

ДОГОВІР № 3REG1-5381
про надання гранту

м. Київ

« 04 » 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 Шкуро Петро Іванович (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань, дата запису 25.12.2007р., № 2 317 017 0000 002063, дата реєстрації 27.08.2000 р., з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

І. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проекту «Створення музею гуцульської бриндзи в Рахові» (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.

ІІ. 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.

04 червня 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 401 870 грн. 00 коп. (чотириста одна тисяча вісімсот сімдесят гривень 00 коп.) грн без ПДВ.

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

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

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

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

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

- 1) надавати організаційно-методичну допомогу 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. ДОПУСТИМИ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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 Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

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

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

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

+38 044 504-22-66

international@ucf.ir.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Шкуро Ольга Андріївна, 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 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.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Фізична особа-підприємець Шкуро

Петро Іванович

Юридична адреса:

90600, Закарпатська область, Рахівський район, місто Рахів, вулиця Шевченка, 210а.

Адреса для листування:

90600, Закарпатська область, Рахівський район, місто Рахів, вулиця Шевченка, 210а.

ЄДРПОУ/ПІН: 2167920077

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA043123780000026006053808578

МФО: 312378

Тел.: +38 (096) 609-93-50



Ю.О. Федів



П.І. Шкуро

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3REG-5381
від «01» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Культура. Туризм. Регіони

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3REG1-5381

**Назва проекту: Створення музею гуцульської
бриндзі в Рахові**

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Культура. Туризм. Регіони

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

культурна спадщина

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

музеї

нематеріальна культурна спадщина

Назва проекту

Створення музею гуцульської бриндзі в Рахові

Назва проекту англійською мовою

Creation the museum of Hutsul Brindzya in Rakhiv

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

Мета – сприяти збереженню елементу нематеріальної культурної спадщини – традиції сироваріння – шляхом створення музею гуцульської бриндзі в



місті Рахів та залучення до його діяльності ключових зацікавлених сторін. Результатами проекту є: Біля 100 осіб відвідали музей за звітний період. Змістове наповнення музею створене та отримує позитивні відгуки. Зацікавлені сторони об'єднані в просуванні гуцульської бриндзи як елементу нематеріальної культурної спадщини. Комунікаційна кампанія в соціальних та інтернет-мережах є активною, успішною. За її допомогою залучено аудиторію з понад 3 000 осіб. Громада ідентифікує овечу бриндзю як місцевий колорит та предмет гордості. Музей є самоокупним за рахунок продажу вхідних квитків, продуктів сироваріння, дегустацій.

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

To promote the intangible cultural heritage - cheese making traditions - by creating a Hutsul Bryndzya Museum in Rakhiv and involving key stakeholders in its activities. Project results: At least 100 tourists visited the museum during the reporting period. Substantial content of the museum is created. Stakeholders are united of promoting the museum and disseminating information to their customers. Project stakeholders are united of promoting the Hutsul Bryndzya as an object of intangible cultural heritage. The communication campaign is active, successful and engaged of over 3,000 people. Community identify bryndzya as local ornament. Museum is self-sufficient.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
402870.00

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
401870.00

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).
1000

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума
1000. реінвестиції



Географія реалізації проекту: населений пункт, область (якщо поза

межами України – зазначте країну)

Населений пункт

місто Рахів, Закарпатська 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

ІНШЕ

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Шкуро Ольга Андріївна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Координатор проекту: реалізація діяльності відповідно до плану проекту, налагодження співпраці, взаємодія з клієнтами, проведення моніторингу, підготовка описової звітності

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Фізична особа-підприємець Шкуро Петро Іванович



Повна назва організації-заявника англійською мовою

Individual entrepreneur Shkuro Petro

Організаційно-правова форма

Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ

2167920077

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)

не передбачається

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОТу

Код КВЕД 79.11 Діяльність туристичних агентств; Код КВЕД 93.29

Організування інших видів відпочинку та розваг; Код КВЕД 96.09 Надання інших індивідуальних послуг, н. в. і. у.

Дата реєстрації організації

2000-08-27

Юридична адреса організації

90600 м Рахів, вулиця Шевченка 210 а, Рахівського району, Закарпатської області

Поштова адреса організації

90600 м Рахів, вулиця Шевченка 210 а, Рахівського району, Закарпатської області

Фактична адреса організації

90600 м Рахів, вулиця Шевченка 210 а, Рахівського району, Закарпатської області

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

www.tourism-rakhiv.in.ua Instagram Excursion.Rakhiv Фейсбук "Експерсії. Рахів"

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Шкуро Петро Іванович



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
Шкуро Петро Іванович

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.
службовий кабінет

Дохід за звітний період
1890000

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

Детальний опис проекту

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

Рахів – мальовниче містечко Закарпатської Гуцульщини, найвисокогірніше в Україні, розташоване в географічному центрі Європи, в долині найдовшої притоки Дунаю – річки Тиси. Названий в минулому «гуцульським Парижем», Рахів завше притягував до себе мандрівників та відпочивальників з усього світу. Популярності містечку в даний час додає міжнародний фестиваль «Гуцульська бриндзя» - найбільший гастрономічний фестиваль Закарпаття!

В 2019 році гуцульська овеча бриндзя, виготовлена на високогір'ї Карпат, перша з українських продуктів, отримала географічне зазначення. В рамках реалізації проекту «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні», почалося активне проведення екскурсій з Рахова до вівчарських господарств.

Авторкою проекту було проведено 9 екскурсій під назвою «В гості до овечок», які викликали неймовірний інтерес туристів! У горах туристи знайомилися з роботою та побутом вівчарів, приготуванням овечого сиру, брали участь у майстер-класах з виготовлення вурди. Ну а дегустація гуцульської кухні на лоні природи, де «Карпат пахне нірвани» (В.Кухта), викликала насолоду, співмірну з мішленівською!

Виникла потреба створити в Рахові центр, де можна було б отримати інформацію про гуцульську овечу бриндзю, придбати її, а також замовити мандрівку на полонину. Таким комунікаційним центром міг би стати музей бриндзі.

Музей – це культурно-освітній та науково-дослідний заклад, призначений для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної



й духовної культури, прилучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини. Елементом нематеріальної культурної спадщини є високогірне вівчарство в Карпатах, традиції якого незмінні кілька століть. Щоб це культурне надбання отримало гідну оцінку й повагу громадян, інтегрувалося в український і світовий культурний простір, потрібно його популяризувати. Цим буде займатися музей бриндзі, який з часом переросте в хаб.

Доступ громадян до традицій високогірного вівчарства буде здійснюватися через розвиток туризму. А туризм, як відомо, є шляхом до сталого розвитку - діяльності суспільства, яка не ставить під загрозу задоволення потреб нащадків. Згідно важливого документу «Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь 2017», ціль 11 «Сталий розвиток міст і громад» передбачає: «Забезпечити збереження культурної і природної спадщини із залученням приватного сектору»; «Забезпечити розробку і реалізацію стратегій місцевого розвитку, спрямованих на економічне зростання, створення робочих місць, розвиток туризму, рекреації, місцевої культури і виробництво місцевої продукції»;

«...збереження наявних та визначення нових об'єктів культурної і природної спадщини».

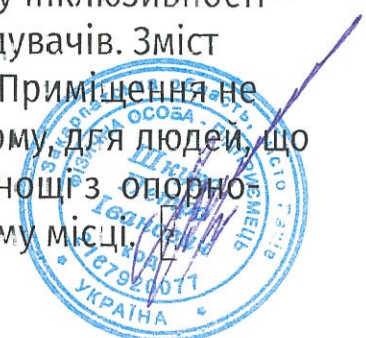
Отже, туризм і культурна спадщина переплітаються і взаємодоповнюються. Більше 100 країн світу довели, що розвиток туризму сприяє розвитку регіонів. Це – найбільша в світі галузь економіки за кількістю робочих місць для малого та середнього бізнесу. А в Рахові поповнювати місцевий бюджет, не забруднюючи довкілля, дасть можливість саме туризм.

Місцева влада демонструє зацікавлення в розвитку туризму, але ресурсів не вистачає.

Аплікантка проекту володіє приміщенням та готова на безоплатній основі віддати його для музею. Однак є потреба в ресурсах для його обладнання та просування.

До діяльності проекту будуть долучені представники вівчарських господарств регіону, органи місцевого самоврядування, представники місцевого бізнесу (особливо готельно-ресторанного), гіді, співробітники еко-освітнього відділу Карпатського біосферного заповідника та навчальні заклади. Це дозволить об'єднати всіх зацікавлених сторін та створити кластер розвитку туризму в регіоні.

Значну увагу в діяльності музею буде приділено розвитку інклюзивності – орієнтації на потреби максимально широкого кола відвідувачів. Зміст екскурсій буде, за потреби, індивідуально адаптуватися. Приміщення не дозволяє забезпечити повну архітектурну доступність. Тому для людей, що пересуваються на інвалідному візку або мають інші труднощі з опорно-руховим апаратом, екскурсія буде проведена в доступному місці.



Отримання коштів під час діяльності музею планується через продаж вхідних квитків, сувенірів, дегустації продукції вівчарства. В період реалізації проекту музей буде активно діяти протягом 3-2,5 місяців. За цей час від відвідування музею очікується отримання біля 1 тисячі гривень. Дані кошти будуть реінвестовані в проект на часткове придбання посуду для дегустацій страв із сиру та бриндзі.

Отже, створення музею бриндзі сприятиме підтримці культурної спадщини Гуцульщини, зростанню доходів громади, а значить - стане поштовхом до її активного розвитку.

