

ДОГОВІР № 4CAN21-01165
про надання гранту

м. Київ

«11» серпня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі виконуючої обов’язки Виконавчого директора Осадчої Ірини Володимирівни, яка діє на підставі Наказу Міністерства культури та інформаційної політики України від 30.03.2021 року № 116-к, з однієї сторони, та Комунальна установа Миколаївської міської ради “Агенція розвитку Миколаєва” (далі – Грантоотримувач), в особі виконуючої обов’язки директора Ганжул Анни Павлівни, 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 «Аналіз культурних політик та рівня задоволеності культурних потреб миколаївців: «Миколаїв: культурний контекст»» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кшторисі 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 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

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

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

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

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 510 540 грн. 00 коп. (п'ятсот десять тисяч п'ятсот сорок гривень 00 копійок) без ПДВ.

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

3. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, у проєктах де співфінансування є обов'язковою умовою, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування. Якщо часткове невиконання співфінансування не впливає на граничні обов'язкові пропорції співфінансування проєкту, визначені Фондом, ця норма не застосовується.

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

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію 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 кінотовиробництвом);

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 Фсєдом 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 Проекту, мають містити інформацію про те, що Проект реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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 (за винятком витрат на оплату винагороди членів команди);

інші витрати, Інструкціями для заявників по програмам та витрати здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до «31» грудня 2021 року, але у будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.monitor@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Фрич-Алчіна Дар'я Олегівна;

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

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Комунальна установа Миколаївської міської ради "Агенція розвитку Миколаєва"

Юридична адреса:

54001, Миколаївська обл., місто

Миколаїв, вул. Адміральська, буд. 20

Адреса для листування:

54001, Миколаївська обл., місто

Миколаїв, вул. Адміральська, буд. 20

ЄДРПОУ: 40451807

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA233266100000026004053263623

Тел.: +380730325321



В.о. Виконавчого директора

І.В. Осадча



В.о. директора

А. П. Ганжул

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4 CAN21 - 01165
від «11» серпня 2021р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Аналітика культури

Лот: ЛОТ 2. Соціологічні дослідження

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4CAN21-C1165

Назва проекту: Аналіз культурних політик та рівня задоволеності культурних потреб миколаївців: «Миколаїв: культурний контекст»

Візитна картка

Назва проекту

Аналіз культурних політик та рівня задоволеності культурних потреб миколаївців: «Миколаїв: культурний контекст»

Назва проекту англійською мовою

Analysis of cultural policies and level of satisfaction cultural needs of Mykolaiv residents: "Mykolaiv: cultural context"

Географія реалізації проекту

Населений пункт

Миколаїв

Початок проекту

2021-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2021-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

В. Зурмач



Григорук А.М.

Пріоритетний сектор

культурні та креативні індустрії

Формат проекту

наживо та онлайн

Основний продукт

Аналітичний звіт

Ключові слова за напрямками

соціальні, прикладні дослідження

Конкурсна програма

Аналітика культури

Лот

ЛОТ 2. Соціологічні дослідження

Тип проекту

Індивідуальний

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

Фрич-Алчіна Дар'я Олегівна

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

Керівниця проекту

Загальна інформація про проект**Коротка інформація про проект**

Проект включає в себе комплексне дослідження культурних політик та визначення рівня задоволеності культурних потреб миколаївців та

В.о. директора  Терещук А.М.

розробку стратегії розвитку культурного сектору в умовах сучасних соціальних змін. Це перше дослідження стану культури у Миколаєві за роки незалежності, результатом якого стане аналітичний звіт на основі проведеного інтерв'ю (400 респондентів), 3 фокус-груп, 10 відео-інтерв'ю з представниками галузі культури та кабінетного дослідження, що дасть базу як культурним операторам, так і органам влади для розробки культурних політик та регіональних програм розвитку культури. Результати проєкту будуть представлені на сайті, у вигляді інфографіки та текстового варіанту та у вигляді друкованої брошури, вільно поширеної серед закладів міста.

Коротка інформація про проєкт англійською мовою

The project includes complex research of cultural policies and definition of satisfaction level of cultural needs in Mykolaiv and development of strategy for cultural sector in the conditions of modern social changes. This is the first research on such topic in Mykolaiv during the years of independence, which will result in an analytical report based on an interview (400 respondents), 3 focus groups, 10 video interviews with representatives of culture and office research, which will provide a basis for cultural operators and authorities to develop cultural policies and regional cultural development programs. The results of the project will be presented on the website (infographics and a text version) and a printed brochure, freely distributed among the city's institutions.

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

510540.00

Загальний бюджет проєкту

510540.00

Сума співфінансування

0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції

0

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

Ні

В.о. директора  *Ганнук АН*

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

Не стосується

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

Комунальна установа Миколаївської міської ради "Агенція розвитку Миколаєва"

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Municipal institution Mykolaiv Development Agency

Код ЄДРПОУ

40451807

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

<http://bit.ly/statutemda>

Організаційно-правова форма

Комунальна організація (установа, заклад, підприємствс)

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напрямку програми/ЛОТ-у

Код КВЕД 72.20 Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук;

Дата реєстрації організації

2016-04-27

Юридична адреса організації

54001, Миколаївська обл., місто Миколаїв, вул. Адміральська 20

Поштова адреса організації

54001, Миколаївська обл., місто Миколаїв, вул. Адміральська 20, каб. 527

Область (відповідно до юридичної адреси)

В. О. Директор  *Григорук А.К.*

Миколаївська

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Миколаїв

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

<http://www.mda.mk.ua/> [https://www.facebook.com/](https://www.facebook.com/MykolaivDevelopmentAgency/)

MykolaivDevelopmentAgency/

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

В.о директора Ганжул Анна Павлівна

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?

Ні

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

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-заявника із вказанням громадянства

Миколаївська міська рада

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

Ні

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

В.о. директора  Ганжул А.П.

ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

Власне приміщення (4 кімнати загальною площею 157м²), обладнане для роботи команди (офісні меблі, офісне обладнання, інтернет). Штатна чисельність комунальної установи – 3 особи. Додатково залучені 3 особи за договорами ЦПХ. На балансі установи знаходиться 8 ноутбуків, 2 принтери, проектор та екран. Також стабільно співпрацюють волонтери – від 2 до 7 осіб.

Чи подавалася Ваша організація на конкурси Фонду в попередні роки у ролі заявника?

Так. 1. Заявник. Проект «Цифрова колекція художнього музею» 2020 рік - Культурна спадщина - Бюджет: 932 184 гривень :

2. Заявник. Проект «Трансформація художнього музею у сучасний культурний хаб» - 2019 рік - Культурна спадщина - Бюджет: 344 778 гривень:

3. Заявник. Проект «Фестиваль сучасного мистецтва Mykolaiv ART Week : ІДентифікація» 2018 рік - Бюджет: 143 646 гривень:

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ?

Ні

Чи цей проект (повністю чи частково) подавався на інші конкурси підтримки з коштів державного чи місцевих бюджетів?

Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Так. 1. Заявник. Проект «Цифрова колекція художнього музею» 2020 рік - Культурна спадщина - Бюджет: 932 184 гривень : <https://museum.myart.org.ua> та <https://www.youtube.com/watch?v=4QXTilZmk6c&t=78s>; <https://ucf.in.ua/archive/5faa8aa3f62b3503451ef7f2>

2. Заявник. Проект «Трансформація художнього музею у сучасний культурний хаб» - 2019 рік - Культурна спадщина - Бюджет: 344 778 гривень: <https://www.youtube.com/watch?v=7xtEL3DWZsl> та <https://telegraf.design/news/art-duet-braty-stvoryv-kolazhi-na-osnovi-kartyn-z-ukrayinskyh-muzeyiv/>; <https://ucf.in.ua/archive/5efb116bdf69593fd131cbb3>

3. Заявник. Проект «Фестиваль сучасного мистецтва Mykolaiv ART Week: ІДентифікація» 2018 рік- Бюджет: 143 646 гривень: <https://www.youtube.com/watch?v=70wuWvCOOo&t=39s> та <http://www.nikpravda.com.ua/1200-kv-m->

Голова дирекції  *Томашук А.А.*

suchasnogo-mistetstva-pidsumki-mykolaiv-art-week-2018/; <https://ucf.in.ua/archive/5f180e830cdba92ef31f0813>

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

Проект

Туристичний гайд по видатним місцям Миколаєва (08-12.12.2020) Донор: Центр соціальних програм НГЗ Встановлено 16 табличок та стел, які оснащені QR-кодом та NFC-чіпом та розповідають про основні рекреаційні та історичні локації міста. <https://mkrada.gov.ua/news/13641.html>

Проект

Фестиваль американського кіно «Незалежність» у Миколаєві (04.2019) Донор: Посольство США в Україні Серія безкоштовних показів кращих американських документальних стрічок від American Showcase. <https://mkrada.gov.ua/news/10226.html>

Проект

Роздільний збір відходів у Миколаєві (2019-2020) Донор: Tetra Pak, PepsiCo в Україні Запровадження системи роздільного збору відходів в навчальних закладах Миколаєва забезпечує зміну відношення до проблеми сміття та покращує санітарно-епідемічний стан в місті. Нам вдалось забезпечити навчальні та медичні заклади спеціальними контейнерами. Це всі школи і дитячі садки міста, та ще 24 лікарні, пологові будинки, поліклініки, центри первинної медико-санітарної допомоги та інші медичні заклади Миколаєва. Проведено конкурс соціальної реклами, рейтинг еко-школа року та літній еко-табір для шкільних активістів. Наразі це найкращий показник по всій Україні. <https://mkrada.gov.ua/news/10270.html>

Проект

Арт-простір в ДОФі (2019-2020) Донор: Місцевий бюджет, меценати, Програма Culture Bridges В рамках проекту у внутрішньому дворі колишнього Будинку офіцерів флоту заградував культурно-освітній простір. Протягом всього літа тут відбулися серії безкоштовних кінопоказів найкращих фестивальних фільмів, лекції та дискусії, музичні виступи і вечори поезії, а також виставковий центр проста неба. З цією метою були проведені ремонтні та підготовчі роботи на літній сцені, облаштоване декоративне освітлення, придбані стільці та пуфи,

В.О. Зинченко



виготовлені спеціальні вуличні меблі, встановлено великий екран тощо.
<https://mkrada.gov.ua/news/10890.html>

Детальний опис проекту

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

Культурний відпочинок та задоволення власних потреб через мистецтво є ключовим елементом якості життя людини. Як різні групи населення у різних регіонах України проводять свій вільний час, наскільки активними вони є при цьому, чи відчують, що їхні культурні та психо-емоційні потреби є задоволеними - це важливий фактор соціально-економічного розвитку суспільства.

У 2016 році на національному рівні було схвалено довгострокову стратегію розвитку культури, згідно з якою "саме розвиток культури має стати з центрі державних інтересів, національної політики, національної безпеки", втім, однією з перешкод для якісного розвитку культури з урахуванням інтересів та прав всіх громадян України є відсутність актуальної та коректної інформації щодо існуючих культурних потреб на проведення дозвілля у різних груп населення. Більш того, на сьогодні не було проведено досліджень, у регіонах чи містах, які б намагались визначити особливості культурних вподобань жителів.

На особливості практик культурного споживання мешканцями міста можуть впливати як суб'єктивні, так і об'єктивні чинники.

В якості об'єктивних чинників, що впливають на культурні практики виступають: на рівні функціонування культурних інституцій - соціально-економічна та соціально-політична ситуація, на рівні особистості - територіальні та соціально-демографічні показники. Суб'єктивними, стилізаційними чинниками є: культурно-освітній потенціал, культурний досвід, сімейні традиції, кристалізовані культурні практики (активні чи пасивні, публічні чи приватні/домашні), смак та жанрові прихильності, тощо.

Важливо зазначити, що запропоноване у проекті дослідження стане особливо важливим для різних установ культури, адже дасть розуміння того, куди рухатись, як планувати свої дії з урахуванням кризових ситуацій 2020 року.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Результатом проекту стане як детальне дослідження культурних політик та вивчення культурних потреб миколаївців, так і вироблення рекомендацій

В. О. Директор



Витиш Н.В.

для подолання виявлених проблем та діяльності у часи кризи. Воно буде виконане у формі комбінованого соціологічного дослідження (кабінетне дослідження, 3 фокус-групи, анкетування (400 респондентів) та експертні відео-інтерв'ю серед працівників закладів культури різних форм власності) щодо покращення якості та доступності культурних послуг в громаді міста, також торкнеться теми впливу пандемії COVID-19 на сектори культурних та креативних індустрій, що повністю відповідає пріоритетам ЛОТу 2 Соціологічні дослідження, програми Аналітика культури.

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

Відповідно до п. 3.2.10 Статуту Агенція розвитку Миколаєва бере участь у розробленні та здійсненні комплексу заходів організаційного, фінансового, економічного і правового характеру з метою забезпечення розвитку культури, а також до п. 3.2.3 Агенція розвитку проводить дослідження та формує рекомендації до розвитку різних сфер міського розвитку та надає рекомендації Миколаївській міській раді щодо запровадження програм та проектів у місті. Тобто результати дослідження не будуть просто представлені і все, а на їх основі в подальшому будуть розроблятися міські політики у сфері культури і цей процес контролюватиме як наша організація, так і структурні відділи міської ради (тим більш, що маємо підтримку ідеї цього проекту як від міського голови, так і від новообраного депутатського корпусу).

Тож, зважаючи, що одним із стратегічних напрямків діяльності організації є дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук, розробка та реалізація проектів, що спрямовані на підтримку культури та підвищення рівня знань громади міста, то цей проект природньо вписується у діяльність комунальної установи.

Чому проект є унікальним?

Таке комбіноване соціологічне дослідження з розробкою подальших рекомендацій проводиться у Миколаєві вперше, власне, в Україні майже немає комплексних досліджень у сфері культури, а особливо розвитку культури певних міст чи громад. Дослідження рівня задоволеності культурних потреб миколаївців дозволить проаналізувати наявний стан розвитку культури та надати рекомендації профільним структурам при формуванні програм розвитку, адже у Миколаєві відсутні будь-які дані щодо потреб містян у сфері культури, про необхідність дослідження даної сфери навіть не піднімаються питання у владних кабінетах. Тому як профільним установам, так і креативним індустріям неможливо спертись на певні дані

В. О. Диремко
 *В. О. Диремко*

(не кажучи про їх актуальність) про розробці власних стратегій розвитку. Особливо гостро питання нестачі фахових досліджень стало у часи кризи, тож теми, які заявлені у проекті, тобто визначення особливостей саме миколаївського культурного контексту та роль, яку відіграють у проведенні дозвілля різних верств населення як державні, так і комунальні, так і приватні культурні інституції є дуже актуальною, так як залишається малодослідженою.

У грудні 2020 року було прийнято міську комплексну програму «Культура та охорона культурної спадщини» на 2021-2025 роки, де основний акцент зроблено не на споживачах культури, а на планах по оновленні матеріально-технічної бази комунальних установ, роль яких у задоволенні культурних потреб містян є доволі низькою. У зазначеній програмі відсутні соціологічні чи аналітичні дослідження та не заплановані такі заходи в період її реалізації. Також у програмі відсутні дані щодо приватних та громадських операторів культури у місті та області. Тож фінальний результат проекту в подальшому може бути покладений в основу створення галузевих програм розвитку культури, що оновлюються та плануються щорічно.

Чому проект є інноваційним?

