

ДОГОВІР № 4ICP51-01165

про надання гранту

м. Київ

«25» червня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Комунальна установа Миколаївської міської ради “Агенція розвитку Миколаєва” (далі – Грантоотримувач), в особі виконуючої обов’язки директора Ганжук Анни Павлівни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

І. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проекту «Цифрова колекція художнього музею: Фарфор» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

ІІ. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 жовтня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначеним у розділі XI проєктної заявки.

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

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

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 624 372 грн. 00 коп. (шістст двадцять чотири тисячі триста сімдесят дві гривні 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 проєктах де співфінансування є обов'язковою умовою, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування. Якщо часткове невиконання співфінансування не впливає на граничні обов'язкові пропорції співфінансування проєкту, визначені Фондом, ця норма не застосовується.

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

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію 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 проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);

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

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

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.

2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.

3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проєкту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), стримані 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 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. ДОПУСТИМИ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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

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

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації 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», 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.cult@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Гомонюк Євген Дмитрович;

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, обробляється Фондом відповідно до Закону України «Про захист персональних даних».

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

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

додаток 5 – графік платежів.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

Тел.: +38 (044) 504-22-66


 Виконавчий директор
 Г. Берковський


Грантоотримувач

Комунальна установа Миколаївської міської ради "Агенція розвитку Миколаєва"

Юридична адреса:

54001, Миколаївська обл., м. Миколаїв, вул. Адміральська 2С

Адреса для листування:

54001, Миколаївська обл., м. Миколаїв, вул. Адміральська 2С

ЄДРПОУ: 40451807

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ "ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA723266100000026000053245708

Тел.: +380938279477


 В.о директора
 А.П. Ганжул


УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4ICP51-01165
від «25» Червня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 5. Культурна спадщина

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4ICP51-01165

Назва проекту: Цифрова колекція художнього музею: Фарфор

Візитна картка

Назва проекту

Цифрова колекція художнього музею: Фарфор

Назва проекту англійською мовою

Museum Digital collection: Porcelain

Географія реалізації проекту

Населений пункт

Миколаїв

Початок проекту

2021-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2021-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Формат проекту

наживс та онлайн


В.о. директор  Тамара К.Н.

Пріоритетний сектор
культурна спадщина

Основний продукт
Цифровий архів/каталог

Ключові слова за напрямками
колекція
музей

Конкурсна програма
Інноваційний культурний продукт

Лот
ЛОТ 5. Культурна спадщина

Тип проекту
Індивідуальний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Гомонюк Євген Дмитрович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Керівник проекту

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект

Створення цифрової колекції виробів з фарфору, що зберігаються у фондах Миколаївського художнього музею ім. В.В. Березагіна, які ніколи не були експоновані для широкої аудиторії. В рамках проекту буде: оцифровано, досліджено та каталогізовано 300 одиниць фарфору (чашка, ваза, соусник,


В. директор   В/к

тарілка, тощо); оновлено та додано окрему вкладку на веб-ресурс, що дозволить користувачам у форматі 360° переглядати вироби; видано ілюстрований каталог (200 екземлярів); створено 5 3D-моделей виробів з фарфору; створено 5 відеороликів на тему оцифрування фарфору; реалізовано фотопроєкт у 5 різних локаціях з музейними експонатами фарфору та місцевими майстрами з кераміки виготовлено промо-продукцію для популяризації проекту.

Коротка інформація про проект англійською мовою

Creation of a digital collection of porcelain stored in the funds of Mykolaiv Art Museum named by Vereshchagin, which have never been exhibited to a wide audience. The project will: digitize, research and catalog 300 pieces of porcelain (cup, vase, saucerpan, plate, etc.); updated and added a separate tab to the web resource, which will allow users to view products in 360° format; publish illustrated catalog (200 copies); created 5 3D-models of porcelain; created 5 videos on the topic of digitization of porcelain, realized a photo project in 5 different locations with museum exhibits of porcelain and creation exclusive products by masters of ceramics to promote the project.

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

624372

Загальний бюджет проекту

624372

Сума співфінансування

0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

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


Ю. С. Шевченко *Тамара Р. Н.*

авторське право і суміжні права»?

Так

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

Комунальна установа Миколаївської міської ради "Агенція розвитку Миколаєва"

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Municipal institution Mykolaiv Development Agency

Код ЄДРПОУ

40451807

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

<http://bit.ly/statutemda>

Організаційно-правова форма

Комунальна організація (установа, заклад, підприємство)

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

Код КВЕД 72.20 Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук; Код КВЕД 74.90 Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н. в. і. у.

Дата реєстрації організації

2016-04-27

Юридична адреса організації

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

Поштова адреса організації

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

Область (відповідно до юридичної адреси)

Миколаївська



В.о. директора *Горинько Р.М.*

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Миколаїв

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

<http://www.mda.mk.ua/> <https://www.facebook.com/MykolaivDevelopmentAgency/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

В.о директора Ганжул Анна Павлівна

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?

Ні

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

Ні

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

Миколаївська міська рада

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

Ні

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

Ні


В.о. директора Ганжул Анна Павлівна

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

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

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

Так. Проект «Цифрова колекція художнього музею» 2020 рік - ЗІСР51-1165: <https://museum.myart.org.ua> та <https://www.youtube.com/watch?v=4QXTilZmk6c&t=78s>

Проект «Трансформація художнього музею у сучасний культурний хаб» - 2019 рік: <https://www.youtube.com/watch?v=7xtEL3DWZsl> та <https://telegraf.design/news/art-duet-braty-stvoryv-kolazhi-na-osnovi-kartyn-z-ukrayinskyh-muzeyiv/>;

Проект «Фестиваль сучасного мистецтва Mykolaiv ART Week: Ідентифікація» 2018 рік: <https://www.youtube.com/watch?v=70wuwWvCOOo&t=39s> та <http://www.nikpravda.com.ua/1200-kv-m-suchasnogo-mistetstva-pidsumk-mykolaiv-art-week-2018/>

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

Так. Проект «Цифрова колекція художнього музею» 2020 рік - ЗІСР51-1165: <https://museum.myart.org.ua> та <https://www.youtube.com/watch?v=4QXTilZmk6c&t=78s>

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

Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Так. Заявник - Проект «Цифрова колекція художнього музею» 2020 рік : <https://museum.myart.org.ua> та <https://www.youtube.com/watch?v=4QXTilZmk6c&t=78s>

Заявник - Проект «Трансформація художнього музею у сучасний культурний хаб» - 2019 рік: <https://www.youtube.com/watch?v=7xtEL3DWZsl> та <https://telegraf.design/news/art-duet-braty-stvoryv-kolazhi-na-osnovi-kartyn-z-ukrayinskyh-muzeyiv/>;

Заявник - Проект «Фестиваль сучасного мистецтва Mykolaiv ART Week:

The image shows a handwritten signature in blue ink over a circular official stamp. The stamp contains the text "МІСЦЕВІ ОРГАНИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ" and "РАЙОННА РАДА МІКОЛАЙВ" around a central emblem. The signature is written across the stamp.