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)

«Експресії.Рахів» діють з 2016 року. За цей час було проведено понад 430 екскурсій, серед яких автомобільні, кінні, пішохідні, комплексні. Контингент туристів різноманітний: молоді пари, сім'ї з дітьми, школярі, студенти під час практик або канікул. Географія туристів теж різноманітна: з усієї України та 16 зарубіжних країн. З 2018 року «Експресії. Рахів» включила в свої мандрівки відпочивальників санаторію «Гірська Тиса», що в селі Кваси. Апліканткою розроблено напрями ряду авторських екскурсій як по Закарпаттю, так і в прикордонну гірську Румунію, де проживають гуцули-українці.

З 2019 року, завдяки участі в проекті «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні», активізувалися екскурсії до вівчарських господарств: з березня до травня – подивитися на годування (плекання) новонароджених ягнят, а з травня до вересня – власне на полонини, щоб відчувати дух карпатського вівчарства. Як виявилось, побачити справжнього гуцула-вівчаря – мрія багатьох туристів! Дорогою гід знайомить з історією вівчарства в Карпатах, акцентує увагу на самобутності гуцулів та унікальності овечого сиру і можливості туристів долучитися до нематеріальної культурної спадщини.

З відкриттям музею бриндзі в Рахові можна буде спочатку побачити вівчарські господарства в відеороликах, продегустувати сир і бриндзю, а потім прийняти рішення про підйом у гори, щоб побачити все на власні очі. Враховуючи, що серед контингенту туристів є люди, які лікуються в санаторії і не можуть підніматися в гори, можливість долучитися до багатовікових традицій сироваріння саме в музеї бриндзі є дуже важливою!

Отже, актуальність відкриття музею бриндзі в Рахові підтверджена практикою і дуже на часі!



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

Програма «Культура. Туризм. Регіони» покликана посилити туристичну привабливість регіонів шляхом стимулювання місцевого культурного розвитку громад та генерування конкурентоспроможних культурних продуктів. Наш проект однозначно співвідноситься з вказаними пріоритетами, адже ставить за мету збереження елементу нематеріальної культурної спадщини – традицій сироваріння на високогір'ї Карпат. Випасання овець на екологічно чистих територіях полонин, ручне доїння, приготування сиру без додавання штучних ферментів, виготовлення вурди, бриндзі – тут все збереглося, як і було сотні років тому! Вівчарські господарства в умовах вологого прохолодного карпатського літа щорічно виконують свою нелегку роботу. А свято «Міра» - початок полонинського сезону – вівчарі вважають одним з найбільших свят у році! Для привернення уваги до розвитку та проблем вівчарства була створена Асоціація виробників традиційних карпатських високогірних сирів. Вона об'єднала вівчарські господарства, гідів та представників влади. Тепер вівчарство Рахівщини повинно відчувати підтримку місцевого самоврядування. А отримання географічного зазначення гуцульської овечої бриндзі викличе пожвавлення інтересу туристів до цього продукту та надасть новий поштовх розвитку вівчарства.

Музей бриндзі в Рахові ставить за мету популяризувати життя вівчарів на полонинах, акцентуючи на багаторічних традиціях господарювання та розробляючи нові культурні маршрути у високогір'я. Поєднання природних, культурних ресурсів Рахівщини створює значний туристичний потенціал краю, який і потрібно перетворити на туристичну привабливість!

Чому ваш проект є унікальним?

Запропонований проект передбачає надання наступних послуг:

- Отримати інформацію про цінність бриндзі як культурної спадщини, її історію, процес та місця виготовлення
- Побачити побут вівчарів, перебування овець на полонині та перенестися туди за допомогою віртуальних технологій
- Пройти гру-квіз «Пригостуй бриндзю»
- Відчувати унікальність смаку продуктів сироваріння під час дегустації
- Зробити фотосесію в традиційному гуцульському вбранні
- Зіграти на трембіті або дримбі
- Послухати гру на дримбі та спів коломийок
- Замовити екскурсію на високогір'я до вівчарських господарств

Вказані унікальні послуги можна буде отримати тільки в музеї бриндзі. Вони будуть надаватися частинами або в комплексі. Тобто, спочатку –



відеознайомство з традиціями сироваріння на полонинах, дегустація молочної продукції вівчарства. А потім – можливість побачити все на власні очі, насолоджуючись процесом мандрівки на полонину та навколишніми краєвидами!

Чому ваш проект є інноваційним?

В музеї бриндзі будуть використані сучасні інноваційні технології – відео для віар-окулярів, квіз - гра «Приготуй бриндзю».

Музейна діяльність буде розширена за межі музею: бажаючі зможуть замовити екскурсії на високогір'я Карпат, щоб самим взяти участь у майстер-класах з виготовлення сиру.

Інноваційною також є можливість через музей сприяти об'єднанню гідів, виробників сирів, надавачів інших туристських послуг та влади для партнерства у розвитку туристичного кластеру регіону.

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

Культурно-мистецький процес останнього десятиліття на Рахівщині був активним і наповненим цікавими подіями. Це: мистецькі фестивалі «Вифлеємська зіронька», «Гуцульські бетлегемі», «Барви карпатського ліжника», «Берлибаський бануш», танцювальні та співочі конкурси, виставки художників, конкурс різьб'ярів.

Відомою подією в Україні є фестиваль «Гуцульська бриндзя», який проводиться в Рахові вже вдев'ятнадцяте! Фестиваль демонструє, крім гастрономічних досягнень, колоритність вбрання, майстерність мистецьких виконавців.

Музей бриндзі стане органічним доповненням існуючих у Рахові музеїв: екології гір та історії природокористування Карпатського біосферного заповідника й музею дерев'яної різьби. Вони спільно будуть презентувати природу Карпат та побут гуцулів. А музей бриндзі ще й сформує гордість за збереження в Гуцульщині дуже давніх традицій сироваріння на виссогір'ї. На тлі глобалізації буде популяризуватися самобутність місцевих общин!

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

Сучасним світовим трендом є підтримка унікальних традицій, ремесел як складових нематеріальної культурної спадщини. Закарпатська Гуцульщина є таким краєм, де зберігся традиційний уклад господарювання, місцевий діалект мови, пісні-коломийки, стародавні колядки, бетлегем, колоритний одяг тощо. Це неодноразово підкреслювали туристи з різних куточків планети. Музей бриндзі сприятиме привертанню уваги до Гуцульщини як



перлини України та світу.

У перспективі кількох років очікується піднесення, пожвавлення інтересу до гастрономічного туризму. Це пов'язано із збільшенням прихильників здорового харчування та в найближчому часі зростанням числа українських продуктів з маркою географічного зазначення. Очікується ріст кількості туристів, які цікавитимуться якісними продуктами вівчарства та прагнутимуть самі відвідати полонинські господарства. Музей бриндзі стане координатором у цьому процесі та через віртуальні мандрівки й відеосюжети готуватиме туристів до екскурсій у гори.

Музей допоможе об'єднати представників вівчарських господарств регіону, органи місцевого самоврядування, представників місцевого бізнесу (особливо готельно-ресторанного), гідів, співробітників Карпатського біосферного заповідника та навчальні заклади. Це, в свою чергу, дозволить об'єднати всіх зацікавлених сторін та створити кластер розвитку туризму в регіоні.

Цілі проекту

Ціль

Створити умови для залучення туристів до культурної спадщини - традиції сироваріння на високогір'ї Карпат - через організацію діяльності музею гуцульської бриндзі в місті Рахові

Завдання 1

Створити змістове наповнення музейного простору

Завдання 2

Розробити візуальні матеріали для підтримки та просування музею

Індикатори досягнення цілі

Створено 3 відеоматеріали про виготовлення бриндзі для вір окуляр та одне відео для Ютуб Створено 5 стендів: «Вівчарські господарства Рахівщини», «Маршрути до вівчарських господарств», «Географічне зазначення гуцульської бриндзі», «Благодійники музею», карта-стенд «Звідки наші туристи» - Закуплено необхідне обладнання (1 проектор, 2 екрани для трансляції відео матеріалів, 6 комплектів вір окуляр, 2 комплекти етнічного одягу (чоловічий та жіночий) для фотосесій, 1 трембіта) - Створено гру-квіз «Приготуй бриндзю», яка використовується в музеї під час екскурсій. - Музей зареєстрований в Гугл-карті (www.google.com.ua/maps) - Створено логотип музею, який розміщується на всій інформації, що стосується діяльності музею.



