

**ДОГОВІР № 4СН1-01851
про надання гранту**

м. Київ

«11 вересня 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 «КСНТЕНТ-МАРКЕТИНГ» (далі – Грантотримувач), в особі Директора Пузька Миколи Миколайовича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проекту «Настільна гра "Чарівний світ"» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні зимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантотримувач реалізує Проект до 29 жовтня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітності документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі XI проектної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проекту Грантостримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проекту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проекту є день підписання Фондом акта про виконання Проекту.

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 248 230 грн. 00 коп. (двісті сорок вісім тисяч двісті тридцять 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 Проекту 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 безготіковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проекту 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 проектів, пов'язаних із кіновиробництвом);
 - 3) реалізувати Проект у строки, визначені у пункті 1 розділу ІІ цього Договору;
 - 4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проекту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;

5) у разі якщо реалізаціє Проекту 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 Проекту протягом трьох років з моменту підписання акту про виконання Проекту;

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 Проекті (продукті Проекту) 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 свяtyнь, 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 Проекту;

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

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

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

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 незиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ШОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проекту, 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 Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проекту, 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:

придання 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-кошторисній документації;

витрати (замовлення товарів, робіт, послуг), які здійснюються між пев'язаними особами, відносини між якими можуть впливати на умови, або економічні результати їх діяльності чи діяльності осіб, яких вони представляють (за винятком витрат на сплату 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 з процесі реалізації Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.
2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту.

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», які може бути розірвано за заявою Фонду з 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 ВИРИШЕННЯ 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 незідкладно повідомляють одна одну.

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

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

+38 044 504-22-66

programa.childrer@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Пузько Микола Миколайович

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 привести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно позідомити 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.

XIII. 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.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:
01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19
Адреса для листування:
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12
ЄДРПОУ: 41436842
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві
Р/р: UA608201720343110001000000458
Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Товариство з обмеженою
відповідальністю "КОНТЕНТ-
МАРКЕТИНГ"

Юридична адреса: 01103, м. Київ,
вулиця Михайла Бойчука, будинок 41,
Літера А, офіс 40
Адреса для листування: 01103, м. Київ,
вулиця Михайла Бойчука, будинок 41,
Літера А, офіс 40
ЄДРПОУ: 38812792
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: АТ КБ "Приватбанк"
Р/р: UA55305299000026007006220653
Тел.: +380672982428

В.о. Виконавчого директора

М.П.



І.В. Пузько

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № ЧСН11-01851
від «11» серпня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Діти культури

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4CHI1-01851

Назва проекту: Настільна гра "Чарівний світ"

Візитна картка

Конкурсна програма
Діти культури

Тип проекту
Індивідуальний

Назва проекту
Настільна гра "Чарівний світ"

Назва проекту англійською мовою
"Magic World" tabletop game

Географія реалізації проекту

Населений пункт
Київ

Населений пункт
Львів

Початок проекту
2021-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2021-10-29

ДІРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



Тривалість проекту в місяцях

5

Формат проекту

наживо та онлайн

Пріоритетний сектор

культурна спадщина

Основний продукт

Інше

Ключові слова за напрямами

прикладний дизайн

фольклор

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Пузько Микола Миколайович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Керівник проекту

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект

“Чарівний світ” - настільна гра за мотивами української міфології - є частиною стратегічної ініціативи збереження та популяризації української міфології “Чарівний світ UA”. Це інноваційний культурний продукт, який в ігромі формі познайомить дітей та підлітків з захоплюючим світом українських міфів та легенд. Проект допоможе популяризувати нашу міфологію, а також сприятиме формуванню національної ідентичності підростаючого покоління та їх творчому і културному розвитку.



національному контексті.

Коротка інформація про проект англійською мовою

"Magic World" is a tabletop game based on Ukrainian mythology. It is part of a strategic initiative for preservation and promotion of Ukrainian mythology "Magic World UA". This is an innovative cultural product that will introduce children and teenagers to the fascinating world of Ukrainian myths and legends using gamification and edutainment methodology. The project will help to promote our mythology, as well as contribute to the formation of the national identity of the younger generation and their creative and cultural development in the national context.

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

248230

Загальний бюджет проекту

339829

Сума співфінансування

91599

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Джерело співфінансування та сума

85110. Спільно кошт на платформі "Велика Ідея". Заявлена сума 85000,00
Зібрана сума 85110,00. Отримано на рахунок 76 599,00

Джерело співфінансування та сума

15000. Власні кошти організації-заявника

Сума реінвестиції

0

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

Так

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 «КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ»

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

CONTENT MARKETING LLC

Код ЄДРПОУ

38812792

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

36103347707

Організаційно-правова форма

Товариство з обмеженою відповідальністю

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

73.11 Рекламні агентства; 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність; 58.11 Видання книг; 58.21 Видання комп'ютерних ігор; 72.20 Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук

Дата реєстрації організації

2013-07-04

Юридична адреса організації

м. Київ, вул. Кіквідзе, буд.41. Літера А, офіс 40;

Поштова адреса організації

м. Київ, вул. Кіквідзе, буд.41. Літера А, офіс 40. 01103

Область (відповідно до юридичної адреси)

Київська



Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Київ

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

<https://magicworld.com.ua/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Пузько Микола Миколайович

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

Пузько Микслла Миколайович

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 заяви?

Немає

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



<https://osvitoria.media/news/charivnyj-svit-ua-ukrayinski-mifologichni-geroyi-z-yavlyatsya-v-mobilnomu-dodatku-dlya-ditej/>

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

Проект

Не було проектів, профінансованих за кошти інших донорів

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття
Настільні ігри - є одним з популярних видів сімейного дозвілля та способів спільного цікавого проведення часу батьків та дітей. Крім того, настільні ігри дспомагають дітям отримувати корисну інформацію про навколошній світ, розвивають навички спілкування та вміння домовлятися, планування своїх дій, запам'ятовування нової інформації, можливість припуститися помилки і вміння програвати.

Наклади та аудиторія настільних ігор кожного року зростають у всьому світі. Величезною популярністю зокрема користуються різні міфологічні сюжети та герої - зі скандинавської, кельтської, грецької міфології.

При цьому, в той час як у світі настільні ігри популярні протягом останніх десятиріч, в Україні вони набирають популярність лише зараз. Проте ігор побудованих на українських ідеях та контент - вкрай мало. Більшість "настолок", які видаються українською мовою є локалізаціями іноземних продуктів.

Тому розробка української настільної гри, яка буде повністю автентичною є дуже важливим та актуальним кроком. Адже цей продукт не лише розважатиме, а і навчатиме, формуватиме ідентичність, розвиватиме уяву та сприятиме творчому розвитку дітей.

Міфологія ж створює для дітей єдину парадигму світосприйняття через призму співпереживання та наслідування спільніх для різних куточків держави міфічних героїв. Тож створення настільної гри за мотивами української міфології є надзвичайно актуальним в контексті сприяння національному патріотичному вихованню та самоідентифікації.



підростаючого покоління, сприяння їх комплексному розвитку, використанню сучасних освітні методик (зокрема едьюейменту).

Завдяки настільній грі “Чарівний світ” українські діти та підлітки будуть грати з власними, а не запозиченими персонажами, таким чином відкриваючи для себе багату та древню культуру рідної держави, отримуючи архетипічні приклади для наслідування своїх героїв. Реалізація цього проекту сприятиме національно-патріотичному вихованню та буде внеском у комплексний розвиток українських дітей через культуру та мистецтво.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми /ЛОТу?

