правова форма
Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ
3103416931

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)
<https://onykofilms.com/documents>

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми / ЛОТу

74.20 Діяльність у сфері фотографії; 74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну



Дата реєстрації організації

2016-03-01

Юридична адреса організації

м. Одеса, вул.Новосельського 30, кв 2.

Поштова адреса організації

м. Одеса, вул.Новосельського 30, кв 2.

Фактична адреса організації

м. Одеса, вул.Новосельського 30, кв 2.

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

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

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Онищенко Юрій Борисович

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

Онищенко Юрій Борисович

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



Ні

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

Ні

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

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

1. Обладнання: - DSLR камера Nikon D610 - DSLR камера Nikon D3300 - DSLR камера Panasonic Lumix DC-GH5 - Об'єктив Nikon 50mm, f 1,8 - ☐ Об'єктив Nikon 24-70mm, f 2,8 - ☐ Об'єктив Nikon 18-50mm, f 3,5-5,6 - Об'єктив Sigma 24-70mm, f 2,8 - ☐ Світло Dracast 600 Вт – 3 штуки, зі стойками - Світло Dedolight 150 Вт, зі стойкою - Світло Yangnuo 150 Вт, аккумуляторне – 3 штуки - Штативи Manfrotto – 2 штуки - На камерний мікрофон Shure - Петличні мікрофони Zoom 2 штуки - ☐ Петличний мікрофон Shure - Ручний стабілізаційний підвіс DJI RONIN-MX; Транспортний засіб - Автомобіль TOYOTA Highlander. 2. Немає. 3. Одна особа - Онищенко Ю.Б. 4. Немає. 5. Немає

Дохід за звітний період

19910.00

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Ні

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

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

Немає

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

Ні

Приклади успішно реалізованих проектів за підтримки інших донорів



протягом останніх трьох років

Проект

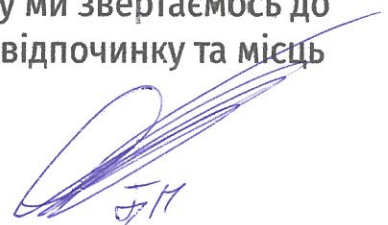
Немає, тільки участь в грантових проектах у ролі підрядника (див. подробиці у детальному описі проекту)

Детальний опис проекту

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

Західна Одещина (Буджак, Південна Бессарабія) - багатонаціональний історичний регіон в Одеській області, в котрому мешкають: українці, росіяни, болгари, молдаване, гагаузи, албанці та представники інших етнічних груп населення. Всі вони мають свої культурні традиції та звичаї. Таке культурне різноманіття робить Бессарабію потенційно туристично привабливою. Бессарабія цікавить туристів своїми природними особливостями та національною складовою з багатою культурою. Крім того, українська частина Бессарабії розташована на Південному заході Одеської області, та є прикордонною областю між Україною, Молдовою та Румунією. Таке географічне розташування додає ще одну перевагу у розвитку туризму, це люди подорожуючі транзитом. Тому постає потреба посилити туристичну привабливість регіонів шляхом стимулювання місцевого культурного розвитку громад та генерування конкурентоспроможних туристичних та культурних продуктів.

У 2015 році Обласної Радою було визначено та затверджено Стратегію економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. Однією із стратегічних цілей було оголошено раціональне використання рекреаційного та туристичного потенціалу регіону. І саме невикористання туристичного потенціалу регіону стало поштовхом для ідеї, як продемонструвати обраний намб регіон і представити його можливості. У відповідності до Програми розвитку Одеської області гостро постає питання щодо недосконалої туристичної галузі та пропонується звернути увагу до передумов інтенсивного розвитку внутрішнього туризму. Західна Одещина має величезний культурний та туристичний потенціал, але що його стримує найбільше, то це брак інформованості та відсутність тих самим передумов внутрішнього туризму. Успіх регіону здебільшого залежить від якісної промоції локальних туристичних атракцій та культурних пропозицій. Тож пропонуючи впровадити проекти з культури та туризму ми звертаємось до передумов, як причин недосконалості пропозицій для відпочинку та місць



для відвідування.

Маючи досвід з 2016 року, наша організація неодноразово брала участь у проектах пов'язаних з розвитком туризму в Західній Одещині (а саме в Південній Бессарабії), на громадських засадах, чи в якості підрядників з надання послуг, що наштовхнуло нас на розглядання проблеми нерозвиненого регіону і його культурного потенціалу. Ми виявили тісний взаємозв'язок із розглянутими питаннями у стратегії розвитку Одеської області і зупинились на таких актуальних питаннях як:

- Низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності.
- Відсутність цілісної системної політики з промоції області
- Обмеження щодо забезпечення зростання кількості туристів
- Слабка координованість зусиль місцевих провайдерів послуг з надання туристичних, або інших супутніх послуг.

Найбільш перспективними галузями туризму в Західній Одещині є гастрономічний та культурний туризм. Такий туризм в Західній Одещині здебільшого ґрунтується на невеликих сімейних локальних підприємствах, котрі надають послуги з традиційного харчування та/чи з культурних атракцій (традиційні ремесла, жанри фольклору, народна музика, хореографія та фестивалі). Малий сільський туризм – сімейна справа (бізнес), що спонукає молодь залишатися у рідних місцях і продовжувати справу батьків. Але такі локальні підприємці здебільшого не мають можливості самостійно поінформувати туристів про свої послуги. Сільський туризм буде цікавий жителям тих країн, національності яких широко представлені в регіоні - болгар, румуни, молдавани, тощо. Підтримка проектом малого, зазвичай сімейного, бізнесу стимулюватиме створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці, надаючи можливість молоді не покидати своїх дімівок.

Реалізація проекту сприятиме виконанню основних стратегічних цілей, які планує досягти Фонд, а саме:

- ? сприяти створенню культурного продукту;
- ? посилити роль культури у розвитку суспільства;
- ? інтернаціоналізувати українську культуру;
- ? підвищити інституційну та фінансову спроможність.

Звертаємо увагу на те, що продукт проекту співпадає з продуктом Програми: туристична мапа = культурні маршрути. Туристична онлайн мапа надасть сучасному самостійному туристу можливість побачити що та де саме він може подивитися, скуштувати чи придбати.

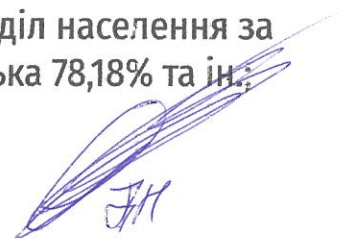


Також проект сприятиме створенню інноваційного конкурентоспроможного туристичного (культурного) продукту; збереженню культурної спадщини, промоції цілісного та орієнтованого на майбутнє її розуміння. В рамках проекту створений туристичний (культурний) продукт буде розроблений таким чином, щоб надати туристам можливість пізнати місцеву культуру, а також творчість не тільки українців, а й інших національних спільнот регіону.

Проект враховує сучасні світові тенденції «Глобальних цілей сталого розвитку ООН 2016-2030». Відповідає сучасним євроінтеграційним процесам в Україні «ЄВРОПА – 2020» та положенням з програми «Економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року» та програми «Розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017-2020 рр.»