Сторінка музею в соціальній мережі ФБ створена та наповнюється щотижня

Ціль

Популяризувати історико-культурну спадщину - гуцульські традиції сироваріння на екологічно чистих територіях високогір'я Українських Карпат - серед громади та туристів

Завдання 1

Провести роз'яснювальну роботу серед населення Закарпаття і туристів щодо гуцульських традицій сироваріння та щодо отримання географічного зазначення гуцульської овечої бриндзи через засоби масової інформації, соціальні мережі

Завдання 2

Налагодити співпрацю з освітніми закладами Закарпаття та всієї України для популяризації музею бриндзи в Рахові та його активного відвідування

Індикатори досягнення цілі

Написана 1 стаття в районну газету «Зоря Рахівщини» про традиції сироваріння на полонинах. В соціальній мережі Фейсбук на сторінці «Експерсії Рахів» (<https://www.facebook.com/olgashkuroorakhiv/>) та новоствореній сторінці музею висвітлено не менше 5 мандрівок на полонини. Два рази на місяць розміщується інформаційне повідомлення щодо гуцульських традицій сироваріння в соціальних мережах «Експерсії Рахів» (<https://www.facebook.com/olgashkuroorakhiv/>) та створеній сторінці музею. Створена сторінка на Ютуб-каналі про музей бриндзи та овечу гуцульську бриндзю. Створені 3 відео для віар окулярів про життя вівчарів на полонині та епізоди з процесу виготовлення бриндзи. 2-3 фахівців з просування популяризують музей та гуцульську бриндзю на своїх платформах. Протягом звітного періоду 100 осіб відвідали музей або взяли участь в екскурсіях до вівчарських господарств. Запрошено в музей 1-2 письменників, які висвітлюють тематику Карпат. Налагоджено співпрацю з не менше 2 освітніми закладами Рахівського району (ЗОШ). Налагоджено співпрацю з не менше 3 освітніми закладами України (в тому числі 1 ВНЗ) 50 учнів, студентів та викладачів відвідало музей.

Ціль

Створити спільноту зацікавлених сторін у просуванні бриндзи як складової туристичної привабливості регіону



Завдання 1

Взаємодіяти з виробниками овечих сирів з метою їх наближення до громадськості шляхом організації екскурсійних маршрутів до вівчарських господарств та продажу бриндзі

Завдання 2

Брати участь та ініціювати спільні заходи з місцевою та районною владами, ОТГ, Карпатським біосферним заповідником з метою просування гуцульської овечої бриндзі

Індикатори досягнення цілі

Розроблено 2-3 маршрути екскурсій до вівчарських господарств -
Виготовлена карта маршрутів до вівчарських господарств і поміщена в музеї - В музеї створена вітрина для продажу продукції вівчарства: бриндзі, вурди, сиру - Взято участь, за запрошенням, в не менше 3 заходах органів місцевого самоврядування (місцевої та районної влад) щодо розвитку туристичної привабливості регіону (робочі зустрічі, круглі столи). - Презентовано музей депутатам Рахівської міської, районної рад та сільським головам - Організований та оголошений в районній газеті конкурс «Що я знаю про бриндзю?» Переможці отримали безкоштовну екскурсію в музей бриндзі - Використано локацію міжнародного фестивалю «Гуцульська бриндзя» в Рахові для популяризації екскурсій до музею бриндзі та на полонини - Чітко визначені зацікавлені сторони музею (детальна інформація про зацікавлені сторони виписані в відповідному пункті). - Зацікавлені сторони знають про музей, поширюють про нього інформацію - Проведено не менше 4-5 зустрічей чи комунікацій з зацікавленими сторонами проекту - Зацікавлені сторони беруть участь у заходах музею та запрошують на власні заходи

Основна мета проекту

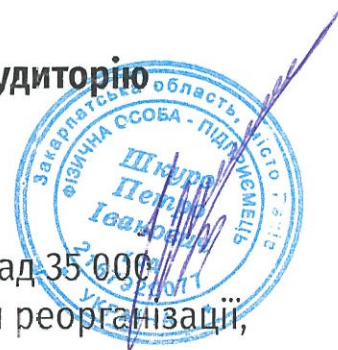
1. Мета – сприяти збереженню елементу нематеріальної культурної спадщини – традицій сироваріння на високогір'ї Карпат – шляхом створення музею гуцульської бриндзі в місті Рахові та залучення до його діяльності зацікавлених сторін.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма цільова аудиторія:

Потенційними відвідувачами музею є:

1) туристи Рахова та Рахівщини. Рахівщину відвідує за рік понад 35 000 туристів (статистика надана управлінням економіка РДА. Після реорганізації,



в 2020 році дану інформацію надаватиме управління культури, молоді, спорту, туризму). Туристів умовно можна поділити так: а)сім'ї або групи туристів; б)відпочивальники санаторію «Гірська Тиса» в с.Кваси; в)школярі; г)студенти. 2)Школярі Рахівщини (біля 10 000).

3)Жителі Рахівщини, які цікавляться питаннями бриндзі і бажають відвідати музей (біля 500)

Ми плануємо, що в рамках проекту, біля 100 осіб відвідають музей (в тому числі, учні та студенти).

Після початку діяльності музею та поширення інформації про нього, ми плануємо, що не менше 500 осіб щорічно будуть його відвідувати.

Саме на залучення прямої цільової аудиторії будуть спрямовані всі ресурси проекту.

Відвідувачів музею буде пораховано через Книгу реєстрації відвідувачів.

Студенти як складова прямої цільової групи – це молодь, яка матиме студентські квитки або групи молоді на чолі з викладачем ВНЗ. Регулярно краєзнавчі студентські екскурсії в Рахів є складовою навчальних практик.

Учасники бойових дій визначатимуться за посвідченнями.

Діти з малозабезпечених сімей, зі слів їх вчителів

Діти-сироти та діти, позбавлені батьківського піклування, особи з інвалідністю, внутрішньо-переміщені особи – за посвідченнями

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

Кількісні та якісні показники непрямої цільової аудиторії

1. Жителі Рахівщини, які почули про бриндзю з географічним зазначенням і готові її купити (біля 100 осіб. Враховується, що більшість жителів Рахівщини, як правило, купують бриндзю в своїх населених пунктах. У музеї переважно купуватимуть жителі Рахова)

2. Готельно-ресторанна сфера Рахівщини

Щодо кількості об'єктів готельно-ресторанної сфери Рахівщини, то за приблизними даними їх – понад 100. Згідно каталогу Рахівської районної ради, сільських садиб - біля 70; готелів, згідно сайту «IGotoWorld», - 87. Більша частина готелів розміщена на курорті Драгобрат, а сільські садиби – по всьому району.

Таким чином, можна виділити такі групи непрямої цільової аудиторії:

I. Жителі Рахівщини, потенційні покупці овечої бриндзі (біля 100 осіб)

II. Готельно-ресторанна сфера:

1) готелі-ресторани та зелені садиби Рахова (біля 15);

2) готелі-ресторани курорту Драгобрат (біля 35);



3) сільські садиби Рахівського району (біля 55).

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Інтереси прямої цільової аудиторії були виявлені під час проведення екскурсій до вівчарських господарств: туристи проявляли велике зацікавлення побутом вівчарів, виготовленням продуктів вівчарства, виясненням суті поняття «бриндзя»; отримували насолоду від милування природою Карпат, голосів овечок, спілкування та фотографування з ягнятками, куштування справжньої овечої бриндзі.

В 2019 році авторка проекту стала учасницею проекту «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні». Це розширило варіанти проведення екскурсій у гори. Адже з часу створення в Рахівському районі Асоціації виробників традиційних карпатських високогірних сирів, вівчарські господарства сприяли таким екскурсіям: були сформульовані правила їх проведення. Питання географічного зазначення гуцульської овечої бриндзі викликало в туристів непідробний інтерес!

Цікаво, що живе спілкування з овечками справляло позитивний вплив і на місцевих жителів та школярів, які ніколи раніше не бачили побуту вівчарів.

Про інтереси непрямої цільової аудиторії свідчить фестиваль «Гуцульська бриндзя», який проводиться в Рахові 19 років. Жителі Рахівщини відвідують фестиваль в тому числі і для того, щоб скуштувати й купити різноманітні види бриндзі. Вони прагнуть почути про її виготовлення та дізнатися про виробників. А з 2020 року, природньо, зростає інтерес до гуцульської овечої бриндзі з географічним зазначенням. Отримати відповіді на подібні запитання жителі Закарпатської Гуцульщини матимуть змогу в музеї бриндзі.

Готельно-ресторанна сфера має сталий інтерес – ріст чисельності клієнтів. Під час попереднього фестивалю «Гуцульська бриндзя» в одному з ресторанів відбувся майстер-клас відомого ресторатора зі Львова, який демонстрував різноманітні страви з додаванням бриндзі. Всі ресторани Рахова під час фестивалю збільшили асортимент страв із додаванням бриндзі, навіть приготували чорні вареники. А готелі та садиби приймали замовлення на поселення під час фестивалю мінімум на півроку наперед. Отже, можна з упевненістю сказати, що такий елемент нематеріальної культурної спадщини, як вівчарство на високогір'ї Карпат, викликає стійкий інтерес!

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

Мета туристичних послуг – задовольняти потреби туристів у гарних



відчуттях. Для цього створюються пізнавальні локації, захопливі маршрути, які доповнюються сюрпризами.

Способи визначити задоволеності клієнтів:

- письмові відгуки в Книзі відгуків та інтернет мережах
- повторні відвідування екскурсій та рекомендації музею іншим
- усні висловлювання туристів щодо відвідування музею
- і, звичайно, блиск в очах, зацікавленість та активний діалог під час екскурсії по музею

Задоволення потреб непрямої цільової аудиторії можна буде визначити через

- відвідуваність мешканців Рахівщини (кількісні показники будуть відображені в Книзі відгуків)
- активне включення готельно-ресторанної сфери до популяризації інформації про музей серед своїх клієнтів
- розширення асортименту страв, що включатиме бринзю, в ресторанах Рахівщини

Зацікавлені сторони та задоволеність їх потреб:

- ріст кількості відвідувачів вівчарських господарств (інформація буде оприлюднена в звіті Асоціації виробників традиційних карпатських високогірних сирів)
- обсяги продажу сиру, зурди, бриндзі (інформація буде оприлюднена в звіті Асоціації виробників традиційних карпатських високогірних сирів)
- ріст відвідуваності Рахівщини організованими туристичними групами
- включення музею бриндзі в свої туристичні дестинації проектів «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку»
- підписання угод про співпрацю між музеєм та органами місцевого самоврядування
- проведення спільних заходів з Карпатським біосферним заповідником щодо сталого розвитку та популяризації нематеріальної культурної спадщини регіону.

