ДОГОВІР № 4CAN31-29142
про надання гранту

м. Київ «11» червня 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 Товариство з обмеженою відповідальністю «Медіатека» (далі – Грантоотримувач), в особі Генерального директора Морозової Єлізавети Сергіївни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «РЕПУТАЦІЯ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВРАЗЛИВІСТЬ ДО КРИЗ» (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 31 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 652 223 грн. 80 коп. (шістсот п`ятдесят дві тисячі двісті двадцять три гривні 80 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 проектах 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 проекту, 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 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 Грантостримувачу;

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 Грантостримувачем 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;

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 программам 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 випливають 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:

Морозова Єлізавета Сергіївна;

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.

XIII. 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 Проєкту;

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд	**Грантоотримувач**
Український культурний фонд	Товариство з обмеженою відповідальністю «Медіатека»
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	Юридична адреса: 04053, м. Київ, вулиця Артема (Січових Стрільців), будинок 21 Адреса для листування: 04074, м. Київ, вул. Вишгородська, 28/1 ЄДРПОУ: 38123995 Банківські реквізити: Назва банку/філії: ПАТ КБ «Приватбанк» Р/р: UA803206490000026008052672867 Тел.: +380639958859
В.о. Виконавчого директора	Генеральний директор
_____ І.В. Осадча М.П.	_____ Є.С. Морозова М.П.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № ____

від «___» _____ 20__ р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Аналітика культури

Лот: ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні наукові дослідження

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4CAN31-29142

Назва проекту: РЕПУТАЦІЯ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВРАЗЛИВІСТЬ ДО КРИЗ

Візитна картка

Назва проекту
РЕПУТАЦІЯ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВРАЗЛИВІСТЬ ДО КРИЗ

Назва проекту англійською мовою
Reputation on the book market: patterns of formation and vulnerability to crises

Географія реалізації проекту

Населений пункт
Київ

Початок проекту
червень 2021

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2021-10-31

Тривалість проекту в місяцях
5

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Пріоритетний сектор
література та видавнича справа

Формат проекту
наживо та онлайн

Основний продукт
Аналітичний звіт

Ключові слова за напрямами
соціальні, прикладні дослідження
ЗМІ (друкований, електронний)

Конкурсна програма
Аналітика культури

Лот
ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні наукові дослідження

Тип проекту
Індивідуальний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Захарченко Артем Петрович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Керівництво проєктом, розробка методики, розробка рекомендацій для учасників ринку

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Ми плануємо з'ясувати, які фактори репутації найбільше впливають на рішення про взаємодію/співпрацю з учасниками книжкового ринку, та сформувати поради щодо уникнення і подолання інформаційних криз. Дослідження допоможе підвищити комунікаційну спроможність учасникам ринку, дасть інструменти для комплексного формування своєї репутації та боротьби з інформаційними кризами, що підважують довіру до них з боку партнерів та покупців. Наше дослідження допоможе більш ефективно виробляти культурну політику, що спрямована на підтримку престижу української книжки.

Коротка інформація про проект англійською мовою
We plan to find out which reputation factors have the greatest influence on the decision to interact / cooperate with book market participants, and to give recommendations which can help to avoid and overcome information crises. The research will increase the communication capacity of market participants, provide tools for the comprehensive formation of their reputation and fight against information crises, which undermine the trust of partners and customers. Our study will help to effectively develop a cultural policy aimed at maintaining the prestige of Ukrainian books.

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету)
652223.8

Загальний бюджет проекту
682223.8

Сума співфінансування
30000

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Джерело співфінансування та сума
30000. Власні кошти

Сума реінвестиції
0

Чи використовуються у проекті результати/об'єкти інтелектуальної діяльності?
Так

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

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»?
Так

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника
Товариство з обмеженою відповідальністю «МЕДІАТЕКА»

Повне найменування організації-заявника англійською мовою
LIMITED LIABILITY COMPANY "MEDIATEKA", "MEDIATEKA", LLC

Код ЄДРПОУ
38123995

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі
Реєстраційний номер справи: 1_074_042130_11 Код: 278996697054

Організаційно-правова форма
Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТ-у
63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність, 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н. в. і. у., 70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю, 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки

Дата реєстрації організації
2012-07-23

Юридична адреса організації
Україна, 04053, м. Київ вул. Січових Стрільців, 21

Поштова адреса організації
Україна, 04074, м. Київ, вул. Вишгородська, буд. 28/1,

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Область (відповідно до юридичної адреси)
Київ

Тип населеного пункту
Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)
Київ

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах
https://ukrcontent.com/ https://www.facebook.com/ukrcontent

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Морозова Єлізавета Сергіївна

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
Маріковський Олександр Вікторович, українець

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?

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту
1) наявність основних засобів (земельні ділянки, будівлі, споруди, приміщення, комунікації, обладнання, транспортні засоби, тощо);
- Орендоване офісне приміщення за адресою м.Київ, вул.Льва Толстого,41, офіс 14 (9)

2) наявність нематеріальних активів, що перебувають у власності або розпорядженні організації (об`єкти авторського права та промислової власності, ноу-хау, ліцензії, роялті, тощо);
- Немає

3) наявність трудових ресурсів (кількість власних та залучених працівників);
- 12 (дванадцять) штатних одиниць згідно Наказу №13-К від 04.11.2019 р.

4) наявність матеріальних ресурсів (матеріали, сировина, інші запаси);

- Меблі офісні (столи, стільці, тумбочки), виробниче призначення - у кількості 18 шт.
Ноутбуки HP 250 G6 (5PP13EA) Dark Ash у кількості 5 шт.

5) фінансові ресурси (власні та залучені кошти).
- власні кошти

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

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?
Ні

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Детальний опис проекту

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

Ринок культурної продукції в цілому, та книговидавнича галузь зокрема, досить мало використовують сучасні бізнес-практики, такі як репутаційний менеджмент. Водночас, книжковий ринок постійно стикається з репутаційними викликами. Знання учасників ринку у цій сфері допоможе підвищити їх інституційну, а відтак і фінансову спроможність, адже вони зможуть більш комплексно підходити до формування репутації. Ми очікуємо, що у результаті виконання проєкту книжкова галузь України орієнтуватиметься на високі стандарти репутаційного менеджменту, її учасники зможуть ефективно протистояти репутаційним загрозам, нівелювати або мінімізувати свої репутаційні втрати, а це, у свою чергу, суттєво поліпшить імідж галузі в цілому, покращить ставлення до української книжки і, в довгостроковій перспективі, покращить продажі українських книжок, що є особливо важливим в умовах гібридної агресії на адресу України.