В рамках цього проекту, неможливо охопити всі історичні та культурні пам'ятки, природоохоронні території, національну кухню, гастрономічні та культурні фестивалі Західної Одещини. В рамках проекту будуть охоплені туристичні об'єкти 10ти населених пунктів Західної Одещини. В принцип відбору населених пунктів закладено охоплення багато національності регіону, місцевої культурної спадщини, культурного різноманіття та надбання національних меншин та їх гармонійне співіснування в межах:

- с. Виноградівка, Болградський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – гагаузька 86,21% та ін.;
- с. Владичень, Болградський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – болгарська 74,43% та ін.;
- с. Кислиця, Ізмаїльський район, Одеська область- розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – українська 91,56% та ін.;
- с. Котловина, Ренійський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – гагаузька – 86,72% та ін.;
- с. Криничне, Болградський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – болгарська 93,28% та ін.;
- сmt. Лиманське, Роздільнянський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – молдовська 93,34% та ін.;
- с. Новосільське, Ренійський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – молдовська 92,05% та ін.;
- с. Орлівка, Ренійський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – українська 99,69% та ін.;
- с. Табаки, Болградський район, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – болгарська 78,18% та ін.;



Та крупне місто, найближче до цих населених пунктів:
м. Рені, Одеська область - розподіл населення за рідною мовою за даними перепису 2001 року – російська 70,54%;

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)

В рамках інших проектів за участю ФОП «Онищенко Ю.Б» за наймом, неодноразово відвідував Західну Одещину (Бессарабію). Так, в рамках робочих візитів та під час спілкування з місцевими жителями відкрився туристичний потенціал регіону, в першу чергу для розвитку самостійного туризму. Але велика кількість існуючих привабливих для туристичного відвідування об'єктів залишається невідомими. Для збільшення кількості туристичних об'єктів для відвідування та кількості туристів, необхідні промоції регіону. Так проект «Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини (І-мапа)» являє собою саме таку промоцію, та єдину промокампанію регіону. І-мапа містить в собі інформацію про: історичні пам'ятки (культурний туризм); культурні пам'ятки (культурний туризм); природоохоронні території (екологічний туризм); національну кухню (гастрономічний туризм); гастрономічні та культурні фестивалі (гастрономічний туризм, культурний туризм) Західної Одещини. Такий інструмент продемонструє привабливість регіону, крім того дозволить розвивати локальне підприємництво та надавати послуги як в туристичному, так і культурному секторі, що зацікавлює нашу організацію, як підприємця, адже в довгостроковій перспективі ми вбачаємо надавати послуги з промокомпанії і іншим областям України, а саме пропонуватимемо послуги зі створення відео-сюжетів та цікавого фото-контенту місцевих унікальних локацій та послуг. Вищі зазначені цілі також включають поширення інформації щодо туристичних культурних локацій серед жителів великих міст за допомогою цікавого контенту у соціальних мережах проекту. Профільною діяльністю та основними напрямками організації є наступні: діяльність у сфері фотографії, спеціалізована діяльність із дизайну, виробництво кіно- та відеофільмів, презентаційні ролики, що корелює с основною діяльністю проекту.

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

Проект становить собою конкурентоспроможний культурний продукт, що сприятиме розвитку туризму та стимулюватиме туристичний потенціал Західної Одещини для можливості майбутнього перетворення Бессарабії в популярну туристичну зону.



Проект засновано на співпраці між культурною та креативною індустрією та представниками локальних підприємств.

Проект засновано на промоції місцевої культурної спадщини, він відображає у собі культурне різноманіття національних меншин та їх гармонійне співіснування на території Західної Одещини (Південної Бессарабії).

В рамках проекту, шляхи вирішення актуальної проблематики регіону співпадають з пріоритетами Програми, а саме:

- Підтримка конкурентоспроможних культурних продуктів, що сприяють розвитку туризму та стимулюють його туристичний потенціал.
- Промоція місцевої культурної спадщини, культурного різноманіття і надбання національних меншин та їх гармонійне співіснування.

Проект сприятиме досягненню таких цілей Програми:

- Підвищенню спроможності громад до генерування конкурентоспроможних культурних продуктів.
- Створенню умов для залучення туристів у місцеву традиційну культуру, шляхом безпосередньої взаємодії туристів з культурним життям мешканців регіону через участь у різноманітних заходах з елементами місцевої культури.

Реалізація даного проекту сприятиме виконанню наступних довгострокових результатів Програми:

- Стале партнерство між бізнесом та представниками культурних індустрій в регіонах;
- Збільшення туристичних дестинацій навколо новостворених культурних маршрутів внаслідок збільшення активності регіону;
- Зростання відвідуваності подій, що підвищують пізнаваність та туристичну привабливість регіону;
- Збільшення кількості громадян України, які подорожують з метою залучення до етнічного, релігійного та культурного життя регіону
- Одеська область стала успішним прикладом для інших регіонів у створенні конкурентоспроможного культурного продукту для приваблення туристів.

Чому ваш проект є унікальним?

Як відомо, конкурентоспроможний культурний продукт – це творчий та інтелектуальний результат людської праці в процесі культурної діяльності, який в порівнянні з іншим аналогічним результатом (культурним продуктом) має вищі кількісні та якісні показники, вплив на культурний сектор та є більш привабливим для цільової аудиторії.



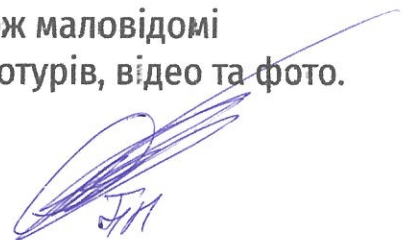
В Україні існує кампанія, яка є частиною проекту Google під назвою "Цифрове перетворення регіонів України". Наведемо декілька прикладів різних областей нашої країни.

Нещодавно, Google створив інтерактивну туристичну карту Харківщини. На карті туристи можуть скласти власні маршрути для мандрівок. Google презентував сайт "Мандруй Харківщиною", де для туристів зібрав цікаві пам'ятки архітектури та чудеса природи регіону. Всі вони розміщені на інтерактивній карті та об'єднані в уже готові маршрути. Таким чином, туристична карта Харківщини приєдналася до вже представлених раніше проектів інших областей України на порталі "Мандруй Україною". Обравши на карті локацію, турист отримує відомості про розташування, цікаві місця поруч, де зупинитися, а ще можливість перейти на офіційний сайт пам'ятника. Крім того, якщо мова йде про огорожені об'єкти або будівлі, то вказується графік роботи. Більш того, на сайті є оцінки та відгуки місцевих експертів Google, які вже відвідали вибране місце.

Також існує незвичайна інтерактивна карта Вінницької області, створена в рамках кампанії "Цифрове перетворення Вінницької області" за співпраці з Вінницькою міською радою та ОДА. В рамках кампанії було створено спеціальний сайт "Мандруй Вінниччиною", де зібрана інформація про найцікавіші для туристів місця в області. Метою проекту є підвищення інвестиційної та туристичної привабливості регіону за допомогою сучасних інтернет-інструментів. На порталі можна знайти 3D-тури, а за допомогою опції "Сплануй подорож" ресурс допоможе скласти маршрут цікавими місцями області, поділитися або запросити приєднатися друзів. Крім того, на сайті можна знайти вже готові подорожі.

Ось і дійшла черга до Одеського регіону. Адже, варта уваги існуюча кампанія "Цифрове перетворення Одеської області", яку реалізували Google Україна спільно з Одеською міською радою, Одеською обласною державною адміністрацією, Одеським регіональним інститутом державного управління Національної академії державного управління при президентів України, Національним університетом "Одеська юридична академія" та Одеською національною академією зв'язку ім. О. С. Попова.

Результатом цієї роботи став спеціальний сайт "Подорожуй по Одеській області" - проект, присвячений туристичним об'єктам області. Це інтерактивна карта, де представлені пам'ятки, а також маловідомі туристичні об'єкти області у форматі фотосфер, фототурів, відео та фото.



Кожен охочий може здійснити віртуальний тур по таких перлинах області, як Аккерманська фортеця, Санжейський маяк. Крім того, натиснувши на значок, можна вибрати місцеві визначні пам'ятки і прочитати опис даного об'єкта.

Отже, на порталі “Мандруй Україною” зібрані цікаві фото, фотосфери та віртуальні тури по визначним місцям України, щоб надихнути туриста на незабутню подорож. Але на цьому порталі бракує інформації про DESTINACIЇ Західної Одещини, її просто не існує. Саме це, в першу чергу, робить продукт нашого проекту унікальним. Йому на даний час не існує аналогів. По-друге, унікальність І-мапи полягає в її яскравому дизайні. Котрий має приваблювати туристів своїм дизайном та функціоналом. Та нагадувати їм мапи відомих розважальних парків атракціонів в світі. По-третє, мапа та веб-сайт матимуть не тільки українську, а й англійську мову. Що робить І-мапу доступною для використання іноземними туристами.

Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини – це web-сайт, при відкритті котрого завантажується мапа Західної Одещини (Південної Бессарабії), намальована в векторі, що надає наступні переваги: мінімальна кількість інформації передається набагато меншим розміром файлу; можна нескінченно збільшувати об'єкти; переміщення та масштабування не погіршать якості малюнка.

І-мапа матиме функцію приближення об'єктів та переміщення в різні боки. Обрані нами місця відвідування туристів визначатимуться маркерами. Маркери матимуть систему фільтрації та ділитимуться за кольором на: історичні пам'ятки (культурний Туризм); культурні пам'ятки (культурний туризм); природоохоронні території (екологічний туризм); національна кухня (гастрономічний туризм); гастрономічні та культурні фестивалі (гастрономічний туризм, культурний туризм). На дисплеї буде розташовано такий перелік з різними кольорами та можливістю обрати будь які з вказаних пунктів, за замовчуванням при завантаженні сайту відтворюватимуться всі об'єкти на І-мапі.

Після натискання на такий маркер з'являтиметься віконце зі стислим описом об'єкту та його фотографією. Під фотографією - посилання на інформативний відеоролик про об'єкт. Тривалість відеороликів від 30 сек. кожний, загальною тривалістю не менше 30 хвилин. З текстовим аудіо супроводом на українській мові та субтитрами на англійській мові (для зарубіжних туристів). Посилання та відеоролики, що пов'язані з діяльністю локальних підприємців, міститимуть контактну інформацію для зв'язку з



ними. Також, І-мапа, матиме синхронізацію з смартфонами та планшетами.

Підводячи підсумок, хочемо ще раз перерахувати критерії, за якими продукт, створений в рамках проекту є унікальним:

- не існує аналогів
- яскравий дизайн та функціонал
- багатомовність

Чому ваш проект є інноваційним?

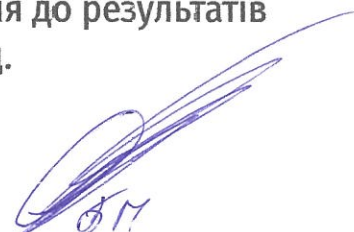
«Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини» - це комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на створення нового для Західної Одещини туристичного продукту, з впровадженням сучасних інноваційних технологій, та з повним життєвим циклом, від створення до експлуатації.

Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини – це web-сайт, при відкритті котрого завантажується мапа Західної Одещини (Південної Бессарабії), намальована в векторі, що надає наступні переваги: мінімальна кількість інформації передається набагато меншому розміру файлу; можна нескінченно збільшувати об'єкти; переміщення та масштабування не погіршать якості малюнка. Враховуючи дизайн І-мапи, розробляється дизайн всього веб-сайту. Після створення технічного завдання, та брифінгу розробляється бекенд та фронтенд сайту, з оптимізацією для відтворення Android та iOS, робиться його тестування. Після правок веб-сайт наповнюється контентом, з його завантаженням на хмарний сервіс (файловий хостинг). Після реєструється доменне ім'я od.ua веб-сайту.

Створення сайту з «Інтерактивною туристичною мапою Західної Одещини» (І-мапою) складається з наступних етапів:

1. Розробка дизайну веб-сайту
2. Розробка бекенду веб-сайту
3. Розробка фронтенду веб-сайту
4. Оптимізація веб-сайту для відтворення Android та iOS
5. Наповнення веб-сайту контентом
6. Забезпечення послуги хмарного сервісу (файлового хостингу) для розгортання та функціонування веб-сайту
7. Забезпечення послуги реєстрації доменного імені od.ua веб-сайту

Інноваційність проекту пояснюється креативним способом вирішення визначеної проблеми регіону, передбачає залучення до результатів широкої аудиторії та впроваджує зарубіжний досвід.



Реалізація проекту позитивно вплине на розвиток сектору за рахунок збільшення активності регіону та збільшення кількості громадян України та інших туристів, які подорожують, з метою залучення до етнічного, релігійного та культурного життя регіону. Проект стимулюватиме розвиток місцевих ремесел, створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці.

Організація-заявник здобуде безцінний досвід у сфері промоції культурної спадщини регіонів, які демонструють місцевий багатокультурний колорит.

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

Через культуру та мистецтво особистість проектує своє буття, а в загальному значенні і буття всього світу. Саме культура та мистецтво наповнює суспільство пошуком найкращих критеріїв життя та трансформується в теоретичну, духовну та практичну діяльність людини. Тому пріоритетним напрямком нашої держави має бути культурно-мистецьке середовище, яке напряму впливає на політику держави.

Останні роки актуалізуються процеси брендування міст. Кожний шукає свою нішу, шляхи, щоб стати пізнаваним. Великим містам значно легше стати брендом, оскільки можна задіяти великий арсенал ресурсів. Однак це не означає, що у невеликих міст та регіонів немає шансів перетворитися у бренд. Як стверджують фахівці брендингу, бренд міста або цілого регіону створюють самі мешканці. «Бренд культурного регіону», на наш погляд, є досить перспективним, і багата культура Західної Одещини в даному разі автоматично стає складовою. Культурні мешканці створюють відповідну атмосферу. Заклади культури, музеї зокрема, формують культуру мешканців.

З початку 2000 років актуалізується процес залучення потенціалу культури до процесу формування бренду. Ставки робляться на креативні галузі, такі, як дизайн, реклама, театр, музеї, розваги, кіновиробництво тощо. Креативний продукт нашого проекту доповнює культурно-мистецький процес шляхом творення культурного та туристичного бренду та привернення уваги до багатонаціональної культури регіону Західної Одещини.

Відзначимо, що процес брендування розпочався в Україні з великих міст. Про це свідчать конкурси, які були оголошені на загал і отримали широку інформаційну підтримку. У 2014 році 26 міст зробили заявку на участь у



Канадському проєкті ПРОМІС. Канадськими і вітчизняними експертами були проведені зустрічі, консультації з питань брендування міста. В результаті було відібрано 16 міст. Це Київ, Одеса, Кривий ріг, Львів, Хмельницький, Вінниця, Павлоград (Дніпропетровської області) та інші. Вже є офіційно прийняті. Все частіше піднімаються і в пресі, і в громадських колах проблеми руйнування, знищення, втрати, приватизації для переорієнтації функціонального призначення (останнє торкається архітектурних споруд) історичного середовища, нерухомої спадщини України.

Своїм проєктом ми долучаємося до промоції бренду багатонаціональної Західної Одещини, привертаємо увагу та туристів до регіону та його культури.

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

Позитивний вплив проєкту на розвиток сектору у перспективі кількох років:

- Збільшення туристичних дестинацій внаслідок збільшення активності регіону.
- Зростання відвідуваності подій, що підвищують пізнаваність та туристичну привабливість регіону.
- Збільшення кількості громадян України та інших туристів, які подорожують, з метою залучення до етнічного, релігійного та культурного життя регіону.
- Проєкт стимулюватиме розвиток місцевих ремесел, створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці.
- Сприятиме міжетнічній толерантності та досягненню інших культур.

Реалізація даного проєкту сприятиме виконанню наступних короткострокових результатів Програми:

- Підтримано конкурентоспроможний культурний проєкт з Одеської області, що сприяє розвитку туризму;
- До реалізації проєктів залучено представників громадськості та бізнесу;
- Створено продукт, який має попит, є конкурентноздатним;
- Збільшено кількість туристів до Одеської області;
- Збільшився рівень поінформованості та освіченості мешканців, щодо культурної спадщини регіонів, які демонструють місцевий багатокультурний колорит.

Цілі проєкту



Ціль

Підвищити рівень поінформованості щодо наявності локацій для відвідування на Західній Одещині, як потенційно привабливого регіону для самостійного виду туризму.

Завдання 1

Спільно з експертами з туризму провести аналіз та дослідження локацій, що мають потенціал для відвідування туристами в Західній Одещині та отримати інформацію про них.