Настільна гра “Чарівний світ” є частиною стратегічної ініціативи зі збереження та популяризації української міфології, яка лежить у глощині таких важливих пріоритетів УКФ як збереження культурної спадщини і промоція цілісного її розуміння, створення сгриятивих умов для творчої діяльності, розвитку дитячої та молодіжної творчості та професійного становлення митців, впровадження інновацій у сфері культури та створення суспільно значущого контенту, що сприятиме відчуттю громадянами своєї належності до України. Адже українська міфологія - є вкрай важливою для формування національної ідентичності та усвідомлення підростаючим поколінням своєї належності до України (більше того - відчуття гордості за належність до однієї з найдавніших у світі культур).

Міфологія - основа національної свідомості та культури, а міфічні персонажі - архетипи, через які людина з дитинства усвідомлює національну ідентичність. Тож проект Чарівний світ в форматі настільної гри відповідає пріоритету програми з формування ідентичності дітей, їх національної самоідентифікації. Адже за допомогою сучасної освітньої методики едьюейменту ми відкриємо для них багатий світ національних героїв (напротивагу іноземним, які переважно є сьогодні в культурному полі), які допоможуть зростаючому поколінню усвідомити глибоке історичне коріння свого народу, його величезну культурну спадщину та потенціал для розвитку.

Реалізація проекту повністю відповідає таким цілям програми як сприяння розвитку творчої особистості дитини через культурну ініціативу та залучення дітей до культурно-мистецького життя і створення умов для їх творчої реалізації, адже настільна гра сприятиме розвитку творчої уяви дітей, створенню дітьми власних культурних продуктів на основі образів міфічних героїв, з якими вони познайомляться у грі.



Враховуючи вищезазначене, проект настільної гри “Чарівний світ” відповідає таким пріоритетам програми “Діти культури”, як розвиток культурних практик, ініціатив, які формують ідентичність дітей, сприяють їх комплексному розвитку, використовуючи сучасні освітні методики; популяризація в суспільстві ідеї комплексного розвитку дитини через культуру та мистецтво; національно-патріотичне виховання дітей через підтримку мистецьких проектів та культурологічних заходів.

В довгостроковому періоді, реалізація проекту стане вагомим внеском у розвиток культурних практик, ініціатив, які формують ідентичність дітей, сприяють їх комплексному розвитку, використовуючи сучасні освітні методики (зокрема едьютеймент - навчання через гру).

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)
Чарівний світ України - є супутнім проектом до проекту Чарівний світ.UA, який наша команда реалізувала в 2020 році, за підтримки Українського культурного фонду.

Починаючи Чарівний світ.UA ми планували його як довгостроковий стратегічний проект, що складатиметься з різних продуктів та ініціатив, адже усвідомлювали, що місія і задачі зі збереження та популяризації української міфології – справа не на один рік.

На першому етапі проекту було створено мобільний едьютеймент додаток з технологією доповненої реальності для дітей 8-13 років, а також сайт та комунікаційну платформу в соціальних мережах, яка налічує понад 10 000 учасників. Серед них - багато батьків, спілкування з якими дозволило підтвердити актуальність і важливість нашого проекту в цілому, та запит на більшу кількість матеріалів для знайомства з українською міфологією.

Під час реалізації первого етапу у 2020 році проект отримав багато тисячну аудиторію прихильників та сотні повідомлень зі словами підтримки і проханнями продовжувати далі.

Зважаючи на це, проект став для нашої організації одним з основних напрямів діяльності, адже тепер ми не лише реалізовуємо стратегічну для української культури місію, а й несемо моральну відповідальність перед аудиторією проекту за його подальшу долю. В рамках стратегічної задачі



включити українську міфологію в сучасний культурний контекст - настільні ігри є одним з тих форматів, який допоможе гознайомити дитячу та підліткову аудиторію з нашою міфологією в легкий та цікавий спосіб.

Тому ТОВ «Контент-Маркетинг», маючи значний досвід роботи зі створення проектів та комунікацій, залучила до команди спеціалістів з успішним досвідом створення багатьох настільних ігор, щоб створити цікаву та унікальну настільну гру за мотивами української міфології.

Цей проект стане одним з важливих етапів розвитку нашої ініціативи збереження та популяризації української міфології.

Загалом, настільна гра стане частиною “екосистеми” продуктів, що будуть створюватись в рамках ініціативи “Чарівний світ”.

Враховуючи, що в результаті реалізації проекту у 2020 році ми вже сформували знання та лояльність аудиторію, яка очікує наступних етапів ініціативи, ми плануємо створювати візуальний стиль настільної гри, з врахуванням стилістики мобільного додатку (для збереження візуальної комунікації всесвіту Чарівного світу).

Крім того, ми впевнилися, що застосована методологія едьютейменту позитивно сприймається цільовою аудиторією - дітьми (за відгуками батьків) і забезпечує ефективне знайомство зі світом української міфології. Тож створення настільної гри - є органічним розвитком цього підходу. Виконуючи завдання в грі, діти дізнаються нову інформацію про персонажів української міфології, їх характеристики та можливості, а також міфічні символи та легенди.

В наших найближчих планах: створення анімаційного серіалу в жанрі едьютеймент, розробка воркбуку з української міфології для школярів початкових класів, виготовлення серії аутентичних сувенірів з персонажами української міфології. Також ми провадимо активну комунікацію з представниками бізнесу, державних та громадських інституцій, ЗМІ та лідерами думок, з метою розвитку проекту Чарівний світ ЮА та популяризації української міфології в цілому.

Чому проект є унікальним?

Настільна гра “Чарівний світ” є унікальним проектом з кількох причин.

По-перше: головне те, що інтерес до настільних ігор в Україні та всьому світу



зростає, на сьогодні вкрай мало ігор побудованих на українських ідеях та контенті. Більшість настільних ігор, які сьогодні видаються в Україні є локалізаціями іноземних продуктів. Ми ж, плануємо створити оригінальний сettінг, який базуватиметься на образах української міфології, фольклору, культури.

По-друге, ми вперше створюємо всесвіт настільної гри, що базується на українській міфології. Наприклад, всесвітньо відома гра “Підземелля та дракони” поклала початок цілому культурному сегменту (книги, фільми, комп’ютерні ігри, фестивалі, фар-арт та інше). Ми віримо, що українська міфологія має потенціал стати основою для не менш захоплюючого та цікавого всесвіту, який популяризуватиме українську міфологію та культуру не лише в Україні, а й у всьому світі.

Чому проект є інноваційним?

Інноваційність проекту полягає у двох площинах:

- 1) створенні оригінального культурного продукту, шляхом поєднання передового зарубіжного досвіду механік настільних ігор, та аутентичної стилістики і змісту - української міфології, яка досі не була використана в сегменті настільних ігор (на відміну від грекої, скандинавської та інших);
- 2) застосуванні методології едьютейменту для знайомства дитячої та підліткової аудиторії з українською міфологією.

“Навчання через розваги” - сучасна інноваційна методологія, яка дозволяє передавати знання в легкий та цікавий спосіб, коли дитина взаємодіє з предметом навчання, проходить певні квести та вигробування. Таким чином, за допомогою гейміфікації, інформація засвоюється значно швидше та ефективніше.

Ми вже застосували такий підхід при створенні діджитал продукту: мобільного додатку “Чарівний світ UA”, який ми розробили за підтримки УКФ у 2020 році. Додаток отримав дуже позитивні відгуки від аудиторії, зокрема дитячої та сімейної (батьків).

Тепер ми плануємо застосувати інноваційну методологію едьютейменту для настільної гри, що дозволить ще більше популяризувати українську міфологію для дітей, підлітків та сімейної аудиторії.

