

ДОГОВІР № 3REG1-7447
про надання гранту

м. Київ

« 01 » червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Мукачівський історичний музей (далі – Грантоотримувач) в особі Директора Белеканича Михайла Івановича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Реміснича мануфактура «Паланок»» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

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

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

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

04 ЧЕР 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 449 785 грн. 00 коп. (чотириста сорок дев'ять тисяч сімсот вісімдесят п'ять гривень 00 коп.) без ПДВ.
2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.
3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.
4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.
5. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проєкту відповідно до умов цього Договору.
2. Грантоотримувач зобов'язується:
 - 1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;
 - 2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);
 - 3) реалізувати Проєкт у строки, визначені у пункті 1 розділу II цього Договору;
 - 4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проєкту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;
 - 5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

втрати, в результаті курсових різниць;

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

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

ІХ. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

Х. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

ХІ. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

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

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

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

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Відділ міжнародного співробітництва Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

international@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Белеканич Михайло Іванович, директор музею,

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

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

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

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Мукачівський історичний музей

Юридична адреса:

89600, Закарпатська область, м.

Мукачеве, вул. Замкова гора, б/№

Адреса для листування:

89600, Закарпатська область,

м.Мукачеве, вул. Замкова гора, б/№

ЄДРПОУ/ПІН: 04813036

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: Мукачівське УДКСУ

Р/р: UA158201720314251002301048860

МФО: 820172

Тел.: +380 99 273 21 99

Виконавчий директор



Ю.О. Федів

Директор



М.І. Белеканич

**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3REG1-7447
від «01» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Культура. Туризм. Регіони

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3REG1-7447

Назва проекту: Реміснича мануфактура "Паланок"

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)

народні ремесла
фестивалі

Назва проекту

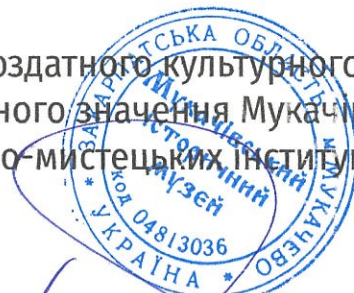
Реміснича мануфактура "Паланок"

Назва проекту англійською мовою

Craft Manufactory "Palanok"

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

Метою проекту є створення конкурентоздатного культурного продукту на території пам'ятки культури національного значення Мукачівського замку Паланок на засадах співпраці культурно-мистецьких інституцій, органів



Директор

М.І. Белеканин

місцевого самоврядування та місцевої креативної ремісничої спільноти. Результатом проекту стане діючий на засадах самоокупності креативний ремісничий простір - Реміснича мануфактура замку Паланок, діяльність якої у проекті представить туристам та місцевим мешканцям культуру і творчість регіону в доступній для пізнання і цікавій для вивчення формі шляхом активного залучення цільових груп до запланованих заходів за допомогою цифрових технологій "он-лайн". Проект посилить спроможність місцевих установ, організацій і творчих спільнот генерувати, розвивати і підтримувати спроможний культурний продукт, орієнтований на потреби туристів та мешканців громади.

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

The aim of the project is to create a competitive cultural product at the Mukachevo Castle Palanok on the basis of cooperation between cultural and artistic institutions, local self-government bodies and the local creative craft community. The Project result will be a self-sustainable creative handicraft space - the Handicraft Manufactory of Palanok Castle. Its activities will be aimed to present tourists and local people the culture and arts of the region in a readily understandable and interesting format through active involving of target groups to the activities/events planned applying online digital technologies. The project will enhance the capacity of local institutions, organizations and creative communities to generate, develop and support a capable cultural product geared to the needs of tourists and community residents.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
552335.00

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
449785.00

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).
102550.00

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума
84250. Власні кошти заявника



Директор

М. П. Белеканець

Джерело співфінансування та сума

18300.00. Власні кошти організації-партнера 1

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

м. Мукачево, Закарпатська область

Початок проекту

2020-06-01

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5.0

Партнери проекту

Партнер 1: Комунальне підприємство "Мукачівський міський туристично-інформаційний центр"; Партнер 2: Закарпатська академія мистецтв, м. Ужгород.

Ваш основний продукт

Фестиваль

Інформація про контактну особу**Прізвище, ім'я та по-батькові**

Белеканич Михайло Іванович

Телефон**Електронна пошта****Функції в проекті**

Координатор проекту



Директор

М. І. Белеканич

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Мукачівський історичний музей

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Mukachevo Historical Mezeum

Організаційно-правова форма

Комунальна організація (установа, заклад, підприємство)

Код ЄДРПОУ

04813036

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

Реєстраційний номер справи: 1_323_000349_75 Код 314957077367

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОТу

91.02. Функціонування музеїв; 93.29. Організування інших видів відпочинку та розваг; 85.52. Освіта у сфері культури. 82.30. Організування конгресів і торговельних виставок.

Дата реєстрації організації

2015-05-01

Юридична адреса організації

89600, Закарпатська область, м.Мукачево, вул. Замкова гора, б\№

Поштова адреса організації

89600, Закарпатська область, м.Мукачево, вул. Замкова гора, б\№

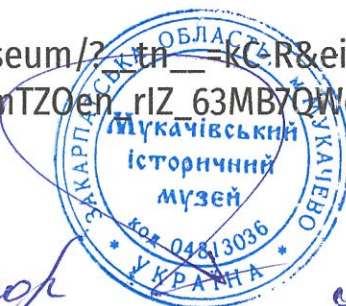
Фактична адреса організації

89600, Закарпатська область, м.Мукачево, вул. Замкова гора, б\№

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

https://www.facebook.com/Palanokmuseum/?_ft=RC&eid=ARAhEjIxVUwY6xjggz_Y7hNfO_APeDVzW8Qcep22I6-7wlumTZ0en_rIZ_63MBY0Wc1LXh1H7x5qkyVv&

Директор



М. І. Белеканець

hc_ref=ARQ_Oq4N4oVRPLBqx8xJvRh9FCPbtNOxZGLr0AzZ65Szy1B4G_yppQ-
MUUBylJ2DoyA&fref=nf&__xts__%5B0%5D=68.ARARJt7SMmtxgT2QY-lcE3f2K9Q8P-
au-
M2aRC17ieXU52GwbRFBuYK5kTihwg1wxcflbbbX3vqH1IfYxKL4M1WbNwlkWbfZPhy_-
k9nFVubhE-BtdAHtbKftrjqR_NIYESlbH2Yw7w6rGTLk90SHoxcnhYmrq4UW96pClzV1k
52Km6KyG8ClVTH9J1YotvyazEPsrfqPvsrCEf71AtN8tye_nApgihLvy5-vSRBZ5-
wh22qvYu1p1Yw8qWhwTGS5GLTfJs9YGSZf3u67PfXO9sPX96-
Rkk7KK3qMy1Z0PLnxAT9QuFUxiLV6D-Qo51M-WoOfco1MUdvZ0hF4uxoKtCpaA

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Белеканич Михайло Іванович

Телефон

093 237 2341

Електронна пошта

muksa@ukr.net

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

Мукачівська міська рада

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

Директор



М.І. Белеканич

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

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

1. Основні засоби: майновий комплекс замку Паланок у оперативному управлінні; 2. Нематеріальні активи - немає; 3. Трудові ресурси: власні працівники музею, адміністрація та техперсонал 32 осіб; 4. Матеріальні ресурси: матеріали декору, будматеріали; 5. Фінансові ресурси: власні кошти.

Дохід за звітний період

11115300.46

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Ні

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

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

немає

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

Ні

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

Проект

Проект ЄС HUSKROUA/1001/049 "Місцями слави Ракоці: транскордонний туристичний шлях", 2013-2016. Роль у проекті - головний партнер міжнародного консорціуму. Бюджет проекту: 480 тис. євро. Бюджет Музею: 112 тис. євро. В ході проекту проведено реставрацію лицарської зали, створено музейну експозицію родини Ракоці, облаштовано торговельне ремісничє містечко на подвір'ї замку Паланок, видано туристичний путівник чотирма мовами.

Проект

Директор



М. І. Белеканець

Проект ЄС HUSKROUA/1702/3.1/026 "СМАРТ Музей: сучасні форми представлення культурної спадщини", 2019-2021 рр. Роль у проекті: місцевий партнер, бюджет 120 тис. євро. Основна діяльність: реставрація Нижнього двору замку Паланок, створення інтерактивних експозицій історії замку.