Завдання 2

Створити Веб-сайт у вигляді єдиного інформаційного ресурсу, а саме «Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини» (І-мапа), де будуть розташовані об'єкти, інформація щодо їх географічного розташування, перелік послуг, графік роботи та контактні дані локальних провайдерів.

Індикатори досягнення цілі

Веб-ресурс з готовою графічною мапою, що містить необхідну інформацію для майбутніх туристів, інформацію про розташування, часи роботи (за потреби) та стислий опис об'єктів для відвідування туристами (кількість відвідувань веб-сайту, кількість завантажень мапи, кількість запитів до місцевих провайдерів послуг)

Ціль

Зробити промоцію регіону з точки зору підприємницької діяльності

Завдання 1

Задіяти потенціал існуючих територіальних та людських ресурсів шляхом залучення місцевих жителів до реалізації проекту

Завдання 2

Створити єдину промокампанію Західної Одещини шляхом розробки серії відеороликів, що будуть доступні на І-мапі та демонструватимуть послуги місцевих провайдерів

Індикатори досягнення цілі

Кількість локальних провайдерів послуг, дані яких занесені на мапу; Кількість відеороликів та фото-контенту дестинацій (локацій), що доступні за посиланням на веб-ресурсі; Кількість запропонованих послуг від локальних мешканців



Основна мета проекту

Мета проекту – дослідити незадіяний туристичний та культурний потенціал Західної Одещини та втілити запропоноване цифрове рішення «Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини» (І-мапа), що дозволить збільшити рівень привабливості регіону для самостійного виду туризму та відкриє шляхи просування послуг місцевих (локальних) підприємців.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма цільова аудиторія проекту:

1. Самостійні внутрішні/зовнішні туристи (середній вік 25-40 років):
 - Туристи котрі планують відвідати Західну Одещину, Одеську область чи м. Одесу та шукають інформацію в мережі інтернет. Спосіб вирахування туристів, а саме нашої цільової аудиторії - це статистика запитів (google) щодо Одеської області, пошук мап із зазначенням маршрутів та доріг для проїзду. В цілях відповідності інформації щодо запитів, ми будемо розповсюджувати інформацію про нашу мапу із прямим посиланням на неї. Таким чином, перед нами постає завдання вирахувати яка кіл-ть туристів, що проїздить до міста, відвідує саме область. Для цього ми будемо збирати дані з тур.операторів та еспертом з туризму щодо статистики вже відомих маршрутів.
 - Особи подорожуючі транзитом трасою Одеса-Рені, котрі шукають інформацію про свій маршрут в мережі інтернет.

За даними Державної служби Статистики України, кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у 2018 році в Одеській області склала 51898 осіб. Серед них 49960 осіб – це громадяни України, 1938 осіб – іноземці.

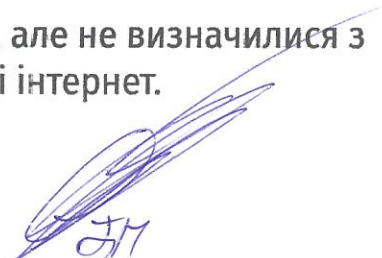
За даними Адміністрації Держприкордонслужби України у 2017р. іноземні громадяни, що прибули до України переважно були з Білорусі (2 727 645 осіб), Республіки Молдови (4 435 664 осіб), Російської Федерації (1 464 764 осіб) та Польщі (1 144 249 осіб) та інші.

За метою поїздки – «туризм», іноземні громадяни, які в'їхали в Україну у 2017р.: Білорусь (17095 осіб), Туреччина (7414 осіб), Російська Федерація (4830 осіб), Ізраїль (2770 осіб), Німеччина (1419 осіб) та ін.

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

Непряма цільова аудиторія проекту:

- Внутрішні та зовнішні туристи що планують поїздку, але не визначилися з містом куди поїдуть, та шукають інформацію в мережі інтернет.



За даними Всесвітньої Туристичної Організації (ЮНВТО) – міжнародні туристичні прибуття до Європи в 2018 році склали 713 млн. подорожуючих. Загальна кількість подорожуючих у світі у 2018 році склала - 1,4 бильйону.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Передумовою визначення потреб цільової аудиторії проекту стала участь в якості підрядної організації та отримання досвіду в наступних проектах:

2018 р. RiverFood "Промоція гастрономічної спадщини Нижнього Подунав'я" Проект 5/P3/3.1 2017-2018 Програма Територіального Співробітництва Східного партнерства, Програма з транскордонного співробітництва Україна-Молдова.

В межах проекту наша організація надавала послуги з дизайну та виготовлення інформаційно-презентаційної продукції. Посилання на виробництво YouTube відео про тури кулінарної спадщини додаються.

<https://www.youtube.com/watch?v=TILLGZ08Dcw>

<https://www.youtube.com/watch?v=b1TkqkQDcNQ>

https://www.youtube.com/watch?v=sg_giPEsayk&t=1s

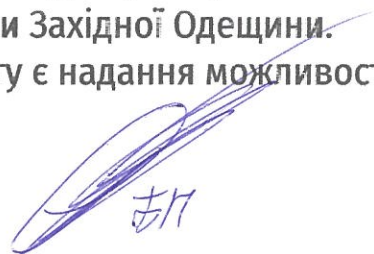
<https://www.youtube.com/watch?v=GufQjA61fkg>

2016р. BSB – Black Sea Basin "Туристичні шляхи Чорноморського регіону" MIS-ETC 2627 2014-2016 Програма сусідства ЄС, Black Sea Basin 2007-2013, було відзнято 10 відеороликів на тему розвитку туризму, завдяки яким були визначені потреби та інтерес стейкхолдерів у промоції регіонів.

Звичайно, це стало поштовхом до ідеї просувати такі сюжети в Україні серед областей. Посилання додається: <https://www.youtube.com/watch?v=j8YvhLZ1cbw>.

2016р. "Sustainable Tourism Development" "Сталий розвиток туризму в регіоні Нижнього Дунаю України, Молдови і Румунії" MIS-ETC 2232 2014-2016 Програма сусідства ЄС, Румунія-Україна-Молдова 2007-2013.

Туристичні онлайн мапи вже не перший рік існують в усіх країнах ЄС, та в граничних з Західною Одещиною Румунією та Молдовою. Під час спілкування з місцевими підприємцями, було визначено, що туристи котрі відвідували їх атракції скаржаться на відсутність легкодоступної, чіткої та систематизованої інформації про туристичні об'єкти Західної Одещини. Таким чином, основним результатом нашого проекту є надання можливості



вільного інформаційного доступу туристам до культурних та історичних об'єктів Західної Одещини за допомогою цифрових технологій. Це стане сильним стимулом для культурного туризму, а також для створення міжнародних зв'язків.

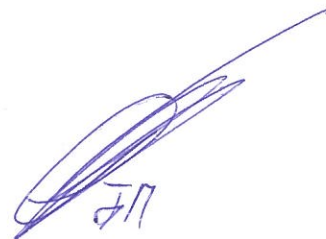
У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?

Згідно із концепціями та програмами розвитку туристичних регіонів, як великих міст, так і невеликих містечок, зауважено, що існує потреба в комплексному підході до розв'язання регіональних проблем, як результат порушено принцип сталого розвитку. Відсутній підхід органів влади до цілісної послідовної державної політики, спрямованої на комплексний розвиток сільських територій, в основі якої закладені потреби територіальних громад села, селища та містечок. Можемо зробити висновок, що причиною є недостатній обсяг державної політики з підтримки програм, спрямованих як на соціально-економічний розвиток, так і розвиток культурного і туристичного секторів. Маємо досить вагомні наслідки, такі як високий рівень безробіття та низьких доходів сільського населення. Маємо вже головну цільову аудиторію та розглядаємо її потреби - це мешканці, потреби самого населення. Проект задовольняє потребу у приверненні уваги органів місцевого самоврядування до питань підтримки прибуткових секторів, культури та туризму, адже ми розглядаємо питання, що існування одного сектора без іншого неможливе. Поширення роликів про місцевість дозволить збільшити інтерес до регіону, що збільшить попит. Отже, якщо маємо попит, маємо зробити і гідні пропозиції. Тут ми переходимо до іншої потреби - створювати послуги з відвідувань місць культурного значення, розвинути гастрономію та поділися культурою місцевості. Локальні провайдери послуг отримають нові можливості для підприємницької діяльності завдяки ключовому кінцевому результату проекту - працюючому веб-ресурсу, що презентує їх послуги, контакти та візуалізує атмосферу місцевості. Це дозволить відкривати нові культурні маршрути та пропонувати продукти місцевої культури.