Застосування методології полягатиме в тому, що виконуючи ігрові завдання, гравці не лише цікаво проводитимуть час, а і дізнаватимуться інформацію, пов’язану з міфологією.



про українських міфічних персонажів, міфологічні вірування українців, таким чином здобуваючи нові знання.

Основна мета проекту

Мета проекту - створення аутентичної настільної гри, за мотивами української міфології, завдяки якій українські діти в ігровій формі знайомитимуться з українською міфологією та її персонажами.

Стратегічна мета - через культурний продукт сприяти формуванню національної ідентичності підростаючого покоління та їх творчому і культурному розвитку в національному контексті.

Цілі проекту

Ціль

Розробка концепції продукту - створення "ігрового Всесвіту"

Завдання

Розробити оригінальну концепцію настільної гри, що поєднає передовий зарубіжний досвід механік настільних ігор, та аутентичну стилістику і зміст

Результат 1

Проведено аналіз та визначено найпопулярніші концепції та ключові елементи механіки популярних настільних ігор в світі

Результат 2

Структуровано та описано інформацію про персонажів української міфології - герой ігрового Всесвіту, а також легенди та символіку

Індикатори досягнення результатів

- 1) Розроблено документ "Біблія ігрового Всесвіту", що включає опис не менше 20 персонажів, а також легенд, символіки, локацій, які можуть бути використані при розробці прототипу гри;
- 2) Сформульовано концепцію гри, з механікою та сценаріями, які враховують передовий світовий досвід (на основі аналізу);

Ціль

Розробка MVP настільної гри

Завдання



Розробити MVP (мінімально життєздатний продукт) настільної гри, який включатиме лімітований тираж повноцінних екземплярів.

Результат 1

Розроблено базовий прототип настільної гри (дизайн елементів гри, відповідно до розробленої механіки та сценаріїв)

Результат 2

Виготовлено стартовий тираж настільної гри, що включає ігрові елементи та пакування

Індикатори досягнення результатів

- 1) 1 прототип (роздрукований дизайн-макет зі схематичним зображенням ігрового поля, ігрових карток та інших елементів гри);
- 2) Надруковано пілотний тираж (50 екземплярів) настільної гри.

Ціль

Забезпечення доступу цільової аудиторії до настільної гри

Завдання

Розповсюдити настільну гру серед вибраних шкіл для безпосереднього залучення цільової аудиторії, та представити продукт широкій аудиторії в ході комунікаційної кампанії.

Результат 1

Настільна гра передана школам-учасницям проекту

Результат 2

Проведено комунікаційну кампанію з представлення та популяризації настільної гри

Індикатори досягнення результатів

- 1) 50 екземплярів настільної гри передано не менше ніж 10 школам-учасницям проекту;
- 2) Проведено прес-конференцію в Укрінформ;
- 3) Проведено комунікаційну кампанію в соціальній мережі Facebook (не менше 20 публікацій про проект за період кампанії, таргетована рекламна активність);
- 4) Охоплення в соціальних мережах: не менше 100 000 контактів з повідомленнями (таргетоване на цільову аудиторію);
- 5) Проведено комунікаційну кампанію в ЗМІ (не менше 5 публікацій).

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



профільних ЗМІ).

Ціль

Розробка презентаційного пакету настільної гри (для залучення інвесторів)

Завдання

Розробити презентаційний пакет для популяризації гри та залучення інвестицій для тиражування та масштабування настільної гри

Результат 1

Створено рекламне промо-відео настільної гри

Результат 2

Створено набір графічних файлів та текстових списів для розміщення на краудфандинговій платформі, в соціальних мережах та в ЗМІ

Індикатори досягнення результатів

- 1) Виготовлено одне рекламне промо-відео настільної гри, (хронометраж: 30 сек і 120 сек повна версія)
- 2) Розроблено детальний текстовий опис гри українською та англійською мовами
- 3) Розроблено прес-реліз настільної гри
- 4) Розроблено не менше 10 графічних рекламних макетів

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряму аудиторію настільної можна умовно розподілити на дві цільові групи:

1) Діти та підлітки шкільного віку (від 7 до 12 років), які навчаються в школах-учасницях проекту, які стануть користувачами пілст-нгого випуску (тиражу) настільної гри.

Планова кількість аудиторії - не менше 1000 користувачів.

В рамках реалізації проекту пілотний тираж гри буде созповсюджено серед шкіл-учасниць проекту (не менше 10): "Школа вільних та небайдужих" (м. Львів), школа №28 (м. Тернопіль); школа №21 (м. Вінниця), школа №15 (м. Краматорськ), Гілецький ліцей смт. Чорнухи (Полтавська область), школа №1 смт. Новомиколаївка (Дніпропетровська область), Гімназія міжнародних відносин №323 (м. Київ, м. Здолбунів).



2) Другий важливий сегмент прямої цільової аудиторії - це донори, добroчинці та інвестори, яких ми будемо залучати до проекту для його масштабування, друку наступного тиражу та розповсюдження (зокрема через краудфандингові платформи).

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

До опосередкованої цільової аудиторії належить перш за все сімейна аудиторія (включає дітей та їх батьків), які зможуть стати користувачами три після масштабування проекту.

За статистикою Міністерства освіти і науки України, станом на 2019 рік в Україні було близько 4,1 млн. школярів. Діти та підлітки - це аудиторія яка потребує сучасного аутентичного україномовного контенту (зокрема ігрового), і на яку в першу чергу орієнтований наш проект. Цю аудиторію ми прагнемо познайомити з багатством української міфології, за допомогою ігрових продуктів. Ефективність такого підходу в тому, що діти отримують україномовний контент в формі, яка найбільше для них цікава та зрозуміла. При цьому, більшість настільних ігор для дітей передбачають залученість батьків (які хочуть цікаво проводити час разом з дітьми). Патріотично налаштовані батьки, визначають контент та шляхи розвитку своїх дітей, і хочуть щоб їхні діти були знайомі з українською культурною спадщиною та зростали на власних, а не загозичених міфічних героях. Батьки також виступають ініціаторами користування.

Крім того опосередкованою аудиторією проекту є .

- аудиторія, яка вже є користувачами настільних ігор та шукає нові продукти та сюжети;
- широка аудиторія споживачів культурного продукту, які, цікавляться українською міфологією, фольклором, історією, культурою;
- працівники культурних центрів, коворкінгів, закладів освіти, які зможуть включити настільну гру "Чарівний світ" до асортименту своїх розважальних зон;
- розробники комп'ютерних ігор та сувенірної продукції, адже створений ігровий всесвіт може отримати подальший розвиток та розширення у суміжних сферах.

Кількість цієї аудиторії в цілому можна оцінити понад 4 000 000 осіб.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

В результаті реалізації проекту у 2020 році, команда Чарівний



створила комунікаційну платформу та налагсила двосторонній зв'язок з цільовою аудиторією. Ми постійно аналізуємо дані про аудиторію платформи, її інтереси та потреби, використовуючи такі інструменти як аналітичні дані соціальних мереж та веб-сайту і зворотній зв'язок від користувачів (електронне листування, повідомлення та коментарі в соціальних мережах).

Ідея створення настільної гри виникла саме з комунікації з цільовою аудиторією, та усвідомлення що формат настільної гри - стане чудовим способом популяризації української міфології в середовищі дітей та молоді.

Оскільки сфера настільних ігор розвивається дуже динамічно, міфологічні сюжети користуються високою популярністю, а українська міфологія досі в ній не представлена - ми зрозуміли, що саме час задоволінити запит на настільну гру з персонажами української міфології. Та започаткувати ігровий Всесвіт, який має потенціал стати надзвичайно популярним не лише в Україні, а й в світі.