Детальний опис проекту

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

Національний рівень: проєкт відповідає Стратегії сталого розвитку України до 2030 року, яка базується на 17 глобальних Цілях сталого розвитку. Проєкт додає позитивних результатів в частині забезпечення партнерської взаємодії органів державної влади, органів місцевого самоврядування, бізнесу, науки, освіти та організацій громадянського суспільства, збереження національних культурних цінностей і традицій. Відповідає: операційній цілі 1.2 в частині формування організаційної інфраструктури підтримки підприємництва на засадах державно-приватного партнерства; операційній цілі 2.3 «Забезпечити сталий розвиток регіонів на основі збереження національних культурних цінностей і традицій», зокрема сприятиме подальшому розвитку регіонів на основі врахування, історичних, соціокультурних чинників розвитку регіону, а також сприятиме розвитку української культури та підтримує розвиток культур народів України. На регіональному рівні проєкт загалом націлений на збереження національної самобутності краю та створення умов для регіонального економічного розвитку за рахунок зростання туристичної галузі, сприятиме збільшенню туристів у регіоні. Відповідає новоприйнятій Регіональній Стратегії розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 рр., зокрема стратегічній цілі «Збереження та розвиток людського та соціального капіталу»; операційній цілі «1.2 Забезпечення культурно-мистецького розвитку і збільшення доступу до послуг у сфері культури для мешканців сільських та гірських територій» в частині виконання завдання «1.2.2. Створення культурних продуктів у сфері креативних індустрій»; операційній цілі «1.3 Збереження регіональних об'єктів і територій історико-культурної спадщини» в частині завдання «1.3.1. Збереження та покращення стану об'єктів культурної спадщини в частині історії, археології та монументального мистецтва» та «1.3.2. Збереження та промоція нематеріальної культурної спадщини»; а також операційній цілі «1.6. Гармонійний розвиток національних меншин» в частині завдання «1.6.2. Підтримка національно-культурних товариств, розвитку етнокультурних

Директор



М.І. Белеканич

надбань та задоволення потреб національних спільнот».

На рівні громади: проєкт розвиває діяльність "якірного" туристичного об'єкту міста, формує імідж міста як туристичного центру області, сприяє зростанню місцевої економіки за рахунок розбудови туристичного кластера, що формується на базі історичної пам'ятки замку Паланок, забезпечує створення робочих місць, приваблює туристів шляхом розширення пропозиції послуг на основі культурних продуктів. Позитивно впливає на зростання добробуту мешканців та підвищення якості життя у громаді. Розвиток туризму є пріоритетним напрямком у стратегії розвитку Мукачівської ОТГ.

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

Загалом для заявника та його партнерів проєкт створить фундамент для довгострокової взаємовигідної співпраці.

Для Мукачівського історичного музею: проєкт відповідає статуту організації та концепції розвитку, згідно якої основними напрямками діяльності визначено збереження та реставрація майнового комплексу замку, діяльність історичного музею, надання туристам і мешканцям міста інших послуг, які сприяють підвищенню атрактивності замкового комплексу. Музей зацікавлений у зростанні кількості відвідувачів, збільшенні часу перебування туриста в замку (забезпечується шляхом збільшення пропозиції послуг та їх урізноманітнення), зростання відвідуваності пам'ятки місцевими жителями. Завдяки проєкту зростання відвідуваності очікується після зняття карантинних обмежень.

Туристично-інформаційний центр міста Мукачево: зміцнить співпрацю із Музеєм та розширить пропозицію послуг для туристів та нових продуктів, здатних до масштабування, знизить негативний вплив на туристичну галузь міста введених заходів і обмежень карантину, створить інструмент підтримки ремісничої підприємницької спільноти, отримає новий канал промоції міста, налагодить комерційні партнерства.

Закарпатська академія мистецтв: отримає майданчик для проведення практики студентів-реставраторів та студентів ремісничого напрямку в рамках навчального процесу на реальних кейсах.

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

Проєкт відповідає цілям Програми, зокрема:
- підвищує спроможності Мукачівської громади до генерування конкурентоспроможних культурних продуктів через налагодження

Директор



М.І. Белеканич

співпраці на засадах державно-приватного партнерства;

- створює умови для залучення туристів у місцеву традиційну культуру, за допомогою цифрових технологій забезпечує безпосередню взаємодію туристів з культурним життям мешканців регіону і знайомить їх з елементами місцевої культури.

Проект відповідає пріоритетам Програми, оскільки:

- створює та пропагує конкурентоспроможний культурний продукт, спрямований на розвиток туризму та стимулює ріст його туристичного потенціалу.

- Розбудовує співпрацю між представниками культурних та креативних індустрій, локальними підприємцями та органами місцевого самоврядування через заснування постійного партнерства.

- Проект здійснює промоцію місцевої культурної спадщини, культурного різноманіття і надбання національних менших та їх гармонійне співіснування в унікальному етнокультурному середовищі - Закарпатській області.

Продукти Проекту повністю відповідають індикативному переліку очікуваних продуктів Програми, зокрема:

- он-лайн фестиваль "Весілля Ілони Зріні та Імре Текелі" - власників замку Паланок 17 століття та знакових персон історії краю і всього транскордонного регіону;

- цифрова версія культурного маршруту, який заснований на створеній в замку ремісничій локації, зі включенням елементів традиційних ремесел, жанрів фольклору, народної музики, театралізованих вистав, обрядів і церемоній, історій з життя місцевого населення. Тетралізована постановка та он-лайн формат представлення культурного маршруту дозволяє охопити широку аудиторію і в такий спосіб викликати у глядача бажання відвідати музей після зняття карантинних обмежень.

Чому ваш проект є унікальним?

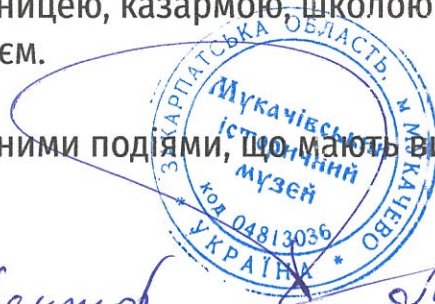
Проект виконується в унікальній пам'ятці - замку Паланок, пам'ятці культури національного значення, що створює для проекту унікальне середовище для проведення запланованих заходів. Замок має довгу та цікаву історію.

Завдяки сильному впливу європейської архітектури, культури і особистостей вона не схожа на історії решти замків України і є привабливою для туристів.

Цікаве і використання замку: фортеця була важливим військово-стратегічним об'єктом, житлом для гарнізону, одним з найбільш неприступних замків Європи, в'язницею, казармою, школою та іншими установами, а з 1989 року – є музеєм.

Культурний продукт проекту:

- пов'язаний з реальними історичними подіями, що мають виняткову



Директор

М. Г. Белекатий

історичну важливість для транскордонного регіону (Україна, Угорщина, Румунія, Словаччина, Польща, Хорватія).

- є унікальним з точки зору базиса культурних традицій, притаманних регіону, які існували колись, існують тепер і потребують уваги та збереження, ілюструють значний період історії регіону.

Унікальною є продукція, яка буде створена в ході впровадження культурного продукту - вироби майстрів, сувеніри, твори прикладного мистецтва. - створені під час майстер-класів безпосередньо в стінах пам'ятки.

- унікальним є застосований підхід проекту щодо залучення цільової групи за допомогою цифрових технологій в он-лайн форматі. Учасники заходів матимуть змогу спостерігати за роботою майстрів, отримувати цінну інформацію про секрети ремісничої майстерності та повторювати нескладні операції вдома.

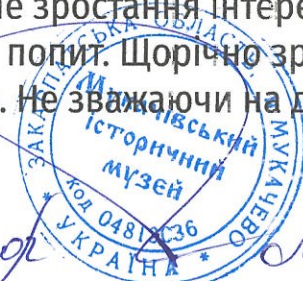
Чому ваш проект є інноваційним?

Інноваційність проекту полягає у застосуванні методики створення конкурентоздатного спроможного культурного продукту на засадах державно-приватного партнерства в галузі туризму, відповідно до вимог Закону України "Про державно-приватне партнерство". Прикладів діяльності продукту такого виду в Закарпатській області на даний момент немає. Проект передбачає започаткувати таке взаємовигідне співробітництво органу місцевого самоврядування, культурно-мистецьких установ, організацій неурядового сектору та підприємців, в результаті якого культурна послуга або продукт можуть бути масштабовані. Цьому сприятимуть розроблені взірці документації щодо ініціювання та впровадження державно-приватного партнерства на об'єкті культурної спадщини.

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

1. Туристична галузь Закарпатської області позиціонується на різних рівнях як основна складова її стратегії розвитку. Однак однією з головних проблем, як ми вважаємо, є слабка пропозиція туристичних продуктів, що відповідають потребам їх споживачів, несистемність дій зацікавлених сторін, поверхневий характер стратегій, невелика кількість знакових проєктів туристичної сфери, внутрішня конкуренція на місцевому рівні за туриста нижнього та середнього цінового сегменту.

2. Однак останнє десятиліття показує значне зростання інтересу до креативних індустрій, зростає пропозиція і попит. Щорічно зростає кількість заходів із залученням ремісників та митців. Не зважаючи на дещо

Директор  М. І. Белеканич

спонтанний розвиток, стає дуже відчутним брак постійно діючих майданчиків промоції і творчих креативних просторів. Проект пропонує створити такий простір у замку Паданок.

3. Фестивальна діяльність в регіоні та Мукачеві зокрема набуває популярності. Саме на фестивалях дрібні виробники та ремісники, представники креативної творчої індустрії шукають покупців. Однак надмірна комерціалізація створює ризик вихолощення головної ідеї фестивалю з домінантою гастро-торгівельного змісту. Тому фестивальний рух в Мукачівській ОТГ передбачає передусім збереження ідеї фестивалю і перетворення його на емоційно насичену подію. Відповідний запит цільових груп учасників фестивалів існує та зростає. Відвідувачі залюбки стають активними учасниками фестивальних заходів, адже отримують багато позитивних емоцій. Проект передбачає удосконалити головний фестиваль замку Паланок за рахунок долучення до його сценарію креативний простір створеної ремісничої мануфактури.