Ідентифікація» 2018 рік: <https://www.youtube.com/watch?v=70wuwVvCOOo&t=39s> та <http://www.nikpravda.com.ua/1200-kv-m-suchasnogo-mistetstva-pidsumki-mykolaiv-art-week-2018/>

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

Проект

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

Проект

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

Проект

Арт-простір в ДОФі Донор: Меценати, Програма Culture Bridges В рамках проекту у внутрішньому дворі колишнього Будинку офіцерів флоту запрацював культурно-освітній простір. Протягом всього літа тут відбулися серії безкоштовних кінопоказів найкращих фестивальних фільмів, лекції та дискусії, музичні виступи і вечори поезії, а також виставковий центр проста неба. З цієї метою були проведені ремонтні та підготовчі роботи на літній сцені, облаштоване декоративне освітлення, придбані стільці та пуфи, <https://www.0512.com.ua/news/2811522/nikolaevcev-priglasaut-na-kinopokazy-pod-otkrytym-nebom-v-dcfe>

Проект

Роздільний збір відходів у Миколаєві (2019-2020) Донор: Tetra Pak, PepsiCo в Україні Запровадження системи роздільного збору відходів в навчальних закладах Миколаєва вже 4-й рік доказує свою ефективність. Діти поступово змінюють своє відношення до проблеми та спільними зусиллями покращують санітарно-епідемічний стан в місті. На третьому етапі проекту нам вдалось забезпечити навчальні та медичні заклади спеціальними контейнерами. Це всі школи і дитячі садки міста, та ще 24 лікарні, пологові будинки, поліклініки, центри первинної медико-

Во зупинилося  *Таня РЧ*

санітарної допомоги та інші медичні заклади Миколаєва. Проведено конкурс соціальної реклами, рейтинг еко-школа року та літній еко-табір для шкільних активістів. Наразі це найкращий показник по всій Україні.
<https://www.prostir.ua/?news=37-tonn-pet-paperu-i-tetra-paku-v-mykolajevi-obraly-eko-shkolu-roku-2019>

Детальний опис проекту

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

Сьогодні Україна – майже біла пляма на культурній мапі світу. Ми ледве представлені в Google Arts & Culture, а навіть та невелика частка оцифрованої спадщини, що вже є, більшою мірою закрыта для світу. А це ніяк не сприяє ані зміцненню репутації нашої країни, ані популяризації України для світового культурного туризму, адже підраховано, що з 1 млрд туристів на рік, 40% є культурними паломниками.

Музеї, будинки культури, бібліотеки у більшості жителів асоціюються з пережитками минулого і обтяженістю купою стереотипів. Миколаїв має багато спільного із південними містами-сусідами, тож для демонстрації ставлення жителів міста до музею можна використати результати дослідження одеської команди Museum for Change, які демонструють величезний запит на мистецтво і культуру серед людей у віці до 35 років, та в той же час таке ставлення: «Я вже була в школі в цьому музеї, більше не прийду. Або прийду через десять років з дитиною». За зауваженням відвідувачів миколаївського художнього музею, вони б воліли бачити більше музейних експонатів у вільному доступі, котрі не представлені в експозиції. Тому за запитом сучасного суспільства та з розвитком нових технологій і поступовим процесом діджиталізації сфери культури музеї та інші установи, які зберігають культурну спадщину, давно потребують модернізації й впровадження інноваційних форм роботи з відвідувачами. Проект передбачає оцифрування, 3D-моделювання та забезпечення відкритого онлайн доступу до цих фондів, що дозволить увести їх в науковий обіг, покращить джерельну базу наукових досліджень. Крім того, цифровізація колекції забезпечила б необмежене тиражування цих копій. Видання ілюстрованого альбому-каталогу стане логічним завершенням проекту. Він стане ще одним джерелом знань про рідкісну музейну колекцію фарфору.

Проект забезпечить культурні, інформаційні, освітні, естетичні, науково-дослідні та інші потреби широкого кола користувачів, зокрема молоді. Сприятиме популяризації музею, як сучасного майданчика для діалогу із


В. О. Руденко
Томашук І. А.

відвідувачами за допомогою використання новітніх технологій, та дозволить презентувати сучасними методами його фонди. Загалом проект сприятиме збереженню та популяризації культурної спадщини України. Дозволить частково інтегрувати надбання вітчизняної культури у світовий культурний простір. Зокрема, відкриє місто Миколаїв як ще одну точку на культурній мапі країни.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Мета та завдання проекту повністю співвідносяться із основними пріоритетами підтримки ЛОТ-у «Культурна спадщина», а саме: зацифрування пам'яток матеріальної культурної спадщини; дослідження пам'яток матеріальної культурної спадщини; промоція ідей охорони та збереження культурної спадщини; популяризація історико-культурного надбання України на міжнародному рівні.

Проект передбачає оцифрування експонатів фарфору з музейної колекції, які демонструють надбання української та європейської культури та раніше не були експоновані для широкої аудиторії. Доступ до цифрової колекції буде на спеціально створеному онлайн-ресурсі (створено у попередньому проекті з оцифрування колекції графіки музею - <https://museum.mart.org.ua/en/>) з англійським контентом, що дозволить користувачам у зручному форматі переглядати оцифровані копії. Також у друкованому каталозі будуть відображені експонати фарфору з прямим посиланням на сайт та вказанням розміру, матеріалу, техніки виконання. Крім того, створення 5 тривимірних моделей експонатів та виготовлення промо-продукції дозволить додатково популяризувати результати проекту широкій аудиторії.

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

Відповідно до п. 3.2.10 Статуту Агенція розвитку Миколаєва бере участь у розробленні та здійсненні комплексу заходів організаційного, фінансового, економічного і правового характеру з метою забезпечення розвитку культури.

Основними напрямками діяльності є підтримка освіти та просвітницька діяльність, міський розвиток (урбаністика), підтримка та розвиток культурних ініціатив (планування, розробка програм та організація заходів).

Одним із стратегічних напрямків діяльності організації є розробка та реалізація проектів, що спрямовані на підтримку культури та підвищення рівня знань громади міста, тож розвиток установ культури та привернення

В. О. Директор



Ганнуся П.М.

уваги містян до можливостей, що надають комунальні заклади є природнім продовженням діяльності комунальної установи.

А для художнього музею, даний проект є прямим продовженням його діяльності, адже оцифрування експонатів наразі є актуальною темою, особливо у карантинних обмеженнях.

Чому проект є унікальним?

Подібний проект є унікальним для миколаївського музею та міста Миколаєва загалом, адже наразі через низку причин (незадовільний фізичний стан або наблизений до такого. відсутність виставкових стендів та необхідних експозиційних площ тощо) музейна колекція фарфору XVIII – XX ст. у більшості недоступна для дослідників й відвідувачів, хоча вона становить надзвичайну історико-культурну цінність. В результаті оцифрування експонатів буде створена цифрова колекція фарфору із вільним доступом до неї в форматі 24/7. Окрім візуального навантаження, роботи матимуть текстовий супровід двома мовами (українська та англійська), де буде описано характеристики (матеріал та покриття, місце виробництва, техніка виконання, рік створення), чим виконуватимуть освітню функцію. Це дозволить науковцям, краєзнавцям та широкому загалу користувачів по всьому світу у зручному форматі ознайомлюватись та використовувати їх у своїх дослідженнях. А музейним працівникам - створювати віртуальні виставки, необмежено тиражувати копії, й, нарешті, роботи промоцію музейної колекції на міжнародному рівні.

Чому проект є інноваційним?

Проект застосовує інноваційні цифрові технології: всі бажаючі отримають можливість переглядати у форматі 360° експонати фарфору. Заплановано створення п'яти тривимірних моделей на основі найцікавіших та найрідкісніших одиниць фарфору із зібрання Миколаївського художнього музею ім. Верещагіна. Використовуючи камеру смартфона, будь-хто зможе вільно переглядати 3D-моделі експонатів у максимальній деталізації. Також буде реалізовано фотопроєкт з 5 фотохудожниками у 5 різних локаціях класичних виробів з фарфору у сучасному антуражі. Подібний підхід до промоції та популяризації культурної спадщини вже успішно апробований у світовій практиці, він є досить новим для українських музеїв, та продовженням досвіду для Миколаївського художнього музею, що у 2020 вже започаткували такий досвід з творами графіки та їх 3D анімації.

Основна мета проекту

Мета проекту – створення цифрової колекції з 302 одиниць фарфору, що



В. О. Даремський

зберігається у фондах Миколаївського художнього музею ім. В.В. Верещагіна, які не були експоновані для широкої аудиторії раніше, а також сприяння впровадженню інновацій, цифрових технологій і діджиталізації у сфері музейної діяльності.