Агенція регіонального розвитку Рахівщини визначила, що критерієм задоволення стануть: ріст кількості туристів району; промоція Рахівщини через музей; поява нових ініціатив від мешканців Рахівщини щодо відкриття приватних музеїв, інших туристичних та цікавих локацій.

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).

Зацікавленими сторонами проекту є:



1. ? Вівчарські господарства Рахівщини (біля 12)
2. ? Місцеві гідри (біля 7)
3. ? Туристські агенти України
4. ? Проекти «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку»
5. ? Органи місцевого самоврядування
6. ? Агенція регіонального розвитку Рахівщини
7. ? Карпатський біосферний заповідник
8. ? Державні лісові господарства (ДЛГ)
9. ? Торгівці бриндзі на продуктових ринках або вдома

Позитивний вплив на проєкт

Вівчарські господарства, завдяки географічному зазначенню гуцульської овечої бриндзі, поступово отримують поштовх у своєму розвитку. Це означає, що зростатиме пропозиція продукції вівчарства. А для зростання попиту на неї, провсидитиметься активна маркетингова політика, частиною якої і стане проєкт «Музей бриндзі в Рахові».

Активізується робота гідів, які включають у свої маршрути музей бриндзі та мандрівки на полонини.

Туристські агенти відчують зміни кон'юктури і активізують набір груп у Рахівщину.

Проекти «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку» включають музей бриндзі в свої об'єкти для відвідувань туристами і будуть його рекламувати.

Органи місцевого самоврядування, пропагуючи розвиток туризму краю, відповідають за туристську інфраструктуру та освітньо-культурну політику. Музей бриндзі стане новою туристичною дестинацією з гтовим культурним продуктом для численних делегацій; освітні заклади матимуть додаткову локацію для екскурсій, а з часом – виїзних занять для школярів.

Різноманітні фестивалі та події Рахівщини, за підтримки влади, зможуть поповнювати музей бриндзі новими експонатами (дерев'яними скульптурами, музичними інструментами, сувенірами).

Агенція регіонального розвитку зацікавлена в розвитку Рахівщини як туристичного краю і через свої проєкти зможе надавати допомогу музею.

Карпатський біосферний заповідник пропагує екологічність відпочинку, випускає друковану продукцію про екологічний туризм та правила перебування в заповідних масивах, зацікавлений в активізації туризму, в рості свідомих відвідувачів заповідних територій і власного музею екології гір та історії природокористування. Спільно з Карпатським біосферним заповідником музей бриндзі проводитиме екоосвітню політику сталого розвитку.



Державні лісові господарства ремонтують лісові дороги та обладнують рекреаційні пункти, що позитивно впливає на комфортність перебування туристів у краї.

Торгівці бриндзі (на продуктових ринках або вдома), відчуваючи конкуренцію з боку Асоціації виробників тридиційних карпатських висскогірних сирів, підвищать рівень якості власної продукції.

Негативний вплив на проект

Негативно може впливати на проект якість шосейних доріг та послуг готельно-ресторанної сфери. Але вони постійно зростають.

Торгівці бриндзі без географічного зазначення на стихійних ринках можуть сабстувати продаж бриндзі з географічним зазначенням. Але поінформованість туристів та місцевих мешканців щодо критеріїв якості овечої продукції допоможе зробити вибір на користь якіснішого продукту.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Соціальна цінність – це значимість явищ і предметів реальної дійсності з точки зору їх відповідності потребам суспільства, соціальних груп чи особистості. Відповідно, соціальні цінності є загальнолюдські, колективні та індивідуальні.

Створення музею бриндзі в Рахові відповідатиме колективним потребам місцевої громади та туристів в інформуванні про унікальний продукт – гуцульську овечу бриндзю: умови його приготування, споживання та корисність. Бриндзя – обов'язковий продукт у меню гуцулів, складова багатьох національних страв. Та далеко не всі члени місцевої громади уявляють, як вона виготовляється. А туристи знають тільки «бринзу» супермаркетів. Тому інформування про цей продукт є не лише потрібним, а й корисним. Воно акцентує увагу на багатовіковій традиції вівчарства в Карпатах та унікальній культурній спадщині Гуцульщини.

Можливо, музей матиме й індивідуальну цінність для когось із місцевих школярів, хто загориться бажанням стати вівчариком.

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

Основний культурний продукт – музей гуцульської бриндзі

Додатковий культурний продукт:

1. Туристичні маршрути до вівчарських господарств як інтерактивна, виїзна «експозиція» музею
2. Інформаційні повідомлення про об'єкт нематеріальної культурної



спадщини – гуцульської овечої бриндзі

3. Популяризація нового статусу гуцульської овечої бриндзі – географічного зазначення

Якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту:

Показники досягнення завдання "Створити змістове наповнення музейного простору":

- Змістове наповнення музею створене та отримує позитивні відгуки від туристів
- Створено 3 відео для віар окуляр, як частина музейної експозиції
- В музеї виставлено біля 30 експонатів, що представляють комплексну інформацію про бриндзю (процес її виробництва, поширення, споживання, культурні традиції тощо)
- Розроблено 3 маршрути до візчарських господарств як інтерактивної, виїзної «експозиції» музею.

Показники досягнення завдання "Розробити візуальні матеріали для підтримки та просування музею"

- Створено 1 відео про музей для Інтернет- мережі
- Створена 1 сторінка у ФБ «Музей гуцульської овечої бриндзі», яка оновлюється двічі на тиждень
- Комунікаційна кампанія з популяризації музею в соціальних та інтернет-мережах є активною, успішною
- Створено та розміщено в ключових точках інформаційні вказівники про музей
- Флаєри (рекламні листівки) про музей поширені серед зацікавлених сторін проекту
- У всіх інформаційних матеріалах вказується УКФ

Показники досягнення завдання "Провести роз'яснювальну роботу серед населення Закарпаття і туристів щодо гуцульських традицій сироваріння та щодо отримання географічного зазначення гуцульської овечої бриндзі через засоби масової інформації, соціальні мережі":

- Музей бриндзі включено в перелік туристичних destinations проектів «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку»
- Громада ідентифікує овечу бриндзю як місцевий колорит та родзинку краю
- Інформаційні повідомлення в ЗМІ та інтернет-ресурсах щодо гуцульської овечої бриндзі надруковані



Показники досягнення завдання "Налагодити співпрацю з освітніми закладами Закарпаття та всієї України для популяризації музею бриндзі в Рахові та його активного відвідування":

- Працівники освіти ідентифікують музей як локацію для проведення освітніх та позашкільних заходів
- Студенти ВНЗ відвідують музей під час навчальних практик або в приватних поїздках
- Школярі та студенти залишають позитивні відгуки після відвідин музею
- 30-50 студентів та учнів відвідало музей за час дії проекту.

Показники досягнення завдання "Взаємодіяти з виробниками овечих сирів з метою їх наближення до громадськості шляхом організації екскурсійних маршрутів до вівчарських господарств та продажу бриндзі":

- Виробники бриндзі приймають екскурсії з музею та рекомендують музей своїм клієнтам
- Виробники бриндзі надають свою продукцію для дегустації в музеї

Показники досягнення завдання "Брати участь та ініціювати спільні заходи з місцевою та районною владами, ОТГ, Карпатським біосферним заповідником з метою просування гуцульської овечої бриндзі":

- Угода про співпрацю між музеєм та органами місцевого самоврядування підписана
- Проведено 2 спільні заходи з органами місцевого самоврядування щодо популяризації нематеріальної культурної спадщини – традиції сироваріння в Карпатах
- Представники органів місцевого самоврядування відвідали музей та популяризують його на різних рівнях
- Карпатський біосферний заповідник рекомендує музей своїм клієнтам та поширює інформаційні повідомлення про музей

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

Показники досягнення завдання "Створити змістове наповнення музею":

- Музей бриндзі самоокупний
- Музей включений до Всеукраїнської асоціації музеїв
- Музей щоквартально відвідують понад 100 осіб
- Екскурсії на полонини до вівчарських господарств, як інтерактивних



виїзних «експозицій» музею, щоквартально відвідують біля 75 осіб

- ? Щорічно музей відвідують 2-3 делегації з України та із закордону
- ? Для осіб з інвалідністю, відвідувачів музею, створено елементи універсального дизайну та розумного пристосування

Показники досягнення завдання "Розробити візуальні матеріали для підтримки та просування музею"

- ? ФБ сторінка музею має 1 тисячу підписників
- ? Ютуб сторінка музею має 1-2 тисячі переглядів

Показники досягнення завдання: "Провести роз'яснювальну роботу серед населення Закарпаття і туристів щодо гуцульських традицій сироваріння та щодо отримання географічного зазначення гуцульської овечої бриндзи через засоби масової інформації, соціальні мережі":

- ? Місцеве населення та туристи споживають гуцульську овечу бриндзю з географічним зазначенням
- ? Гуцульські традиції сироваріння та музей бриндзи є важливим інформаційним повідомленням в місцевих та національних ЗМІ

Показниками досягнення завдання "Налагодити співпрацю з освітніми закладами Закарпаття та всієї України для популяризації музею бриндзи в Рахові та його активного відвідування":

- ? Відвідини музею бриндзи включено як навчальний компонент у місцевих школах
- ? Щорічно 150 школярів Рахівщини та України відвідують музей
- ? Щорічно 100 студентів відвідують музей
- ? ВЗН, де є підготовка з культурних та географічних спрямувань, обізнані про музей та відвідують його під час навчальних практик
- ? Щорічно на базі музею проходить один освітній конкурс
- ? Щорічно на базі музею проходять 2-3 виїзді заняття гуртків з краєзнавства
- ?