4. Ремісничий сектор в Закарпатті розвинений слабо - регіон значно програє сусідній Івано-Франківській області. Спостерігається значний дефіцит пропозиції унікальної сувенірної продукції. До того ж, питання викликає спосіб їх пропозиції туристу: статичний продаж стандартних туристичних наборів в крамниці не працює ефективно, потрібно продавати емоції, підкріплені сувенірними виробами. Проект в середньостроковій перспективі створить умови для виробництва в замку унікальної сувенірної продукції для наповнення замкової сувенірної крамниці.

5. Фіксуємо значний розвиток комунікаційних технологій і відповідно зростаюча потреба туристів застосовувати власні гаджети всюди і в будь-яких ситуаціях. Проект реагує на потреби відвідувачів фіксувати свою причетність до визчення історії під час візиту в замок: передбачено проведення театралізованих заходів-квестів, костюмованих ремісничих майстер-класів.

6. Істотні виклики, пов'язані із введенням надзвичайної ситуації в державі у зв'язку із пандемією коронавірусу, вимагають нестандартних підходів у діяльності об'єктів культури і відпочинку. Саме тому проект орієнтується на застосуванні цифрових технологій, пропагуючи місцеві культурні цінності та пам'ятку історії у форматі он-лайн. Такий підхід дозволяє охопити широку цільову аудиторію, і викликати бажання відвідати пам'ятку та скористатися створеними культурними продуктами в майбутньому.

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

1. Виведення фестивалю Весілля Ілони Зріні на високий якісний рівень, перетворення заходу на головну подію року в замку Паланок.

Директор  М.І. Гелеканець

2. Реміснича мануфактура розвинена до унікального культурно-мистецького простору та кластеру з виробництва сувенірної продукції традиційними техніками.
3. Налагоджена співпраця здатна продукувати нові культурно-мистецькі продукти відповідно до потреб туристів та інших цільових груп.

Цілі проекту

Ціль

Створити спроможні культурні продукти в замку Паланок

Завдання 1

Розробити сценарій театралізованої постановки фестивалю "Весілля Ілони Зріні" та провести захід у форматі "он-лайн"

Завдання 2

Створити, підготувати і провести тематичні квест-екскурсії за методикою активного залучення цільових груп у форматі он-лайн

Індикатори досягнення цілі

Кількість покращених та/або створених культурних продуктів у галузі історичного туризму - 2.

Ціль

Створити спроможний діючий за засадах ДПП культурно-мистецький простір - Ремісничу мануфактуру замку Паланок

Завдання 1

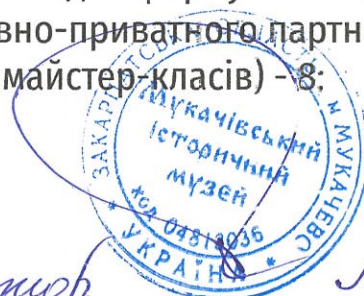
Створити ремісничу локацію з організацією облаштованих робочих місць ремісників

Завдання 2

Організувати і провести серію ремісничих он-лайн майстер-класів з можливістю подальшого переходу до формату акцій "вихідного дня"

Індикатори досягнення цілі

Кількість створених культурно-мистецьких просторів - 1 (реміснича мануфактура); Кількість розроблених методик формування спроможних культурних продуктів на основі державно-приватного партнерства - 1; Кількість заходів он-лайн (ремісничих майстер-класів) - 8;



Директор

М. І. Белеканець

Ціль

Організувати і провести промо кампанію проєкту для залучення представників цільової групи кінцевих користувачів створених культурних продуктів/маршрутів

Завдання 1

Розробити інструменти промоції проєкту та його результатів/продуктів

Завдання 2

Провести заходи промоції створених культурних продуктів та маршрутів

Індикатори досягнення цілі

Кількість застосованих каналів поширення інформації - 4; Кількість охопленої цільової аудиторії засобами інформування - 2 млн. осіб.

Охоплення цільової аудиторії в соцмережах - 20 тис. на місяць.

Основна мета проєкту

Метою проєкту є створення конкурентоздатного культурного продукту на території пам'ятки культури національного значення Мукачівського замку Паланок на засадах співпраці культурно-мистецьких інституцій, органів місцевого самоврядування та місцевої креативної ремісничої спільноти. Результатом проєкту стане діючий на засадах самоокупності креативний ремісничий простір - Реміснича мануфактура замку Паланок, діяльність якої у проєкті покращить існуючі в замку культурні продукти та створить нові, представить туристам та місцевим мешканцям культуру і творчість регіону в доступній для пізнання і цікавій для вивчення формі шляхом активного залучення цільових груп до запланованих заходів за допомогою сучасних цифрових технологій. Проєкт посилить спроможність місцевих установ, організацій і творчих спільнот генерувати, розвивати і підтримувати спроможний культурний продукт, орієнтований на потреби туристів та мешканців громади.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту

1. Потенційні туристи/екскурсанти. За останній рік (до введення карантину і обмежень на відвідання закладу) кількість відвідувачів сягнула майже 300 тисяч, що може свідчити про масовий ринок. Вхідний квиток є основним джерелом доходів музею. Відвідувачі, купуючи квиток, очікують позитивних емоцій від візиту. Їх приваблює більше сам об'єкт — архітектурна фортифікаційна споруда. Також відвідувачі привозять з навколишніх санаторіїв — замок є в більшості туристичних маршрутів сегменту



Директор

М.І. Белеканець

історичного туризму. В умовах карантину музей закрито для відвідування, і основне джерело доходу тимчасово не задіяне, однак буде відновлена діяльність одразу після скасування карантину.

2. ☐ Місцеві мешканці. Кількість населення Мукачева 90 тис., села навколо 25 тис., найближчі міста Ужгород і Берегово ще 150 тис. Переважна більшість емоційно прив'язана до об'єкту, вболіває за його стан. Однак, не розглядає замок як улюблену територію відпочинку та проведення вільного часу. Причини: незручне транспортне сполучення, слабка пропозиція цікавих атракцій, ефект «звикання» (наприклад, жителі біля моря часто не ходять до моря, а жителі гірської місцевості не ходять у гори).

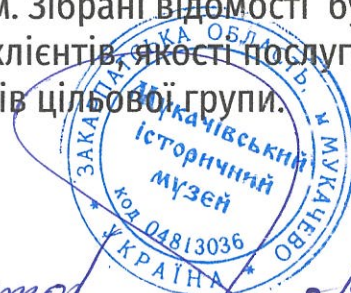
3. ☐ Ремісники/підприємці/ГО в галузі традиційних ремесел (надалі Ремісники), студенти мистецьких освітніх закладів. Дані моніторингу говорять про близько 20 активних представників цієї категорії у цільовому ареалі міста Мукачево і околицях. Розвиток – слабкий, сильного бренду немає, розрізнені і необ'єднані, не володіють ресурсами, працюють переважно вдома, активних комунікацій не здійснюють. Переважно творчі креативні люди, які прагнуть показати себе і свою творчість, відчують себе частиною історичної канви і продовжувачами традицій, а на другий план ставлять заробіток від свого ремесла. Комунікації ведуться особисто та в соцмережах.

Туристи, екскурсанти і місцеві мешканці, які долучаться до он-лайн трансляції театральних постановок та ремісничих заходів протягом дня згідно програми основного продукту (фестивалю) - 3000 осіб. Облік буде забезпечений цифровими засобами, які надаватимуть доступ до перегляду відео та забезпечуватимуть віддалену комунікацію з учасниками з числа представників цільових груп.

Учасники групових квест-екскурсій - (8 заходів X 50 осіб = 400 осіб), у т.ч. не менше 200 дітей. Облік згідно попереднього електронного запису групи, та он-лайн реєстраційна форма.

Учасники ремісничих майстер-класів - (8 заходів X 50 осіб = 400 осіб). Облік згідно попереднього електронного запису групи, он-лайн реєстраційна форма.

Окремо виділяємо широку цільову аудиторію осіб, котрі не братимуть участі у майстер-класах, квест-екскурсіях он-лайн, але переглянуть в запису перебіг заходів. Очікуємо не менше 20 тисяч переглядів протягом терміну реалізації проекту. З метою подальшого аналізу цільових груп, буде запропоновано заповнити короткий обов'язковий опитувальник не більше 4 запитань, а також відгук за бажанням. Зібрані відомості будуть використані для аналізу потенційних клієнтів якості послуги за культурним маршрутом та вподобань представників цільової групи.



Директор

М. І. Бележанец

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

1. Організатори подій - представники місцевої влади, громадських організацій, інституцій. Розглядають замок як майданчик для проведення заходів, фестивалів, концертів.