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної (их) аудиторії?
Проект збільшить кількість українського (та україномовного) ігрового контенту для цільової аудиторії, та сприятиме самоідентифікації підростаючого покоління.

Діти отримають стимул для власної творчості в контексті української культури та міфології: настільна гра сприятиме розвитку творчої фантазії, комунікації між дітьми та дорослими, в основі якої буде важлива частина нашої нематеріальної культурної спадщини.

Застосована методологія едьютейнменту сприятиме тому, що виконуючи ігрові завдання, гравці не лише цікаво провідсідимуть час, а і дізнатимуться інформацією про українських міфічних персонажів, міфологічні вірування українців, таким чином здобуваючи нові знання про українську культуру, що в свою чергу сприятиме національно-патріотичному вихованню дітей.

Завдяки настільній грі "Чарівний світ" в Україні діти будуть грати з власними, а не запозиченими персонажами, знайомитися з українською міфологією в легкий та цікавий спосіб.



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

Оскільки наш проект дозволить в ігровій формі познайомити багатьох дітей та підлітків з важливою частиною української нематеріальної культурної спадщини – міфологією, зацікавленою стороною проекту є батьки, заклади формальної і неформальної освіти, вчителі. Крім того, проект може мати вплив на популяризацію української культури. Тож зацікавленими сторонами в даному випадку є такі інституції як: Міністерство культури та інформаційної політики України, інституції, які займаються формуванням і впровадженням культурних та соціальних програм, зокрема спрямованих на формування національної ідентичності. Зацікавленими сторонами також є магазини настільних ігор та магазини іграшок, які в перспективі (на етапі масштабування та друку нових тиражів гри) стримають новий продукт до свого асортименту, шляхом укладення договірів про дистрибуцію.

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої (их) цільової (их) аудиторії (її), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії?

Для поширення інформації про проект ми в гершу чергу будемо комунікувати повідомлення про сам факт появи настільної гри за мотивами української міфології, як одного з культурних продуктів, який може популяризувати українську міфологію не лише в Україні, а й у всьому світі. а) Всесвіт української міфології - у настільній грі для всієї родини; б) Герої української міфології - тепер у настільній грі; в) Перша оригінальна настільна гра за мотивами української міфології; С основними спікерами проекту виступить керівник проекту - Микола Пузько, а також креативний директор - Олесь Кучеренко, який має великий досвід у створенні настільних ігор. Крім того, планується залучити таких лідерів думок: Дара Корній - дитяча письменниця, авторка популярних книжок з української міфології; Петро Мага - народний артист України, автор дитячих книжок та вистав для дітей, популярний блогер Євген Клопотенко. Також ми плануємо залучити лідерів думок та блогерів у яких є маленькі діти та поспілкуватися про важливість ігор у яких є національна дея (за згоди учасників спілкування буде фільмуватися, або публікуватися в соціальних мережах в форматі постів з фото). Список буде визначений на етапі уточнення комунікаційного плану під час реалізації проекту.

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?

Для реалізації проекту комунікація буде здійснюватися через комунікаційні канали проекту “Чарівний світ.UA”, який було реалізовано у 2020 році: сайт, сторінки проекту у мережах Facebook (понад 8 тис гідпісників) і Instagram (950 підписників), а також YouTube-канал Чарівний світ.TV. Також в ході всієї реалізації проекту буде здійснюватися комунікація зі ЗМІ та буде проведено прес-конференцію.

В рамках існуючих каналів комунікації в соціальних мережах буде проводитися постійна комунікація з аудиторією (SMM). Заплановано промо-кампанію проекту в соціальних мережах очікуване загальне охоплення якої - 100 000 рекламних контактів.

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

В результаті комунікації зі ЗМІ ми плануємо отримати не менше 5 публікацій в національних ЗМІ, у яких буде висвітлено ідею та хід реалізації проекту.

Зокрема до висвітлення планується залучити такі ЗМІ:

osvitoria.media,

UA:Культура,

ukrinfcrm.ua,

amazingukraine.pro,

relax.com.ua,

Твоя Підпільна Гуманітарка,

Na Chasi та інші

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

В результаті реалізації комунікаційного плану планується забезпечити високий рівень знання про проект серед існуючої аудиторії Чарівний світ UA та поінформувати представників широкої цільової аудиторії через ЗМІ.

Зокрема планується досягти таких кількісних показників:

Публікацій в соціальних мережах: не менше 20;

Охоплення: не менше 100 000 контактів з рекламними повідомленнями;

Публікацій: не менше 5 публікацій/сюжетів в ЗМІ.

Яких довгострокових результатів вдається досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженнем досягнення мети проекту?



Ми плануємо, що у перспективі кількох років настільна гра “Чарівний світ” стане не лише популярною серед дитячої та підліткової аудиторії, приверне увагу до міфології, як значної частини культурної спадщини, але і дасть поштовх використанню міфічних персонажів в різних секторах культури та мистецтва і стане одним з елементів формування позитивного іміджу країни за кордоном.

Ми також працюватимемо над тим, щоб в стратегічній перспективі настільна гра “Чарівний світ” стала ігровим Всесвітом, популярним серед гравців усьому світі (за прикладом відомої гри “Підземелля та дракони”).

Таким чином проект сприятиме збільшенню кількості кампаній які створюють та розвивають відносини між дорослими і дітьми, розвитку культурних практик, ініціатив, які формують ідентичність дітей, сприяють їх комплексному розвитку, використовуючи сучасні освітні методики, що відповідає очікуваним довгостроковим результатам ЛОТу.

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів проекту

Соціальна цінність результатів проекту полягає у кількох важливих ефектах для суспільства:

- 1) Збереження української міфології для майбутніх поколінь, включення українських міфічних персонажів, символіки та сюжетів в національний та міжнародний культурний контекст.
- 2) Сприяння деологічному об'єднанню суспільства, нагадування про спільне древнє коріння для дорослих та створення для дітей єдиної парадигми світосприйняття через призму співпереживання та наслідування спільніх для різних куточків держави міфічних героїв.
- 3) Підтримка української мови, шляхом створення сучасного україномовного контенту в ігровій сфері.
- 4) Донесення до дитячої та підліткової аудиторії важливих суспільних цінностей у ненав'язливій формі, формування наслідування позитивних поведінкових паттернів через архетипи та казкові образи (наприклад міфічні персонажі, які пов'язані з природою, виконують функції охоронців своїх сфер і зберігають природу, а ті, що живуть посуч з людьми - приходять на допомогу у скрутних ситуаціях; таким чином ми транслюємо важливість піклування про екологію та допомоги біляжнім, які опинилися у скрутному становищі через зовнішні обставини).

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

Відповідно до завдань, що ставить перед собою команда проекту, буде



виготовлено пілотний тираж гри (50 примірників) який буде розповсюджено по закладах освіти (особиста передача або поштове відправлення, коштом Заявника), для того щоб школярі під час позакласних занять та таборів (на канікулах) могли цікаво та корисно проводити час, граючи в настільну гру за мотивам української міфології. Школи, в яких планується розповсюдження гри: "Школа вільних та небайдужих" (м. Львів), школа №28 (м. Тернопіль); школа №21 (м. Вінниця), школа №15 (м. Краматорськ), Гілецький ліцей смт. Чорнухи (Голтавська область), школа №1 смт. Новомиколаївка (Дніпропетровська область), Гімназія міжнародних відносин №323 (м. Київ, м. Здолбунів). В рамках кампанії проекту буде здійснюватися постійне представлення ходу проекту та результатів напрацювань для широкої аудиторії через веб-сайт проекту та сторінки в соціальних мережах. Також заплановано проведення презентаційних заходів (прес-конференція, онлайн-захід щодо відбору міфічних героїв, зустрічі з державними інституціями) та висвітлення проекту в ЗМІ, що забезпечить публічне представлення результатів проекту.

