

ДОГОВІР № 4ICP61-27721
про надання гранту

м. Київ

«30» липня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Псложення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Звіняцьківська Зоя Романівна (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 03.12.2018 за номером 2 070 000 0000 020785, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

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

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30.10.2021 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, визначенним у розділі XI проектної 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.

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 601 418 грн. 00 коп. (шістсот одна тисяча чотириста вісімнадцять 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 безготівковій 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 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 (абс) 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 свяtyнь, а також наркоманії, токсикоманії, алкогольму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:
придбання товарів, виконання робіт, надання послуг, що не пов'язані з реалізацією Проекту;

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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

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

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації 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 тorgово-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 розріванням, вирішуються шляхом переговірів 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:

П.І.Б. особи Звінняцьківська Зоя Романівна;

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 повідомити Фонд у письмовій формі.

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

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

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

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

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

- додаток 1 – 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

P/r: UA608201720343110001000000458

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор



M.I.

В.Г. Берковський

Грантоотримувач

Фізична особа-підприємець

Звіняцьківська Зся Романівна

Юридична адреса: 01010, м. Київ,

вул. Московська, буд. 5/2А, кв. 45

Адреса для листування: 01010, м. Київ,

вул. Московська, буд. 5/2А, кв. 45

ЄДРПОУ 2606914620:

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

P/r: UA96305299000026009050546422

Тел.: +38 0503881066

ФОП

З.Р. Звіняцьківська

б.п. М.Н.

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4ICP61-27721
від «30» вересня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 6. Мода і дизайн

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4ICP61-27721

Назва проекту: Родинний альбом

Візитна картка

Назва проекту

Родинний альбом

Назва проекту англійською мовою

Family Album

Географія реалізації проекту

Населений пункт

Вся Україна

Населений пункт

Вся країна

Початок проекту

2021-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2021-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

ЗБ / Збручевська З. Р.

Формат проекту
наживо та онлайн

Пріоритетний сектор
дизайн та мода

Основний продукт
Інше

Ключові слова за напрямами
moda
архів

Конкурсна програма
Інноваційний культурний продукт

Лот
ЛОТ 6. Мода і дизайн

Тип проекту
Індивідуальний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Звіняцьківська Зоя Романівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
авторка ідеї, керівниця

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект
Метою проекту «Родинний альбом» є створення на сайті Центру міської

Зас / Звіняцьківська З. Р.

історії Центрально-Східної Європи колекції українського street fashion: світлин з приватних родинних альбомів, на яких зображені пересічні люди, що мешкали на сучасній території України, починаючи з 1900 року і до сьогодення. Колекція покликана дати уявлення про зовнішній вигляд та одяг представників різних регіонів, часів та соціальних прошарків мешканців України. Колекція розглядається як матеріал для досліджень з історії моди України, соціальної історії, соціальної антропології, культурології тощо. Проект включає дві презентації колекції з метою її введення в науковий та професійний обіг: для дослідників моди та викладачів профільних ВНЗ України, а також для науковців та гуманітаріїв, що працюють з культурою повсякдення.

Коротка інформація про проект англійською мовою

The Family Album project aims to create a collection of Ukrainian street fashion on the website of the Center for Urban History of Central and Eastern Europe: photos from private family albums depicting ordinary people who lived in modern Ukraine from 1900 to the present. The collection is designed to give an idea of the fashion and clothing of representatives of different regions, times, and social levels of the inhabitants of Ukraine. The collection is considered as the source for research on the history of fashion in Ukraine, social history, social anthropology, culturology, etc. The project includes two presentations of the collection in order to introduce it into the scientific and professional course: for fashion researchers and teachers of specialized universities of Ukraine, as well as for scientists and humanitarians working with the culture of everyday life.

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету)
601418

Загальний бюджет проекту
601418

Сума співфінансування
0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції
0

Зб / Земцуківська З.Р.

Партнери проекту

Партнер

Центр міської історії Центрально-Східної Європи <https://www.lvivcenter.org/> Це незалежна дослідницька установа, яка працює у таких напрямках: дослідження міської історії, цифрова гуманістика і архівування, публічна історія. Одна з найважливіших складових Центру - Міський медіаархів (ММА), завданням якого є збір, зберігання, дослідження, доступнення та популяризація колекцій і матеріалів, які часто залишаються поза увагою державних архівних колекцій.
Протокол про наміри співпраці в межах партнерство по проекту дивись в Додатку 2 "Концепція проекту та портфоліо".

Партнер

Дирекція цифрових платформ Національної суспільної телерадіокомпанії України. До неї, зокрема, входить сайт "Суспільне новини" <https://suspipline.media/>, та регіональна мережа НСТУ, що налічує 22 регіональні інформаційні редакції. Інформаційна мережа НСТУ, що є правонаступником радянського телеканалу УТ 1, є найбільшою в Україні. Також до складу Дирекції цифрових платформ входять численні і добре відвідувані сторінки в соціальних мережах facebook, Instagram та youtube.

Протокол про наміри співпраці в межах партнерство по проекту дивись в Додатку 2 "Концепція проекту та портфоліо".

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

Фізична особа-підприємець Звіняцьківська Зоя Романівна

 / Звіняцьківська З. Р.

Повне найменування організації-заявника англійською мовою
Individual proprietor Zvynyatskivska Zoya Romanivna

Код ЄДРПОУ

2606914620

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

Організаційно-правова форма
Фізична особа-підприємець

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

72.20 Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук

Дата реєстрації організації
2018-12-03

Юридична адреса організації
Україна, 01010, м. Київ, вул. Московська, буд. 5/2А, кв. 45

Поштова адреса організації
01010, Київ, вул. Московська, буд. 5/2А, кв. 45

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
www.facebook.com/zoya.zv/

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Звінняцьківська Зоя Романівна

Зоя / Звінняцьківська З. Р.

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

Звіняцьківська Зоя Романівна, Україна

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?

немає

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

немає

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

Ні

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

Ні

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

Зб /Звіняцьківська З.Р.

Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Детальний опис проекту

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

В останні кілька років в Україні, в межах "повернення собі" і переусвідомлення власної історії та культури, розпочався процес осмислення та музейфікації новітньої історії вітчизняної моди, починаючи з 1900 року і до сьогодення. Серед зусиль в цьому напрямку можна згадати монографію Тканко З. О. "Мода в Україні ХХ століття" (Львів: видавництво "Артос", 2015), виставковий проект "In Progress. Дрес-код України доби Незалежності" (Мистецький Арсенал, 2017, кураторка Зоя Звіняцьківська) та його каталог «In Progress: Fashion of Ukraine Since 1991» (Київ: ArtHuss, 2019). Варта уваги також дослідницька робота Галини Кокоріної, присвячена діяльності українських радянських будинків моделей, зокрема її доклад на міжнародній науково-практичній конференції КНУТД "Будинок моделей "Хрешчатик": напрямки діяльності та особливості дизайн-стратегії" (2020). Зрозуміло, що кожний період з історії української моди знайде своїх зацікавлених дослідників, але вже зараз, на перших етапах цієї роботи оприявнилась одна, досить специфічна її складова. Можна з впевненістю сказати, що без цієї складової належне розуміння та фіксація історії української моди видається проблематичним, якщо не неможливим - якщо, згідно сучасних тенденцій, розглядати її не тільки як естетичне, але ще і як соціальне явище. Йдеться про так звану "низову моду", або "моду людей" - явище, яке в західних джерелах зазвичай описується терміном street fashion.

В чому ж полягає особливе значення street fashion України? Безумовно, "moda людей" існувала завжди і скрізь, але особливого значення для розуміння модних процесів вона набувала в країнах з колоніальними та (або) тоталітарними періодами в історії, зокрема в Україні. Через політичні та соціальні катаклізми професійна, "висока", комерційна мода тут мала несистемний вплив на суспільство; ще більше була відірвана від людей ідеологічна радянська мода. Українські дизайнери часів Незалежності взагалі майже втратили зв'язок з широкими верствами населення, втім, ситуація самостійного творення моди для людей була звичною. Отже не буде перебільшенням сказати, що неможливо створити повну картину

Зб / Звіняцьківська З.Р.

української моди, вивчаючи тільки моду "високу", професійну. Пошук матеріалів з історії української моди завжди був і залишається окремою проблемою для дослідників - втім, як будь-яких об'єктів матеріальної культури. Війни і революції, неодноразова зміна кордонів та державного ладу не сприяють збереженню одягу, взуття, аксесуарів тощо. Тому дуже часто єдиним джерелом, з яким можна працювати, залишаються фотографії. Якщо ми говоримо про street fashion, моду людей - звісно, йдеться про фото пересічних мешканців країни, які в більшості своїй зберігаються в родинах, в сімейних альбомах і є недоступними для дослідників.