Мотиви : майданчик для проведення подій, дегустацій, фестивалів, ярмарок та інших святкувань; місце проведення екскурсій та організованих турів для туристичних агенцій і операторів; платформа для зйомок історичних фільмів, промо-роликів, музичних кліпів, тощо; майданчик для проведення конференцій, засідання фондів, рад товариств та інших організованих подій

2. ☐ Організовані групи - представники навчальних закладів: шкіл, університетів, художніх академій та мистецьких коледжів, а також компаній і корпорацій. Вони відвідують замок для того, щоб провести корпоративні заходи та святкування. Для них цікаве розважальне та пізнавальне наповнення програми у замку (майстер-класи, квести, театральні постановки, тощо). Мотиви відвідування:

- ☐ Групи школярів та студентів, які приїжджають на екскурсії. Для цих груп важливе екскурсійне наповнення, легенди та історичний аспект замку. Збільшення інтерактиву в екскурсіях могло б зробити історію «ближчою» для дітей та молодих людей;

- ☐ Корпоративні групи – для проведення конференцій, тимблдінгів, квестів, тощо. Для них замок є платформою для корпоративних заходів та святкувань. Актуальним будуть організовані квести, пов'язані з історією чи легендами замку.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

1. ☐ Туристи/екскурсанти. Зустрічаємося з ними переважно в замку. Чіткої комунікаційної стратегії, спрямованої на їх залучення адміністрація замку не має. Цю діяльність проводить тур фірми, ГО, інші СПД туристичної галузі. Клієнти цього типу очікують емоцій і «вау»-ефекта від відвідання замку. Туристи відзначають, що експозиції замку статичні та нецікаві, бракує додаткових послуг і можливостей урізноманітнити візит, бракує унікальної сувенірної продукції. Інтерес до об'єкта втрачається через 1 годину після початку візиту. Відвідувачі відзначають, що замок зовні більше вражає, ніж із середини. Ціннісна пропозиція для цієї категорії цільової групи – зробити пізнання історії замку та місцевих традицій цікавим та різноманітним, надати яскравих емоцій через методи «живого» контакту з елементами шоу, сформувати унікальні спогади про замок і бажання повернутися знову. Мукачівський історичний музей постійно проводить опитування серед відвідувачів і в такий спосіб отримує зворотний зв'язок та аналізує їх потреби.

Директор



М. І. Гелетан

2. [?] Місцеві мешканці. Вимагають багато уваги, оскільки їхнє ставлення до замку є найбільш прискіпливим, однак саме вони формують значну частину критичних «меседжів» в інформаційному полі про те, що в замку відбувається. Однак місцеві нечасто відвідують замок і музей, і свою думку формують з інформації вторинного рівня (плітки, соцмережі, інформаційні повідомлення тощо). Прагнуть цікаво проводити час і самостійно обирають, як саме це робити. Для місцевих мешканців діє програма персональної підтримки – картка «мукачівця» дає знижку на вхідний квиток.

3. [?] Ремісники. Прагнуть показати себе в найбільш вигідному середовищі, бути ближче і «ловити» клієнта для продажу результатів своєї творчості (матеріальних або нематеріальних). Прихильні до будь-якого виду допомоги, тому що цінують увагу і будуть вдячні за її надання. В ході підготовки цього проекту було проведено ряд зустрічей з представниками середовища майстрів-ремісників, а також культурно-мистецьких навчальних закладів з напрямком викладання образотворче мистецтво, реставрація.

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

Проект апелює до трьох сегментів цільових користувачів, створюючи (надаючи) цінність для кожного з них:

1. [?] Туристи/екскурсанти – найбільш чисельна категорія з тенденцією до зростання, проект створює унікальний культурний продукт, з яким можна ознайомитися тільки в замку, взяти особисту участь у заходах з елементами шоу, відчувати себе частиною епохи в середовищі унікального об'єкту культурної спадщини. Ключова цінність – надати емоції і гарні враження, які стимулюють відвідати замок знову. Музей використовує вимушену паузу провадження основного виду діяльності, що пов'язана з карантинними обмеженнями, для розвитку нових культурних продуктів і підготовки до відвідування замку після виходу держави зі стану надзвичайної ситуації. Після зняття обмежень ми очікуємо значне посилення інтересу до пам'ятки (спостерігається "втома" від карантину) і значне зростання попиту на нові культурні продукти, з ним пов'язані.

2. [?] Місцеві мешканці: Ціннісна пропозиція – посилити відчуття причетності до історії та традицій через залучення до «живого ремесла», метод – використати традиційно сильні в Закарпатті сімейні традиції разом проводити час на вихідних, особлива увага на дітей як цільову аудиторію. Відзначаємо зростання потреби людей в особистості спілкуванні, особливо місцевих мешканців, а також втому від необхідності переходу на цифрове спілкування для задоволення духовних потреб, відпочинку і розваг. Очікуємо значне зростання інтересу до відвідування музею в перебігу кількох


Директор *М. І. Гелетанич*

тижнів після зняття карантину.

3. **Ремісники:** проєкт створює і надає ремісникам доступ до унікального майданчика для влаштування робочого місця в традиційному стилі відповідно до типу представленого ремесла, розширення спектру замовлень продукції, налагодження живого контакту з клієнтами, створить умови для творчої самореалізації.

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

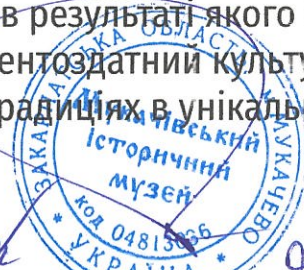
Адміністрація музею - позитивно, зацікавлена в розвитку музею. Туристи - найчисельніша зацікавлена сторона, впливають позитивно, бажають нових яскравих емоцій. Місцеві мешканці - позитивно, прагнуть цікавого і корисного дозвілля для себе та своїх сімей. Підприємці-ремісники - позитивно, бажають реалізувати свій творчий потенціал та підвищити доходи. Підприємці креативних індустрій - позитивно, історичне середовище надихає, а пристосоване історичне середовище створює умови для втілення ідей. Туристичні фірми - шукають цікавих атракцій для урізноманітнення власних екскурсійних та інших туристичних пропозицій. Організатори публічних заходів - позитивно, шукають нових креативних майданчиків для організації заходів. Уповноважені органи з питань охорони культурної спадщини - мають адміністративні функції контролю і впливають у випадку загрози пошкодження чи руйнації історичної пам'ятки. Проєкт не несе загрози замку Паланок, оскільки не передбачає капітальних втручань.

Навчальні заклади культурно-мистецького сектору, студенти та викладачі: позитивно, розглядають різні локації для здобуття практичних навичок; Міська влада - позитивно, дбає про імідж туристично привабливого міста та сприяє появі спроможних культурних продуктів, орієнтованих на залучення нових туристів. Науковці, дослідники, письменники, митці: швидше нейтрально, опосередковано впливають через власні висловлювання та твори. Представники преси та інших видів ЗМІ: безпосередньо впливають на проєкт, висвітлюючи його результати. Також зацікавлені у цікавих інформаційних приводах.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проєкту.

Загально ціннісною пропозицією є забезпечення взаємовигідного і довгострокового співробітництва між адміністрацією культурної установи, місцевою владою, підприємцями та НПО, в результаті якого буде створено і діяти ексклюзивний прибутковий конкурентоздатний культурний продукт, базований на національних культурних традиціях в унікальному

Директор



М.І. Селеканець

історичному об'єкті культурної спадщини – який має виняткову історичну важливість, є уособленням людських цінностей значного періоду історичного минулого, є видатним прикладом людського творчого генія і частиною місцевого культурного ландшафту.

Для Мукачівського історичного музею важливим є вклад проєкту з точки зору ціннісної платформи розвитку музею, яка ґрунтується на використанні наявних емоційних переваг, притаманних замку як об'єкту історичної спадщини:

А/ Локальність

Розвитком замку займаються виключно місцеві жителі, - завдяки цьому підтримується його автентичність і особливість, а також створюються умови для розвитку місцевих ремісників та майстрів. На ярмарках, які проводять на території замку, представлена продукція місцевих виноробів, пивоварів, кулінарів, ремісників, торговців та виробників сувенірної продукції.

Б/ Замок живе, а не просто існує

Замок є частиною відпочинку і повсякдення місцевих жителів та відіграє для них важливу роль. Він не просто частина архітектури, а й враження, спогади, знання, емоції для сучасників.

В/ Впізнаваний бренд та унікальна легенда

Замок Паланок відомий далеко за межами Закарпаття, а його історія – відмінна від історії більшості замків України. Вона формувалася здебільшого під європейським впливом, а тому не схожа на жодну іншу. Замок має відомі постаті і легенди, які популяризують його краще за будь-які заходи.

Г/ Атмосфера

Замок Паланок є однією з найдавніших фортець в Україні. Його середньовічні стіни донині зберігають чимало таємниць і легенд. Споруда добре збереглася, а продумані експозиції і розважальне наповнення допомагають відвідувачу перенестися на декілька століть назад і відчувати себе частиною історії.

Д/ Формування культурного ландшафту

Мукачево є впізнаваним завдяки Паланку. Саме силует замку на горі – перше, що бачать гості, під'їжджаючи до міста із західної сторони. Його найчастіше можна зустріти на листівках і сувенірній продукції Мукачева. Тож це, свого роду, символ міста.

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

Основний культурний продукт: он-лайн фестиваль.

Додаткові культурні продукти: 1/ серія он-лайн квестів; 2/ серія он-лайн

Директор



М. І. Белеканець

ремісничих майстер-класів.

Основним культурним продуктом за даною заявкою обрано фестиваль, оскільки цей захід позиціонується як головна подія року у замку Паланок.

Передбачено проектом провести он-лайн фестиваль "День замкових ремісників" з театралізованою постановкою як елемент прямої трансляції основного заходу програми фестивалю - "Весілля Ілони Зріні"

Додаткові культурні продукти створені на основі діяльності ремісничих майстерень: 1/серія он-лайн квестів "Таємниці замкової майстерні" - 8 заходів (7 самостійних + 1 завершальний в складі програми он-лайн фестивалю); 2/ ремісничі майстер-класи у форматі он-лайн - 8 заходів (7 самостійних, проходять у час проведення квест-екскурсій, де представлятиметься щоразу інше ремесло + 1 підсумковий в день он-лайн фестивалю).