Проєкт допоможе зміцнити і/або відновити довіру споживачів до вітчизняної книжкової галузі, яка, попри певне пожвавлення в попередні роки, останнім часом переживає значне скорочення накладів та випущених найменувань книжок.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Таке дослідження цілком відповідає пріоритетному напрямку дослідження лоту: вивчення стану розвитку та динамічних змін організацій недержавної форми власності у книговиданні.

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)

Центр контент-аналізу вибудовує комплексну експертизу у різних сегментах українського комунікаційного простору. Ми вже почали роботу з книжковим ринком завдяки дослідженню «Читання в контексті медіаспоживання: Вплив карантину на читацьку поведінку українців», яке наш центр провів у серпня 2020 року на замовлення Українського інституту книги. Зауваживши, який складний цей ринок для комунікаційної діяльності, ми вирішили поглибити свою обізнаність з ним.

Чому проект є унікальним?

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є. С.

Репутаційних досліджень стосовно учасників українського книжкового ринку наразі не проводилося, при тому, що попит на такі дослідження є, як ми довели поверхневим опитуванням (див. план-проспект).

Чому проект є інноваційним?
Наукова інноваційність полягає у поєднанні методів аналізу тексту і дискурсу з якісним соціологічним дослідженням, що разом дають можливість отримати комплексне бачення факторів формування репутації.
Практична інноваційність міститься у спробі ознайомити консервативний книжковий ринок з сучасними бізнес-практиками, що включають у себе також аналітичні комунікаційні дослідження.

Основна мета проекту
З'ясувати закономірності впливу інформаційних криз на репутацію учасників книжкового ринку і навчити його учасників ефективному репутаційному менеджменту

Цілі проекту

Ціль
Аналітичний звіт про особливості формування репутації на книжковому ринку

Завдання
Встановити за допомогою комбінованого контент-аналітичного та соціологічного досліджень, які особливості репутаційних криз, що торкаються учасників книжкового ринку, чинять довгостроковий вплив на різноманітні репутаційні фактори цих учасників. Дослідження планується провести у два етапи: дискурс-аналіз та аналіз меседжів на матеріалі публікацій у медіа та соціальних мережах, присвячених шести інформаційним кризам на книжковому ринку; а також соціологічні дослідження: фокус-групи та глибинні інтерв'ю. Планується провести 3 фокус-групових дискусії, в середньому по 10 учасників кожна, тривалістю близько 2 годин кожна, а також 12 глибинних інтерв'ю по 1,5 години кожне.

Результат 1
Результат 1.1. З'ясування того, які репутаційні фактори учасника книжкового ринку найбільше впливають на рішення про співпрацю з ним.

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Результат 2
Результат 1.2. Встановлення того, яка комунікаційна поведінка найпотужніше впливає на репутаційні фактори таких організацій. Індикатор досягнення: створення аналітичного звіту орієнтовним обсягом у 50 слайдів, в якому міститимуться відповіді на обидва зазначені запитання, і його оприлюднення на сайті Центру контент-аналізу.

Індикатори досягнення результатів
створення аналітичного звіту, в якому міститимуться відповіді на обидва зазначені запитання, і його оприлюднення на сайті Центру контент-аналізу. Орієнтовна кількість сторінок аналітичного звіту - 4 авторських аркуші

Ціль
Пакет рекомендацій для учасників ринку

Завдання
Сформувати пакет рекомендацій для учасників книжкового ринку, написаний зрозумілою для них мовою та з базований на результатах дослідження.

Результат 1
Результат 2.1. Розробка детальної типології потенційних комунікативних криз, з якими можуть стикатися учасники книжкового ринку.

Результат 2
Результат 2.2. Опис можливих наслідків таких криз та потенційних шляхів реагування на такі кризи. Індикатор досягнення: оприлюднення на сайті Центру контент-аналізу зверстаного документу з усіма зазначеними рекомендаціями, що складатиметься орієнтовно з 20 сторінок, міститиме розділи, присвячені особливостям репутаційного менеджменту різних типам учасників книжкового ринку; макетування цього документу для друку у паперовому варіанті у кількості 40 примірників і роздача учасникам тренінгів.

Індикатори досягнення результатів
оприлюднення документу з усіма зазначеними порадами на сайті Центру контент-аналізу.

Ціль

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Навчання учасників ринку репутаційному менеджменту

Завдання

Ознайомити учасників українського книжкового ринку з основними принципами репутаційного менеджменту у ситуаціях, характерних для цього ринку. Для цього буде організовано кількарівневу комунікацію, ключовими повідомленнями якої буде визначено основні інсайти дослідження, а також загальний меседж про важливість репутаційного менеджменту для книжкового ринку; а спікерами виступатимуть автори дослідження: координатор проєкту А.Захарченко, аналітики О.Захарченко, С.Стуканов, Р.Авраменко.

Результат 1

Результат 3.1. Публічно презентувати Провести прес-конференцію або презентацію, оприлюднено результати дослідження.

Результат 2

Результат 3.2. Ознайомити авдиторію профільних медіа з результатами дослідження. Результат 3.3. Поглиблено ознайомити найбільш зацікавлених учасників ринку з принципами репутаційного менеджменту на ринку. Індикатори досягнення: Опублікувати анонс прес-конференції в основних інформаційних агентствах (Уніан, Укрінформ, Інтерфакс, Українські новини). Провести прес-конференцію або презентацію, в онлайновому або офлайновому форматі, на якій очікується присутність щонайменше п'ятьох журналістів, а також авторів дослідження: А.Захарченка, О.Захарченко, Р.Авраменко (за можливості) і на якій буде оприлюднено результати дослідження. Вихід публікації на партнерському порталі Читомо (у форматі статті про результати дослідження) і на одному з інших профільних ресурсів (Буквоїд, Літакцент, Барабука - у форматі інтерв'ю з одним із членів із команди проєкту) – для охоплення цільової авдиторії. Вихід щонайменше двох новинних публікацій, що міститимуть результати дослідження, у медіа, які можуть зацікавитися темою (Українська правда.Життя, Liga.life, Лівий берег, Український тиждень тощо) – для охоплення опосередкованої та широкої авдиторії. Участь щонайменше десяти відібраних учасників ринку у поглибленому дводенному тренінгу з репутаційного менеджменту – для охоплення професійної авдиторії.