Отже зараз перед всіма наявними і майбутніми дослідниками новітньої історії української моди стоїть низка проблем:

1. Відсутність бази українських street fashion фото, тобто первісного матеріалу для дослідження історії української моди.
2. Відсутність бодай первісної змістової периодизації історії української моди, за допомогою якої можна було б систематизувати наявні світлини, розпорощені по архівах, випадкових публікаціях та в соціальних мережах (нині зазвичай використовується загальний для світової історії моди ХХ сторіччя хронологічний поділ на десятиріччя).
3. Брак загальнодоступних візуальних матеріалів, присвячених матеріальній культурі, зокрема одягу та вестіментарним практикам, якими могли б скористатися науковці та гуманітарії, що працюють з культурою повсякдення.

Для вирішення цих проблем необхідно створити базу українських street fashion фото, яка б складалась зі світлин з приватних архівів, була б загальнодоступною та відповідала всім цивілізованим умовам використання фотографічних зображень. Саме створення такої колекції світлин має на меті проект "Родинний альбом".

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Проект "Родинний альбом" водночас є вузькоспеціальним дослідженням з історії української моди та широкою кампанією по актуалізації та усвідомлення історії України її громадянами через культуру повсякдення. В такому розумінні проект реалізує низку пріоритетних напрямків діяльності Українського Культурного Фонду, а саме:

- сприяння збереженню культурної спадщини та промоція цілісного та орієнтованого на майбутнє її розуміння;
- сприяння проведенню аналітичної та дослідницької діяльності у сфері культури і креативних індустрій;

Зб / Звенигородська З. Р.

- єднання та інтеграція різних спільнот навколо історії, культурного надбання, об'єктів тяжіння.

Культура повсякдення є одним з найперспективніших методів широкої популяризації історії та культури своєї країни і мода, завдяки своїй популярності, тут є чи не найдалішим варіантом. До того ж сама сутність проекту "Родинний альбом" передбачає залучення до участі в проекті якомога ширшої аудиторії, зокрема такої, що зазвичай стоїть остроронь від культурного життя країни. Завдяки цій особливості проект досконало відповідає принаймні одному з пріоритетів Лоту 6 "Мода та дизайн", а саме "збільшення кількості споживачів культурного продукту, залучення до споживання культурного продукту нових аудиторій".

Проект "Родинний альбом" має двох партнерів, зasadнича діяльність яких не тільки повністю відповідає цілям і завданням проекту, але й абсолютно співпадає з пріоритетами діяльності УКФ. Мета діяльності Центра міської історії Центрально-Східної Європи - архіування і вивчення матеріалів, пов'язаних з урбаністичними практиками, зокрема, матеріалів незвичних, які зазвичай не опрацьовують офіційні архіви. Місія UA: Суспільне мовлення (Національної суспільної телерадіокомпанії України) зокрема, передбачає необхідність "...налагоджувати громадський діалог задля зміцнення суспільної довіри, розвитку громадянської відповідальності, української мови та культури, особистості та українського народу". Таким чином інформаційна підтримка проекту, що також має на меті об'єднання громадян України навколо власної культури, відповідає зasadничим принципам партнера проекту.

Культурний продукт - колекція світлин з приватних архівів українців - який виникне в результаті реалізації проекту "Родинний альбом", має не тільки культурний, але й величезний суспільний потенціал, що не обмежується часовими або змістовними рамками програми або лоту Фонду. За умови вірного позиціонування і подального розвитку проекту від може стати таким, що єднатиме українців з усіх куточків країни.

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)

Проект "Родинний альбом" є наступним логічним кроком в дослідницькій діяльності митсецтвознавиці та історикині моди Зої Звіняцьківської по вивченю історії моди України та створенню комплексної історії української моди з початку ХХ сторіччя і до сьогодення. В межах цієї роботи дослідниця за останні кілька років зробила великий виставковий проект "In Progress. Дрес-код України доби Незалежності" (Мистецький Арсенал, 1917) <https://artarsenal.in.ua/vystavka/in-progress/> та випустила дві книжки: ""In Progress.

З.З. / Звінیцьківська З.Р.

"Fashion of Ukraine since 1991" (2019) <https://vogue.ua/ua/article/culture/knigi/kniga-na-vyhodnye.html> та "Fashion Directory of Ukraine" (за підтримки УКФ в співавторстві з Антоном Єременко, 2020) <https://fashiondirectory.com.ua/> Для партнерів проекту діяльність в його межах також є прямою зasadничиou діяльністю, більше того - вони обидвоє нині є хедлайнерами змін кожен в своїй царині, пропонуючи нові, цивілізовані підходи, принципи та методи роботи. Центр міської історії створив унікальний напрямок "Міський медіаархів", для якого розробив пріоритети і принципи застосування матеріалу, що відповідають європейським нормам (<https://uma.lvivcenter.org/uk>). UA: Суспільне мовлення, зокрема його провідний департамент новин, впроваджують в українську журналістику принципи незаангажованості, об'єктивності і зваженості в роботі з інформацією. Саме таких зasadничих принципів потребує реалізація проекту "Родинний альбом".

Чому проект є унікальним?

Наразі існує досить велика кількість зображень пересічних мешканців України різних років, розпорощених в збірках державних архівів та приватних колекцій, але жодна з них не має на меті показати саме зовнішній вигляд людей, їхній одяг. До того ж колекції, особливо приватні, рясніють світлинами невідомих осіб, інформація про час та місце створення цих фото, на жаль, відсутня. Це суттєво зменшує їхню цінність для дослідників, навіть якщо зображення гарно зберіглися і є візуально цікавими.

В проекті "Родинний альбом" до колекції світлин чи не вперше в Україні застосовується принцип архівування та музеєфікації саме "портретних" фотографій пересічних громадян, про яких до того ж є бодай якісь чіткі відомості, в одязі, який добре можна роздивитись. Жодна збірка до того не мала завдань, подібних до колекції "Родинний альбом". Унікальним також є механізм створення колекції, згідно якого вона виникає не через випадковий збіг обставин або уподобань однієї людини-колекціонера, а як наочний результат проактивної діяльності великої кількості людей. Можна сказати, що проект презентує перший "народний" фотоархів.

Чому проект є інноваційним?

В ідею проекту закладено два методи, які в сучасній гуманітаристиці є провідними для вивчення історії, культурології тощо. Перший метод - "історія очима простої людини". Так, саме "проста людина", а не могутні володарі та величні завойовники є головним героєм історії в її актуальному розумінні є. Сучасна історія вивчає Людину: як і чим вона жила, чому бувала щаслива і чого боялася, як змінювалась під впливом великих суспільних

 / Звенишчікова З.Р.

катаклізмів. Історичні події стають тлом, людина перетворюється на головну дійову особу. Так в житті однієї родини і навіть однієї людини, як в краплі води, відзеркалюється велика історія. Другий метод - партисипативність, тобто співучасть. Люди, що споживають культуру, вже не є пасивними глядачами культурних та музейних "вистав", які роблять для них досвідчені професіонали. Вони стають співавторами, спільно з кураторами та дослідниками виробляючи культурний продукт та надаючи йому нові сенси. Тільки за таких умов споживачі культури можуть відчути її своєю. Обидва ці сучасних методи в Україні досі не були використані в дослідженнях і проектах в царині моди; обидва вони присутні в проекті "Родинний альбом".

Основна мета проекту

Метою проекту "Родинний альбом" є створення колекцію світлин street fashion моди з початку ХХ сторіччя і до сьогодення з приватних архівів пересічних мешканців України. Проект передбачає залучення найширших верств населення. Колекція, що виникне, буде знаходитись у вільному доступі для перегляду і являтиме собою цінний матеріал для роботи дослідників та істориків моди, а також науковців та гуманітаріїв, що працюють з культурою повсякдення.

Цілі проекту

Ціль

Створити цифрову колекцію українських street fashion фото від 1900 року і до сьогодення

Завдання

Зібрати фото, що відповідають критеріям; укласти відповідні договори з правовласниками; розмістити фото на сайті в окремій колекції; додати описи.

Результат 1

Цифрова колекція «Родинний альбом» у складі Міського медіаархіву на сайті Центру міської історії Центрально-Східної Європи

Результат 2

Можливість тематичної вибірки матеріалів колекції у відповідності до наукових інтересів дослідника за допомогою періодизації та системи хештегів

 / Змишуковська З. Р.

Індикатори досягнення результатів

- Створена цифрова колекція світлин (не менше 100 одиниць) у складі Міського медіаархіву на сайті Центру міської історії Центрально-Східної Європи
- Дотримана відповідність всіх світлин (не менше 100 одиниць) змістовним та технічним вимогам проекту (дивись Додаток 2 "Концепція проекту і портфоліо").
- Укладені відповідні договори про умови використання всіх світлин (не менше 200 одиниць) з їхніми авторами або власниками.