Опис попереднього технічного завдання на створення основного і додаткових культурних продуктів додається.

Супутнім типом культурного продукту може вважатися методика індивідуальної роботи ремісників з відвідувачами у форматі "вихідного дня" під час діяльності ремісничої мануфактури, яка буде запроваджена після скасування карантину як елемент інфраструктури формування середовища середньовіччя у замку Паланок (follow-up - розглядається як продовження розпочатої ініціативи, що забезпечить сталість проекту).

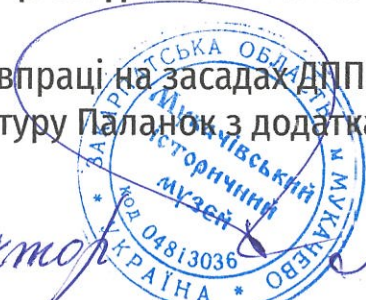
Отже, показники відповідно до завдань проекту згруповані наступним чином:

Завдання 1: Кількість розроблених культурних маршрутів - 2; Створено елементів інфраструктури за культурним маршрутом - 1 комплекс (реміснича мануфактура); Кількість розроблених стратегій співпраці - 1; Залучено ремісників до роботи в майстерні - не менше 7 видів ремесла; Кількість проведених ремісничих майстер-класів у форматі он-лайн - 8; Кількість проведених он-лайн квест-екскурсій за культурним маршрутом з елементами театралізованої постановки: 8; Кількість учасників ремісничих майстер-класів: $8 * 50 = 400$ осіб; Кількість учасників квест-екскурсій: 400, з них діти до 16 років: 200 осіб;

Завдання 2: Удосконалено фестивальний культурний продукт - 1; Проведено он-лайн фестивалів: 1 (весілля Ілони Зріні); Залучено віддалених відвідувачів фестивалю: не менше 3000;

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

Кількість розроблених стратегій співпраці на засадах ДПП - 1 (джерело - Положення про Ремісничу мануфактуру Паланок з додатками); Зростання

Директор  М. І. Гелеканія

відвідуваності замку Паланок на 5 % (джерело - статистика відвідування Мукачівського історичного музею).

Директор  М.І. Белеканич

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

Організаційний ризик: середньої величини. Може бути знижений шляхом залучення до проєкту додаткових людських ресурсів з числа працівників організацій-партнерів та волонтерів.

Директор  М. І. Белеканич

Ризик затримки ремонтно-оздоблювальних робіт: низький. Музей провів підготовчі роботи у цільових приміщеннях. Залишок оздоблювальних робіт не вимагає значних затрат часу.

Ризики, пов'язані з дотриманням процедур закупівель: середньої величини. Пов'язані зі вступом в силу положень про зниження порогів застосування публічних торгів, що вимагає більших затрат часу на дотримання процедур. Ризик знижується шляхом застосування посиленого моніторингу завдань щодо закупівель та оперативним реагуванням на потенційні загрози.

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

Зовнішній ризик фестивального напрямку проєкту - погодні умови. Спосіб зниження ризику - задіяння приміщень музею під дахом, оренда додаткових наметів. Дата заходу наперед анонсована і змінити її не плануємо, залишається історична дата події - 20 червня.

Головний зовнішній ризик - запровадження строгого карантину внаслідок поширення в країні вірусу COVID19. Значно впливає на групові та фестивальні заходи, які передбачають скупчення великої кількості людей.

Ризик збережеться у випадку продовження карантину в режимі надзвичайної ситуації на тривалий термін. Зниження ризику в частині проведення фестивалю: перенесення на більш пізній термін (кінець літа/початок осені). У випадку неможливості проведення з переносом дати - переформатування технічного завдання з влаштування дрібніших локацій, керування кількістю людей на вході в музей, посилення складової створення відеопродукції під час заходу та поширення в мережі он-лайн. Кількість відвідувачів прямої цільової групи (500) осіб передбачає одночасне перебування на майданчику на відкритому повітрі площею 15000 кв.м. близько 50 осіб на годину, що мінімізує ризики переносу вірусу.

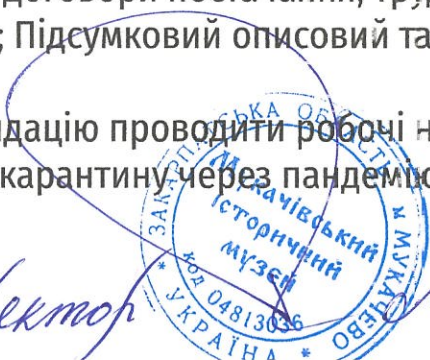
Проведення квест екскурсій: ризик знижується через використання інструментів он-лайн комунікацій, використання засобів особистого захисту, додаткового інструктажу учасників театралізованих постановок.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Он-лайн реєстраційні форми і опитувальники; Відео та фотофіксація; Протоколи робочих нарад; Робочий календарний план заходів (діаграма Ганта); Фінансовий план; Укладені договори постачання, трудові угоди; Відомості бухгалтерської звітності; Підсумковий описовий та фінансовий звіти.

У проєкті буде враховано рекомендацію проводити робочі наради в режимі он-лайн в умовах запровадження карантину через пандемію коронавірусу.

Директор



М. І. Селеканіч

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?

Ключове повідомлення: "Розмаїття культури Карпат - багатство кожного з нас!".

Специфічні повідомлення: "Відчуй себе справжнім майстром", "Я сам собі майстер", "Моя культура - це справжній я".

Цінності, які лягають в основу комунікаційної стратегії проекту, відповідають комунікаційній стратегії Мукачівського історичного музею:

1. **Динаміка та рух.** Замок як культурний проект має враховувати стиль життя і запити сучасного суспільства, - адаптовуватись так, аби бути завжди цікавим. Для цього постійно проводяться роботи як з відновлення споруди, так і з інтерактивного наповнення.
2. **SMART.** Доносимо історичну цінність через сучасні технології. Замок все ширше використовує у своїй експозиційній та виставковій діяльності комп'ютерні технології. Вони забезпечують "занурення" відвідувача в історію, пояснюють експозиції, сприяють ближчому знайомству відвідувача з ідеями та легендами.
3. **Комунікація.** Ми прагнемо максимально широко інформувати свою аудиторію про замок і події, що відбуваються у ньому, а також збирати зворотній зв'язок, чути побажання і потреби відвідувачів. Лише так замок може бути цікавим і затребуваним. Для цього використовуємо різноманітні канали комунікації: від друкованої продукції до соціальних мереж.
4. **Збереження локального.** Замок Паланок відіграє важливу роль у житті місцевої громади, тож саме вона має бути долучена до його діяльності і розвитку. Ми залучаємо лише локальних виробників і майстрів до виконання робіт у замку. Їхні продукти та послуги створюють і підтримують атмосферу замку, роблять його автентичним та особливим. Водночас самі ремісники отримують місце для збуту своєї продукції і її додаткової реклами.
5. **Відкритість.** Замок – це простір, на базі якого можна проводити тренінги, покази кінофільмів, фестивалі, втілювати цікаві проекти тощо. Ми прагнемо відігравати важливу роль у житті громади, готові співпрацювати і втілювати нові ідеї.

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

Методи комунікації: промо кампанія в соціальних мережах, розміщення інформації на туристичних ресурсах TripAdvisor, Foursquare та на Google

Директор  М. І. Селеканець

Maps; відео контент (промо-ролики продуктів проєкту та заходів проєкту); друкована візуальна інформація (афіші).

Канали комунікації: сторінка проєкту Фейсбук та Інстаграм; місцеве та національне телебачення; інтернет-ресурси новин; поліграфічна продукція та афіша (для розташування у школах)

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проєкту?

Телеканали: "Перший кабельний", "ICTV", ПАТ НСТУ (Закарпатська дирекція)

Місцеві журнали: місцевий туристичний глянець "Унікум"

Місцева преса: інтернет-ресурси новин "Мукачево.net", Panorama та інші

Блогери: Вебсайт "Турінфоцентру", фізичні особи блогери.

Соціальні мережі: особливе значення набудуть в частині поширення інформації серед місцевих мешканців.

З якими лідерами думок планується співпраця?

Мукачівський міський голова Андрій Балога; Митець-скульптор Петер Матл;

Краєзнавець, відомий блогер, професор УжНУ Федір Шандор; Відомий

підприємець власник етно-ресторану "Порядний газда" Віктор Михайлов.

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

Розміщення щонайменше 25 публікацій на місяць у форматі постів та Stories, забезпечення фотоматеріалами, використання платної реклами;

Виготовлено 2 відеоролики про створені культурні продукти проєкту.

Виготовлено 8 промороликів про заходи проєкту.

Інформація про ремісничу мануфактуру розміщена на інформаційних ресурсах з охопленням аудиторії не менше 2 млн.осіб.

Соціальні мережі з охопленням ЦА не менше 30000 осіб на місяць.

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

Усі напрацювання і результати проєкту будуть вільно доступні у мережі Інтернет на існуючих та створених ресурсах організацій-партнерів.

Матеріальні результати проєкту будуть у вільному доступі для відвідувачів, що означає відсутність додаткових умов стягнення окремої плати за вхід (вхідний квиток) на територію створеної з частковим фінансуванням проєкту ремісничої локації. Вхідний квиток на територію замку Паланок зберігатиметься на загальних підставах згідно чинної тарифної політики закладу.