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).

Проект матиме вплив на наступні категорії:

- органи місцевої влади
- місцеві жителі
- туристичні агенції
- локальні підприємці



- гості та туристи

На реалізацію проекту можуть вплинути самі місцеві підприємці (негативно) через недостатньо якісне обслуговування або через небажання до кооперації. Позитивний вплив відбуватиметься у випадку вдалої кооперації та демонструванні лише сильних сторін місцевості та запропонованих послуг (традиційні ремесла, жанрами фольклору, народна музика, хореографія, організація фестивалів, тощо.). Саме наш проект потребує активну участь мешканців та туристичних гідів, що будуть направляти туристів до Західної Одещини. Кінцевим вигодоотримувачем звичайно будуть саме мешканці населених пунктів. Бо ми пропонуємо умови та створюємо їх для росту доходів мешканців, нових робочих місць та сприяння ініціативам з розвитку програм підтримки.

Кого б ми хотіли долучити до проекту - мабуть доцільним було б залучити молодь, волонтерів та привезти лідерів думок, а яких саме ми зрозуміємо після дослідження об'єктів та виявимо їх потенціал.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Щороку Україна втрачає більше 100 об'єктів культурної спадщини, яка «перебуває за межами економічного життя» і потребує соціального захисту. У зв'язку з цим, її права повинні враховуватись так само, як права соціально незахищених верств населення – людей з особливими потребами, дітей та людей літнього віку.

«Немає більш безправних об'єктів в оточенні людини, ніж об'єкти культурної спадщини». На жаль, такі факти і аргументовані міркування вітчизняних фахівців свідчать про те, що брендинг українських міст, хоча і орієнтується частково на залучення культурних об'єктів, однак втрачає при недбалому ставленні до культури.

Соціальна цінність проекту полягає у позитивному впливі на привернення уваги громадськості (туристів) до культурної спадщини Західної Одещини. Також результати проекту позитивно вплинуть на ринок праці, потенційне створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці за місцем проживання.

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

Короткострокові результати проекту:

- Перелік привабливих для відвідування туристичних дестинацій Західної Одещини



- Перелік локальних провайдерів послуг
- Веб-сайт з І-мапою, конкурентоспроможний Веб-ресурс з необхідною інформацією для майбутніх туристів (де, як, коли, чому/навіщо, як дістатися)
- Промокампанія культури Західної Одещини - додатковий культурний продукт.
- Збільшення інтересу до регіону з боку користувачів І мапи

Якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту:

- Відвідані населені пункти у регіоні - 10
- Туристичні DESTИНАЦІЇ для мапи - не менше 30
- Сайти з «І-мапою» - 1
- Відеоролики - не менше 10
- Тривалість створених відеороликів - не менше 30 секунд кожний
- Локальні провайдери послуг - приблизно 30 під час реалізації проекту (з подальшим розширення цього списку).

Основний культурний продукт проекту - відеоряд культурного життя Одеської області.

Кіл-ний показник - 10 відео роликів.

Кіл-ний показник - кіл-ть переглядів (індикатор 30-60/день) *30 днів 900-1800 на місяць.

Якісний показник- оцінка, коментарі відвідувачів сайту.

Промокампанія культури Західної Одещини (залучення лідерів думок, створення контенту щодо тематики "Культурне життя Західної Одещини")- додатковий культурний продукт.

Кіл-ний показник - 30 DESTИНАЦІЙ місцевої культури.

Кіл-ний показник - кіл-ть коментарів відвідувачів.

Якісний: позитивні/негативні відгуки підписників.

Кіл-ний показник - репости від лідерів думок та тревел блогерів.

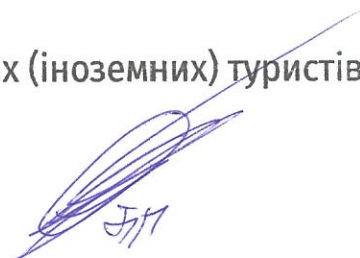
1 лідер* 2 публікації на тиждень/ 10 лідерів*2 .

Якісний: позитивні/негативні відгуки підписників.

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

Довгострокові результати проекту:

- збільшення туристичних DESTИНАЦІЙ внаслідок збільшення активності регіону
- збільшення кількості громадян України та інших (іноземних) туристів, які



подорожують з метою залучення до етнічного, релігійного та культурного життя регіону

- зростання відвідуваності подій, що підвищують пізнаваність та туристичну та культурну привабливість регіону
- розвиток місцевих ремесел, створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці

Якісні та кількісні показники довгострокових результатів проекту:

- кількість самостійних туристів до Західної Одещини збільшеться на 10% порівняно з попереднім періодом
- напрацьовані дані та матеріали проекту (відео-ролики та І-мапа) будуть використані як приклад для інших ініціатив в секторі туризму та культури
- веб-ресурс з інтерактивною мапою стане прикладом для промоції інших регіонів країни з багатою культурою



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

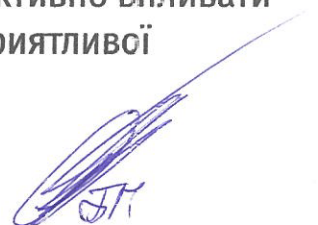
Оптимальне управління ризиками є запорукою ефективного впровадження та реалізації проекту. Управління ризиками здійснюватиметься на всіх стадіях життєвого циклу проекту за допомогою моніторингу, контролю та необхідних коригуючих дій. Відповідальним за здійснення є проектний координатор у тісній взаємодії з усіма учасниками проекту.

Внутрішні організаційні ризики:

- зриви робіт через нестачі робочої сили, матеріалів, затримки, помилок у плануванні та проектуванні, зміна раніше узгоджених вимог та поява додаткових вимог з боку грантодавця та ін.;
- перевитрати, що виникли внаслідок: зриву планів робіт проекту, низької кваліфікації розробників проекту, помилок у складанні кошторисів та бюджетів, неефективної стратегії постачання та збуту, виявлення претензій з боку грантодавця

Проектом передбачені наступні шляхи мінімізації внутрішніх ризиків:

- ефективна організація проектної діяльності. В рамках проекту будуть створені умови, коли учасники проекту матимуть змогу ефективно впливати на чинники ризику і зменшувати можливість настання несприятливої події.



- контролювання ризику. В рамках проекту полягатиме в реалізації комплексу заходів, спрямованих на мінімізацію збитків в разі настання несприятливої події
- отримання від підрядників певних гарантій
- скорочення переліку форс-мажорних обставин в контрактах з підрядниками (контр-агентами)
- забезпечення компенсації можливих фінансових втрат по проектних ризиках за рахунок системи штрафних санкцій

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

Зовнішні непередбачувані ризики зумовлені:

- форс-мажорами (пожежа, тощо).
- У зв'язку з ситуацією в країні щодо поширення COVID-19, у випадку продовження карантинних норм в країні, можливі наступні зміни, для мінімізації впливу даного ризику на реалізацію проекту:
 - Відказ від співпраці з волонтерами на місцях;
 - У випадку обмеження руху, перекриття виїзду з міста Одеси, в'їзду до населених пунктів передбачених проектом, чи заборони на вихід з домівок, знімальний процес може бути перенесений на наступний(ні) місяці проекту.
- природними катастрофами (повеннями, землетрусами, кліматичними змінами і т.п.);
- невизначеністю політичної ситуації, ризиком несприятливих соціально-політичних змін у країні та регіоні;
- коливанням ринкової кон'юнктури, цін, валютних курсів.