Цілі проекту

Ціль

Збереження експонатів декоративно-ужиткового мистецтва, зокрема виробів з фарфору та надання доступу до них широкої аудиторії

Завдання

- відбір 302 унікальних експонатів фарфору (історичного періоду другої половини XVIII ст. – по кінець XX ст.) та підготовка виробів до оцифрування (створення списку експонатів, їх пошук у сховищах, підготовка та атрибутування); - сканування/фотографування робіт відповідно до потреби та збереження їх копій на жорсткому диску, їх ретушування та кольорокорекція)

Результат 1

Створено електронні копії 302 виробів з фарфору у форматі 360° - сканування/фотографування творів, комп'ютерна обробка зображень, фізичне перенесення (перезапис) файлів до сховища даних

Результат 2

Проведено презентацію результатів проекту та передано друковані каталоги до культурних установ як Миколаєва, так і України.

Індикатори досягнення результатів

Кількість оцифрованих експонатів - 302

Ціль

Презентація колекції фарфору серед професійної спільноти та відвідувачів художнього музею

Завдання

- видання двомовного каталогу тиражем 200 екземплярів, що включатиме 302 експонати (розробка візуального стилю, написання текстів про наявні вироби та їх походження, переклад їх англійською мовою, верстка) та його розповсюдження серед партнерів та зацікавлених осіб; - наповнення веб-ресурсу для забезпечення вільного

В.О. Заречко  *Тамара Р.К.*

доступу до оцифрованих робіт (доповнення та оновлення сайту, його візуального стилю (кольорова гама, фірмовий шрифт, фірмові піктограми), завантаження робіт по категоріям на сайт (можливість обрати різні категорії – історичний період, техніка виконання та алфавітний покажчик місця виробництва).

Результат 1

Видаєно та розповсюджено 200 примірників друкованого альбому-каталогу з описом експонатів з дублюванням англійською мовою;

Результат 2

Наповнено створений у попередньому етапі проекту веб-ресурс (www.museum.mymart.org.ua) з вільним доступом до електронних копій виробів з фарфору для всіх віддалених користувачів, незалежно від того, чи є вони відвідувачами музею;

Індикатори досягнення результатів

- ? Видано 200 екземплярів каталогу, що містить 302 оцифровані експонати
- ? Наповнено та актуалізовано двомовний сайт, на якому представлені у форматі 360 оцифровані вироби фарфору та 5 наукових статей щодо технік виконання, походження експонатів та їх матеріальної цінності
- ? Розповсюджено каталог:

Видааний каталог (200 екземплярів) буде розповсюджено: - 70 шт – музеї, бібліотеки, культурні інституції України (кур'єрською доставкою). - 70 шт – передано музею для поширення серед відвідувачів та власними комунікаційними каналами. - 30 шт – передано установам Миколаєва (бібліотеки, художні школи, спілка художників, галереї, університет та коледж культури). - 20 шт – залишається у власності Агенції розвитку Миколаєва для передачі партнерам проекту. - 10 шт – передано до Миколаївської міської ради та Облдержадміністрації для подальшого розповсюдження.

Ціль

Промоція діджиталізації та популяризація художнього музею як інституції з сучасними формами роботи з відвідувачами

Завдання

- створення 5 тривимірних моделей експонатів музею, що перебувають у вільному доступі на створеному веб-ресурсі або можуть бути переглянуті за допомогою QR коду зі смартфона (збір робіт до оцифрування

Во директор  *Савицька Ірина*

відбуватиметься на основі історичної цінності та унікальності виробу). - створення 5 освітніх відеороликів та їх промоція на сайті та на платформі YouTube та у соціальних мережах (1 - "Історія музейних експонатів", 2 - "Фарфор - історія та сучасність", 3 - "Культурна цінність музейних експонатів", 4 - "Процес оцифрування музейної колекції фарфору", 5 - звітній відеоролик про проект); - реалізація фотопроєкту у 5 різних локаціях у музеї (5 моделей у сучасному антуражі з історичними виробами з фарфору) для інформаційної кампанії у соціальних мережах. - виготовлення промо-продукції – 50 керамічних значків зі шпилькою (у вигляді брошки) у формі предметів експонатів фарфору (тарілка, чашка, чайник). Значок буде імітувати реальний експонат - стилізація форми, візерунка, кольору. Запланований розмір в діаметрі - 4-5 см. Основа - кераміка, покриття - глазур.

Результат 1

Створено 5 3D-моделей виробів, що розміщені на сайті та працюють за допомогою QR коду;

Результат 2

Створено 5 освітніх відеороликів (про правила оцифрування фарфору, про визначення цінності, про їх шляхи потрапляння у музей, коментарі від колекціонера, звітній відеоролик); - Реалізовано з незалежними фотографами фотопроєкт у 5 різних локаціях у музеї (5 моделей у сучасному антуражі з історичними виробами з фарфору) для інформаційної кампанії у соціальних мережах.

Індикатори досягнення результатів

Створено 5 3D моделей на основі музейних експонатів – створено 5 відеороликів про оцифрування фарфору – реалізовано 1 фотопроєкт у 5 локаціях - розповсюджено промо продукцію (під час презентації каталогу (30 шт), подаровано партнерам проекту (10шт), а також розіграно у соціальних мережах для привернення уваги до проекту (10 шт).

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма аудиторія проекту:

- працівники музею та адміністрації (робота з ними буде спрямована на внутрішню трансформацію підходів, усталених правил та традиційних методів роботи з колекцією) - орієнтовно 40 осіб.
- школярі та студенти які відвідують музей у складі екскурсій (3D моделі та

Віс директор



можливість переглянути експонати у смартфоні привабить їх) – орієнтовно 7000 осіб на рік;

- молоді (20-35 років), (продемонструвати можливості не лише споглядати, а і інтерактивно бути залученими через сканування кодів чи перегляд 3D моделей) – орієнтовно 2000 осіб на рік;

- люди середнього віку, що зможуть відкрити для себе нові формати участі у культурному житті міста – орієнтовно 3000 осіб на рік;

- постійні відвідувачі, які побачать невідомі досі експонати, що є у музеї (у вигляді каталогу чи на веб-ресурсі) – орієнтовно 4000 осіб на рік;

- люди, що цікавляться українською та світовою культурною спадщиною, особливо науковці, передусім мистецтвознавці та історики – орієнтовно 10000 осіб на рік відвідувачів на сайті.

Виданий каталог (200 екземплярів) буде розповсюджено:

- 70 шт – музеї, бібліотеки, культурні інституції України (кур'єрською доставкою).

- 70 шт – передано музею для поширення серед відвідувачів та власними комунікаційними каналами.

- 30 шт – передано установам Миколаєва (бібліотеки, художні школи, спілка художників, галереї, університет та коледж культури).

- 20 шт – залишається у власності Агенції розвитку Миколаєва для передачі партнерам проекту.

- 10 шт – передано до Миколаївської міської ради та Облдержадміністрації для подальшого розповсюдження.

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

Скористатися кінцевими результатами проекту зможуть:

- мистецтвознавці, науковці, краєзнавці, журналісти, та всі, хто цікавиться декоративно-ужитковим мистецтвом та, в особливості фарфором другої половини XVIII - кінця XX ст. - потенційне охоплення 5000 осіб;

- фахівці музейної справи, архівів, бібліотек, навчальних закладів, наукових установ, інших підприємств та організацій, в яких зберігаються також вироби з фарфору, щодо практики використання новітніх технологій у музейній роботі – можливе охоплення 4000 осіб;

- закордонні дослідники фарфору, що матимуть уявлення про наявність певних експонатів в українських музеях – потенційне охоплення може бути до 1000 осіб;

- користувачі мережі інтернет, які прагнуть задоволення своїх інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб – можливе охоплення важко визначити.