Інноваційність дослідження полягає у комплексному підході до збору даних: і анкетування жителів міста, тобто споживачів послуг, і фокус-групи серед мистецької спільноти та культурних менеджерів, і відео-інтерв'ю з представниками сфери культури. Також кабінетне дослідження діючих регіональних програм та аналіз їх пов'язаності з політичним компонентом розвитку міста дасть можливість сформувати репрезентативні висновки та опорні точки при формуванні візії розвитку культурної сфери Миколаєва. Презентація результатів та залучення як представників сфери культури різних форм власності, так і громадського сектору не півністю дотичного до культурного розвитку, стане позитивним прикладом комунікації органів влади та неурядового сектору, що можуть формувати спільні проекти, спираючись на факти, аналітичні дані та обгрунтовані пропозиції. Інноваційність запропонованого проекту також полягає в залученні до нього всіх стейкхолдерів, важливих для формування культурних політик в Миколаєві.

Основна мета проекту

Комплексне дослідження культурних політик та визначення рівня задоволеності культурних потреб миколаївців та розробка стратегії розвитку культурного сектору в умовах сучасних соціальних змі-

В.О. Згуровська

Голова РДА

Цілі проекту

Ціль

Проаналізувати та структурувати культурні політики діяльності державних, комунальних та недержавних організацій сектору культури та мистецтв у місті.

Завдання

Провести кабінетне дослідження програм та проектів, що діють у Миколаєві у сфері розвитку культури та виявити особливості функціонування та напрями діяльності організацій сектору культури та мистецтв у порівнянні з державними культурними інституціями

Результат 1

Досліджено напрямки та сфери підтримки регіональних та місцевих програм розвитку культури та фінансові можливості їх реалізації.

Результат 2

Проаналізовано регіональну та відомчу статистику, публікації у засобах масової інформації та Інтернеті, програми та анонси закладів культури та мистецтв, що включає вторинний аналіз наявних кількісних даних з відкритих джерел та контент-аналіз публікацій

Індикатори досягнення результатів

Проаналізовано документи (програми, проекти), що діють та регулюють сферу культури в місті, проаналізовано статистику відвідування закладів культури за 2018-2020 роки, проведено контент-аналіз публікацій ЗМІ, досліджено фінансування сектору культури.

Ціль

Дослідити рівень задоволеності культурних потреб містян та особливості, які характерні для практик культурного споживання серед мешканців міста.

Завдання

Провести репрезентативне опитування мешканців міста (анкетування, вибірка 400 респондентів) та проаналізувати отримані дані.

Результат 1

Визначено рівень задоволеності культурних потреб містян та виявлено особливості функціонування організацій під час карантину та інших

В. О. Директор



В. О. Директор

соціокультурних викликів.

Результат 2

Окреслено найбільш популярні практики культурного споживання серед містян та визначено рівень залученості населення у рамках культурних заходів, що відбуваються у місті. Також визначено локації культурного тяжіння для мешканців міста (об'єкти культурного надбання, історичні пам'ятки тощо).

Індикатори досягнення результатів

Розроблена анкета – опитано не менше 400 респондентів – залучено усі райони міста – сформовано аналітичний звіт.

Ціль

Дослідити основні проблеми та виклики організацій різних форм власності сектору культури та мистецтв та розробити шляхи їх подолання.

Завдання

Провести фокус-групове інтерв'ю, що включає в себе три серії (у кожній 8-12 учасників) та обробити дані серед представників органів влади, державних, комунальних та приватних закладів культури, громадських організацій, які зайняті у сфері культури та мистецтв, бізнесу та креативних індустрій.

Результат 1

Виявлено типи загальних викликів та ризиків у сфері культури та мистецтв та визначено вплив новітніх технологій на діяльність представників сектору культури та мистецтв (колаборації, он-лайн сесії тощо).

Результат 2

Запропоновано шляхи подолання викликів у кризові часи та представлено їх у фінальному аналітичному звіті, у вигляді брошури (кількість 300 екземплярів).

Індикатори досягнення результатів

3 фокус-групових дослідження – залучено не менше 24 учасників – представники різних форм власності.

Ціль

Поширення результатів дослідження серед профільних структур міської

В.О. Директор



Розроблено 18.11.17

ради та інших зацікавлених представників сфери культури та громадської активності.

Завдання

Провести презентацію (оффлайн та онлайн) та представити аналітичний звіт у вигляді інфографіки та короткої презентації – поширити інформацію про проєкт та його результати у ЗМІ та соціальних мережах.

Результат 1

Результати передано Управлінню культури та Департаменту міського голови Миколаєва, у вигляді брошури з результатами та рекомендаціями дослідження.

Результат 2

Створено сайт, на якому представлені усі результати дослідження у вигляді інфографіки, презентації та повного текстового аналітичного звіту.

Індикатори досягнення результатів

створення аналітичного звіту розміром 6 авторських аркушів та кількістю 240000 знаків, відповідно до вимог МОН – орієнтовно 148 друкованих аркушів - видання короткої презентаційної брошури з інфографікою та даними аналітичного звіту (300 екземплярів) та її поширення серед закладів освіти та культури, профільних установ – 1 аналітична візуалізована презентація – 1 сайт з повною інформацією про проєкт та детальним описом дослідження

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту

- ☐ Учасники фокус груп – не менше 24 осіб
- ☐ Представники державних культурних установ (музеї, ВНЗ) – не менше 30 осіб
- ☐ Представники комунальних установ культури (бібліотеки, театри, виставкові зали, будинки культури) – не менше 100 осіб
- ☐ Представники приватних установ культури (кінотеатри, галереї, арт-студії, музичні колективи) – не менше 40 осіб
- ☐ Громадські об'єднання у сфері культури (ГО, культурні менеджери, молодіжні організації) – не менше 35 осіб
- ☐ Митці та артисти (художники, музиканти, актори, тощо) – не менше 20 осіб
- ☐ Представники Миколаївської міської ради та її структурних підрозділів

В.О. Зупенко



(управління культури, управління молодіжної політики), що відповідальні за розробку культурних політик – не менше 40 осіб

Усього оціночно – не менше 300 осіб

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

- [?] Респонденти інтерв'ю з визначення культурних потреб – 400 осіб
- [?] Читачі друкованої брошури – понад 300 осіб (поширена і у бібліотеках, де є ширша можливість ознайомитись великому колу людей)
- [?] Громадські активісти та об'єднання різних сфер діяльності – понад 20 осіб
- [?] Працівники Миколаївської облдержадміністрації та структурні підроділи обласної влади – понад 30 осіб
- [?] Відвідувачі сайту та соціальних сторінок проекту, що завантажать чи ознайомляться з результатами проекту – понад 2000 осіб
- [?] Відвідувачі сайту міської ради, де також буде розміщено посилання на результати дослідження – понад 1000 осіб
- [?] Аудиторія, що охоплена постами та інформацією про проект у соціальних мережах – понад 20 000 осіб
- [?] Мешканці міста, що цікавляться культурною сферою – понад 50 000 осіб
- [?] Профільні установи в Україні, що займаються дослідженням культурної сфери у регіонах – орієнтовно 5 установ

Усього оціночно – понад 80 000 осіб

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Запит на дослідження розвитку сфери культури у Миколаєві назріває дуже давно і представники міської влади та культурних установ, що займаються розвитком політик у сфері культури, створенням профільних програм та розробкою проектів зазначають, як публічно під час виступів на телебаченні чи радіо, чи під час інтерв'ю, так і у приватних розмовах, що катастрофічно не вистачає даних щодо поточного стану культури в місті та потреб містян у сфері культури. Кожна установа (як державні, так і комунальні, так і приватні) має визначати стратегію свого розвитку та в той же час не має загальної картини того, що відбувається у місті і часто це виливається у недолугі плани, що не приносять жодних результатів.

Також, власне проектна діяльність Агенції розвитку Миколаєва надає розуміння потреб у фаховому дослідженні для розробки культурних політик. Так як наша організація часто виступає посередником між міською

В. О. Гурієв



владою та громадським сектором, то відчувається нестача фактів та інформації, якою могли б оперувати обидві сторони для пошуку шляхів співпраці.