Показники досягнення завдання "Взаємодія з виробниками овечих сирів з метою їх наближення до громадськості шляхом організації екскурсійних маршрутів до вівчарських господарств та продажу бриндзи":

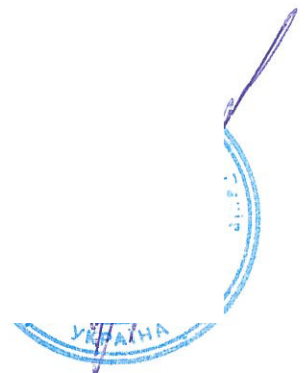
- ? Щорічно музей є запрошеним на виставку страв з бриндзи для їх популяризації серед туристів
- ? В музеї можна придбати продукцію з географічним зазначенням

Показники досягнення завдання "Брати участь та ініціювати спільні заходи з місцевою та районною владами, ОТГ, Карпатським біосферним



заповідником з метою просування гуцульської овечої бриндзі":

- [?] Розроблена локальна стратегія розвитку та популяризації гуцульської традиції сироваріння як нематеріальної культурної спадщини
- [?] Створено кластер з просування бриндзі як нематеріальної культурної спадщини за участі виробників сирів, місцевих гідів, органів місцевого самоврядування та інших зацікавлених сторін
- [?] Кількість туристів Рахівщини зросла і досягла 50 000 осіб на рік



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

Імовірність внутрішніх ризиків невисока. Але їх теж потрібно передбачити.

Це можуть бути:

- Недостатня професійність виконавців проекту
- Конфлікт між членами команди
- Затримка виконання певних видів запланованих робіт

Мінімізувати ці ризик можна таким чином:

- Взяти участь (при нагоді) в семінарах, вебінарах, тренінгах щодо підвищення професійного рівня та знань з конфліктології
- Замінити виконавців робіт, розірвавши з ними угоди

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

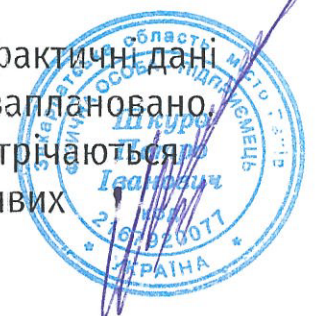
Зовнішні ризики та шляхи їх мінімізації

1. Інфляція і як наслідки:

- Подорожчання товарів та послуг, необхідних для створення музею. Шлях мінімізації: пріоритизація закупівель, пошук додаткових ресурсів
- Спад туристичної активності. Шлях мінімізації: поширення інфомрації про музей не тільки серед туристів, а й місцевого населення.
- Погодні умови, несприятливі для екскурсій. Шлях мінімізації: зменшення кількості екскурсій на полонину.
- Неможливість проведення мандрівок до вівчарських господарств, через активність вовків у Карпатах. Шлях мінімізації: пошук нових маршрутів, у безпечних місцях.
- COVID 19. Шлях мінімізації: активне просування музею через ЗМІ та інтернет -мережі з метою підвищення інтересу до нього та отримання майбутніх замовлень на екскурсії. Створення безпечних санітарних умов у музеї, обладнання санітарної кімнати для можливості дезінфекції рук. Також музей не передбачає великого скупчення людей через невелику його площу.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

У процесі контролю за станом реалізації проекту збираються фактичні дані про його втілення. Цей матеріал порівнюється з тим, що було заплановано. Необхідність контролю зумовлена тим, що насправді часто зустрічаються відхилення фактичних показників від планових. Аналіз можливих



відхилень виконання окремих заходів чи видів робіт проекту в цілому є дуже важливим.

Контроль за реалізацією проекту здійснюється за допомогою моніторингу - постійного накопичення інформації з метою визначення ходу виконання і кінцевого завершення запланованих дій.

Ключові питання, відповіді на які потрібно дати в процесі моніторингу, складаються з нижченаведених:

- Чи досягаються заздалегідь встановлені короткотермінові результати?
- Які з питань, ризиків і труднощів потрібно враховувати, для того щоб забезпечити досягнення результатів?
- Які рішення потрібно прийняти в зв'язку зі змінами на більш пізніх етапах запланованої роботи?

Для наглядного моніторингу, аплікантка планує створити таблицю-графік реалізації завдань на всі 26 тижнів проекту.

Інструментами моніторингу стануть:

Внутрішній моніторинг

моніторинг етапів інформаційного супроводу проекту та підготовки звітності

- Буде складено, спільно з SMM фахівцем, календарний план інформаційного супроводу
- Двічі на місяць відбуватиметься моніторинг виконання інформаційного плану
- Моніторинг керівником проекту поширення інформації про музей в соціальних мережах
- Моніторинг керівником проекту відгуків та характеру інформаційних повідомлень

ЗМІ

В газеті «Зоря Рахівщини» та газеті «День»

Поширення інформації про проект в Ukraïner

Запрошення до музею ЗМІ, які будуть висвітлювати фестиваль «Гуцульська бринздя»

Вільний доступ до напрацювань

Інтернет ресурси: ФБ сторінки Музею бриндзі та "Експерсії.Рахів"

ТурінфоЗакарпаття

ЗМІ

Газети "Зоря Рахівщини", "День", Закарпатське ТВ

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?

Для поширення інформації про проект будуть обрані такі ключові повідомлення

1. «Високогірне вівчарство – елемент нематеріальної культурної спадщини України. Відвідати музей бриндзі та полонину – це круто!»

Серед прямої ЦА:

Спікери: Асоціація виробників традиційних карпатських високогірних сирів

Лідери думок: вихідці з Рахова: письменник Олександр Масляник, поет Василь Кухта

Органи місцевого самоврядування

Серед непрямї ЦА:

Спікери: Районна газета «Зоря Рахівщини»

Лідери думок: письменник Олександр Масляник, поет Василь Кухта

Органи місцевого самоврядування

Серед потенційних партнерів та широкої аудиторії:

Спікери: проекти «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку»

Український культурний фонд

Лідери думок: письменник Олександр Масляник, поет Василь Кухта

2. «Гуцульська бриндзя – перший продукт в Україні з географічним зазначанням і найкращий подарунок із Карпат!»

Серед прямої ЦА:

Спікери: Асоціація виробників традиційних карпатських високогірних сирів

Лідери думок: письменник Олександр Масляник, поет Василь Кухта

Органи місцевого самоврядування

Серед непрямї ЦА:

Спікери: Районна газета «Зоря Рахівщини»

Лідери думок: письменник Олександр Масляник, поет Василь Кухта



Органи місцевого самоврядування

Серед потенційних партнерів та широкої аудиторії:

Спікери: проекти «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку»

Український культурний фонд

Лідери думок: письменник Олександр Масляник, поет Василь

Кухта

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?

«Хто володіє інформацією, володіє світом!» - відомий і актуальний вислів. Щоб про єдиний в Україні та світі (!) музей бриндзі дізналася якнайширша аудиторія, потрібно проводити активну рекламну кампанію. Головний месидж, який буде посилатися світові – «Дізнайтеся, що таке «гуцульська бриндзя»! А вже Інтернет-ресурси цю інформацію поширять по всій мережі. Тільки потрібно активно моніторити стан просування.

Для поширення інформації про проект складено план комунікації: окремо для цільової та нецільової аудиторій. План включає методи та канали комунікації.

Щодо методів, то виявилось, що вони є спільними для прямої (туристи, школярі та жителі Рахівщини, що цікавляться темою бриндзі) і непрямой (жителі Рахівщини- потенційні покупці бриндзі, готельно-ресторанний бізнес) цільових аудиторій та включають в себе:

- Промо-акції в Фейсбук та Інстаграм на сторінці «Екскурсії. Рахів» та сторінці «Музей бриндзі в Рахові», де регулярно буде висвітлюватися інформація про діяльність музею
- Створення сторінки про музей на Ютуб-каналі, наповнення її фахово створеним роликом та іншими відеоматеріалами
- Постійний моніторинг сторінок у Фейсбук та на Ютуб-каналі спочатку за допомогою комунікаційних менеджерів, а потім – авторкою проекту
- Поширення інформації про музей бриндзі в Рахові через звітні ролики Українського культурного фонду, арт-бук «Проекти УКФ»
- Просування проекту через амбасадорів - лідерів думок: вихідців із Рахова відомих людей
- Презентація музею через майстер-класи з виготовлення страв із бриндзєю, які проводять шеф-кухарі в ресторанах інших міст
- Участь у промо-акціях проектів «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку»



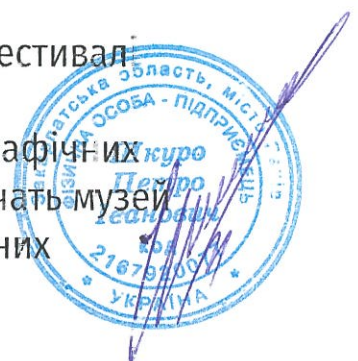
Для зацікавлених сторін:

- [?] Проведення показової екскурсії в музей для депутатів Рахівської районної ради та сільських голів з метою поширення інформації серед жителів Рахівщини
- [?] Проведення промо-акції на фестивалі «Гуцульська бриндзя»
- [?] Поширення інформації через Інтернет-мережі та друковані ресурси зацікавлених сторін

Під час реалізації проекту використовуватимуться різноманітні канали комунікації

Для прямої цільової аудиторії та непрямой цільової аудиторії канали комунікації виявилися спільними:

- [?] соціальна мережа Фейсбук та Інстаграм, де на сторінці «Екскурсії Рахів» та сторінці «Музей бриндзі в Рахові» буде висвітлена інформація про діяльність музею, його послуги та події
- [?] сторінка на Ютуб-каналі про музей бриндзі в Рахові
- [?] вебсайт «Karpaty.info» як одного з лідерів у сфері туризму в Україні
- [?] вебсайт міста Рахова
- [?] районна газета «Зоря Рахівщини» та її сторінка в Фейсбук, через які буде інформуватися населення Рахівського району про музей бриндзі та публікуватися конкурс «Що я знаю про бриндзю?»
- [?] рекламні вивіски на в'їздах у Рахів, у с.Кваси (де знаходиться санаторій «Гірська Тиса») та біля курорту Драгобрат
- [?] магазин «Бринзарня» в географічному центрі Європи, де продається бриндзя від членів Асоціації виробників традиційних карпатських високогірних сирів і в якому буде поширюватися друкована реклама про музей бриндзі (двома мовами)
- [?] туристсько-інформаційний центр Карпатського біосферного заповідника «Географічний центр Європи», в якому буде поширюватися друкована реклама про музей бриндзі (двома мовами)
- [?] Готельно-ресторанний бізнес як канал поширення друкованої продукції про музей
- [?] Фестиваль «Гуцульська бриндзя» в Рахові та інші свята й фестивалі Рахівщини
- [?] координатори проектів «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку», які включають музей бриндзі в рекомендовані місця відвідувань на своїх туристичних DESTINATIONAХ



- представники 3-х держлісгоспів Рахівщини, які на облаштованих ними рекреаційних пунктах розмістять інформацію про музей бриндзі

Для непрямої ЦА додатковим каналом комунікації є:

- Сесії районної та міської рад з тематикою розвитку туризму та конкретної підтримки музею бриндзі

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Районна газета «Зоря Рахівщини» - 2-3 публікації

Всеукраїнська газета «День» – 1 публікація

З якими лідерами думок планується співпраця?

Протягом створення та діяльності музею планується співпраця з наступними лідерами думок (за їх згодою):

- Керівництво Асоціації виробників традиційних карпатських високогірних сирів (м.Рахів)
- Координатори проектів «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку» (м.Львів)
- Вихідці Рахова: письменник Олександр Масляник (м.Львів) та поет Василь Кухта (м.Ужгород)
- Український культурний фонд як авторитетне джерело інформації про найуспішніші проекти зі збереження та популяризації культурної спадщини України
- Керівництво Всеукраїнської асоціації гідів (м.Київ)
- Власники найпопулярнішого в Рахові готелю «РахівПлай» з високим рейтингом у «Booking.com» та великою кількістю підписників
- Співробітники Карпатського біосферного заповідника (м.Рахів), які приймають на практику студентів з України та країн Європи і потенційно є популяризаторами інформації про музей
- Керівництво органів місцевого самоврядування Рахівщини
- Голова Фондації українських гуцулів Румунії Василь Пспович (с.Кривий)
- Кляп Інна, організатор гастрономічних фестивалів у Львові: Street Food So Good, Lviv Ice Cream Festival, Lviv Art and Wine Festival, So Green Fest; освітній координатор Lviv Fashion Week напрямку sustainable fashion
- Керівництво Асоціації Карпатських Ватагів (сmt Верховина)
- Karpaty-tour Club Karpaty-tour Club (м.Рахів)
- Adventure Tours in Ukraine (м. Київ) як лідер екстремального міжнародного туризму

Очікується поява ще більшої кількості лідерів думок, які зацікавляться



темою музею бриндзі.

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

Результати комунікаційного плану

- На основі поширення інформації про музей в Інтернет-мережах та через відгуки туристів, музей бриндзі в Рахові став відомим на всю Україну та за її межами
 - Кількість осіб, що вгодобали сторінку в Фейсбук «Екскурсії Рахів», збільшилося до 3 тисяч
 - Кількість осіб, що вгодобали Фейсбук-сторінку «Музей бриндзі в Рахові» склала 1 тисячу
 - Середнє охоплення аудиторії в Фейсбук - 1200-1500 осіб
 - Вівчарі включилися в діяльність музею, пропонують власну продукцію для реалізації
 - Проведено 1-3 спільні заходи з Асоціацією виробників традиційних карпатських високогірних сирів
 - Громада розуміє значення поняття «географічне зазначення» та цінність бриндзі
 - 2-3 фахівців з просування популяризують музей та гуцульську бриндзю на своїх платформах
 - Створена сторінка на Ютуб-каналі про музей бриндзі та свечу гуцульську бриндзю
 - Музей зареєстрований в Гугл карті
 - Написані 2-3 статті в районну газету «Зоря Рахівщини» про музей бриндзі й традиції сироваріння на полонинах та 1 стаття в газеті «День»
 - В соціальних мережах висвітлено не менше 5 мандрівок на полонини
 - Два рази в місяць розміщується інформаційне повідомлення щодо гуцульських традицій сироваріння в соціальних мережах
 - Протягом звітного періоду біля 100 туристів відвідали музей або взяли участь в екскурсіях до вівчарських господарств
 - Запрошено в музей 1-2 письменників, які висвітлюють тематику Карпат
 - Налагоджено співпрацю з не менше 3 освітніми закладами Рахівського району
 - Налагоджено співпрацю з не менше 3 освітніми закладами України (в тому числі ВНЗ)
 - Збільшилася кількість шкільних екскурсій та екскурсій з навчальною метою.
- 50 учнів, студентів та викладачів відвідало музей
- Презентовано музей депутатам органів місцевого самоврядування
 - Проведено біля 5 зустрічей чи комунікацій із зацікавленими сторонами проекту



- Зацікавлені сторони беруть участь у заходах музею та запрошуюють на власні заходи
- Оголошений в районній газеті «Зоря Рахівщини» та проведений конкурс «Що я знаю про бриндзю?» Переможці отримали безкоштовну екскурсію в музей бриндзі

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

Вільний доступ до напрацювань проекту буде забезпечений через:

1. активне відвідування музею бриндзі всіма бажаними;
2. запровадження пільгової оплати для різних категорій населення;
3. Дні відкритих дверей;
4. виступи координатора про кінцеві результати проекту на конференціях, туристських форумах, фестивалях;
5. поширення інформації про кінцеві результати проекту в інтернет-мережах та ЗМІ

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)?

Подальша діяльність музею передбачає обов'язковий розвиток!

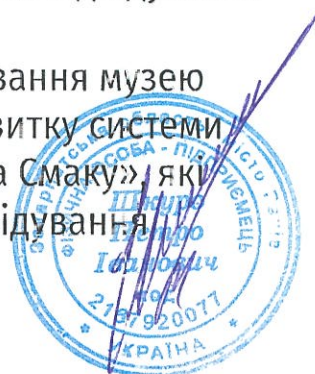
На отримані кошти за відвідування музею (реінвестиції) планується часткове придбання посуду для дегустацій.

На очікуване фінансування з бюджету планується часткове поповнення експозицій. Підтримка музею владою міста та Рахівщини очікується також через допомогу в отриманні дерев'яних скульптур, створених на щорічній «Битві різьбярів», смт Великий Бичків.

Майбутня грантова підтримка (від написання наступних проектів) планується на:

- постійне поповнення експонатів музею: як для експозиційної, так і для рекреаційної його частин;
- розширення приміщення музею і перетворення його на музей-хаб із розширенням послуг, що надаватимуться;
- створення умов для забезпечення архітектурної доступності відвідування музею людьми з інвалідністю;
- впровадження альтернативних джерел енергії для опалювання музею

Також важлива підтримка музею проектами «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» та «Карпатська Дорога Смаку», які помістять локацію музею на свої інтерактивні карти для відвідування туристами з усього світу.