Індикатори досягнення результатів

- Провести прес-конференцію або презентацію, в онлайновому або офлайновому форматі, на якій буде присутнім хоча б п'ятеро

ТОВ МЕДІАТЕЗА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

журналістів, і на якій буде оприлюднено результати дослідження.
- ?Вихід щонайменше двох публікацій у профільних та/або тематичних медіа (Читомо, Українська правда.Життя, Liga.life, Лівий берег), що міститимуть результати дослідження.
- ?Участь щонайменше десяти відібраних учасників ринку у поглибленому дводенному тренінгу з репутаційного менеджменту.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Прямою цільовою авдиторією є професійна спільнота книжкового ринку (видавці, книготорговці, автори, перекладачі, працівники профільних медіа тощо), а також представники влади, що розробляють та впроваджують культурну політику у сфері книговидання (представники Комітету Верховної Ради з гуманітарної та інформаційної політики, Міністерства науки та культури тощо). Розмір цієї цільової авдиторії - за оцінками опитаних нами експертів, приблизно 3000 осіб.

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

Непряма авдиторія проєкту - це читачі книжок українською мовою, що складають авдиторію українських медіа, через які популяризуватимуться результати проєкту, і при тому є активними у популяризації українського продукту, є тренд-сеттерами у цій сфері для свого кола спілкування. Ми оцінюємо таку авдиторію у приблизно 30 тис осіб.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Потреби прямої цільової авдиторії було визначено за допомогою поверхневого опитування методом снігового кому, отримавши дев'ять відповідей, зокрема, від А.Процук, Видавничий дім "Портал", Б.Горбая, Yakaboo Publishing, А.Антоненко, «Видавництво Анетти Антоненко», І.Стронґовського, видавництво «Видавництво», Т.Шматухи, kinga.biz.ua, А.Літвінця, ex- Yakaboo.ua, Д.Лаппо, Kniga.biz.ua, М.Кравченка, видавництво НОРА-ДРУК, видавця А.Санченка, проект Електрокнига.
Абсолютна більшість респондентів погодилася би, що результати зазначеного опитування дуже допомогли би їм у їх діяльності. Детальніше див. у плані-проспекті дослідження.

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

Кінцеві результати цілком задовольнятимуть потреби учасників книжкового ринку у частині розуміння принципі репутаційного менеджменту та його

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є. С.

особливостей на теренах українського книжкового ринку.

Хто є зацікавленою стороною (ами) проєкту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проєкт чи бути під впливом проекту)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними

Під впливом проєкту буде вся його цільова авдиторія: видавці, книготорговці, автори, перекладачі, працівники профільних медіа, представники Комітету Верховної Ради з гуманітарної та інформаційної політики, Міністерства культури та інформаційної політики. Ми впливатимемо на них за допомогою медіапублікацій, івентів на профільних подіях (Книжковий арсенал або Bookforum), а також навчальних тренінгів (див. Частину 3 "плану-проспекту").

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?

Основні ключові повідомлення буде напрацьовано в результаті виконання проєкту і проведення досліджень. Це будуть меседжі про причини і закономірності розвитку репутаційних криз на книжковому ринку, та їх подальший вплив. Однак будуть і два загальних меседжі, які в будь-якому разі просуватимуться всіма можливими каналами: - Учасники книжкового ринку повинні усвідомлено ставитися до вибудови своєї репутації і використовувати для цього сучасні інструменти, поширені в інших сферах бізнесу. - Репутація учасників книжкового ринку - є не лише їхньою власною, вона впливає на загальний імідж українського книговидання та, відтак, імідж української культури серед її громадян. Спікерами виступатимуть аналітики та керівники проєкту, зазначені у переліку його учасників.

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?

Сайт Центру контент-аналізу: публікація аналітичного звіту
Власна сторінка у ФБ Центру контент-аналізу: публікація анонсів, постів та промоція - текстова та візуальна
Власні сторінки у ФБ команди проекту: публікація анонсів, постів та промоція - текстова та візуальна
Прес-конференція з розсилкою анонсів та запрошень
Тренінг для окремих представників ринку з заохоченням їх розповідати про результати навчання, з детальними фотозвітами на комунікаційних

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

майданчиках Центру контент-аналізу та учасників.
Публікації у профільних медіа

Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту (вкажіть назви засобів масової інформації та кількість публікацій/матеріалів, які заплановані)?
Українська правда життя і/або Ліга життя і/або Лівий берег

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті виконання інформаційної складової проекту?
- ? Щонайменше дві публікації у профільних медіа, що міститимуть результати дослідження.
- ? Щонайменше 10 учасників поглибленого дводенного тренінгу з репутаційного менеджменту.
- ? Щонайменше п'ятеро присутніх журналістів на прес-конференцію або презентацію, в онлайновому або офлайновому форматі.

Яких довгострокових результатів вдасться досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженням досягнення мети проекту?
Ціль 1. Встановити, які особливості репутаційних криз, що торкаються учасників книжкового ринку, чинять довгостроковий вплив на різноманітні репутаційні фактори цих учасників.

Показники: Виявлені закономірності формування репутації відомі на ринку, впливають на внутрішній менеджмент організацій, враховуються в культурній політиці, в діяльності регуляторів та державних установ

Ціль 2. Сформувати пакет рекомендацій для учасників ринку
Завдання 2.1. Розробити детальний перелік потенційних комунікативних криз, з якими можуть стикатися учасники книжкового ринку, їхніх можливих наслідків та потенційних шляхів реагування на такі кризи.

Показники: Гравці ринку навчились реагувати на кризи та запобігати їх виникненню, окремі кризові ситуації не мають масштабного поширення в інформпросторі та не шкодять репутації

Ціль 3. Ознайомити учасників українського книжкового ринку з основними принципами репутаційного менеджменту у ситуаціях, характерних для цього ринку.
Завдання 3.1. Публічно презентувати Провести прес-конференцію або презентацію, оприлюднено результати дослідження.

ТОВ МЕДІА-ЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Показники: Учасники ринку стали комплексно підходити до формування своєї репутації, продажі українських книг зросли, українська книга стала має сильні позиції на ринку і потребує менше державної підтримки

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту
Поліпшення іміджу українських видавництв та книгарень, галузі в цілому, покращення ставлення до української книжки і, покращення продажів української книги та популяризація читання.

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту?
Результати будуть оприлюднені на сайті Центру контент-аналізу на постійній основі, з вільним доступом.

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)?
Ключовим "продуктом" будуть учасники книжкового ринку, які, як ми очікуємо, будуть запроваджувати принципи репутаційного менеджменту у своїй повсякденній роботі, і тим самим підвищувати загальний рівень репутаційного менеджменту на ринку.