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)?

Чарівний Світ.Уа - довгостроковий стратегічний проект, завданням якого є збереження та популяризація української міфології. Ми бачимо своє стратегічне завдання в тому, щоб створити основу, яка в майбутньому допоможе популяризувати українську міфологію, як частину культурної традиції, в Україні та усьому світі.

Тому ми плануємо залучити інвестиції для публікації наступних тиражів та вивести настільну гру "Чарівний світ" не лише на український ринок, а і на ринки країн, де настільні ігри мають велику популярність та є значна аудиторія української діаспори: США, Канади, Австралії, Великої Британії.

Розробка, публікація та виведення настільної гри на міжнародний ринок - складний, довготривалий та кропіткий процес. Тому він буде складатися з кількох етапів, для реалізації яких ми плануємо залучати різні джерела фінансування, зокрема краудфандинг на міжнародних платформах та приватні інвестиції.

В той же час, ми плануємо постійно інформувати аудиторію в Україні про хід та розвиток проекту, як успішного кейсу популяризації української культурної спадщини.



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

Основна мета проекту Чарівний світ.UA - популяризація української міфології, зокрема серед молодого покоління, збереження цього важливого пласту культурної спадщини та включення у сучасний культурний контекст. В рамках досягнення цієї мети, наша організація докладає максимальних зусиль для широкого розголосу про проект, його результати та досягнення і тісно співпрацює, як з Українським культурним фондом так і з іншими організаціями. Крім того, ми відкриті до того, щоб ділитися досвідом з учасниками культурних інституцій щодо реалізації технологічної складової проекту та надавати консультації і рекомендації організаціям, які до нас звертаються.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Пузько Микола Миколайович

Роль у проекті

Керівник проекту

Перелік основних обов'язків

Здійснення оперативного та творчого керівництва проектом, участь в розробці концепції гри та ігрового всесвіту, створення структурованих описів міфічної героїв, контроль строків виконання завдань, адміністративні та організаційні питання

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

50%

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

Пузько Микола Миколайович (творчий псевдонім - Нік Лисицький) Digital-продюсер, гисменник, destination-менеджер. У 2020, за підтримки УКФ, реалізував перший етап проекту збереження та популяризації української міфології “Чарівний світ.UA”.

Має понад 15 років досвід в галузі маркетингу, діджитал-комунікацій та подорожей. Автор двох художніх книжок. Реалізовував великі в тому числі міжнародні проекти у якості керівника з діджитал-маркетингу. Сьогодні - власник та директор агенції діджитал-маркетингу «Контент Маркетинг».



маркетинг», співзасновник туристичної компанії Wonders&Holidays (в'їздний туризм в Україну), голова ГО "Чарівний Світ Юа". Коментенції: маркетингові стратегії та кампанії, корпоративні комунікації, менеджмент творчих та IT команд, в'їзний туризм, створення діджитал-контенту, копірайтинг та художня проза, запуск нових проектів, запуск нового бізнесу, позиціонування продукту та брендинг, зв'язки із громадськістю та ЗМІ Освіта: Національний технічний університет України «КПІ», Магістр з менеджменту та маркетингу Досвід роботи за останні 10 років: ТОВ «Контент-Маркетинг». 2014 - до сьогодні. contentmarketing.com.ua CEO Стратегічне та операційне управління. Рекламні кампанії в Інтернет та розробка веб-сайтів та IT-проектів. Клієнти: Bakcell (Азербайджан), Dr.Reddy's (Україна), НТС (Україна), Kiyavia (Україна), Miorre (Україна), Pepsico (Україна), Watsons (Україна), Nigwam Telecom (Україна). Euromedia Company 2010 - 2014 Директор з діджитал-маркетингу <http://euromediacompany.ccm/en/> Керував міжнародними діджитал-кампаніями для Tour de Azerbaijan (2013), Baku 2020 Olympic bid (2012), Azerbaijan Travel promotion (2012), інтерактивним проектом Огошоу для EURO 2012 (2012), промо-кампаніями в Інтернет для команд Евробачення від Азербайджану (в тому числі для команди, що перемогла на Євробаченні у 2011 році). До цього працював: директором з розвитку Інтернет-агенції, PR-менеджером кінопрокатних компаній, журналістом.

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

Штатний працівник

ПІБ члена команди

Кучеренко Олесь Олександрович

Роль у проекті

Креативний директор

Перелік основних обов'язків

Координація розробки маркетингової концепції, розробки механіки, сценаріїв, прототипу гри.

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

50%



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

Успішний рекламник, маркетолог, стратег та креативний директор.

Співзасновник та креативний директор студії "Бамбук". Має великий досвід у створенні настільних ігор. Співавтор та розробник ігор "Несміяка", "Мемка Мімка," "Сіміно", "Кісткогриз", "Кокочвяк", "Шо за чим?".

Куратор курсів у Projector - "Комерційна ілюстрація" та "Графічний дизайн. Айдентика" Освіта НУ Львівська послідовність Кафедра АСУ - "Видавнича справа" Пройшов серію тренінгів з маркетингу та реклами в KMBS та LvBS Досвід роботи з 2001 по 2013 працював в Концерн "Галнафтогаз"(мережа АЗК ОККО) керівником відділу реклами у департаменті маркетингу. Організовував запуск та вивід на ринок таких брендів як Pulls, Fishka, Hot Cafe та інші. Проводив візуальний ребрендинг мережі АЗК ОККО Нагороди В рамках студійної роботи студії "Бамбук" команда отримала наступні нагороди ADC*UA AWARDS - національний конкурс клубу арт директорів Gold - Illustration Silver - Website Bronze - Branding КМФР - Київський міжнародний фестиваль реклами Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design AD BLACK SEA - міжнародний фестиваль реклами (Грузія) Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design

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

ФОП

ПІБ члена команди

Нестеренко Олександр Валерійович

Роль у проекті

Арт-директор

Перелік основних обов'язків

Тактичне та операційне керівництво творчими процесами в проекті, керівництво процесами розробки ескізів, скетчів, ілюстрацій та концептів настільної гри, а також виготовлення MVP

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

50%

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



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

Талановитий старший арт-директор та ілюстратор. Гризер рекламних конкурсів та фестивалів. Співзасновник та арт-директор студії "Бамбук". Має великий досвід у створенні настільних ігор. Співавтор та ілюстратор ігор "Несміяка", "Мемка Мімка," "Сіміно", "Кісткогріз", "Кокочвяк", "Що за чим?".

Куратор курсів у Projector - "Комерційна ілюстрація" та "Графічний дизайн. Айдентика". Освіта 1994 – 1998 Львівський коледж декоративного та ужиткового мистецтва ім. Івана Труша, відділ - графічний дизайн, спеціальність - «графічний дизайнер». 1998 - 2004 Львівська Національна Академія Мистецтв, відділ графічного дизайну, відділ - графічний дизайн, диплом старшого спеціаліста, спеціальність - «графічний дизайнер». 2004-2005 Львівська Національна Академія Мистецтв, відділ графічного дизайну, магістратура, захист диплому, спеціальність - «графічний дизайнер». Додаткові навчання 2008 – Тренінг «Портфель керівника», Львівська Бізнес Школа. 2015 – CGTarian онлайн курс «ілюстрація та дизайн персонажу» 2017 – www.guroed.com Роман Гуро онлайн курс «Концепт-арт» Нагороди В рамках студійної роботи команда сформувала наступні нагороди: ADC*UA AWARDS - національний конкурс клубу арт директорів Gold - Illustration Silver - Website Bronze - Branding КМФР - Київський міжнародний фестиваль реклами Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design AD BLACK SEA - міжнародний фестиваль реклами (Грузія) Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design.