Ціль

Увести колекцію «Родинний альбом» та періодизацію українського street fashion в професійний інформаційний обіг дослідників моди та викладачів профільних ВНЗ України

Завдання

Зробити інформаційний буклет з використанням світлин з колекції та презентацією періодизації українського street fashion; провести Круглий стіл -презентацію проекту з дослідниками моди та викладачами профільних ВНЗ України

Результат 1

Перша презентація історії української street fashion моди

Результат 2

Ще один крок до створення загальної історії української моди

Індикатори досягнення результатів

- Створено та надруковано інформаційний буклет тиражем 300 примірників обсягом не менше 60 сторінок українською та англійською мовами.
- Проведено Круглий стіл з українськими дослідниками моди та представниками профільних ВНЗ
- Буклет розповсюджено серед профільних ВНЗ та бібліотек України, серед викладачів та дослідників української моди, істориків, що досліджують побутову історію України 20 сторіччя та зацікавлених симпатиків моди України.

Ціль

Презентувати колекцію "Родинний альбом" колу дослідників, що працюють з культурою повсякдення.

Збичківське З. Р.

Завдання

Провести під егідою Центру міської історії семінар про історію моди та архівні матеріали, де зробити доклад про зібрану колекцію і дослідження, а також запросити інших дослідників з доповідями на дотичну тематику.

Результат 1

Матеріали семінару, в тому числі доповіді запрошеных дослідників.

Результат 2

Введення інформації про колекцію "Родинний альбом" до наукового обігу дослідників, що працюють з культурою повсякдення.

Індикатори досягнення результатів

- Проведено 1 семінар під егідою Центру міської історії
- Зафіковані доповіді учасників семінару (не менше 5 осіб): відео- та (або) текстова фіксація доповідей.
- Організований вільний доступ до матеріалів семінару.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма цільова аудиторія проекту складається з трьох різних груп, кожна з яких, власне, зацікавлена в одному з аспектів проекту.

1. Пересічні мешканці України, що воліли б передати світлини зі своїх родинних архівів до цифрової колекції "Родинний альбом".

Кількісні показники: неможливо визначити, але не менше 100. Верхній кордон не обмежений. До того ж, фактично людей, напряму зацікавлених в проекті, буде значно більше, ніж отриманих світлин: хтось не матиме змоги зробити якісну цифрову копію світлини, хтось не зголоситься на умови угоди. Виходячи з термінів проекту і широкого анонсування його через ЗМІ можна припустити, що їхнє число сягатиме щонайменше 1000 осіб.

Якісні показники: це проактивні мешканці країни, яким небайдужа історія власної родини, місця, де вони живуть, а, отже і своєї країни. Це люди, яких ідея проекту змусила ще раз передивитись сімейні архіви і розпитати старих членів родини про старих родичів, пригадати чи дізнатися факти з родинної історії. Люди, які воліли б зберегти минуле, бо без нього немає майбутнього.

2. Дослідники моди та викладачі профільних ВНЗ України.
Кількісні показники: до 20 осіб.

Збещуківська. З.Р.

Якісні показники: найбільш впливові фахівці з теорії та історії моди України, які формують та просувають її розвиток.

3. Науковці та гуманітарії, що працюють з культурою повсякдення.

Кількісні показники: до 30 осіб. Історики, культурологи, соціальні антропологи та інші представники гуманістики, що працюють з культурою повсякдення.

Якісні показники: сучасні фахівці, що працюють згідно сучасної концепції історії та культурології, в крос-галузевих напрямках, а також ті, хто залучає до своїх досліджень історію повсякденності.

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

1. Люди, що цікавляться історією української моди.

Кількісні показники: не менше 2500 осіб. Саме стільки людей відвідало в 2017 році виставку в Мистецькому Арсеналі, присвячену моді України часів Незалежності. Зрозуміло, що йдеться лише про Київ, також треба зауважити, що виставка проходила влітку, в період відпусток. Цифровий характер проекту "Родинний альбом" додасть до цієї кількості поціновувачів української моди, що живуть за межами Києва, але цю цифру можна вважати мінімальною.

Якісні показники: люди, дотичні до модної індустрії, а також ті, хто розуміє цінність вітчизняної культури і моди як її невід'ємної складової.

2. Студенти та аспіранти гуманітарних ВНЗ України.

Кількісні показники: не менше 500. Ця цифра відповідає приблизної кількості студентів, що вчаться на спеціальності "Історія", "Культурологія", "Соціологія" провідних українських ВНЗ і, звісно, студентів профільних закладів, пов'язаних з індустрією моди.

Якісні показники: здобувачі вищої освіти та наукових ступенів, які розглядають моду синтетично, як частину культурного і соціального життя країни. Такий погляд все ще є досить незвичним для українського академічного середовища, але, судячи з кількості неофіційних прохань про консультацію, з якими все частіше звертаються студенти до авторів бодай якихось робіт, присвячених історії моди України, ця група має неабиякий потенціал і критично потребує матеріалів для роботи.

3. Люди, що цікавляться минулим, історією і культурою своєї малої батьківщини.

Кількісна характеристика: наведемо лише кілька прикладів пабліків, присвячених цій темі. До facebook-групи "Старая Одеса в фото" входить

Збручуківське З. Р.

246000 осіб, до групи "Киев сквозь годы" - 18500 осіб, до групи "Львів стародавній - фото, відео та історії" - 27100 осіб тощо. Таких груп в соціальних мережах є десятки і в проекті заплановані контакти щонайменше з 15 з них.

Якісна характеристика: Цінносні споживачі. Люди, зацікавлені в збільшенні інформації про історію та культуру своєї малої батьківщини.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

1. Пересічні мешканці України, що воліли б надати світлини зі своїх родинних архівів для цифрової колекції "Родинний альбом".

Через особливості розвитку історичної науки в пост- тоталітарних країнах в Україні бракує доступних публічних інституцій, діяльність яких скерована на збереження та осмислення пам'яті - не "великої" історичної пам'яті, а сукупної побутової пам'яті звичайних людей. Велика кількість сторінок і спільнот в соціальних мережах, учасники яких об'єднуються, щоб викладати, роздивлятись та обговорювати старі фотографії, де зображені звичайні краєвиди, люди та побутові події з історії регіону - яскраве свідоцтво такої потреби.

2. Дослідники моди та викладачі профільних ВНЗ України.

Загальною проблемою профільних вітчизняних ВНЗ є викладання новітньої історії моди України - через брак матеріалів, досліджень та методичних матеріалів. Натомість студенти все частіше воліють писати курсові та дипломні роботи саме з новітньої історії моди. Питання, де можна взяти матеріали на цю тему є стандартними на публічних лекціях з історії моди України. Враховуючи, що в нашій країні саме street fashion є джерелом для розуміння модних, а з ними і соціальних тенденцій, колекція фістоматеріалів на цю тему стала б дуже помічною в викладанні та науковому осмисленні цієї теми.

3. Науковці та гуманітарії, що працюють з культурою повсякдення.

З очевидних причин питання архівації та музеєфікації повсякденної культури взагалі і культури повсякдення ХХ сторіччя зокрема в Україні вирішується досить складно. Одна з причин - брак самих артефактів, що майже не збереглись через бурену і трагічну історію країни. Друга причина - традиційне маркування артефактів побутової культури як "другорядних", не вартих уваги. В результаті значні масиви матеріалів культури повсякдення зосередились в руках приватних колекціонерів, закритих родинних збірках тощо. Окрім усього іншого, почасту існують певні юридично-правові проблеми з використанням артефактів з таких колекцій. Все це ускладнює роботу дослідників культури повсякдення, яким досить часто бракує доступних легальних публічних матеріалів для роботи.

4. Люди, що цікавляться історією української моди.

ЗБ / Збичуківське З. Р.

Сьогодні величезна кількість людей в усьому світі виявляє цікавість до історії моди - принаймні, в форматі перегляду фотографій з колекцій минулого. Попри величезну кількість фотографій, опублікованих в соціальних мережах, досі не існує єдиного впорядкованого зручного для перегляду ресурсу, де можна було б побачити всю панораму українського street fashion минулого і нинішнього століття.

5. Студенти та аспіранти гуманітарних ВНЗ України.

Попри те, що для молодої генерації студентів та науковців тема моди і, зокрема, української моди, стає все більш привабливою при виборі напрямку наукових інтересів, через брак, а почасту цілковиту відсутність матеріалів на цю тему вони дуже обмежені в можливості вибору тем для курсових та дипломних робіт з історії моди України.

6. Люди, що цікавляться минулим, історією і культурою своєї малої батьківщини.

Локальна культура повсякдення стає ще більш цікавою і виразною, коли є можливість співставити її з іншою локальною культурою - особливо в межах однієї країни. Локальні пабліки, що іноді дають досить детальне уявлення про локальну культуру повсякдення, за визначенням герметично замкнені в своїй прив'язаній до географії або певного етносу темі. Часто-густо це позбуває їхніх користувачів можливості поставити "свою" ситуацію в загальний контекст краю або всієї країни, що дає нові грані розуміння власної локальної історії.

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

1. Пересічні мешканці України, що воліли б надати світлини зі своїх родинних архівів для цифрової колекції "Родинний альбом".

