ДОГОВІР № 4NORD11-00101
про надання гранту

м. Київ «30» червня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Громадська організація "Культурна агенція А" (далі – Грантоотримувач), в особі Голови організації Ханбабаєвої Аліни Забіловни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «НАВЗАЄМ» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

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

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

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

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 949 500 грн. 00 коп. (дев`ятсот сорок дев`ять тисяч п`ятсот гривень 00 копійок) без ПДВ.

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

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

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

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проєкту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантоотримувач зобов'язується:

1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;

2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);

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

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

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

1) надавати організаційно-методичну допомогу 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 Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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

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

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

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

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:
Проектний відділ Українського культурного фонду
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12
+38 044 504-22-66
programa.nord@ucf.in.ua
2) контактна особа Грантоотримувача:
Лазаренко Тамара Анатоліївна;

7. Грантоотримувач вживає всіх необхідних заходів для запобігання випадкам, коли неупереджене та справедливе здійснення цього Договору конфліктує з особистими інтересами (інтересами членів родини), інтересами економічного характеру чи будь-якими іншими подібними інтересами (далі – Конфлікт інтересів).

8. Про будь-який випадок, що містить або може призвести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

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

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

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

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

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд	**Грантоотримувач**
Український культурний фонд	Громадська організація "Культурна агенція А"
Юридична адреса: 01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19 Адреса для листування: 01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12 ЄДРПОУ: 41436842 Банківські реквізити: Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві Р/р: UA608201720343110001000000458 Тел.: +38 (044) 504-22-66	Юридична адреса: 61072, місто Харків, пр.Науки, буд. 52-А, кв. 2 Адреса для листування: 61072, місто Харків, пр.Науки, буд. 52-А, кв. 2 ЄДРПОУ: 41405903 Банківські реквізити: Назва банку/філії: АТ "ОТП БАНК" Р/р: UA443005280000026002000008477 Тел.: +380 97 893 60 99
Виконавчий директор	Голова організації
_____ В.Г. Берковський м.п.	_____ А.З. Ханбабаєва м.п.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4NORD11-00101

від «30» червня 2021р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти

Лот: ЛОТ 1. Освітні програми

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4NORD11-00101

Назва проекту: НАВЗАЄМ

Візитна картка

Назва проекту
НАВЗАЄМ

Назва проекту англійською мовою
NAVZAEM

Географія реалізації проекту

Населений пункт
Україна

Початок проекту
06.2021

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2021-10-30

Тривалість проекту в місяцях
5

Пріоритетний сектор
культурні та креативні індустрії

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» № 41405903 Україна Харківська область Місто Харків

Формат проекту
онлайн

Основний продукт
Освітня програма

Ключові слова за напрямами
креативне підприємництво
неформальна/інформальна освіта

Конкурсна програма
Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти

Лот
ЛОТ 1. Освітні програми

Тип проекту
Індивідуальний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Лазаренко Тамара Анатоліївна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
координаторка проєкту

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект
НАВЗАЄМ — онлайн-екосистема для вільного обміну знаннями між представниками культурних та креативних індустрій за методологією мережевого навчання. Наш проєкт — людиноцентричний освітній ресурс й ком'юніті для професіоналів. Платформа просуває ідею особистісного

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Міськрада * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» * Код 41145

розвитку та обміну знаннями у форматі peer-2-peer (від людини до людини) шляхом створення відкритої "живої" бази користувацьких знань й інтеграції моделі колаборативного навчання. Платформа фокусується на темі менеджменту культурних й креативних ініціатив та побудована за принципом поєднання профайлів користувачів згідно освітніх запитів. НАВЗАЄМ створює циркуляцію знань та навичок в спільноті, які потрібні менеджерам вже сьогодні. Метою проєкту є створення екосистеми для обміну знаннями від людини до людини, інтеграція її у культурний та креативний сектор й сприяння міждисциплінарним колабораціям. Результатами є створення онлайн-спільноти для обміну знаннями. Інструментами є: онлайн-платформа з системою метчингу, телеграм-канал для ком'юніті-навчання, лендінг з текстовою гайд-інструкцією щодо самонавчання й застосування peer-2-peer в щоденній роботі.

Коротка інформація про проект англійською мовою

NAVZAEM is an online-ecosystem created for free knowledge exchange. It is created using methodology of network education for cultural and creative sector activists. This platform is created for those who deliver practical experience and self-educate themselves while teaching others. The project is a tinder for clever, human-centered educational hub and community of professionals. The platform promotes the idea of personal development and knowledge sharing using peer-2-peer format. NAVZAEM hub creates an open live base of users' knowledge and an integrated model of collaborative education. The platform's focus topic is management of cultural and creative initiatives. Main platforms' mechanism is matching users' profiles according to their educational demands. NAVZAEM stimulates circulation of the most needed and actual knowledge and habits inside the community of creative managers. The aims of the project are creation of p2p knowledge exchange ecosystem and its integration into creative sector for the sake of interdisciplinary collaborations strengthening and sustainability. The result is a sustainable online community of knowledge exchangers. Main tools are online matching platform and educational telegram channel, text and video guide for self-education and p2p techniques.

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

949500

Загальний бюджет проекту

949500

Сума співфінансування

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ Я» № 42405903 Україна Харківська область м. Харків

0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції
0

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

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

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника
Громадська організація "Культурна агенція А"

Повне найменування організації-заявника англійською мовою
NGO "CULTURAL AGENCY A"

Код ЄДРПОУ
41405903

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі
Реєстраційний номер справи: 1_480_073582_28 код 58534084411

Організаційно-правова форма
Громадська організація або об'єднання

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТ-у
94.99. Діяльність інших громадських організацій, н.в.і.у.

Голова організації
Хамбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Місто Харків * 41405903
Громадська організація КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А

Дата реєстрації організації
2017-06-19

Юридична адреса організації
61072, ХАРКІВСЬКА ОБЛ., МІСТО ХАРКІВ, ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ РАЙОН, ПРОСПЕКТ НАУКИ, БУДИНОК 52-А, КВАРТИРА

Поштова адреса організації
61072, ХАРКІВСЬКА ОБЛ., МІСТО ХАРКІВ, ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ РАЙОН, ПРОСПЕКТ НАУКИ, БУДИНОК 52-А, КВАРТИРА

Область (відповідно до юридичної адреси)
Харківська

Тип населеного пункту
Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)
Харків

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах
http://agencya.org/

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Ханбабаєва Аліна Забіловна

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

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Місто Харків * 41405903 * Громадська організація КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-заявника із вказанням громадянства
Кінцевий бенефіціарний власник відсутній

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

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

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту
В розпорядженні наявні такі ресурси: офісне приміщення, обладнання для лекцій та воркшопів: стільці, складані столи, екран для проектору, гарнітури для ведення онлайн-заходів, комплект акустичного обладнання: колонки, мікрофони, мікшерський пульт. Корпоративний інтернет та телефон.

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

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

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

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?
Ні

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

Проект
"PLAN B – 2017" Фестиваль соціальних інновацій та нової музики - «Зміцнення громадської довіри » (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) - 3,927,377 грн. https://www.facebook.com/watch/?v=827307894119008

Голова організації
Ханбабаєва А.Э.