Як організація-заявник планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?
Весь проєкт спрямовано на те, щоб наша організація ділилася досвідом з учасниками книжкового ринку (див. комунікаційний план).
В рамкає проєкту такої співпраці не планується.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди
Захарченко Артем Петрович

Роль у проекті
Координатор, науковий керівник

Перелік основних обов'язків
Управлінняпроєктом, наукове керівництво, розробка методики, розробка

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є. С.

рекомендацій для учасників ринку, розробка тренінгу

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
30%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Освіта: Закінчив у 2005 році Київський національний університет імені Тараса Шевченка, спеціальність «Журналістика», кваліфікація магістра. У 2009 році отримав вчене звання Кандидата наук із соціальних комунікацій. Вільно володіє англійською мовою.
Сфера наукових інтересів: інформаційні потоки в Інтернеті. Автор методики оцінювання впливу інтернет-публікацій на користувачів соцмереж, результати регулярного моніторингу за цією методикою публікуються під брендом «Медіа-розвідка». Має великий досвід у сфері медіа аналізу та публікує свої дослідження на сайті «Українська правда».
Робота з книжками та літературою: Автор трьох прозових книжок. Куратор видання перших в Україні інтерактивних книжок: "Сім воріт" Олени Захарченко, "Гаугразький бранець" Яни Дубинянської, автор підручника "Інтернет-медіа". З 2006 року - організатор масових літературних акцій на Форумі видавців у Львові, "Країні мрій", "Книжковому арсеналі" тощо. Найуспішніші – серія "Радіо Live", "Парад героїв", "Література формату Twitter".
Загальний досвід роботи більше 20 років.
Більше 20 років в журналістиці. Працював журналістом та редактором у декількох провідних українських медіа. Зокрема, був випусковим редактором видання Економічна правда, журналістом Інвестгазети, головним редактором сайту Focus.ua та медіа-стартапу Висновки. Серед публікацій, які отримали найбільшу популярність — «Зона проїдання», стаття, що в розпалі Революції гідності розвінчала міф про те, нібито Донбас «годує» Україну.
З 1999 року у журналістиці. Працював журналістом та редактором у декількох провідних українських медіа, а саме Інвестгазета, Економічна правда, Focus.ua та інші.
З 2009 року займається науковою діяльністю, соціологічними та маркетинговими дослідженнями.
З 2017 року та по цей час займає посаду Керівника аналітичного відділу ТОВ «Медіатека» (Центр контент-аналізу). Протягом 2017-2019 років організовано та проведено ряд практикумів з pr-фахівцями на тему: «Протидії інформаційним атакам на компанії», допсвідач на тему:

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

«Моделі комунікацій та стратегії реагування в умовах інформаційних атаках». У 2018-2019 рр. - проводив дослідження у New York University за програмою Fulbright Scholar. Автор методології оцінки впливу публікацій ЗМІ на користувачів соціальних мереж, а також аналізу PR-повідомлень. Контент-аналіз, аналіз дискурсу та наративний аналіз. Більше 200 впроваджених проектів з дослідження медіа.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
Керівник проекту з ТОВ «Медіатека» відповідно до наказу №22 від 29 грудня 2017 року

ПІБ члена команди
Захарченко Олена Богданівна

Роль у проекті
Комунікаційний аналітик

Перелік основних обов'язків
Проведення медіааналітичної частини дослідження: контент-аналізу та дискурс-аналізу, моніторинг якості

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
30%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Освіта:
1993-1998 - Рівненський гуманітарний університет, спеціальність «Прикладна математика», викладач математики та інформатики
1998-2002 - Аспірантура: кафедра екології Національного університету водного господарства та природокористування
2011-2013 - Київський національний університет ім. Шевченка, інститут журналістики, магістр зі спеціальності «Медіакомунікації»

Досвід роботи:
1996 – 1998 – інженер-програміст в архітектурно-планувальному бюро при районному архітекторі Рівненського району
1998 – провідний спеціаліст відділу автоматизованої обробки інформації обласного фінансового управління Рівненської облдержадміністрації

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є. С.

1999-2002 – системний адміністратор в комунальному підприємстві «Графос»
2002-2005 – викладач кафедри прикладної математики Національного університету водного господарства та природокористування
2008-2018 – журналіст з вільним графіком у виданнях «Країна», «Українська правда», «Український тиждень», «Фокус».
3 травня 2018 – -Фахівець-аналітик з дослідження ЗМІ в ТОВ «Медіатека»(Центр контент-аналізу). Займається комплексним аналізом та репутаційними дослідженнями, комунікаційним консалтингом, оцінка та підвищення ефективності стратегій комунікацій, аналіз суспільного дискурсу, медіа-сприйняття та конкурентний аналіз, антикризові комунікації та розробка SWOT-аналізу

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
Фахівець-аналітик з дослідження ЗМІ в ТОВ «Медіатека» відповідно до наказу №26 від 14 травня 2018 року

ПІБ члена команди
Авраменко Роксолана Володимирівна

Роль у проекті
Репутаційний аналітик

Перелік основних обов'язків
Проведення репутаційного аналізу в медіааналітичній частині дослідження

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)
З 2008 по 2011 рік працювала PR Менеджером у провідних компанія на ринку України, займалась розробкою стратегій для брендів Danone, MasterCard, Tetra Pak, Johnson&Johnson та інші.
2012 по 2016 роки декретна відпустка.
2016 по 2019 роки pr&project management у проектних роботах, таких як Краматорський інвестиційний форум KramatorskInvest - координатор програми та комунікаційна підтримка. Займалась копірайтингом під різні

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

проекти (сфера соціальна, благодійна, контент для сайтів), проходила навчання та стажування у KievRadioSchool.
2019 по 2020 роки - Ligamedia, Liga.net + ЛІГА.Money, спільний проект Liga.net та USAID «Трансформація фінансового простору», займалась координацією та запуском проекту, розробкою та впровадженням комунікаційної політики для ЛІГА.Money, прес-конференція, круглі столи, розробка персонажа та комунікаційних тез, PR супровід першої особи компанії, розробка та впровадження загальної комунікаційної політики компанії. Робота з інформаційними партнерства, включно з великими проектами для КМЕФ, Диригенти змін (Delcitte), Employer Leadership Summit, Iforum.
2020 рік дотепер – в ТОВ «Медіатека» (Центр контент-аналізу) фахівець-аналітик з дослідження ЗМІ, займається написанням медіапортретів та SWOT – аналізу, контент-аналітика, визначення основних інсайтів та трендів в медіаполі та аналіз репутаційних драйверів.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
Цивільно – правовий договір №01-2021 від 04 січня 2021 року