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

Представники місцевого самоврядування та культурні установи отримають результати дослідження у вигляді структурованого та доступного для розуміння аналітичного звіту, до якого включені також і рекомендації щодо швидких кроків задля покращення надання культурних послуг відповідно до отриманих даних щодо рівня задоволеності культурних потреб населення. Аналітичний звіт буде представлено на сайті проекту та завантажено на платформу <https://issuu.com/>, також посилання буде розміщено на сайті Миколаївської міської ради у вигляді інфографіки, короткої презентації та повного текстового файлу.

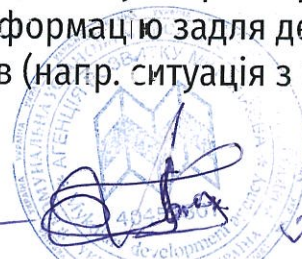
Розуміння потреб миколаївців у сфері культури, їх рівня задоволеності культурним продуктом в місті, їх потребам, а також потребам власне культурних операторів, дасть змогу формувати спільні стратегії розвитку культурних установ, співпрацювати використовуючи спільне бачення та вихідні дані.

Таким чином, внаслідок реалізації проекту сектор культури отримає фахову інформацію для подальшого використання для власного розвитку, підвищення відкритості роботи, інклюзивності та забезпечення рівних можливостей для всіх громадян.

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)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними

Зацікавленими сторонами стануть: культурні установи усіх форм власності; представники органів місцевого самоврядування відповідальні за розробку та реалізацію локальних культурних політик; місцеві громадські організації, що працюють у сфері культури або з аудиторіями, дотичними до цієї сфери; митці та культурні менеджери. Усі вищезазначені представники будуть залучені до участі у фокус-групах, можуть бути охоплені анкетуванням для визначення культурних потреб, залучені до створення відео-інтерв'ю про стан сфери, візьмуть участь у поширенні результатів проекту та його просування через власну зацікавленість. Негативно вплинути на проект можуть розпорядники публічної інформації, що можуть приховувати статистичні дані або подавати неправдиву інформацію задля демонстрації виконання власних запланованих результатів (напр. ситуація з науковою

В. О. Зірицька



Ганнук Н.П.

бібліотекою для юнацтва, яка подавала завищені у 20 разів показники відвідуваності).

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?

Комплексне дослідження культурних політик позиціонуватиметься як перший масштабний проект з визначення рівня задоволеності культурних потреб мешканців Миколаєва, який увійде в основу стратегії розвитку культурного сектору в умовах сучасних соціальних змін. Відтак, ключовими повідомленнями проекту є: «Миколаїв - культурний контекст». Повідомлення стосуватиметься зафіксованих потреб та інтересів мешканців Миколаєва, рівня доступності для них культурного продукту в регіоні. Цей меседж буде спрямований до широкої аудиторії медіа та користувачів соціальних мереж. Поміж експертних кіл, натомість, буде поширений меседж про унікальність дослідження і його потенціал. Увага приділятиметься поширенню повідомлення про важливість використання результатів аналітичного дослідження у процесі розробки місцевих політик та прийняття рішень. Головними спікерами проекту будуть: Дар'я Фрич-Алчіна, керівниця проекту; Дінара Локтіонова, кандидатка політичних наук, експертка ГО «Центр інноваційного розвитку територій»; Дар'я Виставкіна, кандидатка соціологічних наук, членкиня Південноукраїнського відділення Соціологічної Асоціації України, членкиня ГО «Центр інноваційного розвитку територій». В рамках дослідження планується співпраця з місцевими індивідуальними митцями, ініціативними групами, менеджерами культури, представниками ключових громадських, приватних та муніципальних організацій, установ та закладів сфери культури. Вони будуть залучені до інтерв'ю під час дослідницької фази проекту, а також до проведення публічних презентацій дослідження і комунікації результатів дослідження, оскільки вони мають прямий контакт з цільовою аудиторією. Серед них: - Сергій Мельниченко – фотохудожник, призер міжнародного конкурсу Leica Oskar Barnack Newcomer Award 2017, автор фотовиставок в Словаччині, Аргентині, Польщі, Франції та Україні; - Володимир Алексєєв – засновник миколаївського джаз-клубу, керівник джаз-оркестру Performance Big Band, засновник фестивалю Jazz Fest Jubilee; - Артем Свистун – директор-художній керівник Миколаївського академічного художнього російського драматичного театру; - Сергій Росляков – директор Миколаївського художнього музею ім. В. В. Верещагіна; - Юлія Захарова – директор ДК «Молодіжний», режисер ансамблю танців «Каприз»; - Євгенія Кручиніна – директор Миколаївської дитячої художньої школи; - В'талій Бойченко – в.о. начальника Управління культури, національностей та релігій миколаївської

В.О. Диремора  *Григорук Р.П.*

ОДА; - Юрій Любаров – очільник управління культури Миколаївської міської ради; - Євген Цимбалюк – фільммейкер, викладач з відео-арту в комп'ютерній академії «ШАГ»; Усі залучені особи є проактивними, ведуть активні комунікації назовні, мають розвинуті мережі партнерів, та є лідерами думок своїх напрямків діяльності в регіоні. Залучені до співпраці лідери думок стануть героями відеороликів, які зніматимуться в рамках проекту. Такими чином, за нашим досвідом, ми встановлюємо з лідерами думок достатню довіру, щоб вони були зацікавлені в участі у проекті та поділитися його результатами всередині своїх спільнот. Також очікуємо на додаткову підтримку проекту з боку колег з інших міст України: - BRATY Art Studio (Іван та Василь Костенко) - графічні дизайнери і майстри колажу, які співпрацюють з багатьма успішними українськими і міжнародними брендами (м. Київ); - Андрій Сігунцов – куратор Музею сучасного мистецтва Одеси (м. Одеса); - Ксенія Курмаз – дизайнерка, ілюстраторка, авторка українських анімаційних фільмів (м. Київ); - Андрій Лохматов – головний редактор видання Delo.ua (м. Київ); - Євгенія Дулько – урбаністка, культурна менеджерка, голова ГО «АРТ ОПТИМІСТИ» (м. Харків); - Олена Афанасьєва – керівниця Центру культурного розвитку «Тотем», арт-директор в Urban CAD (м. Херсон); - Нікіта Худяков – co-founder OCHN, координатор проєктів Frontier, VR Forum and Art Festival (м. Харків). Інформаційна складова реалізації проекту відбуватиметься у відповідності до положень та вимог Інструкції щодо інформаційної співпраці та використання бренду Українського культурного фонду. Згадування про підтримку проекту Фонду та використання логотипу УКФ у інформаційних матеріалах, публікаціях, в ЗМІ та під час публічних виступів буде обов'язковим.

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

Основними комунікаційними заходами проекту будуть: складання бази ЗМІ, e-mail розсилка (анонси, прес-релізи, пост-реліз, персональні запрошення), підготовка прес-кіту, прес-конференція, запрошення стейкхолдерів на заходи проекту тощо.

Разом з дизайнером буде розроблено айдентику проекту: розроблення візуального стилю проекту, логотипу, кольорів, підбір шрифту, дизайнерських елементів, які будуть використовуватись під час ведення проекту в соціальних мережах, верстання фінальної брошури та створення вебсайту.

Основними каналами комунікацій просування проекту є публікації в інтернет ЗМІ, на сайті проекту та соціальні медіа – офіційна сторінка організації «Агенція розвитку Миколаєва» в Facebook (3874 підписників).

В.о. директора  *Григорів О.М.*

Додатковим каналом комунікації будуть сторінка партнерської Платформи MY ART (2038 підписників) та її сторінка в Instagram (1542 підписників). Допоміжними каналами комунікації є промо-матеріали (фірмові бейджи інтерв'юерів, стенд Roll-Up, який буде присутній на всіх ключових публічних подіях проекту) та візуальні матеріали (брошура за результатами досліджень, котру поширюватиме серед цільової аудиторії проекту; інфографіка для спрощення сприйняття тексту аналітичного звіту). Будуть окремі візуали для комунікації в соціальних мережах. Так само для просування проекту використовуватимуться 5 відео на YouTube у форматі інтерв'ю з 10 експертами галузі креативних індустрій тривалістю до 5 хвилин кожен (не менше 200 переглядів кожного до завершення проекту). Додатково використовуватимемо e-mail посилку контактів Агенції на 1400 адресатів.