Україна * Харківська * Харків
Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»

Проект
"День музики у Харкові" 2018 - Меценатська допомога 50 000 грн. та власні внески організаторів 80 000 грн. Грантова допомога: «Зміцнення громадської довіри» (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) 82,302 грн. https://www.youtube.com/watch?v=BLBEBKnbrGE

Проект
"Нові Дні музики 2018" - фестивалі "День музики" у містах Донецької області (Костянтинівка, Краматорськ, Покровськ) - «Зміцнення громадської довіри» (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) 1 084 034 грн. https://lb.ua/culture/2018/10/16/410016_etot_gorod_moy_abo_chi_mozhe.html?fbclid=IwAR12LzAEf6mArc24CHWhzRBQfx1wNJuNZZRjdreu_xzRhJg8x0DAO1BPU-U

Проект
День музики у Харкові 2019 - Грант: програма «Зміцнення громадської довіри » (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) 1 687 081грн; Краудфандинг на платформі Bigggidea 100 000. Суму було подвоєно Міжнародним фондом "Відродження" на 100 000грн. https://www.youtube.com/watch?v=T_csKEK-Fqg

Проект
Plan B – 2018/19 - програма «Зміцнення громадської довіри» (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) 4 897 485грн.

Проект
"На карантині з планом Б" квітень-червень 2020 -Грант: програма «Зміцнення громадської довіри» (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) – 1 832 122,00 грн https://planbfest.com/quarantine https://www.facebook.com/plan2bfest/posts/1447768142072977

Проект
Plan B – 2020 - програма «Зміцнення громадської довіри» (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) – 4 828 458,00 грн та проектом USAID DG-East 2 519 274, 00 грн https://planbfest.com/

Детальний опис проекту

Голова організації
Ханбабаєва А. З.

Україна Харківська область
Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»
41405903

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

Проєкт НАВЗАЄМ пропонує нову культуру обміну знаннями у зручний спосіб з елементами двостороннього наставництва. На Платформі користувачі можуть звертатися один до одного за роз'ясненнями, за критикою, за консультацією і, таким чином, стимулювати себе й інших на здійснення інтелектуальних зусиль. По-перше, онлайн та офлайн системи освіти переживають кризу. Це ще раз підтвердили часи пандемії й карантину зокрема. Нижче ми перераховуємо глобальні проблеми освіти, які стосуються як локального, так й глобального контексту, а особливо нестійкого культурного сектору.

1. Сучасна система освіти не встигає за змінами середовища і потребами людей в безперервному навчанні.
2. Офлайн-навчання — дороге, вимагає багато часу, складно перевірити ефективність.
3. Онлайн-навчання та самостійне навчання вимагають високої мотивації.
4. Менторство та індивідуальне навчання — доля обраних в Україні, висока вартість через зірковість та досвідченість експертів.
5. Складність самостійної оцінки власного досвіду та формування траєкторії навчання.
6. Велика кількість неякісної онлайн-освіти, через що накопичується недовіра до неформального навчання та зниження рівня мотивації. Компанії рідко наймають фахівців 35 — 45 років. Якщо фахівець змінює кар'єру, йому немає де практикуватись.
7. Компаніям потрібні міждисциплінарні фахівці, але навчати їх немає часу.
8. Мінімальна культура peer-2-peer в компаніях, співробітник потрапляє у так званий "басейн", де зі складнощами навчання й браком знань має впоратись самостійно.

По-друге, малий та середній бізнес, особливо в сфері культурних та креативних сфер, відчуває фінансову й кадрову кризу. Спеціалісти сфери вимушені в екстра-режимі шукати нові території для заробітку, перенавчатись й здійснювати кар'єрний поворот. Під впливом пандемії креативні підприємці скоротили штат фахівців й через економію зарплатного фонду втратили можливість делегувати деякі завдання. Це запустило нову хвилю самонавчання та надолуження компетенцій й навичок, яких не вистачає для виконання операційних тасків. Брак часу та коштів, невміння навчатись та низький рівень самомотивації не дає можливості цим цільовим групам ефективно й структуровано здобувати необхідні знання швидко і системно.

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ Х» Україна Харківська область м. Харків № 14003

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

1. Платформа сприяє розвитку освітніх ініціатив, впровадженню інновацій, цифрових технологій та діджиталізації у сфері культури. Проєкт НАВЗАЄМ є діджитал-платформою, яка популяризує онлайн-навчання та альтернативні засоби здобуття навичок та розвитку компетенцій. Продукти Платформи впроваджують інноваційну методологію освіти в онлайн-середовищі та прищеплюють культуру обміну знаннями всередині вмотивованого ком'юніті.
2. НАВЗАЄМ сприяє створенню конкурентоспроможного культурного продукту та професійному становленню митців. Платформа покликана розвивати компетенції й навички менеджерів культурного продукту, що, в свою чергу, підвищує якість та рівень проєктів в КК-секторі. На платформі користувач сам обирає траєкторію свого розвитку й skill set під робочий поточний проєкт чи роботодавця, тобто фахівець вибудовує власну систему нетворкінгу й підвищує свою конкурентоспроможність на ринку праці.
3. НАВЗАЄМ сприяє міжкультурному діалогу та підтримує культурне розмаїття. Платформа здатна охоплювати широкі аудиторії й має перспективи масштабування. тож присутність на українському ринку — це тільки перша стадія проєкту. Через три роки після роботи в Україні, можливе подальше мультиплікування робочої моделі, а користуватись здобутками Платформи зможуть й фахівці з інших країн. Такий нетворкінг привнесе в екосистему НАВЗАЄМ міжнародний досвід, колаборативну складову, міжкультурну компоненту й доступ до спеціалістів світового рівня.
4. НАВЗАЄМ розвиває кроссекторальні партнерства. На Платформі представлено фахівців різних галузей, користувачі мають неповторюваний набір компетенцій, знань, навичок, кут кругозору й менеджерського досвіду. Процес обміну на Платформі завжди має унікальний результат, а фактор несчікуваних колаборацій на навчальних сесіях може привносити у культурні проєкти нову траєкторію розвитку й додаткову експертизу.

4. НАВЗАЄМ розвиває кроссекторальні партнерства. На Платформі представлено фахівців різних галузей, користувачі мають неповторюваний набір компетенцій, знань, навичок, кут кругозору й менеджерського досвіду. Процес обміну на Платформі завжди має унікальний результат, а фактор неочікуваних колаборацій на навчальних сесіях може привносити у культурні проєкти нову траєкторію розвитку й додаткову експертизу.