ПІБ члена команди
Бандурович Оксана Юріївна

Роль у проекті
Фахівець з якісних соціологічних досліджень

Перелік основних обов'язків
Проведення якісної частини дослідження: фокус-груп та глибинних інтерв'ю

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)
Освіта:
1992 -1995 - аспірантура Інституту соціології НАН України, економічна соціологія, кандидат соціологічних наук;
1985-1990 - Київський державний університет ім.Т.Шевченка, філософський факультет, спеціальність "соціально-політичні науки",

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

спеціаліст, диплом з відзнакою

Досвід роботи:
2017 - Консультант, SOCIS
2017 - Заступник директора, Середньоєвропейська агенція
2015-2017 - Консультант, Reputation Capital Group, Reputation Institute Associate Ukraine
2011- 2015 - Керівник відділу якісних досліджень, Kwendi Impact Studies
2010-2011 - Заступник директора, МаркетСенс Україна
2008-2010 - Research Director, iVOX Ukraine
2008-2010 -Директор департаменту маркетингових досліджень, SOCIS
2005-2008 -Виконавчий директор, Український Фонд Підтримки Реформ
2005 -Заступник директора департаменту якісних досліджень, УМГ 2005
1995-2005- Провідний менеджер, керівник відділу галузевих та кабінетних досліджень, «SOCIS-Gallup International", після реструктуризації - TNS Ukraine
Досвід досліджень в наступних категоріях:
FMCG (снеки, слабоалкогольні напої (пиво, шампанське), молочна продукція, рибна продукція, соки та солодкі газовані напої, кава, шоколад, ринок тютюнових виробів тощо)
Фінансовий сектор (банки, інвестиційні компанії, страхові компанії)
Агропромисловий сектор (засоби захисту рослин)
Ринок нерухомості
ЗМІ (телебачення, друковані видання)
Телекомунікації (мобільний зв'язок)
Фармацевтичний ринок
Сектор ЖКП
Соціально-політичні та електоральні дослідження, дослідження роботи органів правосуддя України
Репутаційні дослідження

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
Цивільно – правовий договір №02-2021 від 04 січня 2021 року

ПІБ члена команди
Коробчук Анастасія Василівна

Роль у проекті

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Адміністратор проєкту

Перелік основних обов'язків
адміністративні питання, звітність та документація,розробка та організація тренінгу, розробка рекомендацій для учасників ринку

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
20%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Освіта:
2012 - 2013 рр. – Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова,
магістр («Психолог», «Викладач психології»);
2008 - 2012 рр. - Київський національний університет імені Тараса Шевченка, бакалавр («Психолог»);
2005 рік - 2008 рік – Національний університет «Києво-Могилянська академія», філологія;
2005 рік закінчила – Український гуманітарний ліцей (УГЛ) Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
Досвід роботи:
2007 по 2011 роки - Редактор міжнародних новин у Кореспондент.net
2013 по 2015 роки - Запуск медіа-стартапу та корпоративних медіа, а саме розробка стратегії та цілей, визначення цільової аудиторії, розробка та написання ТЗ для веб-сайту, комунікаційний супровід, підбір та аналіз контенту для наповнення веб-сайту, редагування та переклад авторських матеріалів та документації, SMM супровід.
2016 році прийнята на посаду менеджера інформаційного пакету в ТОВ «Медіатека» (Центр контент-аналізу). У 2017 році дотепер займає посаду виконавчого директора ТОВ «Медіатека» (Центр контент-аналізу), займається розробкою нових форматів інформаційних продуктів та послуг (інформаційних та аналітичних звітів, дайджестів та презентацій), бюджетування проектів та роботи відділів, підготовка внутрішньої звітності, оптимізація бізнес-процесів та процесів виробництва, вивчення ринку, стратегія розвитку продуктового та консалтингового напрямків діяльності компанії, комунікація з клієнтами та супровід на всіх етапах;

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

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

волонтер, інше)
Виконавчий директр в ТОВ «Медіатека» відповідно до наказу №21 від 01 жовтня 2017 року

ПІБ члена команди
Стуканов Сергій Ростиславович

Роль у проекті
Експерт

Перелік основних обов'язків
розробка рекомендацій для учасників ринку

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
30%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Освіта:
2006 – 2009 - Аспірантура на кафедрі філософії Донецького національного університету зі спеціальності «Соціальна філософія та філософія історії»
2001 – 2006 - Бакалаврат та магістратура на історичному факультеті Донецького національного університету зі спеціальності «Історія». Диплом з відзнакою.
Досвід роботи:
3 лютого 2019 дотепер – Заступник начальника відділу аналітик в ТОВ «Медіатека» (Центр контент-аналізу». Займається комплексним аналізом та репутаційними дослідженнями, комунікаційним консалтингом, оцінка та підвищення ефективності стратегій комунікацій, аналіз суспільного дискурсу, медіа-сприйняття та конкурентний аналіз, антикризові комунікації та розробка SWOT-аналізу.
з липня 2018 дотепер - Заступник головного редактора вихідного / святкового дня на Першому каналі Українського радіо.
Ведучий недільних програм «Україна. Сьогодення» та «Персональна справа» на Українському радіо.
2016 – 2018 - Ведучий кількох програм («Громадська хвиля», «Ранкова хвиля», «Київ – Донбас», «УБД») на «Громадському радіо».
2017 – 2018- Ведучий суспільно-політичної програми «Відкритим текстом» на телеканалі ЧП.інфо (Магнолія-ТВ).
2014 – 2016 - Редактор відділу політики в агенції інформації та аналітики