Заплановано не менше 40 постів (відео-сторіз та класичні пости) в соцмережах Facebook та Instagram (від 1 до 2 постів на тиждень протягом 5 місяців, в залежності від активної фази реалізації проекту та наявних інформаційних приводів). Пости з посиланням на аналітичний звіт за результатами проекту будуть промотуватися на сторінках Агенції розвитку Миколаєва та партнерів проекту за допомогою рекламної кампанії в соціальних мережах (платний таргетований показ постів). Заплановане загальне охоплення аудиторії – 20 000 осіб.

В соцмережах безпосередньо публікуватимуться новини про проект, а на сайті проекту – публікації про продукти дослідження (повний аналітичний звіт, короткий звіт із візуалізацією, брошура – 300 екземплярів). Зверстана брошура з аналітикою та інфографікою проекту буде додатково опублікована на платформах Behance та Issuu. Всі результати будуть доступні для перегляду онлайн. Ці матеріали далі поширюватимуться партнерськими інформаційними ресурсами.

Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту (вказіть назви засобів масової інформації та кількість публікацій/матеріалів, які заплановані)?

Організація має п'ять постійних медіа-партнерів:

Никлайф (<http://niklife.com.ua/>) – заплановано 1 публікацію

НикВести (<http://nikvesti.com/>) – заплановано 2 публікації

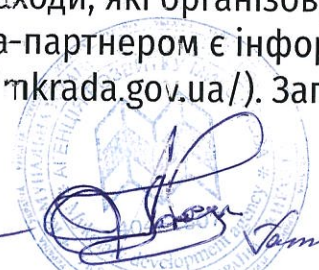
Інше.ТВ (<https://inshe.tv/>) – заплановано 1 публікацію

сайт 0512 (<https://www.0512.com.ua/>) – заплановано 1 публікацію

Свідок.Інфо (<https://svidok.info/ru>) – заплановано 2 публікації

Це інтернет-видання, які висвітлюють всі заходи, які організовуються комунальною установою. Додатковим медіа-партнером є інформаційний портал Миколаївської міської ради (<https://mkrada.gov.ua/>). Запланована

В.О. Диринга



Григорук КН.

співпраця з місцевими телеканалами: UA:Суспільне (Миколаївська регіональна дирекція), НІС ТВ, МАРТ ТВ та Радіо Миколаїв 92 FM. Заплановано не менше 40 згадувань у місцевих ЗМІ та не менше 2 у національних чи регіональних протягом проекту.

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

Кількісні показники реалізації комунікаційного плану:

- охоплення аудиторії у соцмережах (не менше 20 000 осіб) – офіційна сторінка Агенції розвитку Миколаєва та Платформи MY ART;
- охоплення представників сфери культури у фокус-групах (не менше 24 осіб);
- охоплення мешканців Миколаєва в анкетуванні (не менше 400 осіб);
- охоплення в результаті e-mail розсилки контактів (не менше 1400 осіб);
- охоплення лідерів думок, експертів, представників сфери креативних індустрій під час інтерв'ювання (не менше 10 осіб);
- охоплення прямих бенефіціарів проекту (не менше 70 осіб) - працівники Міністерства культури, УКФ, Інституту книги, Миколаївської міської ради, Миколаївської обласної ради, Миколаївської ОДА, управлінь культури та комунальних установ культурного сектору, представників креативного сектору та медіа;
- зростання кількості підписників у соціальних мережах (не менше 10%);
- кількість публікацій про проект у місцевих ЗМІ (не менше 40);
- кількість публікацій у національних/регіональних ЗМІ (не менше 2);
- кількість позитивних відгуків на проект (не менше 80%);
- кількість постів в соцмережах (не менше 40);
- кількість публічних заходів для презентації результатів проекту (щонайменше 1);
- кількість візуальних презентацій (щонайменше 1).

Якісні показники реалізації комунікаційного плану:

- підвищення рівня інформованості громади щодо культурних заходів та процесів, які відбуваються в Миколаєві, про кращі практики та обрану в результаті дослідження стратегію розвитку сфери культурних та креативних індустрій в регіоні;
- налагодження діалогу між представниками культурних індустрій, мережування та нетворкінг креативних підприємців;
- публічне обговорення результатів проекту за участі посадовців, громадських активістів та інших зацікавлених сторін;
- підвищення уваги владних структур до культурних ініціатив та необхідності використання аналітичних досліджень у процесі прийняття

В.О. Диринко



рішень.

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

- [?] Дані та рекомендації, що отримані в рамках даного проекту, враховуються під час розробки культурних політик та програм розвитку в місті.
- [?] Заклади культури, розробляючи власні плани розвитку та стратегії, спираються на результати дослідження та відслідковують зміни у культурному секторі.
- [?] Зростає рівень задоволеності культурних потреб миколаївців, через підлаштування планів та проектів відповідно до їх запиту.
- [?] Органи місцевого самоврядування користуються доробком проекту та розробляють плани, спираючись на аналітичний звіт.
- [?] Громадські організації та приватні заклади культури співпрацюють з місцевим самоврядуванням так як мають спільне підґрунтя та розуміють вихідні дані, завдяки результатам дослідження.
- [?] Вайжлиvim результатом проекту має стати саме стимулювання попиту посадовців до досліджень не лише у сфері культури, а і взагалі до розуміння ролі досліджень перед прийняттям важливих рішень.

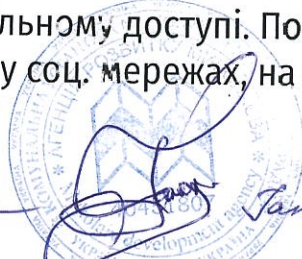
Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту

Проект є націленим на дослідження культурного контексту Миколаєва. Культура є важливим аспектом життя людини в місті. Врахування культурних потреб містян, незалежно від їхнього соціального статусу чи району в якому вони проживають, є ключовим аспектом у вирішенні соціально-економічних питань, переосмислення та пошуку нових форм підходу до проблем районів та загалом підвищення рівня задоволення життям. Саме тому, проект орієнтований на визначення проблем та перспектив у сфері культури, з боку містян та влади, задля цілковитого розвитку міста, як у цій сфері, так і повному включенні громади до вирішення інших питань.

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

Всі результати у вигляді фінального аналітичного звіту, отримані під час реалізації проекту, будуть надруковані у брешурі, що буде розповсюджена серед культурних та освітніх закладів міста, бібліотеках, галереях, молодіжних центрах, а також передана до відповідних управлінь Миколаївської міської ради (Управління культури, Управління освіти, Управління молодіжної політики). Також результати дослідження будуть оприлюднені на сайті, що знаходитиметься у вільному доступі. Посилання на сайт буде знаходитись на сторінках проекту у соц. мережах, на сайті

В. О. Диреміда



Гантук В.П.

міської ради та розповсюджене через ЗМІ за допомогою прес-релізів.

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з державного або місцевого бюджету, грантової чи спонсорської підтримки тощо)?

Після завершення реалізації проекту та оприлюднення результатів, вони будуть передані іншим управлінням та відділам Миколаївської міської ради для використання їх у роботі.

Також буде ініціюватись переговорний процес з Управлінням культури про проведення такого дослідження на постійній основі для відслідковування результатів та змін, а також проведення подібних соціологічних досліджень на постійній основі у інших сферах міського розвитку.

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

Поза межами проекту запланована тісна співпраця з Управлінням молодіжної політики, Управлінням культури та громадськими організаціями і об'єднаннями задля імплементації результатів у діяльність кожної із сторін. Буде проведено перемовини та зустрічі з обговоренням шляхів покращення ситуації у міста та регіоні в залежності від стриманих результатів.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Фрич-Алчіна Дар'я

Роль у проекті

Керівниця проекту

Перелік основних обов'язків

Представлення проекту, зовнішні комунікації з зацікавленими особами; контроль виконання всіх стадій проекту; моніторинг діяльності команди; комунікації з владними структурами, аналіз документів та програм, контроль видання брошури.