Проектом передбачені наступні шляхи мінімізації внутрішніх ризиків:

- система протипожежного контролю, банківських електронних розрахунків
- відмова від довгостроковості проекту

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Впродовж виконання проекту:

- спостереження за виконанням запланованих дій та заходів з метою їх коригування, мінімізації негативних наслідків, непередбачуваних ситуацій
- оцінка поточних робіт і порівняння поточних результатів із запланованими за планом проекту показників.
- щомісячний систематичний моніторинг статистики онлайн сторінки «Інтерактивної туристичної мапи Західної Одешини»



- досягнення запланованої мети, коригування, мінімізації негативних наслідків, непередбачуваних ситуацій, поліпшення процесу прийняття рішень, визначення можливостей розвитку проекту.

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?

Орієнтовний список спікерів/блогерів/лідерів думок для поширення інформації про проект:

- Олександр Паларієв - лідер думок
- Анатолій Урбанський - лідер думок
- Олександр Урбанський - лідер думок
- Юрій Дімчогло - лідер думок
- Антон Кіссе - лідер думок
- «Бессарабия.UA» – блогер, новини Бессарабії
- «KubeyTour» Ганна Старжевська – блогер, туризм, культура та традиції Бессарабії
- Олександр Полібза – блогер, культура та традиції Бессарабії
- «bessarabian_cheese» - блогер, госторномія

Ключові повідомлення/меседжі:

Від лідерів думок та блогерів, очікуються репости промо-ролику проекту та новин з соціальних мереж проекту, з згадуванням про підтримку проектів Українським культурним фондом.

Ключовий меседж: «Побачив? Їдь та відчуй місцеву культуру!». З цією метою Блогера з туризму буде залучено до розповсюдження інформації щодо локацій. Відео - ролики спрямовані на візуальне сприйняття матеріалу, бажання зануритися в місцевий колорит. Дуже важливо дати змогу на сайті залишати відео -відгуки та фото - відгуки самих туристів, про це також будуть повідомляти лідери думок.

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

Методи комунікації:

- Аудіовізуальний контент через онлайн сторінку (веб-сайт) з «Інтерактивною туристичною мапою Західної Одещини» та YouTube канал, створений за проектом;
- Промокампанії в соціальних мережах Instagram та Facebook.

Канали комунікації під час реалізації проекту:

- Офіційний сайт проекту; соціальні мережі Instagram, Facebook та YouTube канал.
- Створення та розповсюдження загального промо-роліку проекту, в соціальних мережах та місцевих і регіональних ЗМІ. Промо-ролік інформуватиме про проект, про донора проекту та стимулюватиме глядача відвідати веб-сайт з І-мапою.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Реалізацію проекту та його результати висвітлюватимуть регіональні ЗМІ, а саме:

- Газета «Ренійський вісник», м.Рені
- Телевізійний канал «Ізмаїл ТВ», м.Ізмаїл
- Газета «Наше время», м.Кілія
- Газета «Дунайская заря», м.Кілія
- Газета «Кикийский вестник», м.Кілія

Запланована кількість публікацій та матеріалів за проектом – по 2 (дві) публікації для кожної з газет та два матеріали для телевізійного каналу. Одна публікація та один матеріал стосовно початку проекту «Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини» (І-мапа), з інформацією про проект та інформуванням про його початок. Друга публікація, та другий матеріал, наприкінці проекту з інформуванням про вже працюючий веб-сайт, з інформацією про нього.

З якими лідерами думок планується співпраця?

- Анатолій Урбанський - лідер думок
- Олександр Урбанський - лідер думок
- Юрій Дімчогло - лідер думок
- Антон Кіссе - лідер думок
- «Бессарабия.UA» – блогер, новини Бессарабії
- «KubeyTour» Ганна Старжевська – блогер, туризм, культура та традиції Бессарабії
- Олександр Полібза – блогер, культура та традиції Бессарабії
- «bessarabian_cheese» - блогер, госторномія

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

В результаті реалізації комунікаційного плану проекту плануємо досягти наступних показників:

- кількість публікацій у виданнях - 8
- кількість матеріалів проекту на ТВ каналі - 2



- кількість осіб, які відвідали онлайн сторінку з «І-мапою». Веб-сайт з І-мапою почне своє функціонування наприкінці серпня, в рамках проекту на протязі вересня та жовтня приблизна кількість відвідувань веб-сайту становитиме 450 осіб, за перший рік існування 3750 осіб.
- кількість підписників на Instagram канал проекту. Instagram канал проекту буде створено на початку проекту у травні, в період виконання проекту з травня по жовтень приблизна кількість підписників на Instagram каналі проекту становитиме не менше 1000 осіб.
- співвідношення позитивних та негативних коментарів до статей опублікованих за проектом в Instagram каналі. Передбачається співвідношення 0% негативних – 100% позитивних коментарів до статей опублікованих за проектом в Instagram каналі, в період виконання проекту з травня по жовтень.
- кількість спостерігачів на Facebook сторінці проекту. Facebook сторінка проекту буде створена на початку проекту у травні, в період виконання проекту з травня по жовтень приблизна кількість підписників на Facebook сторінці проекту становитиме не менше 1000 осіб.
- співвідношення позитивних та негативних коментарів до статей опублікованих за проектом на Facebook сторінці проекту. Передбачається співвідношення 0% негативних – 100% позитивних коментарів до статей опублікованих за проектом на Facebook сторінці проекту, в період виконання проекту з травня по жовтень.
- кількість переглядів інформативних відеороликів створених за проектом на YouTube каналі. Відеоролики створені за проектом буде завантажено до YouTube каналу у середині чи наприкінці серпня, в рамках проекту на протязі вересня та жовтня приблизна середня кількість переглядів інформативних відеороликів створених за проектом на YouTube каналі складатиме не менше 3000 переглядів, в період виконання проекту з травня по жовтень.
- співвідношення позитивних та негативних відгуків (лайки/дизлайки) до відеороликів створених за проектом на YouTube каналі. Передбачається співвідношення 0% негативних (дизлайків) – 100% позитивних (лайків) відгуків до відеороликів створених за проектом на YouTube каналі, в період виконання проекту у вересні та жовтні.
- співвідношення позитивних та негативних коментарів до відеороликів створених за проектом на YouTube каналі. Передбачається співвідношення 0% негативних – 100% позитивних коментарів до відеороликів створених за проектом на YouTube каналі, в період виконання проекту у вересні та жовтні.
- напрацьовані дані та матеріали проекту будуть використані тревел блогерами для розповсюдження - не менш 5 блогерів



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

Вільний доступ до напрацювань та кінцевих результатів проекту забезпечуватиметься веб-сайтом «Інтерактивної туристичної мапи Західної Одещини», з вільним доступом до усієї актуальної інформації на сайті.

Веб-ресурс матиме подальший розвиток, поповнюючись інформацією про нові ще не нанесені на мапу туристичні об'єкти та культурні події (фестивалі, тощо) ФОПом «Онищенко ЮБ».

Подальше існування веб-сайту буде підтримуватися ФОПом «Онищенко Ю.Б.».

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)?

В рамках цього проекту неможливо охопити всі історичні та культурні пам'ятки, природоохоронні території, національну кухню, гастрономічні та культурні фестивалі Західної Одещини.

Створена в рамках проекту «Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини» продовжитиме своє існування й по закінченню проекту, маючи подальше розширення та удосконалення за рахунок інших донорів чи спонсорів.

Серед удосконалень мапи планується збільшення мов котрі будуть вживатися на І-мапі та веб-сайті до всіх офіційних мов ЄС. Ресурс матиме подальший розвиток, поповнюючись інформацією про нові ще не нанесені на мапу туристичні об'єкти та фестивалі.

Створені за проектом сторінки у соціальних мережах Instagram та Facebook, та YouTube канал є самоокупні. Ми продовжимо додавати до них нову інформацію з розвитку «Інтерактивної туристичної мапи Західної Одещини» та про туристичні об'єкти Західної Одещини.

Подальше існування веб-сайту, його розміщення у мережі Інтернет та дієздатність ресурсу, буде підтримуватися за рахунок ФОП «Онищенко ЮБ».

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?
Особиста комунікація, виступи з презентаціями на заходах, обмін досвідом за запитом.