Володимир  *Тамара КР*

Також переглядати тривимірні моделі можна як у музеї, під час екскурсії, квестів, інтерактивних уроків чи заходів, так і поза його межами – виїзні виставки, тематичні лекції, що зможе зацікавити учнів та молодь та дозволить їм в сучасній формі познайомитись із експонатами та зробити перебування у музеї цікавішим.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Основним джерелом інформації щодо стану колекції та необхідності підвищити зацікавленість до музею стали власне співробітники та керівництво художнього музею, що скаржились на відсутність свіжого погляду на діяльність установи, на потребу у нових кадрах, на відсутність фахових знань щодо запровадження новітніх технологій для роботи музею.

Стан музейної сфери взагалі в Україні, рівень зацікавленості громади щодо відвідання культурних установ, їх популярність для дозвілля є низькою і це підтверджується як в особистих розмовах членів команди з представниками сфери, так і у ЗМІ та дописах фахової спільноти.

Також, під час реалізації та, особливо, презентації результатів проекту з оцифрування графічних творів, що був реалізований командою у співпраці з художнім музеєм у 2020 році, було зібрано відгуки у соціальних мережах та під час особистих зустрічей про необхідність розширення оцифрованих робіт та зростання зацікавленості молодшої аудиторії до експонатів музею.

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

Запропоновані до оцифрування експонати зберігаються лише в музеї Верещагіна та не експонуються (через відсутність виставкового обладнання). Відтак внаслідок реалізації проекту та оцифрування колекції стане можливим вільний та безкоштовний віддалений доступ груп цільової аудиторії до цих експонатів.

З метою залучення цільових груп до використання кінцевих результатів проекту передбачається реалізація потужної інформаційної кампанії (відеоролики у YouTube та соціальних мережах, фотопроєкт, популяризація сайту та 3Dмоделей), а також виготовлення й розповсюдження громадської продукції (керамічних значків-брошок, виготовлених місцевими майстрами у стилі робіт, що оцифровуються).

Для професійної спільноти та для студентів художніх шкіл, університетів вільний доступ до колекції дасть можливість дізнатись більше фахової інформації перед відвідуванням музею та одразу мати уявлення про експонати, які можна переглянути, адже заплановано закупку декількох


В. О. Герасимчук
Галицька 18/10

виставкових стендів, що дасть можливість виставити найцінніші роботи.

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

Миколаївський художній музей ім. В.В. Верещагіна є найбільш зацікавленою стороною проєкту, що і безпосередньо залучена до діяльності проєкту. Крім того, Управління культури Миколаївської облдержадміністрації та Управління з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради можуть позитивно впливати на реалізацію проєкту, так як за попередніми домовленостями активно підтримують проєкт та зацікавлені у отриманні результатів.

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

Вибудовуючи комунікаційну стратегію проєкту ми хочемо змінити ставлення самих працівників музею до формату закладу, в якому вони працюють, та залучити молодь, яка є найактивнішими інтернет-користувачами на сьогоднішній день. Мова цифрових технологій (3D моделі, QR-коди) та соціальні медіа – це ідеальний спосіб взаємодії з такою аудиторією. Ключовими повідомленнями проєкту є: «Мистецтво не повинно залишатися непоміченим»; «Створюємо вічність у щоденних речах»; «Візьми шедевр з собою у відпустку, на прогулянку або шопінг». Головними спікерами проєкту будуть керівник проєкту Євген Гомонюк та заступниця директора з наукових питань художнього музею Лариса Тверітінова. Очікуємо на додаткову підтримку проєкту з боку миколаївських та київських колег, які є лідерами думок у своєму регіоні. Це керівники музеїв та інших культурних закладів, художники, дизайнери, блогери та журналісти: BRATY Art Studio (Іван та Василь Костенко) – графічні дизайнери і майстри колажу, які співпрацюють з багатьма успішними українськими і міжнародними брендами; Сергій Мельниченко – фотохудожник, призер міжнародного конкурсу Leica Oskar Barnack Newcomer Award 2017, автор фотовиставок в Словаччині, Аргентині, Польщі, Франції та Україні; Андрій Сігунцов – куратор Музею сучасного мистецтва Одеси; Сергій Росляков – директор Миколаївського художнього музею ім. В. В. Верещагіна; Юрій Лобаров – режисер, автор музичних творів, очільник управління культури Миколаївської міської ради; Ксенія Курмаз – дизайнерка, ілюстраторка, авторка українських анімаційних фільмів; Євген Цимбалюк – фільммейкер, викладач з відео-арту в комп'ютерній академії «ШАГ»; Євгенія Дулько –

В.О. Герасименко



Тверітінова Л.В.

урбаністка, культурна менеджерка, голова ГО «АРТ ОПТИМІСТИ»; Андрій Лохматов – головний редактор видання Dejo.ua; Інформаційна складова реалізації проекту відбуватиметься у відповідності до положень та вимог Інструкції щодо інформаційної співпраці та використання бренду Українського культурного фонду. Згадування про підтримку проекту Фонду та використання логотипу УКФ у інформаційних матеріалах, публікаціях, в ЗМІ та під час публічних виступів буде обов'язковим.

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

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

Основними каналами комунікацій просування проекту є публікації в інтернет ЗМІ та соціальні медіа – офіційна сторінка організації в Facebook (3829 підписників). Додатковим каналом комунікації будуть офіційна сторінка Миколаївського обласного художнього музею ім. Верещагіна (понад 1800 підписників), сторінка Платформи MY ART (2025 підписників) та її сторінка в Instagram (1542 підписників). Допоміжними каналами комунікації є промо-продукція (50 об'ємних керамічних значків, 200 каталогів), візуальні матеріали (документальні відеоролики, фотопроєкт, фото для соціальних мереж).

4 відео на YouTube «Історія музейних експонатів», «Фарфор - історія та сучасність», «Культурна цінність музейних експонатів», «Процес оцифрування музейної колекції фарфору» тривалістю від 4 до 20 хвилин кожен (не менше 200 переглядів кожного до завершення проекту) та звітній відеоролик для поширення у соціальних мережах (тривалістю до 5 хвилин, не менше 1000 переглядів).

90 запланованих постів в соцмережах Facebook та Instagram (від 2 до 5 постів на тиждень протягом 5 місяців, в залежності від активної фази реалізації проекту та наявних інформаційних приводів). Заплановане загальне охоплення аудиторії – 100 000 осіб.

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

Організація має п'ять постійних медіа-партнерів:

Никлайф (<http://niklife.com.ua/>) – заплановано 2 публікації

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


Віра Сергеевна *Томашук В.М.*

Инше.ТВ (<https://inshe.tv/>) – заплановано 2 публікації
сайт 0512 (<https://www.0512.com.ua/>) – заплановано 2 публікації
Свідок.Інфо (<https://svidok.info/ru>) – заплановано 2 публікації
Це інтернет-видання, які висвітлюють всі заходи, які організовуються комунальною установою. Додатковим медіа-партнером є інформаційний портал Миколаївської міської ради (<https://mkrada.gov.ua/>). Запланована співпраця з місцевими телеканалами: UA:Суспільне (Миколаївська регіональна дирекція), НІС ТВ, МАРТ ТВ та Радіо Миколаїв 92 FM. Заплановано не менше 60 згадувань у місцевих ЗМІ та не менше 2 у національних чи регіональних протягом проекту.

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

Кількісні показники реалізації комунікаційного плану:

- охоплення додаткової аудиторії у соцмережах (до 10 тис осіб) – офіційна сторінка Агенції розвитку Миколаєва та Художнього музею
- зростання кількості підписників у соціальних мережах (не менше 10%) – особливо на сторінці художнього музею
- кількість публікацій у місцевих ЗМІ (не менше 40)
- кількість публікацій у регіональних ЗМІ (не менше 60)
- кількість публікацій у національних ЗМІ (не менше 2)
- кількість позитивних відгуків на проект (не менше 80%)

Якісні показники реалізації комунікаційного плану:

- підвищення рівня інформованості громади щодо культурних заходів та процесів, що відбуваються у художньому музеї
- зростання рівня довіри до художнього музею ім.Верещагіна
- підвищення уваги владних структур до культурних ініціатив та необхідності застосовувати нові підходи до збереження та премоції культурної спадщини.