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

100%

В. О. Дар'я



Гантур Р. П.

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

05.2017 – нині – координаторка україно-німецького проекту «Київський Діалог» у Миколаївській області. Організація освітніх заходів (програми тренінгів з урбаністики, розвитку “третьох місць”, побудові комунікацій в громадах), конференцій (Форум “Місто як культурний феномен”-2018, 2019 рр. із залученням більше 60 учасників з усієї України та 10 спікерів, включаючи міжнародних експертів), стратегічне планування діяльності з розвитку малих міст області.

- 08-10.2019 – менеджерка проекту “Дні сучасного мистецтва у Миколаєві”, під час якої організовано 17 відкритих заходів та 3 виставки, що були відкриті для відвідувачів 32 дні, залучено більше 10 митців та експертів до Миколаєва (Київ, Харків, Херсон, Одеса, Львів), заходи відвідало більше 3500 осіб.

10.2017 – 07.2018 – координаторка проекту співпраці International Republican Institute та National Endowment for Democracy в Миколаєві. Проектна менеджерка “Школа комунікацій” та “Покращення надання послуг ЦНАП у Миколаєві” – організація навчального процесу для 20 учасників, розробка програми з тренерами, технічна організація заходів, логістика.

12.2015 – 02.2016 – аналітикиня проекту «Створення агенції міського розвитку у Миколаєві» ГО «Спільні зусилля» (дослідження та аналіз соціально-економічного становища у м. Миколаєві, обробка та аналіз даних, комунікація з виконавчими органами міської ради).

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Герман Анна

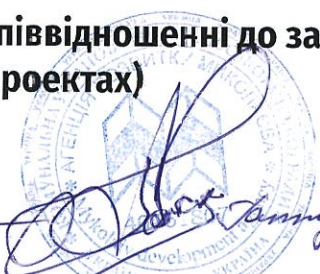
Роль у проекті

асистентка керівниці проекту

Перелік основних обов'язків

допомога при проведенні інтерв'ю та зустрічей, комунікація з волонтерами, організація друку брошури, координація створення сайту.

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

В.о. директора  В.П.

100%

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

06-10.2020 – менеджерка проекту «Цифрова колекція художнього музею» за підтримки УКФ. Обов'язки: Контроль виконання 3Dмоделей оцифрованих графічних робіт, робота з дизайнерами та верстальниками каталогу, затвердження макетів до друку (поштівки, наклейки, тощо).

08-10.2019 – програмна менеджерка проекту "Дні сучасного мистецтва у Миколаєві" за підтримки УКФ, під час якої організовано 17 відкритих заходів та 3 виставки, що були відкриті для відвідувачів 32 дні, залучено більше 10 митців та експертів до Миколаєва (Київ, Харків, Херсон, Одеса, Львів), заходи відвідало більше 3500 осіб.

09.2017 – 2019 - заступниця керівника відділу консалтингу - Тоговий Дім "NIKO", Миколаїв (Автомобільний концерн)

Розробка і проведення тренінгів для співробітників дилерської мережі ММСU і Автохолдинг NIKO. Основні теми: ефективний телефонний дзвінок, ефективні продажі, воронка продажів, робота з запереченнями, стандарти продаж, стандарти роботи CRM.

Участь в підготовці і в проведенні тренінгу по продукту для мережі автодилерів.

Обробка відео матеріалів з тренінгів по тест-драйву: перегляд відео, оцінка дій, письмова зворотний зв'язок та рекомендації продавцям.

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Виставкіна Дар'я

Роль у проекті

соціологиня відповідальна за проведення фокус-груп

Перелік основних обов'язків

Організація проведення 3 фокус-груп. Кількість респондентів 1 групи – 8-12 осіб. В обов'язки входить: рекрутинг учасників ФГ, розроблення гайду та відбіркової анкети, підготування стінсграми кожної групи, виконання обов'язків бригадира дослідження, модерування кожної ФГ, написання та підготовка аналітичного звіту.

В.О. Директор



Р.П.

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

100%

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

Досвід:

- доцентка кафедри журналістики, реклами і медіакомунікацій, факультет журналістики, реклами та видавничої справи, Одеський національний університет імені І.І.Мечникова;
- провідна фахівчиня інформаційно-аналітичного підрозділу Навчально-виробничого комплексу інноваційних технологій навчання, інформатизації, безперервної освіти, Одеський національний медичний університет;
- учасниця соціального театру в рамках арт-проекту «Пульс міста»;
- членкиня редколегії міжнародного журналу IJEPHSS - International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences (<https://ijephss.com/scientific-and-advisory-board/>);
- лекторка сертифікаційної програми «Основи медіації та діалогу» (розділ «Соціологія конфлікту»), Центр Лідерства, Одеський національний університет імені І.І.Мечникова;

Аналітичний досвід

- □ Соціологічні дослідження якості освіти в Одеському національному медичному університеті (червень 2019 – березень 2020, вересень 2020 - наступний час);
- □ Маркетингове дослідження для мережі БРСМ Нафта: організація дослідження, аналіз та презентація даних (червень 2020);
- □ Кураторка кількісних досліджень з урбаністики, Think Tank «Простір» (липень 2019 – квітень 2020);
- □ Соціологічне дослідження щодо стану дотримання принципу дискримінації у місті Миколаїв (листопад – грудень 2018 року; соціальний проект «Миколаїв – місто рівності»);
- □ Маркетингове дослідження: портрет відвідувача ТРЦ «CityCenter» (2018 р., 2017 р.);
- □ Урбаністичне дослідження одеського скверу Ж.Лябурб (липень – грудень 2018 р.);
- □ Соціальний проект «Відкрита думка-Одеса2017» (лютий – травень 2017 р.);
- □ Дослідження кіноаудиторії м.Одеса (2004 – 2009 рр.).

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа

В. О. Диринська  *Григорук Ю.П.*

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

ПІБ члена команди
Локтіонова Дінара

Роль у проекті
соціологиня відповідальна за проведення вуличне опитування та дослідження

Перелік основних обов'язків
організація проведення вуличного опитування та дослідження. Кількість респондентів - 400 осіб. В обов'язки входить: розрахунок вибірки, створення інструментарію дослідження, виконання обов'язків бригадира дослідження, проведення анкетування, створення шаблону та власне введення в нього даних дослідження, оброблення результатів опитування, аналіз багатовимірних даних та написання звіту по дослідженню.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
100%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
канд. політичних наук, експертка ГО «Центр інноваційного розвитку територій»
2013 р. [?] по теп. час – членкиня Соціологічної асоціації України (САУ)
лютий 2020 р. – по тепер. час – регіональна експертка у рамках реалізації проекту «Індекс євроінтеграційного економічного поступу: посилення підтримки громадянського суспільства у впровадженні проєвропейських економічних реформ в регіонах України» у співпраці з Поліським фондом міжнародних та економічних досліджень.
Обов'язки: аналіз статистичних даних, написання аналітичного матеріалу, популяризація та презентація результатів дослідження.
жовтень 2017-2019 рр. [?] моніторингове маркетингове дослідження «Портрет відвідувача ТРЦ «City Center» (м. Миколаїв) (інформація конфіденційна на вимогу замовника);
Обов'язки: розробка програми соціологічного дослідження, організація, проведення та контроль польового етапу. Звітування.
листопад 2018 р. – участь у соціальному проєкті з протидії дискримінації

В.О. Локтіонова
 В.О. Локтіонова

«Миколаїв – місто рівності», що реалізується ГО «Майстерня добра» за підтримки ЧНУ імені Петра Могили, Посольства Королівства Нідерландів та Сімейного психологічного центру Клуб неслухняних дітей;
Обов'язки: розробка програми соціологічного дослідження, організація, проведення та контроль польового етапу, візуалізація та презентація даних, публікація результатів дослідження.