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та


Директор *М. Г. Белеканич*
04.08.2023

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

Проектом буде започатковано діяльність, яка в подальшому буде підтримуватися за рахунок джерел доходів:

1. ☐ Вхідний квиток: Мукачівський історичний музей після зняття карантину очікує зростання відвідуваності замку і відповідно збільшення доходу від продажу квитків. Частина доходу спрямовуватиме на підтримку роботи Ремісничої мануфактури.
 2. ☐ Доходи від продажу сувенірної продукції: частина ексклюзивної продукції Мануфактури буде поповнювати замкову сувенірну лавку. Доходи від продажу сувенірів розподілятимуться між ремісниками та Музеєм.
 3. ☐ Доходи, які генерують ремісники в межах власної діяльності в рамках заходів ремісничої мануфактури (ремісничі гуртки, майстер-класи).
- Формування джерел доходів та їх розподіл відбуватиметься через договірне ціноутворення відповідно до моделі співпраці партнерів Ремісничої мануфактури Паланок.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Досвід організації заходів буде передаватися шляхом особистого спілкування керівництва залучених організацій-партнерів. Відповідальним за передачу досвіду створення і просування культурного маршруту буде партнер 1.

Методика створення державно-приватного партнерства та документація буде у вільному доступі на інтернет ресурсах Мукачівської міської ради, Мукачівського історичного музею, партнера 1.

Усі заходи проєкту будуть широко висвітлені в засобах ЗМІ та соціальних мережах у вільному доступі. Підсумки проєкту, описи створених культурних продуктів та культурних маршрутів будуть поширені серед органів місцевого самоврядування через їх місцеві та національні мережі та об'єднання.

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

Ми плануємо створити партнерство з підприємцями-ремісниками або їх об'єднаннями поза межами проєкту

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проєкту

Директор



М. І. Селеканіт

3

Кількість жінок у команді проекту

2

Кількість людей віком від 17 до 34

2

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Кількість людей віком від 51 до 60

1

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Так. Передбачається залучити 5 волонтерів - ремісників з числа студентів Закарпатської академії мистецтв, а також не менше 15 волонтерів - учасників театралізованих акцій фестивалю "Весілля Ілони Зріні". Усього 20 волонтерів, які будуть задіяні на різних локаціях з чітким дотриманням дистанції та інших обмежень, пов'язаних із заходами по боротьбі з пандемією коронавірусу в Україні, на час карантину.

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

так

Директор



М. Гбелеканич

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

важко відповісти

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

так

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

так

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

так



Директор *М. І. Белехання*

Декларація доброчесності

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

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

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

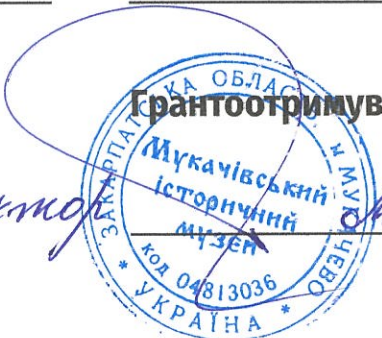
ПІБ Грантоотримувача

Підпис

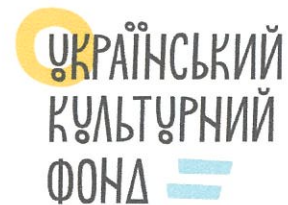
Дата заповнення

Фонд:

Грантоотримувач:

Директор  *М.І. Селеканис*

Додаток № 2
до Договору про надання гранту № 3 REG-1-1447
від "01" червня 2020 року



Назва конкурсної програми: Культура. Туризм. Регіони.

Назва ЛОТ-у: немає

Назва Заявника: Мукачівський історичний музей

Назва проекту: Реміснична мануфактура "Паланок"

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	81,43%	449 785,00
2	Співфінансування* :	18,57%	102 550,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів	3,31%	18 300,00
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника	15,25%	84 250,00
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)	0,00%	-
	Всього		552 335,00

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

витрат будуть



Беленюк М. І.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва з: Мукачівський історичний музей

Назва п Реміснича мануфактура "Паланок"

Розділ: Піддо: Стаття: Сторінка	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УДФ			Витрати за рахунок Співфінансування (власні кошти організації)			Витрати за рахунок Співфінансування (кошти організацій-партнерів)			Витрати за рахунок Співфінансування (Рейнвестиції)			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=7*8)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=10*11)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=13*14)		
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Розділ II Витрати:																	
Під 1		Оплата праці															
Ст 1.1		Штатні працівники		5,00	4 200,00	21 000,00	10,00	7 500,00	37 500,00	5,00	3 000,00	15 000,00	-	-	-	73 500,00	
Пу а		Белеканич Михайло Іванович, координатор проекту	місяців	-	-	-	5,00	4 000,00	20 000,00			-			-	20 000,00	Зменшено кількість місяців до 5-ти.
Пу б		Столяренко Беата Юліяна, менеджер	місяців	-	-	-			-	5,00	3 000,00	15 000,00			-	15 000,00	Зменшено кількість місяців до 5-ти.
Пу в		Синявський Тарас Олександрович	місяців	5,00	4 200,00	21 000,00			-			-				21 000,00	Зменшено кількість місяців до 5-ти.
Пу г		Гасинець Оксана, бухгалтер	місяців	-	-	-	5,00	3 500,00	17 500,00			-			-	17 500,00	Зменшено кількість місяців до 5-ти.
Ст 1.2		За трудовими договорами		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу а		Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-			-			-			-	-	
Пу б		Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-			-			-			-	-	
Пу в		Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-			-			-			-	-	
Ст 1.3		За договорами ЦПХ		7,70	91 500,00	83 750,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83 750,00	
Пу а		Приймач Михайло Васильович, менеджер	місяців	2,00	12 000,00	24 000,00										24 000,00	Зменшено кількість місяців до 2-х.
Пу б		Ігнаці Михайло Михайлович /дизайнер-декоратор	місяців	2,00	12 000,00	24 000,00			-			-			-	24 000,00	Роль у проєкті - дизайнер-декоратор та відповідальний за технічний супровід Основні обов'язки: розробка концептуального дизайну, оперативний відео-супровід подій, виготовлення, оформлення фото-зон та декорацій на різних локаціях під час проведення фестивалю "Історична реконструкція весілля Ілони Зріні та Імре Текелі" та квест-екскурсій. Керівництво технічною підтримкою заходів. Досвід - дизайн, оформлення, технічний супровід та оформлення багатьох фестивалейних подій в області. Форма відносин - строкова трудова угода. Участь у проєкті зменшено до 2 х місяців. Декоруватиме майдагачики для театральних постановок і он-лайн квестів.
Пу в		Кулішова Вікторія/ аніматор	місяців	0,60	10 000,00	6 000,00			-			-			-	6 000,00	еквівалент 13 людино-днів
Пу г		Дунай Катерина/аніматор	місяців	0,60	10 000,00	6 000,00			-			-			-	6 000,00	еквівалент 12 людино-днів
Пу д		Веремєва Наталія/ремісник	місяців	0,50	9 500,00	4 750,00			-			-			-	4 750,00	еквівалент 12 людино-днів
Пу е		Лескова Каміла/ремісник	місяців	0,50	9 500,00	4 750,00			-			-			-	4 750,00	еквівалент 12 людино-днів

Директор



Белеканич М. І.

Пу	с	Калинів Олександр/ремісник	місяців	0,50	9 500,00	4 750,00			-			-			-	4 750,00	еквівалент 12 людино-днів
Пу	ж	Шрамко Вікторія/ремісник	місяців	0,50	9 500,00	4 750,00			-			-			-	4 750,00	еквівалент 12 людино-днів
Пу	з	Ержийбет Почай/ремісник	місяців	0,50	9 500,00	4 750,00			-			-			-	4 750,00	еквівалент 12 людино-днів
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				12,70	95 700,00	104 750,00	10,00	7 500,00	37 500,00	5,00	3 000,00	15 000,00	-	-	-	157 250,00	
Під	2	Соціальні внески															
Ст.	2.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців	5,00	2 374,79	23 045,00	-	1 650,00	8 250,00	-	660,00	3 300,00	-	-	-	34 595,00	
Пу	а	Нарахування на винагороду штатних працівників (22%)	місяців	5,00	924,00	4 620,00		1 650,00	8 250,00		660,00	3 300,00			-	16 170,00	
Пу	б	Нарахування на винагороду за трудовими договорами (22%)	місяців	-	-	-										-	
Пу	в	Нарахування на винагороду за договорами ЦПХ (22%)	місяців	12,70	1 450,79	18 425,00										18 425,00	
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				5,00	2 374,79	23 045,00	-	1 650,00	8 250,00	-	660,00	3 300,00	-	-	-	34 595,00	
Ро	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)															
Ст.	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.	-	-	-			-		-		-		-	-	
Пу	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.	-	-	-			-		-		-		-	-	
Пу	в	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.	-	-	-			-		-		-		-	-	
Ст.	3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба	-	-	-			-		-		-		-	-	
Пу	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба	-	-	-			-		-		-		-	-	
Пу	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба	-	-	-			-		-		-		-	-	
Ст.	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-			-		-		-		-	-	
Пу	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-			-		-		-		-	-	
Пу	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-			-		-		-		-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відвідуваннями":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Під	4	Обладнання і нематеріальні активи															



Белеканич М.У.