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

- Покращено джерельну базу наукових досліджень в сфері історії художньо-мистецького життя України на 302 експонати;
- Впроваджено у діяльність музею сучасні світові практики музейної роботи (5 3D моделей, QR коди);
- Введено в науковий обіг та організовано можливість доступу українських та зарубіжних вчених та мистецтвознавців, широкого кола користувачів до цифрових копій виробів з фарфору 18-20 ст.
- Розширено наповнення веб-ресурсу, який надасть можливість доступу до

В.О. Державна



Данило Рук

копій унікальних експонатів;

- [?] Надано доступ про графічні твори в подальших дослідженнях українських та зарубіжних науковців та мистецтвознавців на різні теми, дотичні до теми проекту;

- [?] Покращено якість надання музейних послуг, зростання кількості відвідувачів як онлайн ресурсу, так і самого музею.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту

У фондах Миколаївського художнього музею ім. В.В.Верещагіна зберігається більше 300 експонатів виробів з фарфору другої половини XVIII – кінця XX ст. Нажаль, ці вироби ніколи не були представлені в експозиційних проектах та друкованих виданнях. Більша частина з них взагалі жодного разу не експонувалась, а відтак досі не була доступна широкій аудиторії та на сьогоднішній день залишається поза її увагою. У музеї наявні експонати з різних країн, зокрема Німеччина: Мейсен, Сакс, Берлінська Королівська мануфактура; Австрія: Віденська Імператорська мануфактура; Франція: Севр, Д-ка графа д' Артуа, передмістя Сен-Дені; Мануфактура Куссак-Бонваль поблизу Ліможа, Фабрика фарфору у Фонтенбло, Фабрика фарфору у Бельвілі; Іспанія тощо. Росія: Фабрики Кузнецова у Твері, Ризі, Буддах; Дулевський фарфоровий завод, завод Гарднера у Вербілках, Ленінградський фарфоровий завод тощо. Україна: Полонський завод художньої кераміки, Баранівський фарфоровий завод, Коростенський фарфоровий завод.

Ці вироби декоративно-ужиткового мистецтва мають виняткову історичну, художню, наукову, культурну цінність, можуть передати дух епохи та зрозуміти як мистецтво проникало у побут.

Вирішенням проблеми необізнаності і зможе стати цифрова колекція музею, яка розширить можливості доступу до експонатів, виставити які на загальний огляд поки немає можливості, через що вони обмежені до використання дослідниками та відвідувачами.

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

Всі отримані творчі доробки (302 оцифровані копії експонатів, 5 3Д моделей, статті та відеоролики) зберігатимуться на створеному веб-ресурсі, що забезпечить вільний доступ до їх використання після завершення проекту. Також Художній музей матиме 70 примірників каталогу та його онлайн версію, що буде поширено серед партнерських установ та зацікавлених осіб, а за потреби може бути надруковане ще, інші 70 примірників буде поширено серед культурних установ України вже під час проекту, а також 30 серед установ міста. Так як це вже 2 проект з оцифрування музейних робіт,

В.В. Верещагіна  *Самуєв Р.М.*

то маємо сталу команду, досвід роботи та всебічну підтримку від зацікавлених осіб, тож після закінчення проекту планується і подальша робота з оцифрування художніх творів з фонду музею. Оцифровані копії будуть зберігатися на серверах, оперативне управління якими здійснює музей як державний заклад, що забезпечить гарантії подальшого збереження та надання вільного доступу користувачам. В рамках проекту заплановано і забезпечення фізичного доступу до робіт – оформлення стендів та проведення відкритої презентації, де можна буде ознайомитись з оригіналами робіт (виявлення зацікавленості від відвідувачів дасть поштовх музейному керівництву все ж оформити окрему площу та виставкові стенди для експонатів з фарфору, що ніколи взагалі не виставлялись у музеї). Після видання каталогу відбудеться його презентація, запланована оффлайн (але залежить від перспективи карантинних обмежень), а також прямий ефір онлайн та рекламна кампанія. У майбутньому планується продовжити роботу зі створення електронної колекції художнього музею, а також удосконалити і екскурсійний супровід по експозиції музею.

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

Після закінчення терміну дії проекту планується продовжити створення електронної колекції графічних робіт, підтримувати онлайн доступ до оцифрованих творів за допомогою веб-ресурсу для всіх користувачів. Підтримка діяльності онлайн платформи може здійснюватись на засадах фінансування самого музею, а також інших грантових коштів чи підтримки меценатів.

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

Методологія реалізації проекту є універсальною, буде представлена у документальному звітньому відеоролику та у 4 освітніх роликах, що знаходитимуться у вільному доступі та може бути використана в інших містах або іншими установами задля діджиталізації власної роботи, усі методи використані в період реалізації проекту будуть описані на сторінках проекту. Також на створеному веб-ресурсі буде опис діяльності команди та можливість скontaktувати та отримати відповіді на питання у режимі живого спілкування.

Ділитися здобутим досвідом команда проекту планує за допомогою


В. директор [Signature] [Signature] [Signature] [Signature]

потужної інформаційної кампанії – інформування через власні та партнерські інформаційні ресурси, соцмережі, ЗМІ, під час проведення публічних заходів.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Гомонюк Євген Дмитрович

Роль у проекті

Керівник проекту

Перелік основних обов'язків

Представлення проекту, зовнішні комунікації з облдержадміністрацією, зацікавленими особами; контроль виконання всіх стадій проекту; моніторинг діяльності команди; комунікації з запрошеними експертами та лекторами.

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)

06.2020 – 10.2020 – керівник проекту «Цифрова колекція художнього музею» (в рамках проекту було: оцифровано, оброблено, досліджено та каталогізовано 518 графічних робіт (гравюра, малюнок, акварель, пастель, сфорт, літографія); створено веб-ресурс, що дозволяє користувачам у зручному форматі переглядати та скачувати електронні копії графіки; видано ілюстрований каталог графіки (300 екземлярів); створено 5 3D-моделей графічних робіт в AR та надруковано серію поштівск для відповідного зчитування зображень; надруковано промо-продукцію для популяризації проекту; проведено освітню програму з розвитку музеїв та культурних установ).

Обов'язки: управління проектом та роботою команди; складання кошторису проекту; контроль процесів оцифрування та створення сайту, видання каталогу, презентації проекту; звітування.

05.2019 – 08.2019 – менеджер проекту - Проект «Трансформація художнього музею у сучасний культурний хаб» за підтримки Українського культурного Фонду (створення серії з 15 арт-колажів на основі музейних експонатів та виготовлення промо продукції на їх основі, 2 виставки, 4

по директору   

лекції, тренінг для співробітників музею).

Обов'язки: управління проектом та менеджмент роботи команди; складання кошторису проекту; координація із запрошеними митцями з розробки промо-продукції; кураторство виставки на основі колажів; презентації проекту; звітування.

03.2019 – 06.2019 – організатор фестивалю - Кіноклубний фестиваль «Нове українське кіно» та «Тиждень австрійського кіно» в Миколаєві за підтримки компанії «Артхаус-Траффік».

Обов'язки: управління проектом та менеджмент роботи команди; пошук локацій; звітування.

04.2019 – організатор фестивалю - Проект «Фестиваль американського кіно «Незалежність» у Миколаєві» за підтримки Посольства США в Україні.

Обов'язки: управління проектом та менеджмент роботи команди; складання кошторису проекту; пошук локацій; координація із Посольством; звітування.