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

На даному етапі - ні. Але у перспективі не виключаються майбутні колаборації.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

3

Кількість жінок у команді проекту

2

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

4

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Так. 25



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

ні

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

ні

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



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

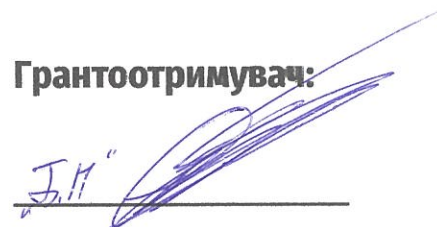
Дата заповнення

Онищенко Юрій Борисович



Фонд:

Грантоотримувач:



Додаток № 2

до Договору про надання гранту № 3REG1-4220

від " 01 " червня 2020 року



Назва конкурсної програм Культура.Туризм.Регіони

Назва ЛОТ-у:

Назва Заявника: ФОП Опищенко Ю.Б.

Назва проекту: Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	100,00%	434 444,00
2	Співфінансування* :	0,00%	-
2.1.	Кошти організацій-партнерів	0,00%	-
2.2.	Кошти місцевих бюджетів	0,00%	-
2.3.	Кошти інших інституційних донорів	0,00%	-
2.4.	Кошти приватних донорів	0,00%	-
2.5.	Власні кошти організації-заявника	0,00%	-
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)	0,00%	
	Всього	100,00%	434 444,00

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заяв: ФОП Онищенко Ю.Б.

Інтерактивна туристична мапа

Назва проєкту: Західної Одещини

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Співфінансу			Витрати за рахунок Співфінансу			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ	
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн. (=7*8)	Загальна сума, грн. (=9*8)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн. (=11*10)	Загальна сума, грн. (=13*10)			
Стовпчик:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	16	17	
Розділ II	Витрати:														
Підрозділ	1	Оплата праці													
Стаття	1.1	Штатні працівники			-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт	а	Повне ПІБ, посада		місяців			-			-			-	Координатор Проекту - ФОП Онищенко Ю.Б., який отримує плату за виконання функцій координатора Проекту в вигляді доходу підприємницької діяльності (стаття кошторису - 14.4 (е))	
Пункт	б	Повне ПІБ, посада		місяців			-			-			-		
Пункт	в	Повне ПІБ, посада		місяців			-			-			-		
Стаття	1.2	За трудовими договорами			5,00	5 720,00	28 600,00	-	-	-	-	-	28 600,00		
Пункт	а	Анатольєв Анатолій Анатольєв. Бухгалтер		місяців	5,00	5 720,00	28 600,00			-			-	Облік операцій з реалізації проекту згідно до вимог чинного законодавства України та Донора, складання фінансової звітності за проектом.	
Пункт	б	Повне ПІБ, посада		місяців			-			-			-		
Пункт	в	Повне ПІБ, посада		місяців			-			-			-		
Стаття	1.3	За договорами ЦПХ			10,00	31 100,00	94 300,00	-	-	-	-	-	94 300,00		
Пункт	а	Короткова Галина Павлівна. Сценарист		місяців	2,00	10 000,00	20 000,00			-			-	Написання сценаріїв відеороликів. Написання текстів для відео супроводу, на базі отриманої від туристичного експерту інформації.	

Пункт	б	Касьянов Олександр Леонидович. Відео оператор	місяців	3,00	15 600,00	46 800,00			-			-	46 800,00	Зйомка відео планується під час 3х поїздок по Західній Одещині тривалістю 10 днів кожна на протязі 3 місяців. Функції відеооператора: 1. відеозйомка власною відеокамерою та з квадрокоптеру - 30000грн (10000грн*3міс). 2. монтаж відеоматеріалу відповідно до сценаріїв - 15450грн (5150грн*3 міс) 3. Створення субтитрів для відео на англійській мові - 350грн 4.Монтаж промо-роліку за результатами проекту 1000грн Результати роботи відеооператора: 1. відеоролики для інтерактивної мапи (не менше одного відеороліку на кожен з 10ти обраних населених пунктів; загальна тривалість відео - не менше 30 хвилини); 2. промо-ролік для використання в соціальних мережах з метою просування проекту.
Пункт	в	Швець Катерина Олегівна. Юрист	місяців	5,00	5 500,00	27 500,00			-			-	27 500,00	Розробка документів правового характеру за проектом. Оформлення трудових відносин з проектною командою та компаніями виконавцями послуг за проектом.
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				15,00	36 820,00	122 900,00	-	-	-	-	-	-	122 900,00	
Підро	2	Соціальні внески												
Статт	2.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців	5,00	5 407,60	27 038,00	-	-	-	-	-	-	27 038,00	
Пункт	а	ЄСВ	місяців	5,00	5 407,60	27 038,00			-			-	27 038,00	22% згідно Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				5,00	5 407,60	27 038,00	-	-	-	-	-	-	27 038,00	
Розділ	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)												
Статт	3.1	Вартість проїзду (для		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт	а	Вартість квитків (з деталізацією	шт.			-		-				-	-	
Пункт	б	Вартість квитків (з деталізацією	шт.			-		-				-	-	
Пункт	в	Вартість квитків (з деталізацією	шт.			-		-				-	-	
Статт	3.2	Вартість проживання (для		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт	а	Рахунки з готелів (з вказаним	доба			-		-				-	-	

Пункт	б	Рахунки з готелів (з вказаним	доба			-			-			-		-
Пункт	в	Рахунки з готелів (з вказаним	доба			-			-			-		-
Статт	3.3	Добові (для штатних		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт	а	Добові (розрахунок на відряджену	доба			-			-			-		-
Пункт	б	Добові (розрахунок на відряджену	доба			-			-			-		-
Пункт	в	Добові (розрахунок на відряджену	доба			-			-			-		-
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядже				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Підро	4	Обладнання і нематеріальні												
Статт	4.1	Обладнання, інструменти,		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт	а	Найменування обладнання (з	шт.			-			-			-		-
Пункт	б	Найменування інструменту (з	шт.			-			-			-		-
Пункт	в	Найменування інвентаря (з	шт.			-			-			-		-
Статт	4.2	Нематеріальні активи, які		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт	а	Програмне забезпечення (з				-			-			-		-
Пункт	б	Право використання (ліцензія)				-			-			-		-
Пункт	в	Інші нематеріальні активи				-			-			-		-
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні а				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Підро	5	Витрати пов'язані з орендою												
Статт	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт	а	Адреса орендованого	кв.м			-			-			-		-
Пункт	б	Адреса орендованого	кв.м			-			-			-		-
Пункт	в	Адреса орендованого	кв.м			-			-			-		-
Статт	5.2	Оренда техніки, обладнання		30,00	900,00	27 000,00	-	-	-	-	-	-	27 000,00	
Пункт	а	Квадрокоптер з раширенням Full	доба	30,00	900,00	27 000,00							27 000,00	Безпілотний літальний апарат з встановленою міні-
		HD та 4K												камерою, що дозволяє вести в польоті фото- і
														відеозйомку, оренда на 30 діб, 900 грн за добу
Пункт	б													
Пункт	в													
Статт	5.3			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт	а	Оренда легкового автомобіля (із	км (годин)			-			-			-		-
Пункт	б	Оренда вантажного автомобіля (із	км (годин)			-			-			-		-
Пункт	в	Оренда автобуса (із зазначенням	км (годин)			-			-			-		-
Статт	5.4	Оренда сценічно-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт	а	І найменування (з деталізацією				-			-			-		-
Пункт	б	Найменування (з деталізацією				-			-			-		-
Пункт	в	Найменування (з деталізацією				-			-			-		-
Статт	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Пункт	а	Найменування (з деталізацією)				-			-			-		-	
Пункт	б	Найменування (з деталізацією)				-			-			-		-	
Пункт	в	Найменування (з деталізацією)				-			-			-		-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою"				30,00	900,00	27 000,00	-	-	-	-	-	-	27 000,00		
Підро	6	Витрати на харчування та напої													
Статт	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо				-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт	а	Послуги з харчування (з	чол.			-			-			-		-	
Пункт	б	Послуги з харчування (з	чол.			-			-			-		-	
Пункт	в	Послуги з харчування (з	чол.			-			-			-		-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої"							-	-	-	-	-	-	-		
Підро	7	Матеріальні витрати													
Статт	7.1	Основні матеріали та сировина				546,00	31,00	16 926,00	-	-	-	-	-	16 926,00	
Пункт	а	Пальне	л.			546,00	31,00	16 926,00			-		-	16 926,00	Три поїздки до Західної Одещини під час зйомки відеороликів, тривалістю 10 днів кожна, на власному авто TOTOTA Highlander, у змішаному режимі витрати пального становлять 14л/100км. Протяжність маршруту за кожну поїздку 1300км. (500 км. до місця відрядження і обратно, 80км - планована тривалість щоденного маршруту на місці відрядження). Загальна протяжність за три поїздки 3900км. (3900км*14л./100км= 546л.)
Пункт	б	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Пункт	в	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Статт	7.2	Носії, накопичувачі				-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Пункт	б	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Пункт	в	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Статт	7.3	Інші матеріальні витрати				-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Пункт	б	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Пункт	в	Найменування	шт.			-			-			-		-	
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				546,00	31,00	16 926,00	-	-	-	-	-	-	16 926,00		
Підро	8	Поліграфічні послуги													
Статт	8.1	Послуги із виготовлення:				-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт	а	Виготовлення макетів	шт.			-			-			-		-	
Пункт	б	Нанесення логотипів	шт.			-			-			-		-	
Пункт	в	Друк брошур	шт.			-			-			-		-	
Пункт	г	Друк буклетів	шт.			-			-			-		-	