З появою публічної колекції на сайті Центру міської історії представники цієї аудиторії отримують можливість зафіксувати пам'ять своєї родин на публічній платформі, допусти власний сімейний досвід до проекту про всю країну.

2. Дослідники моди та викладачі профільних ВНЗ України.

Ці фахівці отримають спеціалізовану базу з історії українського street fashion, кожен артефакт в якій атрибутований, анотований та має відповідні хештеги, що дозволить вільно використовувати колекцію у власній дослідницькій роботі та викладанні, а також пропонувати колекцію студентам як матеріал для написання курсових, дипломних та наукових робіт.

3. Науковці та гуманітарії, що працюють з культурою повсякдення.

Ця аудиторія отримає ще одну колекцію світлин, особливість якої буде в тому, що вона буде спеціалізована (тобто підпорядкована певній темі) і буде

 / Звеницька Світлана З. Р.

присвячена темі, яку досі в Україні майже не розробляли.

4. Люди, що цікавляться історією української моди.

Для цієї аудиторії колекція українського street fashion стане ще одним з дуже небагатьох і тим більш дорогоцінних джерел інформації про новітню історію української моди.

5. Студенти та аспіранти гуманітарних ВНЗ України.

Ця аудиторія може стати тією базою зображень, спираючись на яку можна робити дослідження, писати курсові, дипломні та наукові роботи.

6. Люди, що цікавляться минулим, історією і культурою своєї малої батьківщини.

Колекція даст змогу кожному з них розширити межі своїх уявлень, співставивши Окрім нової цікавої інформації, яка, завдяки побудові колекції, здатна задавати загальний контекст, ця аудиторія побачить сучасні стандарти та необхідні умови роботи з такми вразливим матеріалом, як світини з домашніх архівів - йдеться про анотацію, атрибуцію та увагу до юридично-правових нюансів.

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

Одна з найважливіших "фігур впливу" на проект – це його партнер, Центр міської історії Центрально-Східної Європи. Вплив цієї інституції полягає в наданні міжнародних стандартів, методології та практичних порад в роботі зі створення колекції "Родинний альбом". Величезний досвід в такій роботі підрозділу Центру Міського медіаархіву, з яким безпосередньо відбудеться співпраця, є запорукою дотримання при створенні колекції всіх необхідних для її подальшого публічного використання стандартів (наразі Міський медіаархів налічує вже 109 колекцій). В разі успішного створення колекції українського street fashion цей проект з великою вірогідністю може вплинути на напрямки дослідницької та наукової діяльності профільних та гуманітарних ВНЗ, зокрема, на вибір тем студентських та аспірантських робіт, дисертацій тощо.

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?

Ключовими повідомленнями в комунікації проекту стануть: "український street fashion"; "культура повсякдення", "історія очима простої людини". Ці повідомлення розташовані від тих, що призначені для професійної частини прямої цільової аудиторії – аж до тих, що спрямовані на найширшу, масову

ЗБ / Земцуковське З. Р.

аудиторію. Щодо спікерів – сама сутність проекту контрастує з ідеєю того, щоб його просували за допомогою публічних осіб. Рішення надати світлину своєї близької людини з родинного альбому до публічної колекції є дуже особистим, інтимним. До того ж, оскільки йдеться про колекцію світлин непублічних, пересічних людей, промоція проекту людини публічної, з іншим досвідом відкритості життя не буде переконливою. Оскільки проект за самою своєю суттю партисипативний, тобто передбачає залученість аудиторії до його реалізації, найкращу промоцію йому створять ті, хто вже став частиною проекту. Йдеться про самі залучені світлини, які стануть найкращими спікерами і водночас найкращою реклами проекту. Публікація їх разом з описом і анотацією в ЗМІ та соціальних мережах викличе цікависть та приверне увагу всіх перелічених вище аудиторій проекту і заохотить людей взяти участь в проекті, тобто надати до колекції світлини зі своїх сімейних архівів.

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?

Інформаційний супровід проекту буде проходити на трьох рівнях, два з яких, фактично, є невід'ємною складовою проекту і запорукою його успішності. Сфорою прикладення основних зусиль комунікації проекта обрані цифрові комунікації, адже цільові аудиторії проекту зосереджені саме там.

1. Тематичні пабліки в соціальних мережах.

Йдеться про інтеграцію в пабліки, які створені заради публікації світлин з минулого, розповідей про історію міст тощо. Саме там зосереджені цільові аудиторії проекту, саме там можна працювати на "пасивне поповнення" колекції - знаходити світлини, які потрібні для проекту і зв'язуватись з їхніми власниками, пропонуючи співпрацю в межах проекту. Цей пункт передбачає публікації про проект не менш ніж в 15 тематичних пабліках мережі facebook та Instagram із інформацією про проект та закликом до аудиторії пабліків долучатись до проекту.

2. Інформаційна кампанія на майданчиках партнера проекту - Дирекції цифрових платформ Національної суспільної телерадіокомпанії України. Ці заходи мають на меті інформування людей по всій Україні про проект та заохочення до долучення, тобто спрямовані на "активне наповнення" колекції. Okрім розміщення інформації на сайтах НСТУ тут також йдеться про численні сторінки в соціальних мережах facebook та Instagram, де сконцентрована найбільш проактивна частина споживачів регіонального медіаконтенту.

 / Звінчукська З. Р.

3. Інформаційна кампанія, присвячена результатам та презентації проекту, в профільних ЗМІ.

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

Одним з партнерів проекту виступає Дирекція цифрових платформ Національної суспільної телерадіокомпанії України, що означає регулярне розповсюдження інформації про проект через всі її активи і майданчики: сайти та соціальні мережі (facebook, Instagram) загальноукраїнської цифрової української платформи НСТУ, а також відповідні активи і майданчики всієї регіональної мережі НСТУ, яка є найбільшою в країні. Впродовж підготовчої фази проекту інформація про нього буде розповсюджуватись всіма вище переліченими каналами щонайменше один раз на місяць. Кожна "публікація" означає одночасну появу інформації про проект на всеукраїнському та всіх 22-х регіональних інформаційних майданчиках, а також на центральній і в усіх наявних регіональних сторінках в соціальних мережах.

Окремо всіма цими медіаресурсами буде висвітлено офіційне "відкриття" колекції на сайті Центру міської історії.

В інформаційному супроводі проекту будуть задіяні мережеві модні видання, представлені в Україні, а також майже всі локальні медіа, що мають відношення до моди:

Vogue (сайт)

Elle (сайт)

Harper's Bazaar (сайт)

L'Officiel (сайт)

Marie Claire (сайт)

Bestin.ua

Jetsetter

Buri247

Orest.com.ua

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

Кожен рівень комунікації, запланований в проекті, дає можливість приблизно оцінити охоплення аудиторії.

1. Тематичні пабліки в соціальних мережах.

Кількісні показники: зазвичай такі пабліки охоплюють десятки тисяч осіб.

Зб /Звеничуківська З. Р.

Для прикладу, facebook-група "Киев сквозь годы" налічує 18500 учасників, група "Старая Одесса в фото" - 24600 учасників, група "Львів стародавній - фото, відео та історії" - 27100 учасників. Планується інтеграція і співпраця не менше ніж з 15 пабліками.

Якісні показники: найбільш активна частина прямої цільової аудиторії, люди, що часто-густо вже за власної ініціативи виклали для публічного доступу свої фотоархіви.

2. Інформаційна кампанія силами партнера проекту - Дирекції цифрових платформ Національної суспільної телерадіокомпанії України.

Кількісні показники: приблизну оцінку охоплення аудиторії інформацією тут можна зрозуміти, подивившись на показники Дирекції цифрових платформ Національної суспільної телерадіокомпанії України, яка впродовж 2020 року пройшла реорганізацію і показала експоненційне зростання. Згідно офіційних даних, в грудні 2020 року сукупна кількість охоплення аудиторії складала:

3,8 млн унікальних користувачів та 9,6 млн переглядів на сайтах на місяць
1 млн підписників у мережі Facebook

100 000 підписників на Instagram-сторінки

Якісні показники: проактивна патріотично налаштована регіональна аудиторія, обізнана з цифровими технологіями.

3. Інформаційна кампанія, присвячена результатам проекту, в профільних ЗМІ.

Кількісні показники: сама природа модних медіа передбачає охоплення великої аудиторії. Для прикладу, щоденна сукупна відвідуваність трьох провідних українських модних сайтів – <https://vogue.ua/>, <https://elle.ua/> та <https://officiel-online.com/> складає приблизно 100 000 заходів на добу.

Якісні показники: професійна fashion-аудиторія та симпатики української моди.

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

1. Головним довгостроковим результатом проекту вдається наявність і подальше розширення колекції "Родинний альбом", адже зрозуміло, що за відносно короткий проміжок часу, відведений на реалізацію проекту, можна лише закласти основи колекції, фактично започаткувати її. Подальша присутність колекції на сайті Центру міської історії є певною гарантією того, що колекція буде збережена і люди, за бажанням, зможуть продовжувати додавати до неї світлини зі своїх сімейних архівів. Керівниця проекту Зоя Звінняцьківська модеруватиме цей процес у співпраці з Центром міської історії в якості волонтера

2. Важливим довгостроковим результатом проекту стане використання

Зоя /Звінняцьківська З.Р.