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

«Гал-інфо» (Львів).
2008 – 2013 - Кореспондент всеукраїнської газети «День».
2008 – 2009 - Редактор газети «Поштовх-Плюс» (Донецьк).
2001 – 2006 - Спортивний оглядач у низці друкованих видань, а також на радіо й телебаченні.
Додаткові відомості:
липень – грудень 2017 (Брюссель, країни Вишеградської четвірки, Україна) - Учасник навчальної програми для журналістів із висвітлення питань європейської інтеграції України (організатори: Інститут світової політики та Центр євро-атлантичної інтеграції та демократії у Будапешті). Відбулися тренінги в Києві, країнах Вишеградської четвірки та у Брюсселі.
2016 – дотепер - Член Експертної комісії з питань розповсюдження та демонстрування фільмів при Державному агентстві України з питань кіно
червень – грудень 2015 (Україна) - Стипендіат програми ГО «Інтерньюз-Україна» для журналістів – вимушених переселенців із зони проведення АТО та АР Крим; учасник низки тренінгів.
16-30 листопада 2015 (Данія та Польща) - Учасник навчальної програми у Польщі та Данії для журналістів із України та Білорусі з теми «ЗМІ в процесі формування громадянського суспільства» (організатори: East European Democratic Centre спільно з Niras).
2015 – дотепер - Член Національної спілки журналістів України
2014 – 2015 - Старший викладач на кафедрі фундаментальної підготовки Прикарпатського інституту ім. М.С. Грушевського Міжрегіональної Академії управління персоналом (Львів). Викладав історію України та суміжні дисципліни
2013 – 2014 - Викладач на кафедрі соціально-гуманітарних дисциплін Донецького інституту Міжрегіональної Академії управління персоналом (Донецьк). Викладав філософію, культурологію, логіку, теорію держави та ін. дисципліни
2012 – 2013 - Засновник та координатор Українського розмовного клубу (Донецьк)
лютий – травень 2011 (Україна) - Слухач Академії практичної адвокації (серія тренінгів від ГО «Демократичний Альянс», присвячених громадянській активності та методам проведення адвокаційних кампаній).
2008 – 2009 - Старший викладач на кафедрі філософії Донецького національного університету. Викладав філософію і релігієзнавство.
2008 – дотепер - Співкоординатор руху «Простір свободи».
Співорганізатор численних заходів та акцій руху, серед яких:

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

«Стусфест» (Вінниця, 2015), фестиваль «Метрополія свідомого життя» (Харків, 2013) та ін.
2007 – 2010 - Співзасновник та член правління Острозького клубу вільного інтелектуального спілкування молоді. Співорганізатор низки круглих столів у вишах України (Київ, Острог, Харків, Донецьк, Луганськ та ін.).
2006 – 2010 - Співзасновник та Керівник ревізійної комісії Донецької молодіжної організації «Поштовх», що мала на меті відродження історичної пам'яті, розвиток української мови й традицій на Донеччині.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
Заступник начальника відділу аналітики ТОВ «Медіатека» відповідно до наказу №37 від 19 лютого 2019 року.

ПІБ члена команди
Комнацька Ганна Миколаївна

Роль у проекті
Фахівець з обробки даних

Перелік основних обов'язків
Обробка та візуалізація даних, медіааналітична частина дослідження

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
20%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Освіта:
2000 – 2007 - Національний Авіаційний Університет (Київ), Системи управління і автоматики. Технології управління великими системами (організаційними), магістр
Досвід роботи:
3 липня 2019 дотепер – Фахівець інформкомунікацій в ТОВ «Медіатека» (Центр контент-аналізу). Займається підготовкою контент-аналізу, обробка інформації, систематизація статистичних даних та кодування інформації.
2017- 2019: рерайтинг
2010-2017: відпустка по догляду за дитиною (2)

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

2008-2009 - Global Logic Ukraine IT Company , Менеджер з персоналу
2008-2008 - Rainford Electronics, Менеджер з персоналу
Фахівець інформкомунікацій в ТОВ «Медіатека» відповідно до наказу №41 від 05 липня 2019 року.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
Фахівець інформкомунікацій в ТОВ «Медіатека» відповідно до наказу №41 від 05 липня 2019 року.

Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації
-Кадрові проблеми (лікарняні, звільнення тощо)
Шляхи мінімізації: Оперативний перерозподіл обов'язків та ролей, наявність "запасних", наявність soft skills та дублюючих компетенцій у членів команди

-Помилки на етапі збору та первинної обробки даних, що призведуть до масштабної переробки і значних зсувів дедлайну. Недостатня якість окремих частин дослідження.

Шляхи мінімізації: Підготовка плану з контролю якості даних та кожному етапі, призначення відповідальних

-Втрата даних та документів
Шляхи мінімізації: Зберігання всіх документів та файлів онлайн, на хмарних сервісах (Google drive, Nextcloud)

-Непорозуміння, не чітка постановка задач та вказівок, інші проблеми комунікації всередині проектної команди, міжособистісні конфлікти

Шляхи мінімізації: Максимально чіткий розподіл сфер відповідальності при розумінні, що гарний результат можливий лише за умови колективних зусиль. Створення атмосфери взаємодопомоги, яку має підтримувати координатор. Чітка система комунікації всередині команди за допомогою визначених засобів (наприклад, Trello або інший менеджер, пошта). Будь які зміни, уточнення - мають фіксуватися письмово і бути доступними всій команді.

Опишіть зовнішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту, та

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

шляхи їх мінімізації
-?Економічна криза, дефіцит бюджету, різка зміна курсу валют тощо
Перебої з надходженням грантових коштів
Шляхи мінімізації: Щоб уникнути значних затримок з виплатою гонорарів та заробітної плати, змусу дедлайнів, важливо забезпечити по можливості фінансову "подушку безпеки" на час реалізації проекту

-?Ситуація, пов'язана з пандемію коронавірусу. Можливі проблеми з відрядженнями та відміною офлайн заходів у зв' язку з жорстким карантином тощо
Шляхи мінімізації: Запасний план, що передбачає переведення заходів у онлайн формат в оперативному режимі

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?
Ми плануємо створити та впровадити план з контролю якості окремих етапів дослідження: уважна вичитка, детальне обговорення та погодження технічного завдання, та перевірки продукту на основних етапах (збір даних, обробка, візуалізація, аналіз) з точки зору якості та відповідності технічному завданню. Графік та виконавців має визначити координатор.

При реалізації тренінгу, вкрай важливо отримати фідбек від учасників. Для цього - провести анкетування для учасників. Можливий також в подальшому збір відгуків електронною поштою.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту
7

Кількість жінок у команді проекту
5

Кількість людей віком від 17 до 34
2

Кількість людей віком від 35 до 50
3

Кількість людей віком від 51 до 60

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

2

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
0

Чи передбачає ваш проєкт 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
1

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
0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?
важко відповісти

Чи враховуватимуть меседжі вашого проекту принципи толерантності

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С

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 часу.
Так

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Декларація доброчесності

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

Я, шляхом підписання проектної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2297-VI 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
Морозова Є.С.		