Пункт	д	Друк листівок	шт.			-			-			-	-	
Пункт	е	Друк плакатів	шт.			-			-			-	-	
Пункт	є	Друк банерів	шт.			-			-			-	-	
Пункт	ж	Друк інших роздаткових	шт.			-			-			-	-	
Пункт	з	Послуги копірайтера	шт.			-			-			-	-	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Підро	9	Послуги з просування												
Пункт	а	фото -, відеофіксація	місяць						-			-	-	функції виконуються командою проекту
Пункт	б	рекламні витрати				-			-			-	-	
Пункт	в	SMM послуги				24 000,00			-				24 000,00	комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування цілей проекту: Instagram 3000грн*4міс, Facebook 3000грн* 4 місяців
Пункт	г	SEO сторінки з І-мапою				10 000,00			-			-	10 000,00	Послуги SEO фахівця для просування сторінки з "Інтерактивною туристичною мапою Західної Одещини" в мережі Інтернет
Пункт	д	Інші				-			-			-	-	
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				-	-	34 000,00	-	-	-	-	-	-	34 000,00	
Підро	10	Створення web-ресурсу												
Пункт	а	Розробка дизайну І-мапи				20 000,00			-			-	20 000,00	Створення дизайну мапи "Інтерактивної туристичної мапи Західної Одещини" у векторній графіці, термін виконання (липень-серпень)
Пункт	б	Витрати зі створення сайту з І-мапою				89 500,00			-			-	89 500,00	Розробка дизайну веб-сайту- 28000грн Розробка бекенду веб-сайту - 20000грн Розробка фронтенду веб-сайту - 15000грн. Оптимізація веб-сайту для відтворення Android та iOS - 10000грн Наповнення веб-сайту контентом- 10000грн Забезпечення послуги хмарного сервісу (файлового хостингу) для розгортання та функціонування веб-сайту - 6250грн Забезпечення послуги реєстрації доменного імені od.ua веб-сайту - 250грн
Пункт	в	Витрати з обслуговування сайту				-			-			-	-	
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				-	-	109 500,00	-	-	-	-	-	-	109 500,00	
Підро	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації												

Пункт	а	Інформаційні матеріали по туристичним об'єктам 8-ми західних районів Одеської області (Кілійський, Ренійський, Ізмаїльський, Болградський, Арцизький, Тарутинський, Саратський, Татарбунарський райони)	шт.	8,00	2 500,00	20 000,00			-			-	20 000,00	Консультаційні послуги з надання інформаційної довідки щодо локацій зйомок (туристичних об'єктів) Консультаційні послуги надаватимуться ФОП Горіап Н.С. ФОП Горіап Н.С. з 2003 року займається наданням туристичних консультацій у сфері туризму та організовує туристичні маршрути та тури. Попередній досвід Горіап Н.С. – понад 20 років у сфері туризму (екологічний, культурний, історичний) в Придніав'ї.
Пункт	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт.			-			-			-	-	0
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних"				8,00	2 500,00	20 000,00	-	-	-	-	-	-	20 000,00	
Підрозділ	12	Послуги з перекладу												
Пункт	а	Усний переклад	година			-			-			-	-	
Пункт	б	Редагування усного перекладу	сторінка			-			-			-	-	
Пункт	в	Письмовий переклад тексту відеороликів	сторінка	20,00	180,00	3 600,00			-			-	3 600,00	Переклад тексту відеороликів з української на англійську мову. Для подальшого створення субтитрів для відеороликів
Пункт	г	Редагування письмового перекладу	сторінка	-	-	-			-			-	-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу"				20,00	180,00	3 600,00	-	-	-	-	-	-	3 600,00	
Підрозділ	13	Адміністративні витрати												
Пункт	а	Бухгалтерські послуги				-			-			-	-	функції виконуються командою проекту
Пункт	б	Юридичні послуги				-			-			-	-	
Пункт	в	Аудиторські послуги	шт.	1,00	16 000,00	16 000,00			-			-	16 000,00	Аудит фінансового звіту відповідно до вимог законодавства та Донора, підготовка висновку аудитора
Пункт	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)				-			-			-	-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати"				1,00	16 000,00	16 000,00	-	-	-	-	-	-	16 000,00	
Підрозділ	14	Інші прямі витрати												
Стаття	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення												
Пункт	а	Студійне озвучування відео	година	9,00	1 500,00	13 500,00			-			-	13 500,00	Студійне озвучування відео до мови дикторами студії звукозапису (загальна тривалість відеороликів – 30 хвилин)
Пункт	б	Найменування послуги	шт.			-			-			-	-	
Пункт	в	Найменування послуги	шт.			-			-			-	-	

Статт	14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт	а	Вказати предмет страхування	шт.			-		-		-		-	
Пункт	б	Вказати предмет страхування	шт.			-		-		-		-	
Пункт	в	Вказати предмет страхування	шт.			-		-		-		-	
Статт	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	екземпляр			-		-		-		-	
Статт	14.4	Інші прямі витрати		70,00	8 763,00	43 980,00	-	-	-	-	-	43 980,00	
Пункт	а	Internet-телефонія (вказати				-		-		-		-	
Пункт	б	Послуги Internet (вказати період)				-		-		-		-	
Пункт	в	Банківська комісія за переказ	шт.	60,00	3,00	180,00		-		-		180,00	Грошові суми, що списуються з рахунку як плата за грошові перекази
Пункт	г	Розрахунково-касове обслуговування	місяць	5,00	180,00	900,00		-		-		900,00	Послуги, що надаються банком клієнту на підставі відповідного договору, укладеного між ними, які пов'язані із переказом коштів з рахунка (на рахунок) цього клієнта, видачою йому коштів у готівковій формі, а також здійснення інших операцій
Пункт	д	Інші банківські послуги				-		-		-		-	
Пункт	е	ФОП Онищенко Ю.Б. Послуги координатора проекту	місяць	5,00	8 580,00	42 900,00		-		-		42 900,00	Управління та координація проекту "Інтерактивна туристична мапа Західної Одещини", підготовка змістового звіту. Створення YouTube каналу та завантаження відеороликів.
Пункт	є		місяць			-		-		-		-	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати"				79,00	10 263,00	57 480,00	-	-	-	-	-	57 480,00	
Всього по розділу II "Витрати":						434 444,00	-	-	-	-	-	434 444,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ													

ф.о.м.
(Посада)

Онищенко Юрій Борисович
(Печатка, підпис, ПІБ)