матеріалів колекції і звернення до теми українського street fashion серед дослідників української моди. Ця тема є настільки всеохоплюючою, що потребує зусиль багатьох. За кілька років street fashion мода має стати невід'ємним елементом історії моди України в свідомості фахівців та симпатиків.

3. Тема моди, одягу та вестиментарних практик стане невід'ємною складовою тем, з якими працюють дослідники культури повсякдення. З'являться дослідження, які включають цю тему, або й повністю спираються на візуальні матеріали вітчизняного street fashion.

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів проекту

Проект має величезний суспільний потенціал. За ширшого позиціонування він може стати загальнонаціональним проектом, що в прямому сенсі слова "зшиває" країну, створюючи вражуючу галерею образів українців різних часів, соціальних прошарків та куточків країни. Сама концепція проекту спрямована на відчуття кожного як частини загальної спільноти. За вдалого розвитку проект може стати частиною краєзнавчих студій, запланованих шкільною програмою, чудовою ілюстрацією та базою для вивчення та емоційного розуміння новітньої історії країни.

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

Колекція "Родинний альбом" буде розміщена в медіаархіві на сайті Центру міської історії Центрально-Східної Європи <https://uma.lvivcenter.org/en>. Цей ресурс за задумом забезпечує вільний доступ до перегляду всіх своїх колекцій. Використання світлин колекції може бути обмежено лише міркуваннями юридично-правового характеру, особливості використання кожної світлини будуть викладені в її описі.

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)?

Проект передбачає подальший розвиток та функціонування отриманого за результатами проекту продукту - а саме колекції "Родинний альбом". Зрозуміло, що за час, відведений на проект, можливо лише закласти основи всеохоплюючої колекції українського street fashion з початку ХХ сторіччя і до сьогодення. Подальший пошук фотоматеріалів в тематичних групах в соціальних мережах, слідкування за фотокампаніями з викладанням родинних фотографій в соцмережі до пам'ятних дат (день Перемоги, День пам'яті Голодомору тощо) продовжиться і після закінчення проекту.

 / Зеня Сівченко З.Р.

Заявниця Зоя Звінняцьківська виконуватиме ці роботи в якості волонтера. Планується також залучення матеріалів колекції до лекцій, доповідей та публікацій з історії української моди.

Кінцевою метою цієї роботи є поступове ствердження колекції "Родинний альбом" як головного і найкращого джерела інформації про український street fashion новітнього часу.

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

Першим етапом оприлюднення досвіду, добутого в результаті роботи проекту стане семінар під егідою Центру міської історії де, зокрема, будуть обговорюватися питання архівації, створення колекції з приватних світлин і проблеми, що пов'язані з цією діяльністю.

Одним з важливих заходів в межах проекту є Круглий стіл з українськими дослідниками моди та представниками профільних ВНЗ. Однією з ключових тем заходу стане інформація про досвід ствоерння колекції, методики пошуку матеріалів та юридично-правові особливості цієї діяльності.

Круглий стіл, окрім іншого, матиме на меті заохотити спеціалізовані ВНЗ стати локальними осередками з подальшого збору матеріалів для колекції "Родинний альбом".

Також інформація про досвід створення колекції буде викладена в буклеті накладом 300 одиниць, де будуть викладені принципи та методика створення колекції, а також подані найяскравіші тематичні кейси. Буклет буде розповсюджено серед українських дослідників моди та представників профільних ВНЗ.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Звінняцьківська Зоя Романівна

Роль у проекті

Авторка ідеї, керівниця проекту, укладачка буклету та авторка текстів

Перелік основних обов'язків

Авторка ідеї, продюсерка проекту. Створення структури колекції, відбір світлин, презентація колекції, підготовка звіту

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

 / Звінняцьківська З.Р.

80%

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

Історикиня моди, кураторка, лекторка, fashion-критикиня.

ОСВІТА

Національна Академія образотворчого мистецтва та архітектури (1988-1994).

Факультет теорії та історії мистецтва; мистецтвознавиця.

КУРАТОРСЬКІ ПРОЕКТИ

Виставковий проект «Перекройка». Музей сучасного мистецтва Одеси, співкуратorkа проекту (вересень – жовтень 2019)

Виставковий проек «Родинний альбом», співкуратorkа проекту (в співпраці з Благодійним фондом «DOFA fund за підтримки фонда «Відродження», травень 2018)

Виставковий проект «In Progress. Дрес-код України доби Незалежності», запрошена кураторка НКММК «Мистецький Арсенал» (січень 2017 – липень 2017)

КНИЖКИ

Fashion Directory of Ukraine. – К.: #ArtHuss, 2020

Співавторка (разом з fashion-редактором Harper's Bazaar Ukraine Антоном Єременко)

In Progress. Дрес-код України доби Незалежності. – К.: #ArtHuss, 2019

Авторка і упорядниця

ЛЕКЦІЇ

Авторка лекційних курсів:

- ? Історія моди ХХ сторіччя;
- ? Модний авангард;
- ? Історія моди України ХХ сторіччя.

Лекторка Ukrainian Fashion Education Group, Inveria, Modeisme,

Культурний проект.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Авторка розділу про сучасну моду України енциклопедії в 10 томах «World dress and fashion», 2010, Berg Publishers (Oxford, UK). Експертка Національної премії в галузі моди Best Fashion Awards.

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

Фізична особа-підприємець

Звілеженсько З.Р.

ПІБ члена команди

Розпутна Марія Василівна

Роль у проекті

Координаторка проекту

Перелік основних обов'язків

Координація та нагляд за всіма процесами проекту та контроль строків виконання проекту; робота по координації волонтерів

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)

ОСВІТА: Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова за фахом філософія. ДОСВІД: Ключовими перевагами Марії є досвіт керування командами до 30 людей, запуск проектів з нуля и стислі часові рамки, а також робота над декількома проектами одночасно. Вона почала свою кар'єру як PR-директор міжнародного тижня моди Mercedes-Benz Kyiv Fashion Days. За три роки роботи на цій посаді вона співпрацювала с такими брендами як Ksenia Schnaider, Anna October, PASKAL, FLOW the label та багатьма іншими, а також добивалась публікацій про українських дизайнерів у таких медіа як The New York Times, VOGUE . COM, VOGUE CHINA, NOWFASHION. Під час роботи вона розробляла та реалізовувала PR-стратегії компанії. Контролювала роботу технічного відділу, контент менеджерів та графічних дизайнерів. Розробляла стратегію запуску рекламних кампаній внутрішніх проектів Mercedes-Benz Kyiv Fashion Days таких, як Fashion Scout Kiev, Kiev Fashion Days, Kiev Fashion Institute, More Dash. Після цього перейшла працювати у рітейл. В 2020 році була координаторкою проекту «Довідник української моди», що отримав грант УКФ. Результатом проекту став довідковий сайт та паперові видання, присвячені сучасному стану моди в Україні.

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Муха Гліб Андрійович

Зб / Звенигородська З.Р.

Роль у проекті

Арт-директор, дизайнер

Перелік основних обов'язків

Розробка айдентики проекту, розробка дизайну буклету, створення макету, авторський агляд за версткою та друком буклету.

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)

ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ Художник, арт-директор художніх проектів в сфері моди, графічний дизайнер
ОСВІТА Національна Академія образотворчого мистецтва та архітектури (2014-2018). Факультет образотворчого мистецтва; бакалавр. Учасник групових художніх виставок в Україні з 2011 року; в 2019 році - фіналіст «14th International ARC Salon», МЕАМ (Європейський музей сучасного мистецтва в Барселоні).

ДОСВІД: Книжка «In Progress. Дрес-код України доби Незалежності». – К.: #ArtHuss, 2019. Автор дизайн-концепції, графічний дизайнер, верстка. Книга на 336 сторінок, що присвячена новітній історії української моди, містить близько 400 світлин, а також аналітичні тексти.

Виставковий проект «Родинний альбом» (в співпраці з Благодійним фондом «DOFA fund») Автор дизайн-концепції, графічний дизайнер, обробка архізних світлин; травень 2018.

Проект «Fashion Directory of Ukraine» (за підтримки УКФ). - К.: #ArtHuss, 2020. Розробка загальної айдентики проекту для сайту та соцмереж. Автор дизайн-концепції паперового видання, графічний дизайнер, верстка. Книга на 196 сторінок, що присвячена довідковій інформації про сучасний стан моди України.

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Івченко Анастасія Сергіївна

Роль у проекті

Зб / Звенигородська З. Р.

PR-менеджер проекту

Перелік основних обов'язків

Створення і реалізація PR-стратегії проекту: складання медіа плану, підготовка презентацій, комунікація за пресою

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)

ОСВІТА: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка за спеціальністю «Звязки з громадськістю».