Грантоотримувач:

ТОВ. Медіатека

Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ, ср, 9 черв 2021 р., 15:03

Додаток № 2

до Договору про надання гранту
№ 4САМ31-29142
від "11" грудня 2021
року

Назва конкурсної програми: Аналітика культури
Назва ЛОТ-у: ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні наукові дослідження
Назва Заявника: ТОВ "Медіатека" (Код ЄДРПОУ: 38123995)

Назва проєкту: РЕПУТАЦІЯ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВРАЗЛИВІСТЬ ДО КРИЗ
Дата початку проєкту: червень 2021 року
Дата завершення проєкту: жовтень 2021 року

	Організація-донор	Фінансування проєкту, в %%	Фінансування проєкту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1.	**Український культурний фонд**	**95,60%**	**652 223,80**
2.	**Співфінансування* :**	**4,40%**	**30000,00**
2.1.	Кошти організацій-партнерів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.2.	Кошти державного та місцевих 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)	**4,40%**	0,00
2.5.	Власні кошти організації-заявника	**4,40%**	30000,00
3.	**Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проєкту)**	**0,00%**	**0,00**
	Всього по розділу І "Надходже	**100,00%**	**682 223,80**

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

Генеральний директор
ТОВ "Медіатека" _____ **Морозова Є.С.**

Кошторис витрат проєкту

Назва Заявни ТОВ "Медіатека" (Код ЄДРПОУ: 38123995)

Назва проєкт РЕПУТАЦІЯ НА КНИЖКОВОМУ РИНКУ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВРАЗЛИВІСТЬ ДО КРИЗ

Дата початку червень 2021 року

Дата заверше жовтень 2021 року

Розділ: Стаття: Підстатя: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок співфінансування			Витрати за рахунок реінвести			Загальна планова сума витрат по проєкту, 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	Загальна сума, грн. (=5*6)	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=8*9)	Кількість/ Період	Вартість за одиницю	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**												
Підстат	**1.1**	***Оплата праці штатних працівників організації- заявника***		**16,00**		**163 840,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**163 840,00**	
Пункт:	**1.1.1**	Захарченко Артем Петрович, координатор	місяців	5,00	13 000,00	65 000,00			0,00			0,00	65 000,00	Координаційна роль протягом всього часу реалізації проекту, наукове керівництво проектом протягом всього часу реалізації проекту
Пункт:	**1.1.2**	Захарченко Олена Богданівна, аналітик	місяців	2,00	12 210,00	24 420,00			0,00			0,00	24 420,00	Вирахувано, виходячи зі стандартної погодинної ставки аналітика - 185 грн./год. Задіяність аналітика - 30%, що приблизно складає 3 год/д протягом 2 місяців. 132 год*185 = 24420
Пункт:	**1.1.3**	Стуканов Сергій, аналітик	місяців	2,00	12 210,00	24 420,00			0,00			0,00	24 420,00	Вирахувано, виходячи зі стандартної погодинної ставки аналітика 185 грн./год. Задіяність аналітика - 30%, що приблизно складає 3 год/д протягом 2 місяців. 132 год*185 = 24420
Пункт:	**1.1.4**	Комнацька Ганна, обробка даних	місяців	2,00	10 000,00	20 000,00			0,00			0,00	20 000,00	Ціна обробки одного повідомлення в реєстрі даних на ринку контент аналізу коливається в межах 1-2 грн, відповідно в бюджет має бути закладено не менше 13 000 грн на обробку (кодування) реєстру даних, 7000 - послуги з візуалізації даних (до 60 слайдів з графіками та діаграмами), враховуючи правки.
Пункт:	**1.1.5**	Коробчук Анастасія, адміністративні питання	місяців	5,00	6 000,00	30 000,00			0,00			0,00	30 000,00	Адміністративні функції протягом всього часу реалізації проекту, розробка рекомендацій для учасників ринку, допомога в розробці тренінгу (методичних матеріалів)
Підстат	**1.2**	***За трудовими договорами***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	**1.2.1**	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Пункт:	1.2.2	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.2.3	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.2.3	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.2.3	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	**1.3**	***За договорами ЦПХ***		**7,00**		**310 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**310 000,00**	
Пункт:	1.3.1	Бандурович Оксана, соціологічні дослідження	місяців	5,00	50 000,00	250 000,00			0,00			0,00	250 000,00	Досвідчений спеціаліст Центру SOCIS, який забезпечить якісне соціологічне дослідження в рамках проєкту. Планується проведення 3 фокус-груп з читачами та 12 глибинних інтерв'ю з учасниками книжкового ринку в трьох містах України. У винагороду входить сума, здатна покрити всі необхідні організаційні витрати та підготовку звітів. Також спеціаліст буде задіяний в роботі над деталізацією методології, у підготовці підсумкового звіту, підготовці тренінгу.
Пункт:	1.3.2	Авраменко Роксолана, медіааналітика	місяців	2,00	30 000,00	60 000,00			0,00			0,00	60 000,00	Залучений аналітик на період реалізації проекту для роботи над репутаційною частиною медіааналітики (аналіз репутаційних факторів).
Стаття:	**1.4**	***Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЄСВ)***		**473 840,00**		**104 244,80**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**104 244,80**	
Пункт:	1.4.1	Штатні працівники		163 840,00	0,22	36 044,80	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	36 044,80	
Пункт:	1.4.2	За строковими трудовими договорами		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦПХ		310 000,00	0,22	68 200,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	68 200,00	
Підстат	**1.5**	***За договорами з ФОП***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	1.5.1	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.5.2	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.5.3	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 1 "Винагорода членам команди":						**578 084,80**			**0,00**			**0,00**	**578 084,80**	
Стаття:	**2**	**Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)**												
Підстат	**2.1**	***Вартість проїзду (для штатних працівників)***		**1,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	2.1.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої	шт.	1,00		0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.1.2	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Пункт:	2.1.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	2.2	***Вартість проживання (для штатних працівників)***		1,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.2.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба	1,00		0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.2.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.2.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	2.3	***Добові (для штатних працівників)***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.3.1	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.3.2	Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.3.3	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядження				2,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	3	**Обладнання і нематеріальні активи**												
Підстат	3.1	***Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для використання його при реалізації***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	3.1.1	Найменування обладнання (з деталізацією технічних	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	3.1.2	Найменування інструменту (з деталізацією технічних	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	3.1.3	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	3.2	***Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту зрантоотримувача (за***					0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних	послуга	устимі витрати за рахунок гранту УКФ					0,00			0,00	0,00	
Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи	послуга						0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні акти				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	4	**Витрати пов'язані з орендою**												
Підстат	4.1	***Оренда приміщення***		16,00		32 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	32 000,00	
Пункт:	4.1.1	Київ, Razitol Hotel, вул Ямска; 50 кв.м.	година	16,00	2 000,00	32 000,00			0,00			0,00	32 000,00	Для проведення дводенного тренінгу для учасників ринку необхідна оренда приміщення зі спеціальним устаткуванням: проектором, мікрофоном, фліпчартом, достатньо просторе.
Пункт:	4.1.2	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин,			0,00			0,00			0,00	0,00	