Додатковий перелік реалізованих соціологічних досліджень: жовтень-листопад 2019 р. – «Громадська думка мешканців м. Миколаєва»; жовтень-листопад 2018 р. – «Актуальні проблеми міста Миколаєва в оцінках його мешканців»; листопад-грудень 2017 р. – проведення соціологічного дослідження серед медичних працівників Центрів первинної медико-санітарної допомоги на тему: «Медична реформа в Україні: стан та перспективи реалізації» (м. Миколаїв); 11-15 жовтня 2017 р. – Інтернет-опитування на тему «Електоральні та протестні настрої мешканців м. Миколаєва»; 5-11 жовтня 2017 р. – «Міське середовище в оцінках жителів м. Миколаєва».

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

договір цивільно-правового характеру

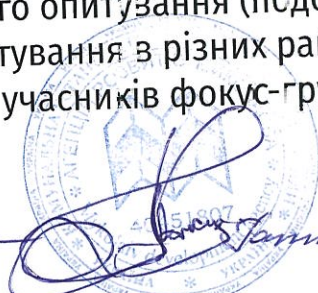
Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації

Основними внутрішніми ризиками можуть стати неможливість участі когось із заявлених членів команди через непереборні обставини (тимчасова недієздатність, хвороба та ін.). Цей ризик буде вирішено оперативною заміною члена команди на інших штатних або позаштатних співробітників організації.

Іншим внутрішнім ризиком, що може вплинути на реалізацію проекту, є інфляція та зростання цін. Задля вирішення цієї проблеми буде виконано аналіз використаних коштів та проведено перерозподіл коштів між статтями в рамках можливих «перекидок» у розмірі 10 %, та залучатимуться внутрішні і зовнішні ресурси як організації так і партнерів.

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

Серед зовнішніх ризиків можна виділити форс-мажорні обставини - несприятливі погодні умови під час вуличного опитування (подалося завдяки тривалому терміну проведення опитування в різних районах міста) та хворобу й неможливість прийняти участь учасників фокус-груп

б.о. директор  В.П.

(подолано завдяки резервному списку потенційних учасників, що сформується на етапі рекрутингу).

Одним з головних зовнішніх ризиків є продовження пандемії та карантинних заходів покликаних на боротьбу з нею. Аби не допустити інфікування членів команди або респондентів чи учасників фокус-груп всі члени команди притримуються санітарних вимог МОЗ, використовують захисні маски та рукавички.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Задля успішного оцінювання досягнення поставлених цілей моніторинг та оцінювання рівня ефективності реалізації проекту проводиться за допомогою інструменту контролю виконання завдань Trello. Щотижня команда збирається разом та визначає пріоритетні завдання на тиждень і підбиває підсумки за минулий тиждень, кожен член вносить пропозиції по покращенню роботи.

Всю оцінку досягнення поставлених завдань можна поділити на два окремі блоки:

1. Внутрішній план моніторингу ефективності управління проектом (відслідковування ефективності процесів у команді) оцінюється по таким показникам:

- час, витрачений на виконання поставлених завдань на тиждень/місяць;
- проведення опитувань членів;
- рефлексія членів команди та внутрішній аналіз проведеної роботи відповідно до очікувань.

2. Внутрішній план оцінки рівня ефективності реалізації проекту (відслідковування ефективності результатів роботи команди) оцінюється за такими критеріями:

- співвідношення часу витраченого на підготовку та досягнуті результати;
- співвідношення витрачених ресурсів та досягнутих індикаторів результативності.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

1

Кількість жінок у команді проекту

3


В. С. Дирингера
В. П.

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

3

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту

0

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

3

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

В. О. Директор  *Гантук Р.Р.*

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

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

Так

Декларація доброчесності

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

Так

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

Так

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

В.О. Гурменко  *Тамара А.В.*

часу.
Так

В. Сурженко



Гамує Р. П.

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

Ганна Анна Товариш

[Підпис]

Грантоотримувач:





Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ 454421-01-165
від "11" серпня 2021
року

Назва конкурсної програми: Аналітика культури
Назва ЛОТ-у: Соціологічні дослідження
Назва Заявника: Комунальна установа Миколаївської міської ради "Агенція розвитку Миколаєва"
Назва проєкту: Аналіз культурних політик та рівня задоволеності культурних потреб миколаївців: «Миколаїв: культурний контекст»
Дата початку проєкту: червень 2021
Дата завершення проєкту: жовтень 2021

	Організація-донор	Фінансування проєкту, в %	Фінансування проєкту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ			
1.	Український культурний фонд	100,00%	510 540,00
2.	Співфінансування* :	0,00%	0,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.2.	Кошти державного та місцевого бюджетів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.3.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.4.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.5.	Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
3.	Рейнвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проєкту)	0,00%	0,00
Цього по розділу І "Надходження":			510 540,00

*За наявності співфінансування Грантоотримувач самостійно вирішує, на які статті витрат іде співфінансування.

В. О. Диримирова
(посада)

Тамара А. П.
(п.і.б.)



Кошторис витрат проекту

Назва Заявника: Комунальна установа Миколаївської містої ради "Агенція розвитку Миколаєва"

Назва проекту: Аналіз культурних політик та рівня задоволеності культурних потреб миколаївців: «Миколаїв: культурний контекст»

Дата початку проекту: червень 2021

Дата завершення проекту: жовтень 2021

Розділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок співфінансування			Витрати за рахунок реінвестиції				Загальна планова сума витрат по проєкті, грн. (=7+10+13)	Обґрунтування та деталізація витрат (колонка обов'язкова для заповнення)
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=5*6)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=8*9)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=11*12)			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Розділ: II ВИТРАТИ:															
Стаття:	1	Винагорода членам команди проєкту													
Підстаття:	1.1	Оплата праці штатних працівників організації: заявника (лише у вигляді премії)		0,00			0,00			0,00	0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	1.2	За трудовими договорами		0,00			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	1.3	За договорами ЦПХ		20,00		280 000,00	0,00			0,00			0,00	280 000,00	
Пункт:	1.3.1	Фрич-Алчина Дар'я, керівниця проєкту	місяців	5,00	16 000,00	80 000,00				0,00			0,00	80 000,00	Обов'язки: Представлення проєкту, зовнішні комунікації з зацікавленими особами; контроль виконання всіх стадій проєкту; моніторинг діяльності команди; комунікації з владними структурами, аналіз документів та програм, контроль видання брошури.
Пункт:	1.3.2	Виставкина Дар'я, соціологія відповідальна за проведення фокус-груп	місяців	5,00	16 000,00	80 000,00				0,00			0,00	80 000,00	Організація проведення 3 фокус-груп. Кількість респондентів - до 10 осіб. В обов'язки входить: рекрутинг учасників ФГ, розроблення гайду та відбіркової анкети, підготування стінограми кожної групи, виконання обов'язків бригадира дослідження, модерування кожної ФГ, написання та підготовка аналітичного звіту.
Пункт:	1.3.3	Локіткова Дінара, соціологія відповідальна за проведення вуличного опитування та дослідження	місяців	5,00	16 000,00	80 000,00				0,00			0,00	80 000,00	Організація проведення вуличного опитування та дослідження. Кількість респондентів - 400 осіб. В обов'язки входить: розрахунок вибірки, створення інструментарію дослідження, виконання обов'язків бригадира дослідження, проведення анкетування, створення шаблону та власне введення в нього даних дослідження, оброблення результатів опитування, аналіз багатовимірних даних та написання звіту по дослідженню
Пункт:	1.3.4	Герман Анна, асистентка керівниці проєкту	місяців	5,00	8 000,00	40 000,00								40 000,00	Допомога при проведенні інтерв'ю та зустрічей, комунікація з волонтерами, організація друку брошури, координація створення сайту.
Стаття:	1.4	Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЄСВ)		280 000,00		61 600,00	0,00			0,00			0,00	61 600,00	
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦПХ		280 000,00	0,22	61 600,00	0,00	0,22		0,00			0,00	61 600,00	
Підстаття:	1.5	За договорами з ФОП		0,00			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 1 "Винагорода членам команди":						341 600,00			0,00			0,00		341 600,00	

В. О. Гуринчак

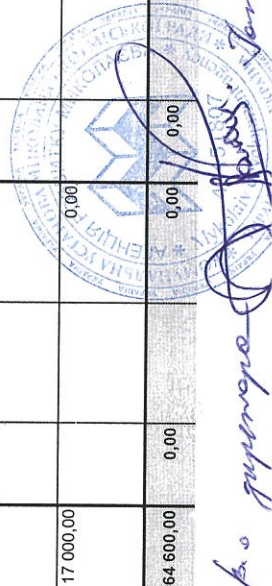
Тамара - АМ.