09.2018 – 11.2018 – співорганізатор фестивалю - Проект «Фестиваль сучасного мистецтва Mykolaiv ART week: Ідентифікація» за підтримки Українського культурного Фонду (8 арт-майданчиків, 10 заходів - фотовиставки, покази кіно й анімації, лекції, відкриті дискусії із залученням митців, влади та бізнесу міста, воркшопи, фотокросс, театральна вистава і 2-денний міжнародний Форум з розвитку креативних індустрій).

Обов'язки: управління проектом та менеджмент роботи команди; складання кошторису проекту; координація із запрошеними митцями з розробки промо-продукції; кураторство виставки на основі колажів; презентації проекту; звітування.

09.2017 – 11.2017 – співорганізатор - Фестиваль Mykolaiv Art Week (2 художні виставки, 1 лекція, 2 кінопокази).

Обов'язки: управління проектом та менеджмент роботи команди; складання кошторису проекту; організація заходів; робота з авторами та власниками локацій; ділове листування.

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

Трудовий договір

ПІБ члена команди

В. О. Журавель



Шевченко Анастасія Ігорівна

Роль у проекті

асистентка керівника

Перелік основних обов'язків

контроль виконання 3Dмоделей, робота з дизайнерами та верстальниками каталогу, затвердження макетів до друку (поштівки, наклейки, тощо).координація створення веб-ресурсу. пошук та робота з підрядниками з оцифрування робіт, контроль планів виконання, розробка тематики, підготовка, організація 4 освітніх заходів. комунікації з запрошеними експертами, пошук аудиторії.

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: 2013-2017 – бакалавр Миколаївський національний університет імені В. С. Сухомлинського

06.2020 – 10.2020 – менеджерка проекту «Цифрова колекція художнього музею» від УКФ. Обов'язки: пошук та робота з підрядниками з оцифрування робіт, контроль планів виконання, координація створення веб-ресурсу, контроль виконання 3Dмоделей, робота з дизайнерами та верстальниками каталогу, затвердження макетів до друку (поштівки, наклейки, тощо).

2017 - 2019 - заступниця директорки з маркетингу мережі сімейно - розважальних комплексів «Ігроленд», ТРЦ «Сіті Центр»

Функціональні обов'язки :

- Складання технічних завдань для створення рекламних матеріалів для використання всередині комплексу, редагування та затвердження текстів, сценаріїв проведення програм.
- Пошук партнерів для проведення різних активностей на території комплексу: майстер - класи, навчання, спортивні, вокальні, хореографічні номери.
- Організація акцій і рекламних кампаній, розробка тематичних, щомісячних заходів для залучення клієнтів: участь в міських фестивалях, виставках, модних показах

Досягнення: проведення більш 150 партнерських заходів на території



Анастасія Ігорівна Шевченко

ігрового комплексу, налагоджені домовленості з театральними агентствами про взаємне розміщення, досягнуто домовленостей про мережеве спонсорство в надані подарункового фонду, зібрана база поліграфічних компаній з найбільш прийнятними ціновими пропозиціями, досвід участі в імідж заходах.

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

ЦПХ

ПІБ члена команди

Яблуновська Ольга Володимирівна

Роль у проекті

головна зберігачка фондів музею

Перелік основних обов'язків

відбір робіт до оцифрування, їх підготовка та оформлення до подальшого зберігання. забезпечення всіх технічних вимог для запланованих дій з музейними експонатами (транспортування, ознайомлення підрядників з правилами поводження з експонатами, забезпечення необхідного обладнання та матеріалів).консультування під час створення фотопроекту. пошук та надання інформації для каталогу.

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

80%

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

В музеї працює з 2003 р. Забезпечує облік, зберігання, консервацію і реставрацію музейних цінностей, що знаходяться в експозиції і фондосховищах установи, організовує планування роботи зі збереження експонатів, проведення реставраційних робіт, приймає та інвентаризує нові надходження. Займається формуванням експозицій з музейної колекції. Веде науково-дослідну роботу, займається атрибуцією та каталогізацією експонатів колекції порцеляни та фаянсу Миколаївського обласного художнього музею ім. В.В. Верещагіна. Співавторка книги «Музей і місто: 100 років разом». Учасниця миколаївських та всеукраїнських краєзнавчих та мистецтвознавчих конференцій. В 2011-2012 рр. брала участь у спільному проекті «100 шедеврів»

В. Яблуновська



Миколаївського глиноземного заводу, миколаївських телеканалів «Миколаїв» і «Сатурн» та музею. Виступає кураторкою реставраційного проєкту «Відродження шедеврів».

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

ЦПХ

ПІБ члена команди

Тверігінова Лариса Євгенівна

Роль у проєкті

заступниця директора з наукових питань

Перелік основних обов'язків

координація укладання каталогу, контроль етапів наповнення даними, затвердження фінальної версії для друку.

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

40%

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

Мистецтвознавиця, заступниця директора по науковій роботі Миколаївського обласного художнього музею ім. В.В. Верещагіна. В 1982 р. закінчила Ленінградський інститут живопису, скульптури і архітектури ім. І.Ю. Рєпіна Академії мистецтв СРСР. В музеї працює з 1973 р. Займається каталогізацією колекції: уклала каталог творів західноєвропейського живопису (1997), творів іконопису і скульптури (2008). Учасниця миколаївських, всеукраїнських та міжнародних краєзнавчих та мистецтвознавчих конференцій. Автор статей в енциклопедичному словнику-довіднику «Миколаївці» (1999). Членкиня авторського колективу книги «Николаевские достопримечательности». З 2011-2012 рр. була кураторкою спільного проєкту «100 шедеврів» Миколаївського глиноземного заводу, миколаївських телеканалів «Миколаїв» і «Сатурн» та музею. В етер випущено 200 передач про шедеври з музейної збірки. Нагороджена Почесною грамотою Міністерства культури і мистецтв України (2004), дипломом «Кращий працівник галузі культури Миколаївської області» (2010). Лауреат обласної премії ім. М.М. Аркаса (2004). В 2012 присвоєно звання «Горжанин року» в галузі «Культура».

В.о. директора  

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

ЦПХ

ПІБ члена команди

Проскурін Микола Дмитрович

Роль у проекті

Бухгалтер

Перелік основних обов'язків

фінансовий та юридичний супровід проекту.

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)

06.2020 – 10.2020 – бухгалтер проекту «Цифрова колекція художнього музею» (В рамках проекту було: оцифровано, оброблено, досліджено та каталогізовано 518 графічних робіт (гравюра, малюнок, акварель, пастель, офорт, літографія); створено веб-ресурс, що дозволяє користувачам у зручному форматі переглядати та скачувати електронні копії графіки; видано ілюстрований каталог графіки (300 екземлярів); створено 5 3D-моделей графічних робіт в AR та надруковано серію поштівок для відповідного зчитування зображень; надруковано промо-продукцію для популяризації проекту; проведено освітню програму з розвитку музеїв та культурних установ).

Обов'язки: Фінансовий менеджмент проекту, підготовка та оформлення юридичних

документів, оформлення документів для аудитора.

2014-2020 - ТОВ "БК "Інтербуд", Миколаїв

В обов'язки входило: ведення всього бухгалтерського обліку: обліку за основними засобами, облік операцій по банку, облік розрахунків з покупцями, підзвітними особами, дебіторська і кредиторська заборгованість, нарахування зарплати, розрахунок відпускних і лікарняних листів, ЄСВ, складання і здача податкової звітності, в пенсійний фонд, програма 1С 8,3 УТП, клієнт-банк, електронна звітність по Медос. Складання звітів в Держкомстат.

В.о. директора



Ташкевич

2012-2014 - Державне підприємство «Микслайвський експертс-технічний центр Держпраці України»

Посадові обов'язки: складання первинної документації, розрахунок заробітної плати, облік і списання ТМЦ, проведення інвентаризації на підприємстві, складання звітів до органів податкової та статистичної служб.

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

ЦПХ

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

Ризиком може стати несприйняття музейними працівниками інноваційних рішень, що будуть реалізовуватись командою проекту, але маємо підтримку керівництва музею та позитивний досвід співпраці у попередньому році, що знівелює цей ризик.