Ст	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача		23,00	17 090,00	62 590,00		-	38 500,00	-	-	-	-	-	101 090,00	
Пу	а	Костюми ремісників: послуги з пошиття	шт.	10,00	4 100,00	41 000,00									41 000,00	Жіночі та чоловічі. Для використання на 5 локаціях робочих місць ремісничої мануфактури. Ціна та специфікація отримана на основі пропозиції місцевого дизайнера. Ціна за набір: одяг, взуття, головний убір. Загальна вартість за 10 комплектів костюмів (по 5 чоловічого та жіночого одягу) складатиме 41 000,00 грн. Жіночий костюм: ціна 4100 грн. за комплект, включає сорочка довга (тканина льон) – (950 грн), юбка (бавовна домоткана) (500 грн.), фартух (400 грн), пояс (450 грн), очіпок (200 грн), платок (300 грн), постолі (1300 грн); Чоловічий костюм: ціна 4100грн.- сорочка льон (950 грн), брюки (домоткана бавовна) (600 грн), кептарик (850 грн), пояс шкіряний (1700 грн) Аксесуари не додаються Ціна вказана з урахуванням послуг дизайну та виготовлення
Пу	б	Шліфмашинка Kristal 1s	шт.	1,00	4 140,00	4 140,00			-					-	4 140,00	Цей прилад є основним засобом для проведення майстер-класу з гутництва. Машина призначена для шліфування скла Kristal 1. Потужність: 100 Вт. Напряга: 230 В. Частота: 50 Гц. Кількість витків: 2255 об / хв. Робоча поверхня: 280 x 235 мм
Пу	в	Стационарна витяжка	шт.	1,00	2 050,00	2 050,00			-					-	2 050,00	Є елементом безпеки робочого місця, і необхідна для очистки повітря від мікрочастинок скла. Витяжка типу WELLER або аналогічна, придатна для видалення мікрочастинок пилу у закритих приміщеннях.
Пу	г	Скlorіз	шт.	2,00	850,00	1 700,00			-					-	1 700,00	Є основним інструментом для майстра з виробництва вітражів. Необхідний для розкроювання на частини елементів мозаїки під час роботи зі склом. Звичайні побутові склорізи непридатні для безпечної роботи. Передбачається тип склорізу TC-17 B TOYO або аналогічний. Латунна ручка.
Пу	д	Паяльник	шт.	2,00	550,00	1 100,00			-					-	1 100,00	
Пу	е	Освітлення	шт.	-	-	-	5,00	1 500,00	7 500,00					-	7 500,00	
Пу	є	Стіл	шт.	-	-	-	5,00	2 400,00	12 000,00					-	12 000,00	
Пу	ж	Стільці	шт.	-	-	-	5,00	800,00	4 000,00					-	4 000,00	
Пу	з	Ткацький верстат	шт.	1,00	2 600,00	2 600,00			-					-	2 600,00	Цьє оригінальний старовинний станок, відреставрований та пристосований до сучасних вимог. Призначений для виготовлення тканого полотна з ниток та стрічок. Є незамінним предметом для проведення майстер класу з ткацтва.
Пу	и	Ткацький верстат дитячий	шт.	5,00	900,00	4 500,00			-					-	4 500,00	Набір для творчості дитячий Viga Toys Ткацький Станок. Призначений для проведення дитячих майстер-класів з ткацтва.

Директор



Беленюк М.І.

Пу	і	Набір інструментів для різби по дереву (дитячий)	шт.	5,00	400,00	2 000,00			-				-		2 000,00	
Пу	у	Набір інструментів вчителя для гончарства	шт.	1,00	1 000,00	1 000,00			-				-		1 000,00	Цей набір необхідний для роботи ремісника-вчителя який працює з дітьми. Відрізняється від дитячих інструментів гостротою лез, тому для дітей не призначений. (Перенесено з розділу 7)
Пу	є	Гончарний круг	шт.				1,00	15 000,00	15 000,00				-		15 000,00	Придбання обладнання робочого місця гончара передбачено за рахунок коштів співфінансування. Для діяльності мануфактури і забезпечення сталості проекту необхідно мати власне обладнання робочих місць ремісників. Оренда основного обладнання не розглядається.
Пу	й	Набір інструментів для гончарства (дитячий)	шт.	5,00	500,00	2 500,00			-				-		2 500,00	
Пу	к	Стіл великий дерев'яний 3м	шт.	-	-	-			-				-		-	Бюджетна стаття видалена.
Пу	л	Дерев'яні лави для учасників майстер-класів	шт.	-	-	-			-				-		-	Бюджетна стаття видалена
Ст	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту грантоотримувача		-	-	-			-				-		-	
Пу	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-			-				-		-	
Пу	б	Право використання (ліцензія)		-	-	-			-				-		-	
Пу	в	Інші нематеріальні активи		-	-	-			-				-		-	
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи":				23,00	17 090,00	62 590,00	-	-	38 500,00	-	-	-	-	-	101 090,00	
Під	5	Витрати пов'язані з орендою														
Ст	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)	-	-	-			-				-		-	
Пу	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)	-	-	-			-				-		-	
Пу	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)	-	-	-			-				-		-	
Ст	5.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних	шт.	-	-	-			-				-		-	
Пу	б	Найменування обладнання (з деталізацією технічних	шт.	-	-	-			-				-		-	
Пу	в	Найменування інструменту (з деталізацією технічних	шт.	-	-	-			-				-		-	
Ст	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)	-	-	-			-				-		-	
Пу	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)	-	-	-			-				-		-	



Беленчук М. І.

Пу	в	Послуга пасажирських перевезень мікроавтобусом (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-				-				-		-	Бюджетна стаття видалена. Ремісники - учасники театралізованої постановки прибудуть до ремісничої мануфактури самостійно.
Ст	5.4	Оренда сценічно-постановочних засобів			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ст	5.5	Інші об'єкти оренди			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою"					-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Під	6	Витрати на харчування та напої															
Ст	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої"					-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Під	7	Матеріальні витрати															
Ст	7.1	Основні матеріали та сировина			2 030,00	1 040,00	20 300,00	-	-	-	-	-	-	-	-	20 300,00	
Пу	а	Оздоблення пряників	шт.		10,00	500,00	5 000,00									5 000,00	
Пу	б	Скло для малювання	шт.		1 000,00	5,00	5 000,00									5 000,00	
Пу	в	Набір фарб для малювання на ескізі	шт.		10,00	200,00	2 000,00									2 000,00	
Пу	г	Заготовки з дерева для різьби	шт.		1 000,00	6,00	6 000,00									6 000,00	
Пу	д	Набори ниток для ткацького станка та трикотажні заготовки	шт.		10,00	300,00	3 000,00									3 000,00	
Пу	е	Гончарна глина	кг.		10,00	30,00	300,00									300,00	
Ст	7.2	Носії, накопичувачі			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Найменування	шт.		-	-	-									-	
Пу	б	Найменування	шт.		-	-	-									-	

Директор



Белеканець М.У.

Пу	в	Найменування	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ст.	7.3	Інші матеріальні витрати		2,00	18 000,00	18 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	18 000,00	
Пу	а	Реквізит постановки № 1 "Відчуй себе ремісником" /Нижній Замок/. Придбання реквізиту - веретена, одяг челяді, капелюхи, реквізити народного промислу, - будуть використані під час театралізованих постановок он-лайн	шт.	1,00	8 000,00	8 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	8 000,00	Фото зона валишиться на території ватку, як постійно діюча, оскільки проект "Ремісничка мануфактура" буде діяти і надалі. Веретено старовинне відреставроване 1*1200,00 = 1200,00 грн. Одяг ремісників (2 манекени * 500,00 = 1000,00 грн.; костюм ремісника чоловічий 1 *3000,00 = 3000,00 грн.; костюм жіночий - 1*1500,00 = 1500,00грн.; Капелюхи, аксесуари - 800,00 грн. Реквізити народного промислу (толїрці, рубанок, корзини, посуд глиняний - 500,00 грн.
Пу	б	Реквізит постановки № 2 "Військовий гарнізон" /Середній Замок/ - придбання реквізиту і його монтаж : лицарські обладунки, зброя, гармати, ковальство	шт.	1,00	10 000,00	10 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	10 000,00	Елементи даної фото-зони є дороговартісними, тому доцільним є взяти їх в оренду. Лицарські обладунки - 4000,00 грн. Зброя - 2000,00 грн. Макет гармати є в наявності. Інструменти та обладнання ковала - 4000,00 грн. Дана фото-зона буде діяти під час проведення заходів вказаних у проекті.
Пу	в	Реквізит постановки № 3 "Кравецька майстерня"/Середній Замок/: придбання реквізиту і його монтаж: Княжий одяг для примірок, дзеркало, кравчиня, старовинна лада для одягу, княже крісло	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Створення фотозони для гостьового відвідання скасовано. Під час театральних постановок буде використовуватися наявний реквізит музею. Додаткових витрат не потребує.
Пу	г	Квест "Таємниці Замкової майстерні":	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Стаття матеріальних витрат ремісничих квестів перенесена до секції 14 "Інші прямі витрати", розділ "послуги" у зв'язку із зміною формату заходу і переведенням його в он-лайн
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				2 032,00	19 040,00	38 300,00	-	-	-	-	-	-	-	-	38 300,00	
Під	8	Поліграфічні послуги														
Ст.	8.1	Послуги із виготовлення:		2,00	4 000,00	8 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	8 000,00	
Пу	а	Розробка цифрового логотипу-печатки "Весілля Ілони Зріні та Імре Текелі" і "Ремісничка майстерня Замку"	шт.	2,00	4 000,00	8 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	8 000,00	Робота дизайнера з розробки фірмового стилю та брендування - вартість дизайнерських послуг 4000 грн. за 1 пакет.
Пу	б	Нанесення логотипів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	в	Друк брошур	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	г	Друк буклетів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	д	Друк листівок	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	е	Друк плакатів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	с	Друк банерів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	ж	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	з	Послуги копірайтера	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	и	Інші поліграфічні послуги	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				2,00	4 000,00	8 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	8 000,00	
Під	9	Послуги з просування														
Пу	а	Виготовлення промо-роліку 3хв.	шт.	1,00	12 000,00	12 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	12 000,00	Відеоролик транслюватиметься у соцмережах Facebook та Instagram. Зі сторінок замку "Паланок" з налаштуванням таргетованої реклами (суми описані нижче) Зі сторінок популярних місцевих та обласних онлайн-видань Varosh, РМГ, 0317 тощо, а також через сторінки лідарів думок у сфері туризму



Беленюк М. Г.