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

ФОП

ПІБ члена команди

Тріль Богдан Іванович

Роль у проекті

Продюсер

Перелік основних обов'язків

Творче та операційне керівництво виготовленням презентаційного пакету настільної гри



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

40%

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

Автор ідеї та Генеральний продюсер першого англомовного тревел шоу про Україну Discover Destination UA, Продюсер фільму «Вертер», Продюсер та режисер театральної постановки для дітей «Український вертер» (бекстейдж тут), Автор ідеї і продюсер проекту Експати в Україні, продюсер представників Азербайджану (DНaj) на Євробаченні у 2017 та 2019 роках, керівник низки міжнародних проектів, в тому числі з візуального оформлення Літніх Олімпійських ігор 2016, керівник проекту з написання сценарію найкасовішого повнометражного українського фільму 2017 року – “Дзідзьо Контрабас”, член команди з реформування системи харчування в українській армії (Міністерство оборони України), керівник проекту з підготовки та проведення Дитячого пісенного конкурсу Євробачення 2013, має значний досвід роботи (більше 12ти років) в інвестиційному банкінгу, управлінні активами, корпоративних фінансах та на фондовому ринку.

Освіта вища, економічна, Магістр економіки та менеджменту.

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

ФОП

ПІБ члена команди

Курозька Ганна Володимирівна

Роль у проекті

Бухгалтер

Перелік основних обов'язків

Ведення бухгалтерської звітності та обліку, розрахунки з контрагентами.

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)

Загальний стаж роботи бухгалтером - більше 11 років. У



здобула вищу освіту за спеціальністю "Сбл к та аудит" у Кримському інженерно-педагогічному університеті. Працювала бухгалтером на підприємствах Автономної Республіки Крим до окупації (остання посада там - Заступник Головного бухгалтера ПАТ "Сімферопольський консервний завод". Після окупації Криму Російською Федерацією переїхала до Києва, де почала надавати консалтингові послуги у сфері фінансів, оподаткування та бухгалтерського обліку. Надає послуги з : - Ведення ТОВ та ФОП на загальній та спрощеній системах оподаткування, нарахування заробітної плати, подача всіх необхідних звітів в податкові органи і статистику, - Оформлення всієї первинної документації. - Ведення кadriv і заробітної плати, виплати по ЦПХ, складання звітів по ЕСВ, 1-ДФ. - Касові операції, авансові звіти, списання ТМЦ, акциз. - Управлінський облік, бюджетування, участь в підготовці тендерної документації. - Складання виробничих звітів по виробництву продукції. Консультує підприємців із таких сфер діяльності: - Туризм - Реклама та маркетинг - Виробництво, - Будівництво, - Торгівля, - Послуги (консалтинг, салон краси, тощо).

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

ФОП

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

Команда передбачає такі можливі ризики в ході реалізації проекту:

1) Ризик не встигнути втілити проект у рамках планових строків реалізації. Оскільки учасники команди мають досвід реалізації великих проектів, створення культурних продуктів, та настільних ігор зокрема, ми маємо чітке уявлення про організацію процесу та виконання проекту відповідно до запланованих строків. Ще до початку втілення проекту буде створено графік роботи кожного учасника із чітким зазначенням обсягів і термінів роботи. За виконанням цього графіку постійно слідкує керівник проекту.

2) Ризик затримки проекту через затримку роботи з боку підрядників. Недотримання термінів підрядниками. Для усунення цього ризику буде проведено попередні переговори та заключено договори із чітким зазначенням кінцевого терміну виконання робіт. В усіх договорах будуть закладені жорсткі умови щодо надання послуг, а там де це неможливо у разі настання ризику будемо шукати альтернативні шляхи для досягнення



індикаторів проекту, заявлених показників та виконання намічених завдань.

- 3) Ризик невідповідності якості настільної гри очікуваній. Оскільки при створенні настільної гри її художня якість є критично важливою, команда дуже уважно підходитиме до гратипіювання та тестування. Варто зазначити, що учасники команди вже мають досвід створення настільних ігор, тож зможуть використати його для досягнення максимальної якості продукту.
- 4) Ризик несприйняття настільної гри цільовою аудиторією. Оскільки учасники команди вже мають великий досвід розробки настільних ігор, вони використають його для створення продукту, який найбільш відповідатиме інтересам цільової аудиторії. Щоб мінімізувати цей ризик, в проекті заплановий етап розробки маркетингової концепції (що включає аналіз цільової аудиторії та позиціонування продукту), тестування та фокус-групове оцінювання.

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

Команда проекту виділяє наступні зовнішні ризики, які можуть виникнути, та шляхи їх мінімізації:

1) Ситуація в країні щодо поширення COVID-19

Під час реалізації проекту будуть дотримані всі необхідні заходи захисної безпеки для мінімізації впливу COVID-19. Більшість заходів з розробки та створення презентаційного пакету будуть відбуватися в режимі онлайн, а ті, які потребують безпосереднього контакту учасників - з використанням захисних засобів та дотриманням норм фізичного дистанціювання. При плануванні реалізації проекту враховано ризики COVID-19, робочий план побудований з урахуванням цих ризиків. Проект не передбачає масових заходів та залучення багаточисельної аудиторії, тож у разі продовження карантину чи заборони проведення заходів цей ризик для його реалізації мінімальний - проект буде реалізований в повній мірі та з досягненням усіх запланованих показників.

2) Політичний, військовий стан в державі

Стан в державі має дуже важливе значення для суспільства, його діяльності та його готовності сприймати культурну інформацію. Ми не можемо забувати про факт, що Україна досі знаходиться в стані військового конфлікту, тому розглядаємо цей ризик, як сдин з важливих зовнішніх факторів. Втім, на даний момент ситуацію можна оцінювати як стабільну.



3) Соціально-економічні ризики

Погіршення економічної ситуації в державі, зокрема різке занепадання національної валюти може вплинути на кошторис проекту та строки його реалізації. Для мінімізації таких ризиків в усіх договорах будуть закладені жорсткі умови щодо надання послуг, а там де це неможливо у разі настання ризику будемо шукати альтернативні шляхи для досягнення індикаторів проекту, заявлених показників та виконання намічених завдань.

4) Протидія або несприяння реалізації проекту з боку сторонніх осіб та інституцій

Враховуючи культурну та суспільну цінність проекту, ми розраховуємо та позитивне сприйняття та підтримку проекту. Проте у разі настання ризику будемо шукати альтернативні способи для реалізації намічених цілей. Якісна реалізація проекту в цілому, не залежить від сприяння чи не сприяння сторонніх осіб чи інституцій.

5) Порушення авторських прав сторонніх осіб або інституцій

Для мінімізації ризиків порушення авторських прав сторонніх осіб або інституцій, до роботи з проектом буде залучено фахового юриста в сфері інтелектуальної власності, завданням якого буде перевірка всіх можливих елементів проекту на предмет порушення прав третіх осіб, а також розробка юридичної документації по проекту для захисту авторських прав.