Хвороба когось із членів команди буде подолана наявністю партнерів та осіб, що працюють на волонтерських засадах в організації та мають відповідний досвід та можуть замінити члена команди на певний період.

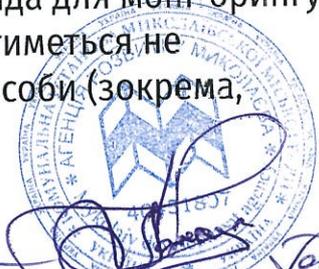
Очікувані та заплановані результати інформаційного охоплення можуть змінюватись через політичні чи соціальні несприятливі приводи, що певним чином відверне увагу ЗМІ від проекту на певний час. Але потужна інформаційна запланована кампанія знівелює цей ризик.

Розроблений план внутрішнього моніторингу та керівник проекту, який слідкує постійно за його виконанням дає можливість вчасно відкоригувати діяльність у проекті.

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

Потенційні ризики:

- Продовження карантинних заходів у зв'язку з поширенням COVID-19 буде мінімізовано шляхом проведення презентації та інших заходів онлайн. Під час робіт з оцифрування буде дотримано вимоги щодо дистанції, особистого захисту (маски, рукавички) та оброблено антисептичними засобами техніку, що використовуватиметься. Команда для моніторингу результатів та координації дій максимально намагатиметься не контактувати напругу, а застосовуватиме онлайн засоби (зокрема,

В.о. директора  Тетяна Ю.П.

конференції у ZOOM), спільні папки на гугл-диску, робочі чати у месенджерах.

- Можливий конфлікт інтересів між міською та обласною адміністраціями нівелюється підписаними меморандумами про співпрацю та підтримкою ідеї проекту начальником управління культури облдержадміністрації.
- Фінансові: невчасне надходження фінансування та внаслідок цього заборгованість з оплати робіт та послуг підрядниками, ризик непрогнозованої інфляції.
- Виробничо-технологічні (вихід з ладу обладнання для оцифровки робіт), буде усунене пошуком іншого підрядника з відповідною кваліфікацією.

Задля зменшення ризиків реалізація розроблено робочий план проекту в якому прописано усі етапи проведення та виконання робіт. Керівник проекту постійно здійснює моніторинг проведення робіт, а також слідкує за вчасним виконанням запланованих завдань та фіксує їх здійснення. Бухгалтер проекту контролює вчасне проведення банківських операцій та проплат за виконані роботи. Окрім того, в робочому плані реалізації проекту врахований етап проміжного контролю, що дає змогу вчасно виявити відхилення від плану та форс-мажорні обставини й в найкоротші терміни усунути їх.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Моніторинг та оцінювання рівня ефективності управління та реалізації проекту складається постійно протягом реалізації проекту.

Команда використовує Trello для відслідковування запланованих, виконаних та задач в роботі, і кожен з членів команди може контролювати інших та відслідковувати реалізацію задач.

Також щотижневі зустрічі команди (можливі онлайн, в зумі), де визначаються пріоритетні заходи на тиждень, розподіляються ролі та визначаються показники ефективності. І щомісячні зустрічі команди, де обговорюються відгуки учасників, відгуки в ЗМІ та соцмережах, пропозиції по покращенню роботи, зауваження від партнерів. Контроль відгосвідності роботи команди плану моніторингу покладений на керівника проекту.

Також здійснюватиметься:

- аналіз відхилення фактичних показників від запланованих у робочому плані на кожному етапі реалізації проекту
- контроль витрат згідно бюджету проекту
- контроль досягнення запланованих результатів
- самоаналіз роботи команди та фахове зростання окремих членів команди.



В.о. директора *Тамара В.В.*

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

2

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Кількість людей віком від 51 до 60

1

Кількість людей віком від 61 до 70

1

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

1

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту

0

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

2

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



В.о. директора *Томашук Ю.И.*

0

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

0

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

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

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

Важко відповісти

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.о. заступника *Тамара . Пн*

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

В.о. директора  Савицька О.М.

Декларація доброчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Гантуні Анна Іванівна





Додаток № _____
до Договору про надання гранту № _____
від " _____ " _____ 2021 року

Назва конкурсної програми: Інноваційний культурний продукт
Назва ПО-у: Культурна спадщина
Назва Заявника: Комуніальна установа Миколаївської міської ради "Агенція розвитку Миколаєва"
Назва проєкту: Цифрова колекція художнього музею: Фарфор
Дата початку проєкту: червень 2021 року
Дата завершення проєкту: 30 жовтня 2021 року

Організація-донор	Фінансування проєкту, в %	Фінансування проєкту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1. Український культурний фонд	100,00%	624 372,00
2. Співфінансування* :	0,00%	0,00
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)	0,00%	0,00
2.5 Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
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 "Надходження":	100,00%	624 372,00

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

В.І. Руденко
(посад)



Т.І. Руденко
(ЛБ)

Кошторис витрат проекту
Назва Заявника: Комунальна установа Миколаївської міської ради "Агенція розвитку Миколаєва"

Назва проекту: Цифрова колекція художнього музею: Фарфор

Дата початку проекту: червень 2021 року

Дата завершення проекту: 30 жовтня 2021 року

Розділ: Стаття: Підстаття: Пункт:	№	Ім'я (назва) витрат	Однієї виплати	Витрати за рахунок співфінансування					Витрати за рахунок роінвестції				Загальна планова сума витрат гро. (7+11+12+13)	15
				Планові витрати відповідно до заявки		Планові витрати відповідно до заявки		Планові витрати відповідно до заявки		Планові витрати відповідно до заявки		Загальна сума, грн. (=11+12)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		13	14
Розділ: II ВИТРАТИ														
Стаття: 1 Винагорода членам команди проекту														
Підстаття:	1.1	Оплата праці штатних працівників організації:		5,00		31 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	31 000,00	
Пункт:	1.1.1	Томюнок Євген Дмитрович, Факівець із зв'язу з громадськістю та пресою	місяць	5,00	6 200,00	31 000,00			0,00			0,00	31 000,00	Керівник проекту. Представлення проекту, зовнішні комунікації з облдержадміністрацією, зацікавленими особами; контроль виконання всіх стадій проекту, моніторинг діяльності команди; комунікації з запрошеними експертами та лекторами.
Підстаття:	1.2	За трудовими договорами		0,00		0,00	0,00	*	0,00	0,00		0,00	0,00	*
Пункт:	1.3	За договорами ЦПХ		13,50		146 500,00	0,00		0,00	0,00		0,00	146 500,00	
Пункт:	1.3.1	Шевченко Анастасія Горівна, асистентка керівника	місяць	5,00	17 000,00	85 000,00		*	0,00	0,00		0,00	85 000,00	контроль виконання 3D-моделей, робота з дизайнерами та верстальниками каталогу, затвердження макетів до друку (поштами, навічки, тощо), координація створення веб-ресурсу, пошук та робота з підзаявниками з оцінювання робіт, контроль фінансів виконавця, робота з тематика, підготовка, організація, проведення та контроль фінансової комунікації з запрошеними експертами, пошук аудиторії.
Пункт:	1.3.2	Яблунівська Ольга Володимирівна, головна збиральниця фонду музею	місяць	4,00	5 500,00	22 000,00			0,00	0,00		0,00	22 000,00	вдбір робіт до оцінювання, їх підготовка та оформлення до подальшого зберігання, забезпечення всіх технічних вимог для запрошених дій з музейними експонатами (транспортування, ознайомлення підривників з правилами поводження з експонатами, забезпечення пожежного об'єднання та матеріалів), консульське уведення під час створення фотобюро, пошук та надання інформації для каталогу.
Пункт:	1.3.3	Тверітова Лариса Євгенівна, заступниця директора з наукових питань	місяць	2,00	5 500,00	11 000,00			0,00	0,00		0,00	11 000,00	координація укладання каталогу, контроль етапів наповнення даними, затвердження фінальної версії для друку.
Пункт:	1.3.4	Проскурін Микола Дмитрович, бухгалтер	місяць	2,50	11 000,00	27 500,00			0,00	0,00		0,00	27 500,00	фінансовий та юридичний супровід проекту
Стаття:	1.4	Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЄСВ)		176 500,00		338 830,00	0,00		0,00	0,00		0,00	338 830,00	
Пункт:	1.4.1	Штатні працівники		31 000,00	0,22	6 820,00	0,00		0,22	0,00		0,00	6 820,00	
Пункт:	1.4.2	За трудовими договорами		0,00	0,22	0,00	0,00		0,22	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦПХ		145 500,00	0,22	32 010,00	0,00		0,22	0,00		0,00	32 010,00	
Підстаття:	1.5	За договорами з ФОП		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Всього по статті 1 "Винагорода членам команди"														
Стаття:	7	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	2.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	2.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	2.3	Добові (для штатних працівників)		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями"														
Стаття:	3	Обладнання і матеріальні витрати		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	