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

Голова організації
Хамбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» * Місто Харків * № 14456903

діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)
"Культурна агенція А" — це громадська організація метою якої є проведення освітньої, культурної та просвітницької діяльності задля сприяння становленню та розвитку громадянського суспільства, пропагування демократичних цінностей через мистецтво, культуру та соціальні інновації. Долучення України до світового культурного процесу через активну політику мережування та міжнародного партнерства. Соціальні інновації, мережування, колаборації, нетворкінг та освіта, розвиток та підприємництво — пріоритетні напрямки, в яких працює організація. Головним культурним продуктом організації є фестиваль соціальних інновацій та нової музики "Plan B" (2017 — 2020). Фестиваль має такі освітні складові як конференція Plan B Day з лекціями, воркшопами, дискусіями професіоналів культурного й креативного сектору та Idea Boot Camp — майстерня, на якій соціальні підприємці та молоді змінотворці зі всієї країни отримують менторські консультації щодо покращення власних проєктів, прокачують свої менеджерські навички та знаходять потрібні партнерства для посилення організацій. Для "Культурної агенції А" дуже важливий фактор нетворкінгу й метчингу спеціалістів з різних куточків України, з унікальним досвідом та компетенціями. Від таких колаборацій народжуються нові ідеї, масштабуються важливі проєкти та створюється екосистема циркуляції знань. Минулого року наша організація провела два онлайн-фестивалі. Головним інсайтом було те, що нашій аудиторії не вистачає того самого нетворкінгу й обміну досвідом, за яким на фестиваль приїжджали культурні активісти зі всієї України. Ми вирішили знайти засіб, як утримувати спільноту навколо бренду фестивалю та розширити аудиторію й стати корисними більш широкому колу. Тому проєкт НАВЗАЄМ є логічним продовженням діяльності Агенції, яка використовує освітні заходи як інструмент налагодження діалогу та впровадження позитивних змін у суспільстві.

Чому проект є унікальним?
Якщо формат up-bottom навчання в форматі тьютор/ ментор і студент широко представлений на ринку різними організаціями та платформами, то IT-based рішення для горизонтальних навчальних форматів відчувають ряд критичних складнощів, одна з яких — відсутність культури обміну в країнах, що розвиваються. До таких форматів відносяться підходи p2p, learning community і т.д., і такі підходи часто кастомізованих рішень, які передбачають індивідуальні навчальні маршрути. Унікальність НАВЗАЄМ в тому, що така екосистема забезпечує всім бажаючим доступ до наявних ресурсів в будь-який час незалежно від віку та місця проживання, підтримує тих, хто хоче поділитися своїми знаннями, в пошуку тих, хто хоче в них

Голова організації
Хамбабаєва А.З.

Україна * Харківська * Харків * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» № 1759

навчитися; надає будь-кому можливість публікувати, представляти на обговорення громадськості результати свого навчання. Крім того, проєкт НАВЗАЄМ спрямований не тільки на роботу з Продуктом, а й на допомогу культурним змінам в Україні. Платформа допоможе користувачам швидко адаптуватися під час та після кризи, працевлаштуватися, справлятися з новими для них завданнями та підвищувати свою кваліфікацію. Екосистема проєкту розвиває кероване лідерство, прокачує системне мислення та комунікативні навички, розширює професійне та ментальне коло спілкування, дозволяє конструювати власну кар'єру та навчатись протягом життя. Це комплексне рішення, що має на меті зробити обмін знаннями звичною практикою вирішення конкретних менеджерських задач тут і зараз, в зручному онлайн-режимі й стати невідкладною допомогою у здобутті необхідних навичок у короткостроковій або довгостроковій перспективі. Екосистема освітньої платформи має чотири складових:

1. Веб-ресурс із профайлами спеціалістів культурної та креативної індустрії. Резюме містить опис компетенцій та навичок користувача (чому можу навчити) й запит щодо необхідних знань (чому хочу навчитись). Профайл заповнює сам користувач. Інтерактивна система метчить (підбирає) фахівців під конкретний запит користувача. Таким чином користувач може підібрати для себе персонального ментора, стати ментором іншим й навчатись у малих групах за інтересами.

2. Інструкції для peer-2-peer сесій. Для проведення навчальних сесій на Платформі доступний текстовий гайд з ілюстраціями щодо самонавчання, саморозвитку, систематизації знань та передачі навичок іншим, розвитку менторських якостей й м'яких навичок (комунікації, вміння презентації, креативне й системне мислення, емоційний інтелект тощо). Методологія міститься у відкритому доступі й може застосовуватись в організаціях, окремими відділами, ОТГ, креативними ком'юніті, неформальними культурними об'єднаннями та інституціями.

2. Телеграм-чат. Для сталості освітньої спільноти та живого спілкування створено чат. В спільноті можна знайти ментора, популяризувати власну експертизу, домовлятись про онлайн-сесії й ділитись корисними ресурсами для здобуття тих чи інших менеджерських навичок.

Чому проект є інноваційним?

Peer-to-peer («рівний до рівного») — мережеве навчання, яке засновано на ідеях «горизонтальної» (або «децентралізованої») навчальної діяльності та взаємного навчання (моделлю «рівний до рівного»). На відміну від

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська обл. * м. Харків * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ» * № 41409005

класичної системи з обов'язковою наявністю педагога або фасилітатора, p2p орієнтований на створення навчального контексту, а також оптимальних умов для навчання і самонавчання. В європейському освітньому контексті цей підхід розглядається як перспективна область теоретичних та практичних розробок, яка здатна змінити підходи до фахової та корпоративної освіти. У спільнотах Peer-to-peer використовується принцип «керованої» комунікації за допомогою використання методик (в тому числі на основі мережевих технологій), які вимагають активної самостійної роботи та взаємодії учнів. Найпотужнішою існуючою моделлю в схожій парадигмі є Платформа Силіконової Долини, 42: https://www.42.us.org /, проте вона є дуже вузько спеціалізованою та має ряд істотних обмежень в аудиторії й операційної діяльності. Також ми розглядаємо досвід різних освітніх та менторинг-платформ, суто комерційних або неприбуткових, таких як https://peer2peereducation.com/ , https://www.teachme.com/ , https://www.platchq.com/ , https://preply.com/ , https://shapr.co/ , https://www.merezha.com.ua/ , https://ninj.cc/ , https://experum.ru/ , https://tolk-talk.ru та інших. У зазначених вище прикладах система навчання часто працює в рамках інституцій, або односторонньо, або при постійному онлайн та оффлайн супроводі досвідченого ментора/ фасилітатора, який задає обмеження та траєкторію навчання, часто спираючись на вже готові модулі в якійсь із існуючих LMS. Продукти НАВЗАЄМ покликані розвивати екосистему шерінгу знаннями з мінімальним або нульовим стороннім втручанням з використанням гайду, впроваджують культуру самомотивації та допомоги один одному в отриманні компетенцій і вирішенні робочих/ кар'єрних завдань. Платформа вивчає комунікації саме в онлайн-середовищі, досліджує принципи створення спільнот навколо освітніх платформ.

Основна мета проекту

Метою проєкту є професіоналізація сфери культурних та креативних індустрій, її посилення через підвищення підприємницьких та менеджерських компетенцій в операторів культурних продуктів шляхом створення онлайн-екосистеми для обміну навичками та сталого ком'юніті, учасники якого хочуть навчатись у колег та навчати навзаєм. Метою проєкту є:

1. створення екосистеми для обміну знаннями від людини до людини;
2. популяризація методики peer-2-peer навчання та lifelong learning концепції;
3. об'єднання представників сектора задля адаптації до сучасних викликів ринку;
4. онлайн-платформа для здобування нових навичок й менеджерського досвіду;

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Харків
Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»

5. створення сприятливих умов для кар'єрної гнучкості завдяки здобутим знанням;
6. допомога в підвищенні кваліфікації й зміні сфери діяльності.