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Пункт:	4.1.3	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин,			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	4.2	***Оренда техніки, обладнання та інструменту***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.2.1	Найменування техніки (з деталізацією технічних	шт. (діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.2.2	Найменування обладнання (з деталізацією технічних	шт. (діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.2.3	Найменування інструменту (з деталізацією технічних	шт. (діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	4.3	***Оренда транспорту***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.3.1	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням маршруту,	м (годин)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.3.2	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням маршруту,	м (годин)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.3.3	Оренда автобуса (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості	м (годин)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	4.4	***Оренда сценічно-постановочних засобів***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.4.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.,4.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.4,3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	4.5	***Інші об'єкти оренди***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.5.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.5.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":				**16,00**		**32 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**32 000,00**	
Стаття:	**5**	**Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду**												
Підстат	5.1	***Послуги з харчування***		**60,00**		**15 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**15 000,00**	
Пункт:	5.1.1	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.	30,00	250,00	7 500,00			0,00			0,00	7 500,00	Тренінги триватимуть цілий день, тому учасникам необхідно забезпечити кава-брейк з чаєм, кавою та закусками.
Пункт:	5.1.2	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.	30,00	250,00	7 500,00			0,00			0,00	7 500,00	Тренінги триватимуть цілий день, тому учасникам необхідно забезпечити кава-брейк з чаєм, кавою та закусками.
Пункт:	5.1.3	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	5.2	***Витрати на проїзд учасників заходів***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Пункт:	5.2.2	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.2.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	5.3	***Витрати на проживання учасників заходів***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	5.3.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 5 "Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду"						**15 000,00**			**0,00**			**0,00**	**15 000,00**	
Стаття:	**6**	**Матеріальні витрати**												
Підстат	6.1	***Основні матеріали та сировина***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	6.1.1	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.1.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.1.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Стаття:	6.2	***Носії, накопичувачі***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	6.2.1	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.2.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.2.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Стаття:	6.3	***Інші матеріальні витрати***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.3.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.3.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Стаття:	**7**	**Поліграфічні послуги**												
Пункт:	7.1	Виготовлення макетів	шт.	1,00	2 000,00	2 000,00			0,00			0,00	2 000,00	Складання дизайну макету роздаткових матеріалів для тренінгу
Пункт:	7.2	Нанесення логотипів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.	40,00	100,00	4 000,00			0,00			0,00	4 000,00	Візуалізація програми тренінгу в друкованому вигляді

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Пункт:	7.5	Друк листівок	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.6	Друк плакатів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.7	Друк банерів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.9	Послуги копірайтера	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.10	Інші поліграфічні послуги	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":				**41,00**		**6 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**6 000,00**	
Стаття:	**8**	**Видавничі послуги**												
Пункт:	8.1	Послуги коректора	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.2	Послуги верстки	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.3	Друк книг	кземпляр			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.4	Друк журналів	кземпляр			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.5	Інші витрати (вказати надану послугу)	кземпляр			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Стаття:	**9**	**Послуги з просування**												
Пункт:	9.1	Фотофіксація	день	1,00	8 000,00	8 000,00			0,00			0,00	8 000,00	Фотофіксація тренінгу для учасників ринку. Ціна орієнтована на середній прайс по ринку за 1 день зйомки
Пункт:	9.2	Відеофіксація				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	9.3	Рекламні витрати (публікації на профільних сайтах)	шт.	2,00	3 000,00	6 000,00			0,00			0,00	6 000,00	Досягнуто домовленості про великий матеріал на сайті Читомо з результатами дослідження на суму 3000 грн. Аналогічну суму закладено в бюджет на ще один матеріал в спеціалізованому виданні.
Пункт:	9.4	SMM, SO (SEO)	місяць	1,00	3 500,00	3 500,00			0,00			0,00	3 500,00	3000 переглядів з розрахунку 0,01 долари за перегляд
Пункт:	9.5	Інші послуги				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	9.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 9 "Послуги з просування":				**4,00**		**17 500,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**17 500,00**	

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Стаття:	10	Створення web-ресурсу												
Пункт:	10.1	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	10.2	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	10.3	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	10.4	Витрати з обслуговування сайту	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	10.5	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	0,00	
Стаття:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації												
Пункт:	11.1	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	11.2	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	0,00	
Стаття:	12	Послуги з перекладу												
Пункт:	12.1	Усний переклад (синхронний/ послідовний, з якої на яку мову)	година			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	12.2	Письмовий переклад (зазначити, з якої на яку мову)	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	12.3	Редагування письмового перекладу	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	12.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 12 "Послуги з перекладу":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	0,00	
Стаття:	13	Інші прямі витрати												
Підстат	13.2	***Адміністративні витрати***		**0,00**		**0,00**	**1,00**		**30 000,00**	**0,00**		**0,00**	30 000,00	
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські послуги	послуга			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги	послуга			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.1.3	Аудиторські послуги	послуга			0,00	1,00	30 000,00	30 000,00			0,00	30 000,00	https://www.facebook.com/AksonovaAndAssociates
Пункт:	13.1.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Підстат	13.2	***Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	0,00	
Пункт:	13.2.1	Зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.2.2	Зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання				0,00			0,00			0,00	0,00	

ТОВ МЕДІАТЕКА
ГЕНДИРЕКТОР
МОРОЗОВА Є.С.

Пункт:	13.2.3	Зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.2.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Підстат	13.3	***Витрати на послуги страхування***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	13.3.1	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.3.2	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.3.3	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстат	13.4	***Інші прямі витрати***		1,00		3 639,00	0,00		0,00	0,00		0,00	3 639,00	
Пункт:	13.4.1	Послуги інтернет-провайдера (вказати період надання послуг)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.2	Банківська комісія за переказ (відповідно до тарифів				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.3	Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)		1,00	3 639,00	3 639,00			0,00			0,00	3 639,00	0,5% комісія банка за розрахунково-касове обслуговування
Пункт:	13.4.4	Інші послуги банку (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.5	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид витрат)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.6	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид витрат)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.7	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид витрат)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.8	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Інші			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати"				1,00		3 639,00	1,00		30 000,00	0,00		0,00	33 639,00	
Всього по розділу II "Витрати":						652 223,80			30 000,00			0,00	682 223,80	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОСКТУ						0,00			0,00			0,00	0,00	

Генеральний директор ТОВ "Медіатека" _____ **Морозова Є.С.**