В.О. Димчук
Тамара АМ



Підстава:	3.1	Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для виконання робіт при реалізації проекту франкооприбувача	1,00	2 600,00	0,00	0,00	0,00	2 600,00	0,00	0,00	0,00	2 600,00
Пункт:	3.1.1	Придбання жорсткого диску (Об'єм пам'яті не менше 2 ТБ)	шт.	2 600,00	2 600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 600,00
Підстава:	3.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту франкооприбувача (за рахунок співфінансування)										0,00
Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)	послуга									0,00
Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи	послуга									0,00
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи":												
Стаття:	4	Витрати пов'язані з орендою										0,00
Підстава:	4.1	Оренда приміщення										0,00
Підстава:	4.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту										0,00
Підстава:	4.3	Оренда транспорту										0,00
Підстава:	4.4	Оренда сівально-посівно-посадкових засобів										0,00
Підстава:	4.5	Інші об'єкти оренди										0,00
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":												
Стаття:	5	Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплату праці та/або винагороду										0,00
Підстава:	5.1	Послуги з харчування										0,00
Підстава:	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів										0,00
Підстава:	5.3	Витрати на проживання учасників заходів										0,00
Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплату праці та/або винагороду"												
Стаття:	6	Матеріальні витрати										0,00
Підстава:	6.1	Основні матеріали та сировина										0,00
Стаття:	6.2	Носії, накопичувачі										0,00
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати										500,00
Пункт:	6.3.1	Закупівля рукавичок	шт.	25,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":												
Стаття:	7	Поліграфічні послуги										0,00
Пункт:	7.1	Керамічні значки зі шліфкою (у вигляді брошки) ручної роботи	шт.	150,00	7 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7 500,00
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":												
Стаття:	8	Видавничі послуги										0,00
Пункт:	8.2	Послуги верстки	екземпляр	16 000,00	16 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16 000,00
Пункт:	8.3	Друк каталогу	екземпляр	620,00	124 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	124 000,00



В.О. Заруба
 Тетяна В.В.

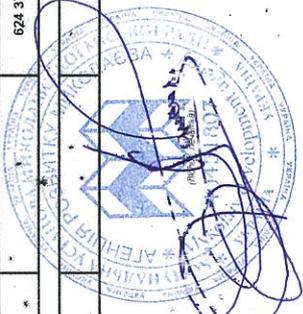
Всього по статті 8 "Видатки на послуги":		201,00	140 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	140 000,00	
Стаття:	9	Послуги з просування								
Пункт:	9.1	SMM, SEO (SEO)								
Пункт:	9.2	1,00	19 000,00	19 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	19 000,00	
Пункт:	9.3	1,00	12 700,00	12 700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	12 700,00	
Пункт:	9.4	1,00	14 700,00	14 700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	14 700,00	
Пункт:	9.5	1,00	11 150,00	11 150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11 150,00	
Пункт:	9.6	1,00	17 350,00	17 350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17 350,00	
Всього по статті 9 "Послуги з просування":		6,00	86 550,00	86 550,00	0,00	0,00	0,00	0,00	86 550,00	
Стаття:	10	Створення веб-ресурсу								
Пункт:	10.1	1,00	18 352,00	18 352,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18 352,00	
Всього по статті 10 "Створення веб-ресурсу":		1,00	18 352,00	18 352,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18 352,00	
Стаття:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації								
Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Стаття:	12	Платіжні з переказу								
Пункт:	12.1	30,00	4 500,00	4 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 500,00	
Всього по статті 12 "Платіжні з переказу":		30,00	4 500,00	4 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 500,00	
Стаття:	13	Інші прямі витрати								
Підстаття:	13.1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Підстаття:	13.2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Підстаття:	13.3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Підстаття:	13.4	394,00	149 040,00	149 040,00	0,00	0,00	0,00	0,00	149 040,00	
Пункт:	13.4.2	80,00	240,00	240,00	0,00	0,00	0,00	0,00	240,00	
Пункт:	13.4.4	6,00	750,00	750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	750,00	
Пункт:	13.4.4	1,00	5 250,00	5 250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 250,00	



В.О. Супрунчук

Оплата поштових послуг за розповсюдження каталогу. Виданий каталог курсового достатку буде розповсюджено музеєм, Бібліотекам, культурним інституціям України - 70 шт. Вартість доставки по Україні 1 відправлення - 75 грн.

Пункт:	13.4.5	Послуги зі створення 3D моделей виробів з фарфору шт.	5,00	11 500,00	57 500,00	0,00	0,00	0,00	57 500,00	Оплата послуг команди оцифрувальників та моделювальників для створення 5 3D моделей на основі 5 робіт з колекції Художнього музею. Вартість послуги спладжується з таких статей: Підготовка техніки для зйомки Зйомка експонатів Зйомка експонатів Обробка фотографій у редакторі Генерація 3D моделей у спеціалізованому програмному забезпеченні Обробка 3D моделей у графічних 3D редакторах Навідування карт для реалістичного відображення 3D моделей Розміщення 3D моделей у віртуальному 3D просторі для можливості онлайн доступу Збір необхідної інформації для опису музейних експонатів Розставлення інформаційних міток на 3D моделях Виконавці проекту: https://aero3d.com.ua
Пункт:	13.4.6	Створення фотопроєкту для інформаційної кампанії проєкту у соціальних мережах послуга	1,00	9 800,00	9 800,00	0,00	0,00	0,00	9 800,00	Послуга передбачає реалізацію фотопроєкту у 5 різних локаціях музею (5 моделей у суцільному антуражі з історичними виробами з фарфору) для інформаційної кампанії у соціальних мережах. Вартість зйомки 1 моделі складає 1 960,00 гривень. Вартість включає фотозйомку з використанням світлового обладнання, корекція кольору, художня ретуш та корекція об'єктів; послуги декоратора; послуги візжиста.
Пункт:	13.4.7	Послуги з оцифрування та оброблення оцифрованих робіт *	302,00	250,00	75 500,00	0,00	0,00	0,00	75 500,00	Оплата послуг роботи команди з оцифрування 302 робіт різних форм та розмірів шляхом створення фото 360 градусів. В вартість послуги включено саме оцифрування, оброблення оцифрованого матеріалу, прибирання недоліків, корекція робіт. Термін надання послуги 60 днів Вартість послуг спеціаліста з оцифрування 1 робота = 100 грн. Вартість послуг ретушера (корекція кольору, технічне регулювання, попрацювання якости зйому) 1 робота = 150 грн.
Всього по статті 13 "Інші прями витрати":			384,00	149 040,00	149 040,00	0,00	0,00	0,00	149 040,00	
Всього по розділу "Витрати":				624 372,00	624 372,00	0,00	0,00	0,00	624 372,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	



Handwritten signature in blue ink.

Виконує за безплати Директорка Галина А П
(підпис)