Цілі проекту

Ціль
Сприяти розповсюдженню підходу мережевого навчання (peer-to-peer learning) задля більш ефективного навчального процесу операторів культурних продуктів.

Завдання
Завдання 1. Запустити україномовну онлайн платформу для операторів культурних продуктів, на якій розміщуються профайли фахівців КК-сектору з метою навчання у малих групах. Завдання 2. Проінформувати цільові групи про можливість використання онлайн платформи в їхній діяльності та навчанні.

Результат 1
Платформу НАВЗАЄМ використовують представники КК-індустрії.

Результат 2
Охоплено комунікаційною кампанією прямої та опосередкованої аудиторії не менше 25 000 користувачів - соцмережі, медіа, лідери думок, лендінг.

Індикатори досягнення результатів
1. Кількість користувачів, які використовують платформу в форматах колаборативного навчання у перші два місяці запуску - 100; 2. Відвідуваність лендінгу на місяць - 300-500; 3. відгуки учасників щодо зручності та корисності системи НАВЗАЄМ - 30 прямих анкет.

Ціль
Підвищити рівень знань щодо методології мережевого навчання для представників культурної царини.

Завдання
Завдання 1. Розробити текстовий гайд про можливості, переваги та методологію підходу мережевого навчання (до 10 pdf-сторінок гайду щодо методології p2p та користування сайтом). Завдання 2. Розповсюдити гайд дружніми ГО, культурними інституціями та освітніми

Голова організації
Хамбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» № 14059

формаціями.

Результат 1
Розроблено текстовий гайд щодо можливостей p2p-навчання. В перші два місяці з сайту/лендінгу НАВЗАЄМ завантажено не менше 100 гайдів.

Результат 2
Розповсюджено гайд дружніми організаціями. В перші два місяці гайд отримало не менше 100 організацій та культурних формацій.

Індикатори досягнення результатів
1. Кількість організацій, що використовують гайд/ методологію у своїй діяльності - 10. 2. Кількість завантажених гайдів з лендінгу у перші два місяці - 100.

Ціль
Створити онлайн-ком'юніті для фахівців культурного та креативного сектору в телеграмі.

Завдання
Завдання 1. Розповсюдити інформацію щодо створення ком'юніті, про цілі та механіку взаємодії. Завдання 2. Зібрати профайли учасників ком'юніті на сайті Навзаєм, стимулювати поповнення спільноти новими учасниками. Завдання 3. Створити телеграм канал НАВЗАЄМ для зручного спілкування та обміну знаннями.

Результат 1
Інформацію щодо створення телеграм-чату мережевого навчання розповсюджено у 20 фахових спільнотах та медіа. Біля 200 фоловерів долучились до ком'юніті в перші 2 місяці після запуску.

Результат 2
Користувачі НАВЗАЄМ завантажили у систему не менше 100 профайлів в перші два місяці роботи Платформи.

Індикатори досягнення результатів
1) Кількість заповнених профайлів на платформі Навзаєм - 100 в перші два місяці; 2) Кількість активних фоловерів телеграм-каналу НАВЗАЄМ за 4 місяці - 300.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»
Україна * Харківська область * Місто Харків

проекту

Цільовою аудиторією Платформи є представники креативних індустрій та культурного сектора. Це фахівці, які часто змушені бути мультифункціональними, поєднують безліч компетенцій і нерідко обмінюються знаннями в режимі активної практики тут-і-тепер, спираючись на досвід і "живі знання", а також актуальні нішеві інструменти. Для первинної ітерації ми вибрали найбільш близьку до нас аудиторію з ком'юніті, до якого у нас є прямий доступ та довіра з їхнього боку, і це: фахівці візуальної комунікації, менеджери культурних проектів, фахівці комунікацій та PR, підприємці в сфері креативних індустрій, представники нко-сектору та інституцій.

Кількість залученої прямої аудиторії - це безпосередньо користувачі, які долучаться до Навзаєму у перші два місяці функціонування платформи: в телеграмі - мінімально 200 фоловерів, у фейсбуці - мінімально 200 фоловерів, на лендінгу - 300-500 відвідувань/міс, на платформі - мінімально 100 профайлів. Охоплення прямої аудиторії сягає 1000 унікальних користувачів.

1. Культурний сектор: культурні менеджери та підприємці, яким необхідні нові знання для конкурентоспроможності та менеджменту власних проєктів (400 користувачів). Це активна молодь 25-35. Часто вони є самоучками та вкладають багато ресурсів у свої ідеї, запуск проєктів та творчість. Проєкти, в яких подекуди задіяні менеджери, мають різний фокус та потребують нових компетенцій. Культурний менеджмент – це постійний ресьорч, пошук підходів до вирішення завдань та необхідність зовнішньої експертизи. Культурні діячі не завжди можуть собі дозволити ходити на дорогі бізнес-курси з проєктного менеджменту та маркетингу, консультуватись у досвідчених спеціалістів та оплачувати своїй команді підвищення кваліфікації. Тому головним джерелом знань для них є пошук курсів та матеріалів онлайн, спілкування з колегами, участь у безкоштовних майстернях та практика на власних помилках. Розвиток менеджерських навичок є для них пріоритетом. Тому Платформа може надати їм комплексну пропозицію щодо необхідних skills для конкретного проєкту.

2. Фрілансери креативного сектору: проджект менеджери, арт-директори, дизайнери, PR-менеджери, маркетологи, представники кіно сфери, креативні підприємці тощо, яким потрібно термінове вирішення робочих завдань або зміна кар'єрної траєкторії (400 користувачів). Це активна молодь 23 – 35. Ця категорія має встигати за викликами часу, адже працює з швидкоплинними технологіями та стикається з високими запитами

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Місто Харків * № 41 5903 * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНДІЯ А»

роботодавця/ клієнта до наявних компетенцій та тенденціями мультизадачності/ міждисциплінарності. Аудиторія фрілансерів навчається у таких неформальних Школах як Projector, КАМА, Bazilik, Laba, Skvot. Вони є вмотивованими й платоспроможними. Знання для них – це засіб більше заробляти, будувати кар'єру, відкрити власну справу та нарощувати свою фаховість. Одним з головних факторів для цієї ЦА є наявність активного ком'юніті на освітніх програмах, групове навчання та практика. НАВЗАЄМ може надати їм спільноту для швидкого надбання необхідних скілів та підвищення кваліфікації, поле та теми для спілкування з колегами й можливість ділитись власною експертизою.

3. НГО-сектор: засновники НКО, громадські активісти та соціальні підприємці, яким важливо розвивати власну організацію й команду, робити масштабні зміні завдяки своїм компетенціям та зв'язкам (100 користувачів). В основному отримують знання на тренінгах та семінарах, які сплачує громадська організація або подають заявки на національні/ міжнародні програми. Це покоління 37 – 45 років, але вони завжди активні, не відстають від молоді, підтримують концепцію lifelong learning, відвідують культурні заходи та цікавляться соціальними процесами, охоче взаємодіють з аудиторією міленіалів. Платформа може слугувати цій аудиторії у якості командної самоосвіти, як додатковий інструмент для неформальної освіти співробітників та саморозвитку.