ДОСВІД: З 2014 до 2017 роки була співзасновницею та директором по комунікаціям українського бренду одягу для дому Sleeper. За три роки роботи добилася публікацій про бренд у таких світових виданнях як: NEW YORK TIMES, VOGUE USA, MARIE CLAIRE USA, REFINERY 29, MAN REPELLER, THE CUT, BRIDES, OBSERVER, WHO WHAT WEAR та ще десятків журналів та сайтів. У 2017 році продала свою частину бренда Sleeper та відкрила разом з колишнім PR-менеджером Helen Marlen Group Євгенією Скібіною власну агенцію по звязкам з громадськістю під назвою The Publik Kitchen. За два роки серед постійних клієнтів агенції з'явилися такі бренди як: H&M, Sisley Paris, TTSWTRS, Ksenia Schnaider, Goodwine, Facebook, Kiehl's, OCHI, AMG brand, 0711 Tbilisi, Lalo Cardigans, Bursa Hotel, The Coats by Katya Silchenko та інші. Для усіх цих імен The Publik Kitchen створюють стратегії просування на міжнародному ринку та забезпечують вихід регулярних публікацій у найкращих світових модних виданнях. Працює також з культурними проектами, зокрема в 2020 році виступила PR-менеджеркою проекту Fashion Directory of Ukraine (за підтримки УКФ), охоплення аудиторії якого сягнуло 7,1 млн осіб

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

фізична особа - підприємець

ПІБ члена команди

Ковальчук Галина Миколаївна

Роль у проекті

менеджерка проекту

Звенигородська Г.Р.

Перелік основних обов'язків

Домовленості та укладання угод з правовласниками світлин, організація Круглого столу та семінару

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)

Освіта:

1995-2000 Київський національний університет імені Тараса Шевченка
• Диплом спеціаліста з української мови і літератури та фольклористики

Досвід роботи:

Жовтень 2017 р. до нині – журнал «Фокус», оглядачка відділу «Суспільство»

Посадові обов'язки:

• Пишу авторські статті, роблю інтерв'ю, висвітлюючи різні сфери суспільного життя

Вересень 2016 р. – вересень 2017 р., онлайн-ресурс WoMo.ua, редактор

Посадові обов'язки:

• Робила переклади, інтерв'ю, редактувала новини, колонки, висвітлюючи теми гендерної рівності, ЛГБТ та різноманіття в українському суспільстві.

Березень 2013 р. – вересень 2016 р., журнал Revolution Ukraine, виконувачка обов'язків головного редактора

Посадові обов'язки:

• Формувала редакційну політику, писала та редактувала статті, робила інтерв'ю, присвячені темі механічних годинників

Січень 2010 р. – березень 2013 р., журнал «Власть денег», редактор

Посадові обов'язки:

• Завідувала рубрикою «Более того» про архітектуру, предметний дизайн, споживчі тренди, писала і редактувала тексти відповідної тематики

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

 / Зеня Івайлова З. Р.

Костенко Катерина Олександрівна

Роль у проекті
Асистентка проекту

Перелік основних обов'язків

Первісна взаємодія зі зверненнями власників та авторів світлин; передача матеріалів проекту співробітникам Медіаархіву Центру міської історії, SMM

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)

ОСВІТА

Києво-Могилянська академія
Магстр соцальної роботи (2018-2020 рр)
Бакалавр соцальної роботи (2014-2018 рр)
Закічила повний курс у школі "Базилік"

ДОСВІД РОБОТИ

PR менеджер в ГО "TBpeopleUkraine"
січень 2020 - квітень 2020

- написання публікацій та підготовка інфоприводів створення бази ЗМІ та комунікація
- підтримка та супровід ФБ сторінки органзації ,написання анонсів релізів, створення взуального супроводу

Координатор проекту "Тостер" в ГО "Доступно ЮА"
серпень 2019 - листопад 2019

- організація та участь у відрядженнях до мст України
- спілкування з ЗМІ у рзних мстах України
- комунікація з активістами та волонтерами
- підготовка заходів у ГО "Доступно ЮА"
- Форум Інклюзивност

Помчник кервника проекту в МГО "LHSI"

травень 2018 - серпень 2019

- комунікація з командою проекту
- ведення бази даних працівників які залучені до проекту

Зб /Звенигородська З.Р.

- написання офіційних листів та запитів
- проведення тендерів на закупівлю товарів

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа

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

фізична особа - підприємець

ПІБ члена команди

Філобокова Оксана Анатоліївна

Роль у проекті

бухгалтер

Перелік основних обов'язків

Координація фінансових питань, ведення фінансової документації та підготовка фінансової звітності

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)

Освіта:

1998-2004г. «Донецький національний технічний університет», спеціальність «Облік і аудит», ступінь - магістр (диплом з відзнакою)

Досвід роботи:

- Квітень 2017 року - даний час - самозайнята особа (ФОП). З 2015 року ведення бухгалтерського, податкового обліку і фінансової звітності перед донором - ГО «Студена», БО «БФ« Розтопи лід в серці », ГО« Союз ветеранів АТО Донбасу », ГО« Інститут гендерних програм », ГО« Смарт освіта », ГО "ЖВР", ФОП Малиш О.О. (проект УКФ), ФОП Єременко А.О (проект УКФ).

- Січень 2017 - липень 2017 ТОВ «Корпоратив альянс плюс», Головний бухгалтер

- Травень 2015 - вересень 2016 р ТОВ «ВП« Промкомплект », головний бухгалтер

- Березень 2012 - липень 2014 ТОВ «Хокейний клуб« Донбас», заступник головного бухгалтера

Компетенції:

Ведення бухгалтерського, податкового обліку, складання і здача

 / Земчуківська З.Р.

податкової, статистичної та фінансової звітності, фінансовий аналіз діяльності підприємства, ділянку ПДВ - податкові зобов'язання, податковий кредит, звітність по ПДВ, представлення інтересів підприємства в податкових органах, проведення звірок з контрагентами, моніторинг змін в податковому законодавстві, відновлення обліку на підприємстві, участь у зустрічних перевірках.

Сертифікат за програмою САР, член асоціації бухгалтерів України.

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

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

- Хтось з членів команди через особисті обставини може вийти з її складу раніше, ніж проект буде завершено. В такому разі буде оперативно знайдено іншу людину з аналогічними професійними навичками. Жоден з процесів в проекті не зав'язаний на унікальні, неповторні навички, знання та досвід.
- Певні члени команди можуть виходити з графіку виконання робіт. Для запобігання цьому розроблено робочий графік проекту, дотримання якого унеможливлює таку ситуацію.
- Однією з найбільш ризикованих зон проекту є семінар-презентація колекції в Центрі міської історії та Круглий стіл з дослідниками моди ти викладачами профільних ВНЗ України, адже сьогодні неможливо передбачити імовірний карантинний статус в країні в той час. На щастя, більшість членів команди має досвід проведення онлайн-західів та досвід переформатування офлайн-подій в онлайн формат в стислий час без втрати якості.
- Можливе недотримання термінів виконання робіт підрядниками або неможливість виконання завдання в повному обсязі. Через форс-мажорні обставини як от карантин, закриті кордони тощо видавництво може не дотриматись термінів друку буклету через брак паперу або неможливість контактів з типографією. Для мінімізації цього ризику було обрано видавництво ArtHuss, що розташовано в Києві та має власну типографію в одному приміщені з видавничим офісом.

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

- Один з головних зовнішніх ризиків, що може вплинути на реалізацію

Збіг /Звенигородська З. Р.

проекту - обмеження технічних можливостей людей, що захочуть взяти участь в проекті. В людини, що широко бажає надати світлину для колекції, може не бути можливості або доступу до сканеру, електронної пошти тощо. Це може бути сиріозною перешкодою в проєкті. Для мінімізації цього ризику в проекті запланована мережа волонтерів-симпатиків проекту, що мешкають в різних містах України як от Львів, Харків, Дніпро, Одеса, Маріуполь тощо. За потреби вони допоможуть учасникам проекту у вирішенні технічних проблем.

- Ще один важливий ризик - можливе небажання людей "підписувати папері". Долучення світлини з приватного архіву до колекції "Родинний альбом" на сайті Центру міської історії можливо лише після владнання нормативно-правових питань, тобто підписання офіційного договору. Ця насправді швидка та проста процедура для декого може здатися обтяжливою і навіть потенційно небезпечною. Мінімізувати цей ризик покликані менеджери проекту, в обов'язки яких входить комунікація з його потенційними учасниками, а також волонтери на місцях.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

1. Щотижневе перспективне планування та звіт про виконання поточного тижневого плана, корекція плана в разі потреби – для фотозйомок, написанню текстів та верстці.
2. Використання програми google analytics - для моніторинга плану комунікаційної компанії та охоплення аудиторії.
3. Сервіс відстеження поштових відправлень (трекінг) Укрпошти – для моніторингу плану персональної розсилки та отримання примірників буклету проекту адресатами.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

7

Кількість жінок у команді проекту

6

Кількість людей віком від 17 до 34

3

Кількість людей віком від 35 до 50

 / Зеня Чубко З. Р.