Пу	б	Виготовлення відео-анонсів	шт.	8,00	5 000,00	40 000,00				-							40 000,00	Відеоанонси транслюватимуться у соціальних мережах Facebook та Instagram зі сторінок замку "Паланок" з налаштуванням таргетованої реклами.
Пу	в	Виготовлення підсумкового відео-ролику 4 хв.	шт.	1,00	28 000,00	28 000,00				-							28 000,00	Відеоролик транслюватиметься у соціальних мережах Facebook та Instagram. Зі сторінок замку "Паланок" з налаштуванням таргетованої реклами (суми описані нижче). Зі сторінок популярних місцевих та обласних онлайн-видань: Varosh, PMG, 0312 тощо, а також через сторінки лідерів думок, які зазначені у концепції проекту.
Пу	г	рекламні витрати	на проєкт	1,00	8 000,00	8 000,00				-							8 000,00	У рекламні витрати включено: 1) розміщення інформації та туристичних ресурсів TripAdvisor, Foursquare та на Google Maps, а також її оновлення - 3000 грн (оплата за послуги виконавця). Розміщення прес-анонсів та прес-релізів про проведені заходи - 2400 грн (написання 8 прес-анонсів та 8 прес-релізів) + 2600 грн (вартість платного розміщення прес-анонсів у 4 виданнях).
Пу	д	SMM, SO (SEO)	на проєкт	1,00	36 000,00	36 000,00				-							36 000,00	Вартість SMM (ведення соцмереж та налаштування таргетованої реклами) становить 5000 грн / міс. Сюди входить: 1) створення щойнаменше 25 публікацій у форматі постів або Stories - 2500 грн; 2) розробка візуального стилю сторінок (плитка Instagram, обкладинки хайлайтс, кавер Facebook, аватарки) та дизайну Інтернет-афіш - 500 грн; 3) послуги налаштування таргетованої реклами - 1000 грн 4) створення фотоматеріалів для ведення - 1000 грн. Також 6000 грн - це бюджет на таргетовану рекламу. Реклама передбачена на промо-ролик, відео-анонси та підсумковий відеоролик. Сума просування промо-ролику становитиме 2500 грн, підсумкового ролику - 2500 грн, та відео-анонсів - по 125 грн (1000 грн загалом). І це обумовлено тим, що відео-анонси спрямовані на залучення, перш за все, місцевого населення на заходи. А промо-ролик і підсумковий ролик покликані охопити широку аудиторію по всій Україні.
Пу	е	Інші				-				-							-	
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				12,00	89 000,00	124 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124 000,00	
Під	10	Створення web-ресурсу																
Пу	а	Витрати зі створення сайту		-	-	-				-							-	
Пу	б	Витрати з обслуговування сайту		-	-	-				-							-	
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу"				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Під	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації																
Пу	а	Найменування методичних навчальних, інформаційних матеріалів	шт	-	-	-				-							-	
Пу	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт	-	-	-				-							-	



 Директор *Беленюк М.У.*

Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних,			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Під 12	Послуги з перекладу														
Пу а	Усний переклад	година	-	-	-				-				-	-	
Пу б	Редагування усного перекладу	сторінка	-	-	-				-				-	-	
Пу в	Письмовий переклад	сторінка	-	-	-				-				-	-	
Пу г	Редагування письмового перекладу	сторінка	-	-	-				-				-	-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу"			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Під 13	Адміністративні витрати														
Пу а	Бухгалтерські послуги		-	-	-				-				-	-	
Пу б	Юридичні послуги		1,00	18 000,00	18 000,00				-				-	18 000,00	Юридичне забезпечення проекту (контракти, документи закінчувель), правовий аналіз та оформлення документів Державно-приватного партнерства "Ремісничка мануфактура" (Концепція ДП/П1, Положення про Ремісничу мануфактуру, візирці супровідної документації, договорів, аналіз нормативних актів в галузі охорони культурної спадщини, інструктивні матеріали внутрішнього користування). Період надання послуги: протягом перших 3 місяців Ціна послуги: середньоринкова, розрахована виходячи з пропозицій місцевих юридичних фірм. (15 людино-днів X 1200 грн. = 18000)
Пу в	Аудиторські послуги		1,00	10 000,00	10 000,00				-				-	10 000,00	
Пу г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)		-	-	-				-				-	-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати"			2,00	28 000,00	28 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	28 000,00	
Під 14	Інші прямі витрати														
Ст 14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		2,00	61 100,00	61 100,00	-	-	-	-	-	-	-	-	61 100,00	



Директор

Бенеранець М.У.

Пу	а	Комплексна послуга передавання аудіо та відео-сигналу, обслуговування акустичних систем, камер, мікрофонів, пультів управління, додаткове освітлення, комп'ютерна обробка, супровід прямих трансляцій.	послуги	1,00	44 700,00	44 700,00				-							44 700,00	Кошторис зазначав незначного зростання та змін відповідно до технічного завдання щодо передавання відео-та аудіо-сигналу (пряма трансляція) № Найменування Од. вим. К-сть Ціна за 1 Сума (грн.) 1 - Портативна та стаціонарна система відео-камер для забезпечення трансляції в різних локаціях - шт - 1 - 4500 - 4500 2 - Комп'ютерна обробка та режисура тварталізованої постанови - шт - 1 - 5200 - 5200 3 - Stage box Yamaha sb168 для передачі аудіо сигналу - шт - 1 - 500 - 500 4 - Мікрофони Sennheiser g2 ev100 965 - шт - 2 - 600 - 1200 5 - Петличні мікрофони для акторів, ремісників та ведучих sennheiser g2 - шт - 10 - 500 - 5000 6 - Сценічна конструкція розміром 5x4 - шт - 1 - 5000 - 5000 7 - Конструкція для декорацій (заднік) розміром 5x3 - шт - 1 - 1600 - 1600 8 - Мікшерний пульт yamaha m7cl 48 es - шт - 1 - 3000 - 3000 9 - Комплект мікрофонів для підзвучки колективів - шт - 1 - 4500 - 4500 10 - Stage box yamaha sb 168 - шт - 1 - 500 - 500 11 - Світлове обладнання LLD par64 шт 12 260 3000 12 - Рухмі голови Beam 15R - шт - 6 - 1000 - 6000 13 - Статичне світло Ami 200 - шт - 2 - 1000 - 2000 14 - Портативна акустична система з акумулятором - шт - 1 - 1500 - 1500 15 - Мікрофон гарнітура до портативної акустичної системи - шт - 3 - 400 - 1200 Псього комплексна послуга - 44700грн., у вартість виключено монтаж-демонтаж, підключення, налаштування та перевезення обладнання.
Пу	б	Налаштування і технічна підтримка протягом проекту цифрової платформи віддаленого доступу до участі у заходах "Он-лайн квест "Таємниці Замкової майстерні""	послуги	1,00	16 400,00	16 400,00				-							16 400,00	
Пу	в					-				-							-	
Пу	г					-				-							-	
Пу	д					-				-							-	
Ст	14.2	Витрати на послуги страхування			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Вказати предмет страхування	шт.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	б	Вказати предмет страхування	шт.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	в	Вказати предмет страхування	шт.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ст	14.3	Видавничі послуги			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Послуги коректора	екземпля		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	б	Послуги верстки	екземпля		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	в	Друк книг	екземпля		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	г	Друк журналів	екземпля		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпля		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ст	14.4	Інші прямі витрати			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пу	а	Internet-телефонія (вказати період)			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	



Беленюк М. Г.

Пу	б	Послуги Internet (вказати період)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пу	в	Банківська комісія за переказ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пу	г	Розрахунково-касове обслуговування	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пу	д	Інші банківські послуги	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пу	е	Інші прямі витрати (деталізувати по кожному виду витрат)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати"			2,00	61 100,00	61 100,00	-	-	-	-	-	-	-	-	61 100,00	-
Всього по розділу II "Витрати":					449 785,00			84 250,00			18 300,00		-	552 335,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ						-							-		

Директор
(Посада)



(Печатка/підпис ПІБ)

/ М.І. Белеканич