4. Державний сектор: представники муніципальних структур та інституцій, що бажають робити якісні зміни в країні та ефективно втілювати культурні пріоритети України (100 користувачів). Аудиторія 45 – 55 є представниками департаментів культури, музеїв, бібліотек, хабів, міжнародних інституцій, посольств, культурних центрів, театрів. Часто ані вони, маючи низький гонорар, ані державна організація не можуть оплатити навчання спеціаліста, тож всю потрібну інформацію здобувають онлайн або багато спілкуються з колегами. Часто у своєму віці ца має мотивацію змінити кар'єру або прагнуть до підвищення, для чого їм потрібні додаткові компетенції. Особливо їм необхідні знання з опанування технологій. Тож екосистема НАВЗАЄМ може стати інструментом структуризації знань, розуміння куди рухатись далі та джерелом нових умінь, особливо щодо засвоєння технологічних навичок.

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

Завдяки комунікаційній компанії маємо охопити мінімум 25 000 опосередкованої аудиторії - статті в медіа, активності в соцмережах,

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ/А» № 41405903 Україна Харківська область м. Харків

розсилки тощо.

Непряма аудиторія має на меті долучити своїх співробітників до отримання додаткових навичок та підвищення кваліфікації. Вони завжди в пошуку курсів, тренінгів, можливостей для робітників організації з метою розвитку командної та організаційної ефективності: креативні підприємці та самозайняті особи (20 000) та HR-менеджери комерційних компаній (1000). Наступна аудиторія має на меті долучити студентів до сучасних та актуальних знань та шукають ефективні методики навчання: представники неформальних освітніх установ, студенти ВУЗів, викладачі ВУЗів/ шкіл (4000).

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?
Базуючись на досвіді спілкування з різноманітною аудиторією програм Creative Management Camp http://creativemanagement.in.ua/ (співзасновниця цієї навчальної програми — Тома Лазаренко — стане координаторкою проєкту, описаного в заявці) ми ідентифікували наступні ознаки як загального освітнього поля так і поля освітніх продуктів для культурних операторів:
1. Останнє десятиліття в Україні відбувається переосмислення інституціональної освіти, сучасна педагогічна модель ВУЗів, що готує спеціалістів культурної галузі, потребує перебудови.
2. З'являється все більше неформальних освітніх програм для культурних операторів, які частіше за все не синхронізуються між собою.
3. В нас практично немає сталих незалежних онлайн-платформ, на яких можна отримати практичні знання з менеджменту культурних проєктів та підприємництва саме в цій царині. Зараз ця ситуація відчутно покращується завдяки діяльності Українського культурного фонду, запуску програми House of Europe, але все ще ринок таких продуктів є ненасиченим та неструктурованим.
4. Середовище в Україні ще й досі є агресивним для старту культурних проєктів, культура сприймається як дотична система, тому в менеджерів часто відсутнє бажання підвищувати кваліфікацію й витрачати час/ ресурси/ кошти на побудову кар'єри й конкурентоспроможності. Вони не знають, до кого звернутись за консультацією щодо навчальної траєкторії й часто не розуміють, яких саме навичок та компетенцій їм бракує й як їх здобувати. Крім того, в Україні відсутня культура наставництва (як в бізнес-інкубаторах та IT-галузі) та інституційності й метрик освіти/навичок в культурному менеджменті. Тому поріг входу до сфери вкрай низький, що часто призводить до неякісних проєктів та нерозуміння "а як треба" та "що таке професійність". Ми чуємо такий фідбек на своїх освітніх заходах, нетворкінгах, конференціях.

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АРЕНЦІЯ А» Україна Харківська область м. Харків № 41405903

5. Великий відсоток менеджерів культури, організаторів, представників НГО-сектору та активістів, що виробляють незалежний культурний продукт, є самоучками. Завдяки ним з'являються нові культурні проєкти, в тому числі й міжнародні. Завдяки активістам формуються креативні кластери, незалежні простори, саме вони впливають на розвиток креативного потенціалу міст та країни. Представники осередків культури потребують систематизації знань, сучасних інструментів управління, що допоможуть зробити проєкти конкурентоспроможними, підвищити їх якість та надавати освіту команді.

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної (их) аудиторій?
Завдяки створенню екосистеми НАВЗАЄМ цільова аудиторія проєкту зможе: - отримати практичні знання з менеджменту проєктів та побудови кар'єри; - знайти точки входу до нової професії; - отримати консультацій від експертів; - практикувати отримані навички; - навчатися у вмотивованому середовищі; - підвищувати кваліфікацію онлайн; - надавати майданчик для навчання команди організації/проєкту.

Хто є зацікавленою стороною (ами) проєкту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проєкт чи бути під впливом проекту)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними
В рамках проєкту планується співробітництво зі школами для представників креативнного та культурного сектору: Інша Освіта, Creative Management Camp. Багаж, Projector, Bazilik, Kyiv Academy of Media Arts, Osvitoria. Зацікавленою стороною є такі українські онлайн-ресурси як Edera, ВУМ, Prometheus. Skvot, Laba, які матимуть спільноту, в якій їхня цільова аудиторія може практикувати отримане на онлайн-курсах. Результати роботи платформи можуть впливати на систему адаптації та перепідготовки кадрів в НКО-організаціях, культурних інституціях на кшталт Мистецький Арсенал, УКФ, Український Інститут, Довженко Центр, НХМУ, а також інституцій у невеликих містах та у спільнотах ОТГ. Платформа може стати додатковим ресурсом для навчання джуніорів в креативних агентствах та допомагати змінювати напрямок кар'єри вже досвідченим монопрофесіоналам. Також зацікавленою стороною в ефективності ресурсу є HR-агентства та рекрутери в корпоративному секторі, які шукають зрозумілі методики для швидкого та якісного навчання співробітників. Опосередковано методика може інтегруватись до системи ВУЗів (КНУКіМ, НАКККіМ, НАОМА). Є ймовірність зацікавленості з боку Центрів зайнятості та підвищення кваліфікації.

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» Україна Харківська область м. Харків № 40553

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої (их) цільової (их) аудиторії (ій), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії?
Головна задача меседжів проєкту — популяризувати підхід мережевого навчання та пояснити, що навчатись в спільноті — ефективно, зручно та весело. 1. Ефективна альтернатива онлайн-курсам. 2. Саморозвиток в доступній формі. 3. Навчайся зручно. 4. Вільний доступ до професіоналів. 5. Платформа для інтерактивного навчання команди. 6. Ком'юніті для тих, хто хоче змінити кар'єру. 7. Вирішуй робочі завдання миттєво. 8. Навчайся, навчаючи. 9. Навчайся у будь-якому віці. Для поширення меседжів обрано амбасадорів зі спільноти освітян та культурних менеджерів, які й стануть першими адептами мережевого навчання. Тома Лазаренко (Creative Management Camp), Ярослав Белінський (Design4Ukraine), Микола Скиба (Ukrainian Institute for the Future, New Generation Business School), Олександр Трегуб (Projector), Анатолій Попель (Popel Agency, Cases), Сергій Вовк (КАМА), Марина Батуринець (Bazilik School), Ярослав Мінкін (ГО "Стан"), Альона Каравай (Інша Освіта), Олександр Виноградов (МІМ Київ), Зоя Литвин (Освіторія), Аліна Ханбабаєва (Plan B), Євгенія Стрижевська (Kyiv Music Days), Ірина Петрова (КНУКіМ), Андрій Зоїн (Республіка), Катерина Рай (Pangram), Діана Берг (Платформа ТЮ), Олена Правило (Конгресс Активістів Культури), Оля Носко (Музей Ханенків), Вероніка Склярова (Parade Fest), Катерина Тейлор (Port Agency), Ольга Запорожець (House of Europe), Оксана Хмельовська (Мистецький Арсенал), Дар'я Стокоз (British Council) тощо. На першому етапі проєкту планується комунікація з-понад 100 лідерами думок, мікро- та нано-інфлюенсерами.