6) Комуникаційні ризики - незацікавленість ЗМІ у поширенні інформації про проект

На першому етапі проекту у 2020 році, ми налагодили партнерські стосунки з багатьма українськими ЗМІ, і постійно їх підтримуємо. Після закінчення проекту за підтримки УКФ у 2020 році, команда ініціативи "Чарівний світ UA" продовжує розвивати проект і комунікувати зі ЗМІ, і створення настільної гри є очікуваним проектом, інформацію про який ЗМІ зацікавлені висвітлити. Тому даний ризик є мінімальним.

7) Форс-мажорні ситуації (пожежі, повені, природні катастрофи, нещасні випадки)

Форс-мажорні ситуації завжди мають високий вплив. Гроте, враховуючи, що наш проект не прив'язаний до певних фізичніх локацій, а також будуть



прийняті заходи для уникнення втрат даних (всі дані будуть зберігатися у "хмарі"), можливі природні катаklізи матимуть незначний вплив на результати роботи проекту.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Моніторинг своєчасної реалізації проекту здійснюється керівником проекту відповідно до часових та якісних показників виконання завдань проекту, чітко розписаних у графіку робіт, який складається у перші дні реалізації проекту. Для комунікації будуть залучені інструменти планування та месенджери.

Управління проектом здійснюватиметься за методологіями венчурного дизайну та SCRUM.

Венчурний дизайн – допомагає швидко стартувати, здійснювати продумані зміні, отримувати швидкі результати та дозволяє зрозуміти на чому сфокусуватися перебуваючи на кожному етапі проекту. Як результат, максимальний фокус та концентрація всієї команди, значно збільшує шанси на успіх.

SCRUM - допомагає розділити великий проект та малі, чітко вимірювані етапи (спринти), та здійснювати швидкий моніторинг і (за потреби) зміни.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

4

Кількість жінок у команді проекту

1

Кількість людей віком від 17 до 34

0

Кількість людей віком від 35 до 50

5

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

0

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

1

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

1

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?

так

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

Так



Декларація добroчесності

Я, шляхом підписання проектної заяви, 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 конкурсуного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсуного 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 заяви, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами) держави-агресора Російською Федерацією з 2014 року до цього часу.

Так



Декларація добroчесності

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 «Горядком 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 свєю відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Я, шляхом підписання проектної заяви, 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

Луценко О.В.



Дата заповнення

14.06.2021

Грантоотримувач:

Луценко О.В.



Документ було автоматично згенеровано у СУТ УКФ, ср, 9 черв 2021, 16:19

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Інші додатки

Додаток № 2

до Договору про надання гранту №
ЧСЧУ/ІІ-01853
від "21" лютого 2021 року

Назва конкурсної програми: Діти культи ури
Назва ЛОТу: Діти культи ури
Назва Заявника: ТОВ "Контент-Маркетинг"
Назва проекту: Насільна гра "Чарівний світ"
Дата початку проекту: червень 2021 року
Дата завершення проекту: 29.10.2021

Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ		
1. Український культурний фонд	73,05%	248 230,00
2. Співфінансування* :	26,95%	91 599,00
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. ГО "Гаряч Гені" (Стілпликошт "Велика Ідея"). Сума вказана з врахуванням комісії платформи.	22,54%	76 599,00
2.4. Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.5. Власні кошти організації-заявника	4,41%	15 000,00
3. Рейнвеститій (дохід отриманий від реалізації книг, скілків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проекту)	0,00%	0,00
Всього по розділу I "Надходження":	100,00%	339 829,00



*За наявності співфінансування від партнерів, фінансувач самостійно вирішує, на які статті витрат іде співфінансування.

Під редколектором
(посада)

С. Супрун О. М.
(підпись)

Пункт:	5.3.1	Рахунки з потрів (з вказаним правищем виділеної особи)	Доба		0,00		0,00	0,00
Пункт:	5.3.2	Рахунки з потрів (з вказаним правищем виділеної особи)	Доба		0,00		0,00	0,00
Пункт:	5.3.3	Рахунки з потрів (з вказаним правищем виділеної особи)	Доба		0,00		0,00	0,00
Всього по статті 5 "Витрати учасників проєкту та розрахунок їх боргу за участь у засадах проєкту та не отримують оплату праці під час виконання								
Стаття:	6	Матеріальні витрати						
Підстатья:	6.1	Основні матеріали та сировина	7,00	1 100,00	0,00	0,00	1 100,00	
Пункт:	6.1.1	Папір офісний А4	уп.	4,00	89,00	366,00	356,00	Папір офісний закуповується по мірі необхідності виключно для реалізації проєкту. Папір необхідний як безпосередньо для виконання проєкту (наряду з іншими, також членами філіального звітності та другими колегами) так і для оформлення фінансової звітності та другими колегами.
Пункт:	6.1.2	Папір офісний А3	уп	3,00	248,00	744,00	744,00	Папір офісний закуповується по мірі необхідності і виключно для реалізації проєкту. Папір необхідний безпосередньо для виконання проєкту - розробку скрип, красене, тестових елементів в офісі компанії.
Пункт:	6.1.3	Гайментація	шт.		0,00		0,00	
Стаття:	6.2	Услуги, наочнування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	6.2.1	Наочнування	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	6.2.2	Наочнування	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	6.2.3	Наочнування	шт.		0,00		0,00	
Стаття:	6.3	Інші матеріальні елементи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	6.3.1	Інші наочнування	шт		0,00		0,00	
Пункт:	6.3.2	Інші наочнування	шт		0,00		0,00	
Пункт:	6.3.3	Інші наочнування	шт		0,00		0,00	
Всього по статті 6 "Матеріальні елементи":								
Стаття:	7	Поліграфічні послуги						
Пункт:	7.1	Знімальній матеріал	шт		0,00		0,00	
Пункт:	7.2	Ганесона логотип	шт		0,00		0,00	
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	7.5	Друк плакатів	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	7.6	Друк банерів	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	7.7	Друк інших розрізних матеріалів	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	7.8	Паспорт контрагента	шт.		0,00		0,00	
Пункт:	7.9	Паспорт контрагента	шт.		0,00		0,00	



Директор Ільїнко О.О.

Пункт:	7.10	Поступи з другу пілотного тиражу наступного трикутника	шт.	50,00	320,00	16 000,00	0,00	16 000,00	Поступи з другу пілотного тиражу наступного трикутника (MVP) - пакування та елементи трикутника - 50 шт Пілотний тираж буде розроблено відповідно до вимоги (але в малих шкільних віку), що включає усі елементи проекту.
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договором з ЦУХ з підприємствами (ЕСВ) родину "Поліграфні послуги"			0,77	0,00	0,22	0,00	0,00
Всього по статті 7 "Поліграфні послуги":				60,00		16 000,00	0,00	16 000,00	
Стаття:	8	Видавничі послуги							
Пункт:	8.1	Поступи коректора	сторінка		0,00			0,00	0,00
Пункт:	8.2	Поступи верстки	сторінка		0,00			0,00	0,00
Пункт:	8.3	Друк книг	екземпляр		0,00			0,00	0,00
Пункт:	8.4	Друк журналів	екземпляр		0,00			0,00	0,00
Пункт:	8.5	Інші видрати (видавати пам'ятну постуку)	екземпляр		0,00			0,00	0,00
Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами з ЦУХ з підприємствами (ЕСВ) родину "Видавничі послуги"		0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":				0,00		0,00		0,00	
Стаття:	9	Поступи з просування			0,00			0,00	0,00
Пункт:	9.1	Ог огінка			0,00			0,00	0,00
Пункт:	9.2	Економіка			0,00			0,00	0,00
Пункт:	9.3	Рекламна кампанія в соціальних мережах	мільйон	2,00	6 000,00	10 000,00	0,00	10 000,00	Платне за публічне охоплення аудиторії не менше 100 000 показів рекламних повідомлень. Бюджет розраховується вихідним з прогнозом видрати показу рекламних опогонів для досконального використання. Платальним разділом затрат є промивачем та відзнакою в пропаганді підшучуванням реалістичні та реалістичні, які публікані, та жартівля у спільноті з фахівцями авторів. Та разом з більшістю видрати у публікані концептуальний тип реалістичної публікані, концепція нестандартна опоточеній. Відповідно специфіку видрати, відповідно до процесу розробки відео, рекламу, активної комп'юнікей з видрати на засновано на застосуванні для подальшого розвитку, реклама активності, є популярністю її української міфології в цілому
Пункт:	9.4	Поступи з комунікації в соціальних мережах	мільйон	5,00	2 800,00	14 000,00	0,00	14 000,00	Поступи з комунікації в соціальних мережах Facebook та Instagram, запущеными SMM-спеціалістами для підвищення послуг з інтеракційного контенту на весь період. Соціальні мережі використані як основний засіб для залучення нової аудиторії проекту (8 000 підписників) та постуку було зроблено створення та регулярне розширення матеріалів, які викладають зміст проєкту, приваблюючи залоговою моногранічності проєкту в соціальних мережах.
Стаття:	9.5	Інші послуги							
Пункт:	9.6	Соціальні внески за договорами з ЦУХ з підприємствами (ЕСВ) родину "Послуги з просування"			0,22	0,00	0,22	0,00	0,00
Всього по статті 9 "Послуги з просування":				7,00		24 000,00	0,00	0,00	
Стаття:	10	Створення веб-ресурсу							