Стаття:	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)									
Підстаття:	2.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00
Підстаття:	2.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00
Підстаття:	2.3	Добові (для штатних працівників)		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00
Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями":											
Стаття:	3	Обладнання і нематеріальні активи									
Підстаття:	3.1	Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для виконання його при реалізації проекту грантоотримувача		10,00		670,00		0,00		0,00	670,00
Пункт:	3.1.1	Закупівля папок-планшетів з металевим захисним форматом А4	шт.	10,00		670,00		0,00		0,00	670,00
Підстаття:	3.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту грантоотримувача (за статтею 10 Закону)						0,00		0,00	0,00
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи":											
Стаття:	4	Витрати пов'язані з орендою									
Підстаття:	4.1	Оренда приміщення		12,00		3 600,00		0,00		0,00	3 600,00
Пункт:	4.1.1	Оренда конференц-зали за адресою вул. Лазурна 5/11	година	12,00	300,00	3 600,00		0,00		0,00	3 600,00
Підстаття:	4.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		3,00		5 670,00		0,00		0,00	5 670,00
Пункт:	4.2.1	Оренда комплексу техніки для проведення фокус-групи (3 камери 1 диктофон)	шт. (дів)	3,00	1 890,00	5 670,00		0,00		0,00	5 670,00
Підстаття:	4.3	Оренда транспорту		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00
Підстаття:	4.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00
Підстаття:	4.5	Інші об'єкти оренди		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":											
Стаття:	5	Витрати учасників проекту та не отримують оплати праці та/або винагороду									
Підстаття:	5.1	Послуги з харчування		30,00		2 400,00		0,00		0,00	2 400,00
Пункт:	5.1.1	Послуги з організації кави-брейку	учасн.	30,00	80,00	2 400,00		0,00		0,00	2 400,00
Підстаття:	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00
Підстаття:	5.3	Витрати на проживання учасників заходів		0,00		0,00		0,00		0,00	0,00

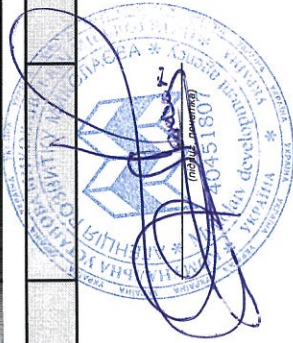
В. О. Диремаре

Територія №17

Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплати праці та/або винагороду"													
Стаття:	Матеріальні витрати												
Підстаття:	6.1	Основні матеріали та сировина											
Стаття:	6.2	Носії, накопичувачі											
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати											
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":													
Стаття:	Поліграфічні послуги												
Пункт:	7.1	Розроблення айдентики проекту	шт.	1,00	10 000,00	10 000,00		0,00			0,00	10 000,00	Розроблення візуального стилю проекту, логотипу, кольорів, підбір шрифту, дизайнерських елементів, що будуть використовуватись під час верстання фінальної брошури та створення сайту.
Пункт:	7.2	Послуги верстання брошури	шт.	1,00	12 000,00	12 000,00		0,00			0,00	12 000,00	Послуги версталника за створення фінального макету брошури для друку. Кількість сторінок 40.
Пункт:	7.3	Друк Презентаційної брошури з інформацією та даними аналітичного звіту.	шт.	300,00	126,00	37 800,00		0,00			0,00	37 800,00	Друк брошури формату А5 у горизонтальному варіанті. Блок: кількість сторінок - 40, папір мелований 4+4 з повнокольоровим друком і заліскою, матовий цільністю 150 мг/м2. Обкладинка: друк 4+4 з ламінацією на мелованому папері цільністю 300 мг/м2.
Пункт:	7.4	Друк анкет для вуличного опитування	шт.	500,00	2,00	1 000,00		0,00			0,00	1 000,00	Друк анкет для опитування 400 респондентів під час вуличного опитування. Анкети друкуються с запасом на випадок пошкодження при заповненні.
Пункт:	7.5	Друк банеру roll-up	шт.	1,00	1 800,00	1 800,00		0,00			0,00	1 800,00	Виготовлення банеру roll-up з конструкцією, розміром 800х2000 мм, на якому буде зображено айдентичу проекту та логотипи партнерів для використання під час публічних заходів та прес-конференцій
Пункт:	7.10	Друк бейджів	шт.	10,00	50,00	500,00		0,00			0,00	500,00	Друк бейджів із шнурком для надання інтерв'юерам, задля їх ідентифікації під час етапу вуличного опитування
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":													
Стаття:	8	Видавничі послуги											
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":													
Стаття:	Послуги з просування												
Пункт:	9.2	Створення відео інтерв'ю	послуга	1,00	47 600,00	47 600,00		0,00			0,00	47 600,00	Оплата послуг відеопроєктору та монтажу за створення 5 відео інтерв'ю. Тривалість 1 відео до 5 хвилин. Кількість спікерів -10. Вартість включає: зйомка інтерв'ю з 10 спікерами (12 знімальних годин * 1550,00 грн./год) = 18 600,00 грн.; Написання концепції для 5 відео - 1 500,00 грн.; Монтаж (5 відео * 5 500,00 грн. = 27 500,00 грн.
Пункт:	9.4	SMM, SO (SEO)	послуга	1,00	17 000,00	17 000,00		0,00			0,00	17 000,00	Вартість включає написання унікальних постів дл соц. мереж Facebook та Instagram (к-сть 40 дописів) + написання прес-анонсів та прес-релізів для ЗМІ
Всього по статті 9 "Послуги з просування":													
				2,00		64 600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	64 600,00	

В.о. директорки


Стаття:	10	Створення web-ресурсу											
Пункт:	10.1	Витрати зі створення сайту (створення односторінкового сайту)	послуга	1,00	7 000,00	7 000,00		0,00			0,00	7 000,00	Витрати на створення односторінкового сайту для розміщення результатів дослідження для їх поширення серед населення.
Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу":													
Стаття:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації											
Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":													
Стаття:	12	Послуги з перекладу											
Всього по статті 12 "Послуги з перекладу":													
Стаття:	13	Інші прямі витрати											
Підстаття:	13.2	Адміністративні витрати											
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські послуги	послуга	1,00	21 000,00	21 000,00	0,00	0,00			0,00	21 000,00	Послуги бухгалтерського супроводу протягом всього проекту. Вартість супроводу протягом 1 місяця складає 4 200,00 грн.
Пункт:	13.1.3	Аудиторські послуги	послуга			0,00		0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	13.2	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		0,00		0,00	0,00	0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	13.3	Витрати на послуги страхування		0,00		0,00	0,00	0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	13.4	Інші прямі витрати		55,00		900,00	0,00	0,00			0,00	900,00	
Пункт:	13.4.2	Банківська комісія за переказ (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)		50,00	3,00	150,00		0,00			0,00	150,00	
Пункт:	13.4.3	Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)		5,00	150,00	750,00		0,00			0,00	750,00	
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":													
Всього по розділу II "Витрати":													
						510 540,00		0,00			0,00	510 540,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ						0,00		0,00			0,00	0,00	



В. О. Дириморе
(посада)

Тамара А.П.
(ІПБ)