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?
Власні ресурси: Сайт Plan B, facebook Plan B (5825), Instagram Plan B (1711), youtube -канал Plan B, telegram-канал Plan B. Facebook Creative Management Camp (6425). Сайт НАВЗАЄМ, Facebook НАВЗАЄМ, Instagram НАВЗАЄМ, youtube-канал НАВЗАЄМ. На етапі передзапуску проєкту планується серія статей про переваги мережевого навчання. Окремим каналом для промо є телеграм-канали та чати спільнот різновекторних фахівців. До популяризації буде залучено портали про кар'єру та роботу, підприємництво у креативному секторі, освітянські медіа. Також перед конструюванням платформи планується open call серед фахівців КК-сектору щодо заповнення профайлів для метчингу в системі Notion. Таким чином вже перед стартом ми матимемо групу лояльних користувачів. Перед запуском сайту буде розроблено гайд щодо можливостей peer-2-peer, це стане додатковим

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна Харківська область
Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»

інфоприводом для популяризації та адаптації методики (розсилка організаціям, інституціям та представникам громадських організацій). В якості промо запуску проєкту наша команда проведе три відкритих воркшопи з використання методики та ефективного користування платформою НАВЗАЄМ. Анонсування проєкту також планується в фейсбук-групах цільових аудиторій. Для трафіку на сайт застосуємо контекстну рекламу, таргетинг в фейсбуці та платні дописи в телеграм-каналах з широкою аудиторією. Головним каналом анонсування запуску проєкту є майданчики медіа-партнерів з контентом про підприємництво, освіту, кар'єру, культуру та креативні індустрії. Активну підтримку очікуємо від партнерів проєкту, а це понад 30 дотичних до ца ресурсів. Також застосовуємо інструмент розсилок базою Агенції А, платформи Creative Management Camp та Plan B fest біля 5000 осіб, щоб поширити новину про можливість першими спробувати користуватись екосистемою НАВЗАЄМ. Додатковим каналом комунікації будуть дружні подкасти про саморозвиток, навчання та креативне підприємництво.

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

Медіа-партнери НАВЗАЄМ: The Point (1 анонс), Cases (1 стаття), Telegraf Media (1 анонс), Bazilik Media (1 стаття), MMR (1 анонс), Happy Monday (1 стаття), Культура та Креативність (1 анонс). Майданчики для анонсування: Creativity.ua, Platforma, Bit.ua MC Today Vector Ain.ua Mind Na Chasi Delo.ua. Телеграм-канали для анонсування: PM без проблем, Крутознавство, Можливості, Простір твоїх можливостей, Культурний Нетворкінг, Технологии, медиа и общество, PR&Media Connect, Studway, I-Marketing.ua, Український Бізнесмен, Крезюме, Неформальное О, Digital Masons, Інша Освіта.

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

Якісні показники: створено інформаційне поле проєкту, цільова аудиторія має позитивне сприйняття щодо діяльності платформи, спільнота має бажання долучитись до платформи.
- Кількість активних профайлів на ресурсі завдяки open call в перші три місяці роботи НАВЗАЄМ — 100; -У перший місяць поширено на фб-сторінках освітніх та цільових організацій 10 гайдів; - На цільових медіа-майданчиках розміщено щонайменше 15 анонсів та 3 статті/ спецпроєктів про переваги мережевого навчання та можливості НАВЗАЄМ з загальним охопленням 4000 користувачів; Біля 200 активних фоловерів долучились до телеграм-чату НАВЗАЄМ в три місяці роботи Платформи.

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Громадська організація КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А * Місто Харків * № 1400

Кількість опубліковано контенту у соцмережах - не менше 30-45 дописів про проєкт, приріст сторінки Навзаєм - 200 фоловерів в фб, загальне охоплення в усіх соцмережах Навзаєм - 18000.

Яких довгострокових результатів вдасться досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженням досягнення мети проекту?
Довгострокові результати для досягнення цілі №1: Сприяти розповсюдженню підходу мережевого навчання (peer-to-peer learning). - Система мережевого навчання застосовується в організаціях та культурних проєктах; - Платформа рекомендується як додатковий ресурс отримання знань ВУЗами, неформальними освітніми організаціями, педагогами тощо; - Представники принаймні 10 інституцій/ компаній використовують НАВЗАЄМ в своїй діяльності для навчання співробітників; - Підприємницька діяльність в культурній сфері стала більш популярною та окресленою через наявність доступу до практичних знань та застосування їх на практиці; Довгострокові результати для досягнення цілі №2: Підвищити рівень знань щодо методології мережевого навчання для представників культурної царини. - Підвищено інтерес спільноти до теми, ріст пошуку теми в соцмережах та гугл; - За рахунок партнерського медіа розроблено блог про навчання та кар'єру в кк-індустрії в наступні 2-3 роки. - Згідно опитувань 5 з 10 представників культурного сектору знає про Платформу в наступні 2 роки її функціонування. - Аудиторія платформи рекомендує НАВЗАЄМ колегам, коло адептів росте кожного року на 15 %. Довгострокові результати для досягнення цілі №3: Створити онлайн-ком'юніті для фахівців культурного та креативного сектору. - Спільнота існує автоматично, без втручання фасилітатора чи ментора. - Популярність методології серед окремих ком'юніті, ефект наслідування в інших галузях. - Як мінімум + 1000 фоловерів в телеграм-чаті за 2 роки роботи НАВЗАЄМ. - Як мінімум 100 успішних кейсів щодо кардінального впливу на кар'єрну складову та життя користувачів за 3 роки роботи НАВЗАЄМ.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту
ЗЗа даними Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) 75 млн осіб по всьому світу втратять роботу до 2022 року через розвиток технологій та інновацій. Наші професії та склад роботи змінюються дуже швидко, тож щоб бути гнучкими до змін, потрібно вміти вчитися. Однією із найпопулярніших програм на Coursera є онлайн-курс від Барбари Оклі "Як навчитися вчитися". Це означає, що саморозвиток — один з головних світових запитів користувачів. Навчання протягом життя — це вже не тренд, а необхідність кожної людини. Проєкт НАВЗАЄМ допоможе змінювати професійний

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харків * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ Х» * Місто Харків

сценарій, а отже бути затребуваним спеціалістом. Наша Платформа швидше реагує на появу нових професій й тенденцій, адаптується до впливу світових та локальних чинників, адже будується на ком'юніті, яке й є носієм тенденцій, змін та трендів. Це допоможе фахівцям одразу реагувати на економічні й соціальні кризи. Славнозвісна пандемія саме показала таку кризу у вмінні навчатись та навчати. Онлайн без практики, спільноти й індивідуалізованого підходу часто є тільки теоритичною базою, яку важко застосувати в роботі. Сучасна освіта — це інтеграція у нові професійні кола, напрацювання нових контактів, нового соціального капіталу. Чим ширше це поле, тим більше нових можливостей для розвитку відкривається перед людиною. Безперервна освіта, спілкування в різних професійних групах дає можливість людині на будь-якому кар'єрному або віковому етапі розширити свої горизонти та знайти себе. Людині потрібна людина, це й є головною суспільною цінністю проєкту НАВЗАЄМ.