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

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?

36 / Звеничуківське - З. Р.

важко відповісти

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

Так

Декларація добroчесності

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 осбистих 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 відповіальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Так

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

Так

Зб / Звенигородська З.Р.

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 «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, грошу 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

Підпис

Дата заповнення

Звичаючий З.Р.

ЗР

Грантоотримувач:

ЗР

**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ УКРБІ-27721
від "22 лютого" 2021 року

Назва інноваційний культурний продукт
Назва Мода і дизайн!

Назва ФОП Звиняцьківська Зоя Романівна

Назва Родинний альбом

Дата початку проекту: червень 2021

Дата завершення проекту: жовтень 2021

І чи ІІІ квартал	Об'єкт фінансування	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ			
1.	Український культурний фонд	601 418,00 100,00%	601 418,00
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 дононрів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.4.	Кошти інших дононрів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.5.	Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
Рейнвестиції (дохід отриманий від реалізації			
3.	книг, квітків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проекту)	0,00%	0,00
Всього по розділу I "Надходження"		100,00%	601 418,00

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

Фізична особа-підприємець _____
(поділля) _____
Ім'я: Звініцьківська Зоя Романівна
(підпис, печатка)

Звініцьківська Зоя Романівна
(підпис)

Кошторис витрат проекту
 Назва заявника: ФОП Земляцьківська Зоя Романівна
 Назва проекту: Родинний альбом
 Дата початку проекту: червень 2021
 Дата завершення проекту: жовтень 2021

Розділ:	Стаття:	№	Найменування витрат	Витрати за рахунок траншу УКФ			Витрати за рахунок співфінансування			Витрати за рахунок рівнвестції			Загальна сума витрат по проекту, грн. (=7+10+13)	Обґрунтування та деталізація витрат (колонка обов'язкова для заповнення)		
				Одиниця вимірювання	Планові витрати відповідно до заявки	Планові витрати відповідно до заявки	Планові витрати відповідно до заявки	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=5*6)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=11*12)			
4	1	2		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Розділ: II ВИТРАТИ:																
Стаття:	1		Винагорода членам команди проекту													
Підстатя:	1.1		Оплата праці і штатних працівників організації-заявника (після усунення премії)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	1.1.1		Повне ПІБ, посада (роль) у проекті	місців				0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.1.2		Повне ПІБ, посада (роль у проекті)	місців				0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.1.3		Повне ПІБ, посада (роль у проекті)	місців				0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	
Підстатя:	1.2		За трудовими договарами	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	1.2.1		Повне ПІБ, посада (роль у проекті)	місців				0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.2.2		Повне ПІБ, посада (роль у проекті)	місців				0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.2.3		Повне ПІБ, посада (роль у проекті)	місців				0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	
Підстатя:	1.3		За договорами ЦПХ	12,00	136 900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	136 900,00	49 750,00	
Пункт:	1.3.1		Розпушка Марія Василівна, координатор проекту.	місців	5,00	9 950,00	49 750,00		0,00		0,00		0,00	0,00	49 750,00	
Пункт:	1.3.2		Ковалецьчук Галина Миколаївна, менеджерка проекту.	місців	5,00	12 450,00	62 250,00		0,00		0,00		0,00	0,00	62 250,00	
Пункт:	1.3.3		Муха Ілія, арт-директор, дизайнер проекту.	місців	2,00	12 450,00	24 900,00		0,00		0,00		0,00	0,00	24 900,00	
Січчя:	1.4		Соціальні внески з оплати праці (нарахування єУБ)		136 900,00	0,00	0,00	30 118,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30 118,00		
Пункт:	1.4.1		Штатні працівники		0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	1.4.2		За строковими трудовими договорами		0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	1.4.3		За договорами ЦПХ		136 900,00	0,22	30 118,00	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	30 118,00		
Підстатя:	1.5		За договорами з філ		17,00	205 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	205 000,00		

3. Р.
Богданівський

Пункт:	1.5.1	ФОП Звінницькької Зоя Романівна, керівниця проекту.	місяців	5,00	15 000,00	75 000,00	0,00	0,00	75 000,00	Координування і модераторія наповнення копіекій, укладання булете у, написання текстів для спорту, підготовка звіту
Пункт:	1.5.2	ФОП Костенко Катерина Олеськівна, асистентка проекту.	місяців	5,00	8 000,00	40 000,00	0,00	0,00	40 000,00	Гербіска замоводя за зверненнями власників та авторів сайтик, переведання матеріалів проекту співорубіжника Медіаархіву Центру міської історії
Пункт:	1.5.3	ФОП Філобокова Оксана Анатоліївна, бухгалтер проекту.	місяців	5,00	10 000,00	50 000,00	0,00	0,00	50 000,00	Координування фінансових питань, ведення фінансової документації та підготовка фінансової звітності
Пункт:	1.5.4	ФОП Іщенко Анастасія Сергіївна, пар-менеджер проекту.	місяців	2,00	20 000,00	40 000,00	0,00	0,00	40 000,00	Складання медіа плану, підготовка презентацій, комунікація з пресою
Всього по статті 1 "Вигодорода членам команди".					372 018,00	372 018,00			0,00	372 018,00
Стаття:	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)								
Підстатя:	2.1	Вартисть проїзду (для штатних працівників)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.1.1	Вартість квитків (з дегідатацією маршруту і правильном відрядженію особи)	шт.			0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.1.2	Вартість квитків (з дегідатацією маршруту і правильном відрядженію особи)	шт.			0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.1.3	Вартість квитків (з дегідатацією маршруту і правильном відрядженію особи)	шт.			0,00		0,00		0,00
Підстатя:	2.2	Вартисть проживання (для штатних працівників)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.2.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженії особи)	добра			0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.2.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженії особи)	добра			0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.2.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженії особи)	добра			0,00		0,00		0,00
Підстатя:	2.3	Дрібозі (для штатних працівників)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.3.1	Дрібозі, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	добра			0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.3.2	Дрібозі, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	добра			0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.3.3	Дрібозі, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	добра			0,00		0,00		0,00
Всього по статті 2 "Витратами пов'язані з відрядженнями".				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Стаття:	3	Обладнання і нематеріальні активи								
Підстатя:	3.1	Обладнання, інструменти, інші предмети, які необхідні для використання їх при реалізації проекту зразмоопримувача		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	3.1.1	Найменування обладнання (з деталізацією технічних хадаків та ін.)	шт.			0,00		0,00		0,00
Пункт:	3.1.2	Найменування інструменту (з деталізацією технічних хадаків та ін.)	шт			0,00		0,00		0,00
Пункт:	3.1.3	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних хадаків та ін.)	шт			0,00		0,00		0,00
Підстатя:	3.2	Нематеріальні активи, які необхідні до прибуткової ефективності				0,00		0,00		0,00
Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)	послуга			0,00		0,00		0,00

Наповнювачі вимогами за пачиними главами УКП

Більшість

З. Р.

Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи	поступа										
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи":													
Стаття:	4	Витрати пов'язані з орендуваною											
Підстаття:	4.1	Оренда промисловеного обладнання	0,00										
Пункт:	4.1.1	Адреса орендованого промисловня, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)		0,00								
Пункт:	4.1.2	Адреса орендованого промисловня, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)		0,00								
Пункт:	4.1.3	Адреса орендованого промисловня, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)		0,00								
Підстаття:	4.2	Оренда техніки, обладнання та неприміщимету	0,00										
Пункт:	4.2.1	Найменування інвентарної та обладнання (з дотриманням нормативів характеристики)	шт. (діб)		0,00								
Пункт.	4.2.2	Найменування обладнання (з дотриманням нормативів характеристики)	шт. (діб)		0,00								
Пункт:	4.2.3	Найменування інструменту (з дотриманням нормативів характеристики)	шт. (діб)		0,00								
Підстаття:	4.3	Оренда транспорту	0,00										
Пункт:	4.3.1	Оренда легкового автомобіля (з зазначенням кількості, кілометражу, кількості годин)	км (годин)		0,00								
Пункт:	4.3.2	Оренда вантажного автомобіля (з зазначенням кількості, кілометражу, кількості годин)	км (годин)		0,00								
Пункт:	4.3.3	Оренда автобуса (з зазначенням кількості, кілометражу, кількості годин)	км (годин)		0,00								
Підстаття:	4.4	Оренда сучасно-гостинових засобів	0,00										
Пункт:	4.4.1	Найменування (з дотриманням нормативів характеристики)	шт.		0,00								
Пункт:	4.4.2	Найменування (з дотриманням нормативів характеристики)	шт.		0,00								
Пункт:	4.4.3	Найменування (з дотриманням нормативів характеристики)	шт.		0,00								
Підстаття:	4.5	Інші обсяги оренди	0,00										
Пункт:	4.5.1	Найменування (з дотриманням нормативів характеристики)	шт.		0,00								
Пункт:	4.5.2	Найменування (з дотриманням нормативів характеристики)	шт.		0,00								
Пункт:	4.5.3	Найменування (з дотриманням нормативів характеристики)	шт.		0,00								
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":													
Стаття:	5	Витрати учасників проску, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду											
Підстаття:	5.1	Послуги з харчування		0,00									
Пункт:	5.1.1	Послуги з харчування (спіданий/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.		0,00								
Пункт:	5.1.2	Послуги з харчування (спіданий/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.		0,00								

Б/с /Звенигородсько 31.Р.