Директор Гур'юк О.Л.

Пункт:	10.1	Витрати зі створення сайту (зазначені конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)			0,00		0,00
Пункт:	10.2	Витрати зі створення сайту (зазначені конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)			0,00		0,00
Пункт:	10.3	Витрати зі створення сайту (зазначені конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)			0,00		0,00
Пункт:	10.4	Витрати з обслуговування сайту	місяців		0,00		0,00
Пункт:	10.5	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЕСВ) раздлу "Створення веб-ресурсу"		0,22	0,00	0,22	0,00
<i>Всього по статті 10 * Створення веб-ресурсу*</i>							
Стаття:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації		0,00		0,00	0,00
Пункт:	11.1	Найнадання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.		0,00	0,00	0,00
Пункт:	11.2	Найнадання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.		0,00	0,00	0,00
<i>Всього по статті 11 * придбання методичних, навчальних, інформаційних т.ч. на електронних носіях інформації*</i>							
Стаття:	12	Поступки з переведаючими		0,00		0,00	0,00
Пункт:	12.1	Усний перевід (синхронний послідовний, з якою належності та мовою)	година	15,00	240,00	3 600,00	3 600,00
Пункт:	12.2	Письмовий перевід з української на англійську мову	сторінка				
Пункт:	12.3	Редагування текстового перевіду (піrfайдінг англомовних текстів)	сторінка	15,00	280,00	4 200,00	4 200,00
Пункт:	12.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЕСВ) раздлу "Створення веб-ресурсу"		0,22	0,00	0,22	0,00
<i>Всього по статті 12 * Поступки з переведаючими*</i>							
Стаття:	13	Інші прямі видатки		30,00	7 800,00	0,00	7 800,00
Підстатья:	13.2	Адміністративні видатки		2,00	8 400,00	16,000,00	20 400,00
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські постуки	постуки		0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.1.2	Юридичні постути	посуд	2,00	4 200,00	8 400,00	8 400,00
Пункт:	13.1.3	Аудиторські постути	постути		0,00	1,00	15,000,00
Пункт:	13.1.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЕСВ) раздлу "Адмініструючі витрати"		0,22	0,00	0,22	0,00
Підстатья:	13.2	Поступки з комп’ютерного обробки, консультація, зобов’яння					
Пункт:	13.2.1	Поступки з комп’ютерної анимації персонального відео	постути	1,00	12 600,00	12 600,00	12 600,00
Пункт:	13.2.2	Поступки з контенту реального світу	постути	1,00	6 200,00	6 200,00	6 200,00

Ліквідація
Мартина Іванова
30 січня 2018 року
за підсумком розрахунку

Ліквідація
Мартина Іванова
30 січня 2018 року
за підсумком розрахунку

Ліквідація
Мартина Іванова
30 січня 2018 року
за підсумком розрахунку

Директор
Мартина Іванова

Пункт:	13.2.3	Зазначити конкретну назву послуги відповідно до таємного завдання			0,00	0,00
Пункт:	13.2.4	Соціальні внески за договорами ЦХ з підрядниками (ЕСВ) роздріту "Послуги комп'ютерного обробки, монтажу		0,22	0,00	0,00
Підпункти:	13.3	Вимогами на послуги страхування	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
Підпункти:	13.4	Інші прямі видороди	18,00	65 730,00	5,00	49 599,00
Пункт:	13.4.1	Послуги інтернет-провайдера (вказати період надання послуг)		0,03		0,00
Пункт:	13.4.2	Банківська компеса за перевез (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)		0,03		0,00
Пункт:	13.4.3	Розрахункове обслуговування (відповідно до тарифів ТОВ «Укрфорекс»)	5,00	150,00	750,00	0,00
Пункт:	13.4.4	Послуги з організації та проведення прес-конференції в настільній грі	1,00	5 100,00	5 100,00	0,00
Пункт:	13.4.5	Послуги зі створення ескізів та сценарія елементів настільній грі	1,00	10 800,00	10 800,00	0,00
Пункт:	13.4.6	Послуги зі створення ескізів та сценарія елементів настільній грі	1,00	21 400,00	21 400,00	0,00
Пункт:	13.4.7	Послуги з створення логотрій, концептів елементів настільній грі та дизайн-канеку	1,00	9 600,00	9 600,00	0,00
Пункт:	13.4.8	Послуги з написання сценарію рекламного відео проекту	1,00	2 500,00	2 500,00	0,00
Пункт:	13.4.9	Послуги з інженерного обладнання та соціальний діяльність	1,00	3 000,00	3 000,00	0,00
Пункт:	13.4.10	Послуги з професійної фонус-групового оцинковання настільній грі	2,00	4 350,00	8 780,00	0,00
Пункт:	13.4.11	Послуги з розробки дизайнерської для промо-пакету настільній грі	5,00	760,00	3 800,00	0,00



Суржук Юліан Іванович

Пункт:	13.4.12	Послуги з розробки маркетингової концепції та стратегії комунікації (в рамках презентаційного пакету)	послуга		0,00	1,00	14 000,00	14 000,00
Пункт:	13.4.13	Послуги з розробки механікі та сценаріїв в настільної грі	модуль		0,00	2,00	9 000,00	18 000,00
Пункт:	13.4.14	Послуги з розробки прототипу настільної грі	послуга		0,00	1,00	9 000,00	9 000,00
Пункт:	13.4.15	Послуги з виготовлення сувенірної продукції	послуга		0,00	1,00	8 599,00	8 599,00
Пункт:	13.4.16	Соціальні внески за договорами ІПХ з підрядниками (ЕСР) розділу "Інші практики опрірату"			0,22	0,00	0,00	0,00
<i>Всього по статті 13 "Інші прямі видримки":</i>				22,00		92 930,00	6,00	64 599,00
<i>Всього по розділу II "Витрати":</i>						2 118 230,00		157 529,00
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОСЛУГ						91 599,00	91 599,00	339 879,00
ІНІЦІАТОР:						0,00	0,00	0,00
ІНВЕСТИТОР:								