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

Інструкція НАВЗАЄМ міститься у відкритому доступі й може застосовуватись в організаціях, окремими відділами в компаніях, ОТГ, у креативних ком'юніті, неформальних культурних об'єднаннях та інституціях. Peer-to-peer гайд можна вільно завантажити, роздрукувати й використовувати у неформальному навчанні в групах, індивідуально та як інструмент тімбілдінг-сесій. Екосистема НАВЗАЄМ функціонує за принципом вільного доступу для тих, хто хоче навчатись та навчати. Це ком'юніті відкритого типу, тож напрацювання та методики, які виникатимуть в процесі роботи є інтелектуальним надбанням спільноти НАВЗАЄМ та керується філософією Creative Commons. Для сталості освітньої спільноти та живого спілкування створено телеграм-чат. До спільноти НАВЗАЄМ може потрапити будь-який спеціаліст/-ка з метою отримання безкоштовних консультацій від учасників екосистеми та має намір стати ментором.

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)?

Балансоутримувачем платформи після завершення проєкту стане ГО "Культурна Агенція А".

Команда НАВЗАЄМ створює peer-2-peer платформу для того, щоб нарощувати власні компетенції у фасилітації, адаптації продукту та пошуку моделей інтеграції принципів мережевого навчання в культурні організації.

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

креативний малий та середній бізнес.

Для самоокупності НАВЗАЄМ передбачено створення індивідуальних навчальних продуктів (як онлайн, так і офлайн форматів) для організацій з метою розвитку команди, підвищення кваліфікації та мультифункціональності її співробітників. Після тесту платформи, прототипування та відшліфування методики роботи в онлайн-спільнотах, враховуючи помилки, надбання та можливі ітерації екосистеми, наступним кроком для нашої команди стане створення застосунку. Застосунок передбачає платні опції та можливу абонентську плату за рахунок більш розвиненої системи гейміфікації та інтерактивності, елементів штучного інтелекту та веріфікованої лінійки пропозицій щодо індивідуальної/корпоративної освіти. Для подальшої реалізації команда буде шукати фінансування в бізнес-середовищі: участь в хакатонах, пітчинги, презентації потенційним стейкхолдерам, зустрічі з технічними партнерами.

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

Напрацювання проєкту будуть використовуватись в дійсних та майбутніх програмах Plan B fest й Creative Management Camp, цільовою аудиторією яких є представники та представниці різних організацій. Методика НАВЗАЄМ доступна у вільному доступі, тож організації можуть застосовувати її самостійно. Крім того, команда НАВЗАЄМ раз на місяць проводитиме онлайн-воркшопи та заходи на тему мережевого навчання. Також для того, щоб розширити коло користувачів, представники Агенції братимуть участь в галузевих конференціях та подіях з дотичної цільовою аудиторією. Поза межами проєкту планується співпраця зі школами та платформами креативних індустрій Prometheus, Інша Освіта, Projector, КАМА, Bazilik, EdEra, ВУМ, КНУКіМ, Освіторія для поширення методології та розширення спільноти. Після фіналізації проєкту в рамках УКФ, команда НАВЗАЄМ шукатиме технічного партнера для реалізації застосунку. Також планується стратегічне партнерство із Національним агентством кваліфікацій щодо сертифікації знань, навичок та компетенцій, отриманих на Платформі, та такими порталами як Rabota.ua, Work.ua, HeadHunter, Крезюме, Біржа Фріланса та рекрутинговими агентствами. Для розвитку екосистеми НАВЗАЄМ до партнерства на концептуальному етапі до нас вже долучились члени ГО Конгрес Активістів Культури, які мають широку мережу спільнот як локальних, так і европейских організацій.

Команда проекту (основні виконавці)

Голова організації
Ханбабаєва Л.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ» Україна Харківська область м. Харків

ПІБ члена команди
Лазаренко Тамара Анатоліївна

Роль у проекті
Координаторка проєкту НАВЗАЄМ

Перелік основних обов'язків
координація команди проєкту, управління термінами і результатами проєкту, складання плану проєкту, управління реалізацією ІТ-продукту, продюсування та продакшн освітніх продуктів, комунікація зі стейкхолдерами, постановка завдань і контроль фінансових питань, спілкування з грантодавцем, кризовий менеджмент, написання звітів про проект.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
80 %

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
З 2015 року — співзасновниця та кураторка освітньої платформи для менеджерів культури Creative Management Camp. Платформу створено у 2015 році для громадських активістів, молодих організаторів та кураторів, фахівців з галузі мистецтва й культури, спеціалістів з комунікацій, маркетингу та PR, для креативних підприємців та тих, хто бажає розвивати власну кар'єру або бізнес у напрямку творчих індустрій. За чотири роки випустили 500 студентів, проконсультували біля 100 культурних стартапи, попрацювали з більш ніж 300 лекторами-практиками. Має досвід в організації онлайн-навчання.

Працює як дизайнерка освітніх програм з 2014 року. Створювала літню резиденцію для організаторів та арт-менеджерів на фестивалі "Гогольфест" (2015) за участі бізнес-школ: Міжнародний Інститут Менеджменту, Києво-Могилянська бізнес-школа, освітні програми для театрального сектору Шукаю Менеджера (2018) та Зимня школа НСТДУ (2019), створює освітні програми в рамках фестивалів Kinove Доступно про кіно (2018), -VR та мистецтво-Frontier VR Art Festival (2019) та Plan B fest (2020). З 2018 року організовує серію зустрічей Культурний нетворкінг для представників культурного та креативного сектору.

Працює як менторка освітніх програм, залучається до програм в НГО-секторі, комунікаціях. З 2019 року працює в Університеті Культури та

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» Україна Харківська область Місто Харків

Мистецтв, кафедра івент-індустрії та шоу-бізнесу у якості викладача напрямку дуальної освіти. спеціалізація - PR.

2015 — нині
co-owner, product manager, marketing director освітньої платформи для менеджерів культури Creative Management Camp.