Пункт:	5.1.3	Поступи з харчуванням (спіданою/обід/вечері/кава-брейк)	учасн.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття:	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (з дегалізацією мавітургу і пріавішем осбби, що відроджуються)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.2.2	Вартість квитків (з дегалізацією мавітургу і пріавішем осбби, що відроджуються)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.2.3	Вартість квитків (з дегалізацією мавітургу і пріавішем осбби, що відроджуються)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття:	5.3	Витрати на проживання учасників заходів		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.3.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженого та/аби)	добра	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.3.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженого осбби)	добра	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.3.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженого та/аби)	добра	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 5 "Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту/та не отримують оплату праці та/або стипендію"				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Статя:	6	Матеріальні витрати								
Підстаття:	6.1	Основні матеріали та сировина		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.1.1	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.1.2	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.1.3	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Статя:	6.2	Носії, накопичувачі		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.2.1	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.2.2	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.2.3	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Статя:	6.3	Інші матеріальні витрати		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.3.2	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.3.3	Найменування	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати".				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Статя:	7	Поліграфічні послуги								
Пункт:	7.1	Виготовлення макетів	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	7.2	Нанесення логотипів	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

З.Р. / Звенигородський

Пункт:	7.4	Друк булетінів	шт.	300,00	150,00	45 000,00	0,00	0,00	45 000,00	Бюджет обсягом до 100 сторінок. Буде бажаною розподілуватись серед людей, що надали світички для проекту (розсилка за рахунок отримувача), більшість та спеціалізованих вищі. Також передбачається іменна розсилка учасникам семінарів та круглого столу (відповідні витрати відображені в калькуляції)
Пункт:	7.5	Друк листівок	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	7.6	Друк плакатів	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	7.7	Друк банерів	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	7.9	Поступи копірайтера	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	7.10	Інші підприємчі постуї	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договорами ЦТХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Поліграфічні послуги"		0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":				300,00	150,00	45 000,00	0,00	0,00	45 000,00	
Стаття:	8	Видавничі послуги								
Пункт:	8.1	Поступи літературного редактора	сторінка	120,00	85,00	10 200,00	0,00	0,00	10 200,00	Літературне редагування та коректура описів сігнін в колекції "Родинний альбом", а також текстів буклету
Пункт:	8.2	Поступи верстки	сторінка	100,00	120,00	12 000,00	0,00	0,00	12 000,00	Внесення текстів та світлин в дизайн-макет, коректури
Пункт:	8.3	Друк книг	екземпляр			0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	8.4	Друк журналів	екземпляр			0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	8.5	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр			0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами ЦТХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Видавничі послуги"		0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":				220,00	150,00	22 200,00	0,00	0,00	22 200,00	
Стаття:	9	Послуги з просування								
Пункт:	9.1	Фотографізація				0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	9.2	Відеофіксація				0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	9.3	Рекламні витрати	місяців	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	9.4	ВІММ, ВО (ВЕО)	місяців	5,00	8 000,00	40 000,00	0,00	0,00	40 000,00	Регулярне розміщення інформації в тематичних українських групах в соцмережах, де публікуються родинні сайтички (не менше 15 груп)
Пункт:	9.5	Таргетинг	місяців	4,00	7 450,00	29 800,00	0,00	0,00	29 800,00	4 подачі таргетованих рекламних постів про проект і можливість надати до нового сайтінни 3 видовідним контентами та поясненням в соціальні мережі фейсбук

343 / Земельський № 5. Р.

Пункт:	9.6	ФБ-реклама	місяців	4,00	2 000,00	8 000,00			0,00						8 000,00	4 рекламні оповіщення про проект і можливість надати до нього сайткині з відповідними контактами та посвідченням в соціальній мережі фейсбуку.
Пункт:	9.7	Проведення семінару про історію моди та архівні матеріали	постуга	1,00	10 000,00	10 000,00			0,00						10 000,00	Організаційна робота, проведення співробітниками Центру міської історії: запрошення учасників, складання та поширення програм, координація учасників, технічне налагодження онлайн- семінару, запис та збереження матеріалів семінару.
Пункт:	9.8	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЕСБ) розподілу "Послуги з пропаганди"		0,22	0,00		0,22	0,00	0,22	0,00				0,00	0,00	
Всього по статті 9 "Послуги з пропаганди":		14,00			87 800,00	0,00		0,00	0,00					87 800,00		
Стаття:	10	Створення web-ресурсу												0,00	0,00	
Пункт:	10.1	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву поступу відповідно до технічного завдання)												0,00	0,00	
Пункт:	10.2	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву поступу відповідно до технічного завдання)												0,00	0,00	
Пункт:	10.3	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву поступу 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 (ЕСБ) розподілу "Створення web-ресурсу"												0,22	0,00	
Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу":		0,00			0,00	0,00		0,00	0,00					0,00	0,00	
Стаття:	11	Прибирання методичників, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електроннихносіях інформації												0,00	0,00	
Пункт:	11.1	Найменування методичників, навчальних, індормаційних матеріалів	шт.											0,00	0,00	
Пункт:	11.2	Найменування методичників, навчальних, індормаційних матеріалів	шт.											0,00	0,00	
Всього по статті 11 "Прибирання методичників, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електроннихносіях інформації":		0,00			0,00	0,00		0,00	0,00					0,00	0,00	
Стаття:	12	Поступи з перекладу												0,00	0,00	
Пункт:	12.1	Усний переклад (синхронний/постільовий, з якот на яку нову)	година											0,00	0,00	
Пункт:	12.2	Літературний переклад з української мови на англійську мову	сторінка	120,00	240,00	28 800,00								0,00	28 800,00	
Пункт:	12.3	Редагування письмового перекладу	сторінка											0,00	0,00	
Пункт:	12.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЕСБ) розподілу "Переклад з перекладу"												0,22	0,00	
Всього по статті 12 "Послуги з перекладу":		120,00			28 800,00	0,00		0,00	0,00					28 800,00	0,00	
Стаття:	13	Інші прямі витрати												0,00	28 000,00	
Підстатя:	13.2	Адміністративні витрати		4,00		28 000,00	0,00							0,00	28 000,00	
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські поступи	місяців											0,00	0,00	
Пункт:	13.1.2	Юридичні поступи, координація юридичних питань, підготовка типових договорів з командою проекту та підрядниками	місяців	4,00	7 000,00	28 000,00								0,00	28 000,00	

З. Р.

З. Р.

Пункт:	13.1.3	Соціальні внески за договорами ЦІХ з підрядниками (ССВ) родину "Адміністративні витрати"		0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00
Підпункт:	13.2	Послуги комітетного обробки, монтажу, зведення	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.2.1	Зазначені конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт.	13.2.2	Зазначені конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.2.3	Зважити наше із назву послуги відповідно до технічного завдання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.2.4	Соціальні внески за договорами ЦІХ з підрядниками (ССВ) родину "Паспорти комп'ютерної обробки, монтажу, зведення"	0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00
Підпункт:	13.3	Розрахуни на послуги страхування	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.3.1	Вказати предмет страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.3.2	Вказати предмет страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт	13.3.3	Доказати предмет страхування		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підпункт:	13.4	Інші прямі витрати	26,00	0,00	17 600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17 600,00	0,00
Пункт:	13.4.1	Поступі інтернет-провайдера (екзаати період надання послуг)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.4.2	Банківська комісія за переказ (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.4.3	Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)	5,00	200,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00
Пункт:	13.4.4	Інші послуги банку (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.4.5	Інші прямі витрати - консультації і технічна допомога при проведенні проекту	1,00	15 000,00	15 000,00	0,00	0,00	0,00	15 000,00	0,00	0,00
Пункт:	13.4.6	Інші прямі витрати - послуги з поштової відправки булетей	20,00	80,00	1 600,00	0,00	0,00	0,00	1 600,00	0,00	0,00
Пункт:	13.4.7	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид витрат)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт	13.4.8	Соціальні витрати за категоріями [1] з підзаголовками	30,00	45 600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	45 600,00	0,00	0,00
	Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":			601 418,00		0,00		0,00	601 418,00		0,00
	РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОСТОРУ			0,00		0,00		0,00	0,00		0,00

Фізична особа-підприємець
(посада)

Звінницька Зоя Романівна
(ІМІ)

36-2

(ім'я, по-літам)