Діяльність проекту задля продовження довгострокового впливу проекту у регіоні:

музей бринзді - активний суб'єкт туристичного життя Рахівщини. Підвалини для цього закладено на етапі реалізації проекту. Задля продовження впливу в регіоні та поза його межами:

- Промоція у ЗМІ та інтернет-мережі
- Промоція через участь у Всеукраїнській асоціації музеїв
- Просування через фестивалі та свята Рахівщини («Гуцульська бриндзя», «Бичківські голубці», «Барви карпатського ліжника» тощо).
- Участь в обміні досвідом працівників музеїв
- Розширення можливостей через майбутнє збільшення площі музею
- Використання музею для проведення дозвіллевих форм роботи освітян (гуртків, свят), фотосесій, культурних заходів тощо.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Ділитися досвідом необхідно! І переймати новий досвід. Важливо координатору проекту брати участь у:

- національних заходах з вивчення та популяризації культурної спадщини регіонів України;
- туристських форумах (в 2019 році аплікантка була спікером Днів гостинності в Запоріжжі);
- щорічних гуцульських фестивалів Рахівщини, України та Румунії;

Також координатор проекту може делегувати свої обов'язки з поширення інформації про музей бринзді іншим учасникам гуцульських фестивалів та наукових конференцій у Карпатському біосферному заповіднику (м.Рахів)

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

Партнерство поза межами проекту планується з такими організаціями:

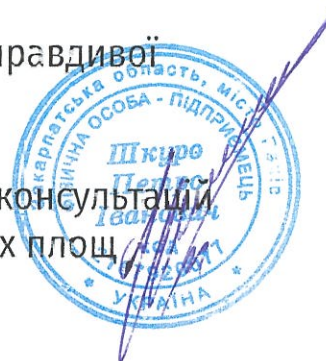
I. Музеї - для обміну досвідом і проведенням взаємних екскурсій:

- Музей вівчарства в с. Космач Івано-Франківська область
- Краєзнавчі музеї в смт Ясеня та в смт Великий Бичків Рахівського району
- Музей дерев'яної різьби в Рахові
- Музей гуцульського побуту Мараморощини в с.Кривий, Румунія, де проживає гуцульська діаспора
- Музей-сироварня «Бараново», с. Іза

II. Державний архів Рахівського району – для поповнення правдивої інформації з історії вівчарства в Карпатах

III. Виробники мерчів з логотипом музею

IV. Центр інклюзивного дизайну в м. Київ – для подальших консультацій щодо доступності в разі майбутнього розширення музейних площ



- V. Виробники сонячних батарей – для майбутнього встановлення в музеї
- VI. Самодіяльні колективи гуцульських народних інструментів
- VII. Всеукраїнська Асоціація музеїв

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

2

Кількість жінок у команді проекту

1

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

1

Кількість людей віком від 51 до 60

1

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

1

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Так. 5



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

так

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

так

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

так

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

так

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

Шкуро П.І.

Підпис



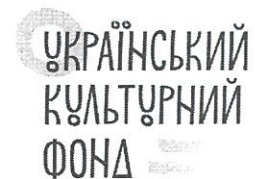
Дата заповнення

Фонд:

Грантоотримувач:



Додаток № 2
до Договору про надання гранту № ЗВЕГ1-5381
від " 01 " червня 2020 року



Назва конкурсної програми: Культура. Туризм. Регіони

Назва ЛОТ-у.

Назва Заявника: ФОП Шкуро П.І.

Назва проекту: Створення музею гуцульської бриндзи в Рахові

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	99,75%	401 870,00
2	Співфінансування* :		-
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від вхідних квитків, дегустацій, продажу бриндзи) та реінвестовані в послуги страхування та закупівлю сувенірів	0,25%	1 000,00
	Всього	100,00%	402 870,00

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

Керівник проекту



Шкуро П.І.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва Заявника: ФОП Шкуро П.І.

Назва проекту: Створення музею гуцульської бринді в Рахові

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Реінвестиції			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)			
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	16	17	
Розділ:	II	Витрати:										
Підрозділ:	1	Оплата праці										
Стаття:	1.1	Штатні працівники			-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців									
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців									
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців									
Стаття:	1.2	За трудовими договорами			-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців									
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців									
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців									
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ			5,00	6 710,00	33 550,00	-	-	-	33 550,00	
Пункт:	а	Шкуро Ольга Андріївна, координатор проекту	місяців	5,00	6 710,00	33 550,00				33 550,00		
Пункт:	б		місяців									
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців									
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":					5,00	6 710,00	33 550,00	-	-	-	33 550,00	
Підрозділ:	2	Соціальні внески										
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці			5,00	1 476,20	7 381,00	-	-	-	7 381,00	
Пункт:	а	ЄСВ (22%)	місяців	5,00	1 476,20	7 381,00				7 381,00		
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":					5,00	1 476,20	7 381,00	-	-	-	7 381,00	
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)										



Стаття:	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої)	шт.								
Пункт:	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої)	шт.								
Пункт:	в	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої)	шт.								
Стаття:	3.2	Вартість проживання (для штатних)		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба								
Пункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба								
Пункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба								
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба								
Пункт:	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба								
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба								
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями"				-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні активи									
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для		26,00	37 600,00	81 000,00	-	-	-	81 000,00	
Пункт:	а	Стенди для музею	шт.	4,00	5 000,00	20 000,00				20 000,00	буде створено 4 стенди: «Вівчарські господарства Рахівщини», «Маршрути до вівчарських господарств», «Географічне зазначення гуцульської бриндзи», карта стенд «Звідки наші туристи». Дані стенди будуть розміщені в музеї, як частина його експозиції



Пункт:	б	Віар окуляри та обладнання для них	шт.	4,00	5 000,00	20 000,00				20 000,00	віар окуляри, це обладнання для демонстрації відео матеріалу щодо побуту вівчарів, перебування овець на полонині, виготовлення бринзді та інших продуктів з овечого молока з дотриманням багатотисячолітніх традицій. Відео ролик виступають як частина музейних експозицій. Вони будуть продовжувати використовуватися для проведення екскурсій в музеї. Кошти на створення відео матеріалу передано в пункті Б 14 підрозділу, посилання на віар окуляри Очки виртуальної реальності VR Shinecon 6.0 с пультом та навушниками (https://rozetka.com.ua/ua/161029443/p161029443/) та телефон для трансляції мобільний телефон Xiaomi Redmi 7A 2/32GB Gem Blue (https://rozetka.com.ua/xiaomi-redmi-7a-2-32gb-gem-blue-400720161029443/)
Пункт:	в	Екран настінний з механізмом повернення 145 x 110	шт.	1,00	2 000,00	2 000,00				2 000,00	екран буде використовуватися для демонстрації відео та презентацій під час екскурсій. Екран буде знаходитися в приміщенні музею і в подальшому буде використовуватися для проведення екскурсій в музеї
Пункт:	г	Екран мобільний підлоговий: 200x150 см	шт.	1,00	3 000,00	3 000,00				3 000,00	екран буде використовуватися, за умови гарної погоди на вулиці, для демонстрації частини відео матеріалів - експозицій маломобільним громадянам. Таким чином буде забезпечено компонент інклюзивності. По завершенню проекту буде передано на баланс музею
Пункт:	г	Скульптури овець	шт	3,00	700,00	2 100,00				2 100,00	"овецьки це джерело появи бринзді". Скульптура овецьки буде розміщені в дворі музею та сприятимуть налаштуванню туриста на тематику музею. Скульптури будуть як садові фігури https://domfiguruk.com.ua/ua/shop/product/ovtsa-m
Пункт:	д	Інвентар побуту вівчарів (бербениці, кружки, ложки, бочка, казан, дзвіночки, доріжки тощо)	шт	8,00 *	1 000,00	8 000,00				8 000,00	інвентар побуту вівчарів, це безпосередні елементи музейних експозицій бербениці 1 шт - 1 000 грн; бочка (пугтера) - 1900 грн; казан - 1 800грн; дзвіночки 2 шт. х 200 грн = 400 грн.; доріжка 300 грн х 3 шт = 900 грн; комплект декоративні кружки, ложки, тарілки 400 х 5 = 2 000. По завершенню проекту буде передано на баланс музею
Пункт:	е	Трембіта	шт	1,00	5 000,00	5 000,00				5 000,00	трембіта, це інструмент, яким в давнину спілкувалися вівчарі. В музеї у відвідувачів буде можливість потримати трембіту, зробити фото, спробувати пограти. По завершенню проекту буде передано на баланс музею
Пункт:	ж	Старовинний етнічний одяг (костюм для фотографування) (кожух, постолі, кресаня, сорочка)	шт.	2,00	5 000,00	10 000,00				10 000,00	етнічний одяг буде демонструвати культурну національну традицію та надасть можливість зробити пам'ятну фотосесію відвідувачам. Оренди в Рахові немає. По завершенню проекту буде передано на баланс музею
Пункт:	з	Ноутбук	шт.	1,00	5 900,00	5 900,00				5 900,00	в Рахові немає послуг з оренди комп'ютерної техніки. Ноутбук буде постійно використовуватися в музеї для фото та аудіо супроводу екскурсій
Пункт:	и	Проектор	шт.	1,00	5 000,00	5 000,00				5 000,00	в Рахові немає послуг з оренди проектора. Проектор буде постійно використовуватися в музеї для фото та аудіо супроводу екскурсій



Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)									
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)									
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи									
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи"				26,00	37 600,00	81 000,00				81 000,00	
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою									
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу,	кв.м (годин, діб)								
Пункт:	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу,	кв.м (годин, діб)								
Пункт:	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу,	кв.м (годин, діб)								
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт.								
Пункт:	б	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.								
Пункт:	в	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.								
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу)	км (годин)								
Пункт:	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу)	км (годин)								
Пункт:	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)								
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)									
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)									
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)									
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)									



Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних)				-														
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних)				-														
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою"						-														
Підрозділ:	6	Витрати на харчування																		
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо				-														
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-														
Пункт:	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-														
Пункт:	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-														
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та проживання"						-														
Підрозділ:	7	Матеріальні витрати																		
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина				60,00	10 580,00	21 500,00	-	-	1 000,00	22 500,00								
Пункт:	а		шт.																	перенесено в статтю 14.4. Технічне завдання додається
Пункт:	б	Обладнання санітарної кімнати та монтаж (унітаз, умивальник, сушилка)	шт.	1,00	5 900,00	5 900,00						5 900,00								
Пункт:	в	Вогнегасник	шт.	3,00	400,00	1 200,00						1 200,00								враховуючи цінність експозицій, та необхідність забезпечення пожежної безпеки є потреба в закупівлі 3 малих вогнегасників, які будуть розташовані в різних місцях приміщення. Для мобільності та швидкості їх використання, за потреби.
Пункт:	г	Підлогове покриття	кв.м.	30,00	180,00	5 400,00						5 400,00								
Пункт:	г	Холодильник (для зберігання бриндзі та продуктів для дегустації)	шт.	1,00	3 000,00	3 000,00						3 000,00								холодильник потрібен з моменту відкриття музею. Для розміщення та зберігання дегустаційних сирів та продукції вівчарства. Кошти для реінвестицій будуть тільки після певного періоду діяльності музею (з продажу квитків)
Пункт:	д	Посуд для дегустації	шт.	20,00	100,00	1 000,00				1 000,00		2 000,00								
Пункт:	е	Підсвічування стіндів	шт.	5,00	1 000,00	5 000,00						5 000,00								
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі				4,00	448,50	1 794,00	-	-	-	1 794,00								
Пункт:	а	Флешка (64 ГБ пам'яті)	шт.	4,00	448,50	1 794,00						1 794,00								
Пункт:	б	Найменування	шт.			-						-								
Пункт:	в	Найменування	шт.			-						-								
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати				-						-								
Пункт:	а	Найменування	шт.			-						-								
Пункт:	б	Найменування	шт.			-						-								
Пункт:	в	Найменування	шт.			-						-								



Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				64,00	11 028,50	23 294,00	-	-	1 000,00	24 294,00	
Підрозділ	8	Поліграфічні послуги									
Стаття	8.1	Послуги із		2 015,00	10 680,50	12 560,00			-	12 560,00	
Пункт:	а	Нанесення логотипів на сумки	шт.	12,00	80,00	960,00			-	960,00	у вартість включено ціну сумки та нанесення логотипу на неї. Сумки будуть надаватися зацікавленим сторонам для популяризації ними музею та визначним гостям музею
Пункт:	б	Друк брошур	шт.			-			-	-	
Пункт:	в	Друк буклетів	шт.			-			-	-	
Пункт:	г	Друк рекламних листівок	шт.	2 000,00	0,50	1 000,00			-	1 000,00	листівки будуть надаватися зацікавленим сторонам для поширення інформації про музей: представникам готельно-ресторанного бізнесу, представникам вівчарських господарств, представникам органів місцевого самоврядування
Пункт:	г	Друк банера 350x120	шт.	1,00	2 500,00	2 500,00			-	2 500,00	в дворі музею
Пункт:	д	Друк банера 200x150	шт.	1,00	2 100,00	2 100,00			-	2 100,00	стилізована фотозона в дворі музею, з отворами для обличчя
Пункт:	е	Друк банера 700x300	шт.	1,00	6 000,00	6 000,00			-	6 000,00	на бічній стіні музею (його буде видно здалеку, для орієнтування, де саме музей)
Пункт:	є	Послуги копірайтера	шт.			-			-	-	
Пункт:	ж	Інші поліграфічні послуги	шт.			-			-	-	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				2 015,00	10 680,50	12 560,00	-	-	-	12 560,00	
Підрозділ	9	Послуги з просування									
Пункт:	а	Просування Ютуб каналу	міс	0,60	8 000,00	4 800,00			-	4 800,00	
Пункт:	б	Створення чат-бота	1 шт	1,00	3 000,00	3 000,00			-	3 000,00	чат-бот для підтримки постійної комунікації з туристами, додаткового їх залучення та надання загальної інформації
Пункт:	в	Онлайн просування музею	міс	3,00	4 000,00	12 000,00				12 000,00	
Пункт:	г	Налаштування реклами в соціальних мереж (ФБ, ІГ) та сайту	міс	0,60	12 000,00	7 200,00				7 200,00	реклама музею, надасть можливість первинної його популяризації серед туристів. Налаштування реклами необхідно для правильного її фокусування на цільовій аудиторії. Послугу надаватиме фахівець з просування в інтернет та соціальних
Пункт:	г	Редакція сайту	міс	0,50	8 000,00	4 000,00				4 000,00	адаптація сайту http://tourism-rakhiv.in.ua/ , відповідно до сучасних тенденцій, з метою його привабливості для туристів. Також розміщення окремого розділу про музей, його унікальність, умови відвідування тощо.
Пункт:	д	Вивіска мала 50x40	шт.	2,00	300,00	600,00				600,00	виготовлення вивіски на дверях музею. На вивісці буде вказано назву музею, графік роботи та про УКФ
Пункт:	е	Світлова двостороння вивіска (лайтбокс) (120x80)	послуга	2,00	5 900,00	11 800,00				11 800,00	1 вивіска буде розміщена в центрі Рахова з рекламою музею та контактною інформацією, лого УКФ 2 вивіска буде розміщена в селі Кваси, біля санаторію "Ірська Тиса" . Вартість надана єдиним надавачем послуг



Пункт:	є	Вівіски про музей 140-125	шт	3,00	5 500,00	16 500,00				16 500,00	1 та 2 вівіски будуть розміщені на віздах в місто Рахів, для інформування про наявність музею. Третя вівіска буде розміщена на повороті до курорту Драгобрат. назва музею "Музей І уцьольської бринді в Рахові" Вартість надана єдиним надавачем послуг
Пункт:	ж	Вівіска-вказівник про музей	шт	1,00	1 500,00	1 500,00				1 500,00	вивіска буде знаходитися на роздоріжжі перед музеєм, для допомоги відвідувачам в його знаходженні. Вартість надана єдиним надавачем послуг
Пункт:	з	Вівіска про музей 250x125	шт.	1,00	6 000,00	6 000,00			-	6 000,00	вивіска буде розміщена перед входом до музею. Вартість надана єдиним надавачем послуг
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				14,70	54 200,00	67 400,00	-	-	-	67 400,00	
Підрозділ	10	Створення web-ресурсу									
Пункт:	а	Створення Ютуб каналу	шт	1,00	2 000,00	2 000,00			-	2 000,00	
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту	послуга	5,00	252,00	1 260,00			-	1 260,00	
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				6,00	2 252,00	3 260,00	-	-	-	3 260,00	
Підрозділ	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних									
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних,	шт			-			-	-	
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних,	шт			-			-	-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних"				-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ	12	Послуги з перекладу									
Пункт:	а	Усний переклад	година			-			-	-	
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка			-			-	-	
Пункт:	в	Письмовий переклад рекламної листівки на англійську мову	сторінка	2,50	180,00	450,00			-	450,00	
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка			-			-	-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу"				2,50	180,00	450,00	-	-	-	450,00	
Підрозділ	13	Адміністративні витрати									
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	місяців	5,00	4 730,00	23 650,00			-	23 650,00	
Пункт:	б	Юридичні послуги									
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	10 000,00	10 000,00			-	10 000,00	
Пункт:	г	СММ	місяців	5,00	4 785,00	23 925,00			-	23 925,00	ведення ФБ сторінки, підготовка та розміщення інформаційних повідомлень. Спілкування з туристами та дописувачами сторінки



Всього по підрозділу 13 "Адміністративні			11,00	19 515,00	57 575,00	-	-	-	57 575,00		
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати									
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		11,00	55 100,00	102 900,00	-	-	-	102 900,00	
Пункт:	а	Створення відео ролику про виготовлення гуцульської овечої бриндзи (для Ютуб каналу)	шт.	1,00	17 000,00	17 000,00				17 000,00	вартість ролика визначена середня на основі аналізу 3 пропозицій на ринку. Параметри вказані в ТЗ
Пункт:	б	Створення відеопродукту про виготовлення гуцульської бриндзи як інтерактивної експозиції для перегляду за допомогою віар-окулярів у музеї	шт.	3,00	20 000,00	60 000,00				60 000,00	вартість ролика визначена середня на основі аналізу 3 пропозицій на ринку. Параметри вказані в ТЗ
Пункт:	в	Створення відео ролику про музеї	шт.	1,00	7 000,00	7 000,00				7 000,00	вартість ролика визначена середня на основі аналізу 3 пропозицій на ринку. Параметри вказані в ТЗ
Пункт:	г	Створення логотипу музею	послуга	1,00	5 000,00	5 000,00				5 000,00	
Пункт:	д	Монтаж щитів для вивісок про музеї 140-125	послуга	3,00	1 700,00	5 100,00				5 100,00	послуга передбачає монтаж 3 вивісок про музеї (на віздах до міста та на повороті до курорту Драгобрат)
Пункт:	е	Монтаж світлової двосторонньої вивіски (лайтбокс) (120x60)	шт	2,00	4 400,00	8 800,00				8 800,00	
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Страхування музею	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 двостороннього флаєра	екземпляр			-				-	
Пункт:	в	Друк	екземпляр			-				-	
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр			-				-	
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр			-				-	
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		6,00	8 900,00	12 500,00	-	-	-	12 500,00	
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-				-	
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)				-				-	



Пункт:	в	Банківська комісія за переказ	міс	5,00	900,00	4 500,00			-	4 500,00	
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування				-			-	-	
Пункт:	д	Інші банківські послуги				-			-	-	
Пункт:	е	Експозиція виготовлення бриндзи (бугафорія)	послуга	1,00	8 000,00	8 000,00			-	8 000,00	технічне завдання додається
Всього по підрозділу 14 "Інші прями витрати"				17,00	64 000,00	115 400,00	-	-	-	115 400,00	
Всього по розділу II "Витрати":						401 870,00			1 000,00	402 870,00	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ											
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Керівник проекту
(посада)



Шкуро П.І.

(ПІБ)