грудень 2019 — нині
PR-директорка фестивалю соціальних інновацій та нової музики Plan B

вересень 2019 — нині
викладачка КНУКіМ, кафедра івент-менеджменту та індустрії дозвілля
сфера викладання — комунікації в креативному секторі

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

ПІБ члена команди
Думенко Влада Ігорівна

Роль у проекті
Digitat-маркетологиня

Перелік основних обов'язків
розробка функціональної структури платформи, вивчення запиту користувачів, контроль розробників Платформи, менеджмент відео-підрядників та контент-складової, розробка маркетинг-плану продукту, менеджмент промокоманди: PR-спеціаліста, копірайтера та дизайнера.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
60

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Plan B Fest 2020– Marketing Director
- Менеджмент команди з 4 спеціалістів
- Розробка маркетинг-стратегії
- Менеджмент відео продакшену
- Менеджмент продакшену веб-сайту

Голова організації
Хамбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Місто Харків * № 41405903 * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»

- Координація PR- та SMM-стратегії
- Реалізація стратегії онлайн-продуктів
- Менеджмент контент-стратегії

Креативне агенство Сяйво, Digital Marketing Manager
- Менеджмент команди з 6-15 спеціалістів
- Менеджмент команди контент-продакшену
- Управління підрядниками з реклами
- Розробка позиціювання брендів
- Дослідження та аналіз аудиторії
- Розробка стратегії продажів

Агенція Stroom, Digital Marketing Manager
- Управління рекламою в соціальних мережах
- Керування рекламою в Google Ads
- Розробка позиціонування бренду
- PR

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

ПІБ члена команди
Коновалов-Лісін Володимир Борисович

Роль у проекті
Педагогічний дизайнер, архітектор онлайн-освіти

Перелік основних обов'язків
розробка методики p2p навчання для онлайн-спільноти НАВЗАЄМ; дослідження та аналіз поведінки навчальних груп; розробка освітніх інструкцій; організація та проведення онлайн-сесій; глибинні інтерв'ю з користувачами; фасилітація процесів.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
80 %

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
6 років викладання та публічної діяльності, 3 роки досвіду тренерської та

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» Україна Харківська область Місто Харків № 4 05 23

менторської діяльності. Випускник Криворізького національного педагогічного університету, 2006 рік, Методист середньої та вищої освіти. Тренер з 2018 року, в т.ч. із досвідом викладання у держвиші (КНУКІМ, 2018-2019). Розробляє проєкти високої складності, пов'язані з інноваціями у освіти. Разом із партнерами, започаткував приватну школу мішаної освіти, Qualia.school, м. Кривий Ріг, запуск якої заплановано на лютий 2021.
Методологічні компетенції:
- Людино-орієнтований Дизайн, Дизайн-мислення
- Системний Дизайн, Загальна кібернетики
- Дослідження для креативних індустрій (Ґіларі Колінз)
- Брендинг та розробка брендів
- Графічний дизайн та його методи
- Експерментальні: Транс-системний Підхід, Спіральна Динаміка, Архетипи, Підривний Дизайн (Лейла Акароглу та Нешкола Підривного Дизайну)
- Освітний та педагогічний дизайн, гейміфікації

Оригінальні освітні продукти?
Курс «креативне мислення»?
Експериментальні практики в дизайні?
Лабораторія інтервізуальності?
Пре-акселератор із соціального підприємництва.

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

ПІБ члена команди
Ханбабаєва Аліна Забіловна

Роль у проекті
Ком'юніті менеджерка, менеджерка з розвитку партнерств

Перелік основних обов'язків
розвиток мережі користувачів НАВЗАЄМ; координація користувачів всередині Платформи та телеграм-чату; пошук організацій, компаній та інституцій для партнерства; пошук та встановлення домовленостей з партнерами проекту; узгодження формату взаємодії; розробка пропозиції для партнерів; організація презентації проекту на

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» № 41405903 Україна Харківська область Місто Харків

партнерських заходах; координація та контроль партнерських івентів.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
40 %

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Досвід роботи як організаторки та ком'юніті-менеджерки:
2017 — до сьогодні, організація фестивалю соціальних інновацій та нової музики Plan B;
2016 — до сьогодні, організація та розробка комунікаційних стратегій фестивалю «День музики»;
2014 — до сьогодні, розробка ком'юніті та координація учасників фестивалю Parade-fest;
2014 — 2020, розробка та запуск проекту Хаб соціальної активності «Студія 42».

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

ПІБ члена команди
Баженова Світлана Костянтинівна

Роль у проекті
адміністративна та фінансова менеджерка

Перелік основних обов'язків
управління та контроль за всіма фінансовими питаннями; контроль за порядком та своєчасністю розрахунків з підрядниками та по заробітній платі; координація та контроль правильності оформлення первинної бухгалтерської документації; підготовка та узгодження умов договорів з виконавцями робіт і послуг у співпраці з юристом проекту; взаємодія з бухгалтером проекту; своєчасне оформлення та надання відповідної документації для проведення розрахунків; підготовка звітної документації, вирішення адміністративних питань; організація документообігу.

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

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Місто Харків * № 41405003
Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»

30 %

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
2019 — теперешній час, фінансова директорка фестивалю соціальних інновацій та нової музики "ПЛАН Б"; 2019 р. — тепер, фінансова менеджерка театрально-урбаністичного фестивалю "Parade-fest"; 2012 — 2019, КЗ «Обласний організаційно-методичний центр культури і мистецтва», завідуюча інформаційно-видавничим відділом; 2018 р. — театр музичного світложивопису, адміністративний та фінансовий менеджер проєкту "Простір світла" за підтримки УКФ.

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

ПІБ члена команди
Семенік Оксана Олексіївна

Роль у проекті
PR-менеджерка

Перелік основних обов'язків
розробка піар-плану проєкту; домовленості із ЗМІ щодо медіа-партнерства; продюсування матеріалів в ЗМІ; написання та підготовка текстів/ контенту; організація інтерв'ю та ефірів; формування pr-бюджету, контроль виконання завдань підрядниками; написання звітів.

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)
Грудень 2018 — дотепер, видавництво IST Publishing, PR-менеджерка.
Липень 2019 — дотепер, Your art, журналістка-фрілансерка, арт-критик.
Вересень 2019 — Листопад 2019, Видавництво Книголав, PR-менеджерка.
Квітень 2019 — Липень 2019, галерея сучасного мистецтва The Naked room, PR-менеджерка.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

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

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

1. Ризики невиконання запланованих результатів через недостатній людський ресурс. Цей ризик нівелюється інституційністю заявника (що на практиці означає, що реалізація проєкту гарантується не окремими особами, а організацією). Агенція має підтверджений досвід реалізації проектів, в тому числі масштабних паралельних проєктів. В організації налагоджені та оптимізовані процеси управління проєктами, що забезпечує реалізацію проєкту, навіть при тимчасових змінах в команді. Також маємо налагоджений процес залучення людського ресурсу при необхідності через пошуку фрілансерів-професіоналів для кожного конкретного завдання.
2. Ризики менеджменту: неефективних управлінських рішень, помилки у плануванні, незадовільне оперативне управління. Цей ризик мінімізується формуванням професійної команди, яка має підтверджений досвід управління проєктам аналогічними масштабами. Також важливою засадою формування команди є різноманітність наявних компетенцій та їх баланс. Команда та пул підрядників формується таким чином, щоб в ній були: - координатор, що має загальний огляд процесів; - людина, що забезпечує перманентний якісний фінансовий менеджмент; - адміністратор та грантовий менеджер, що забезпечує функцію упорядкування документів, інформації, своєчасної передачі інформації між різними стейкхолдерами; - людина, яка забезпечує якісне виконання комунікаційної стратегії та відповідає за максимальне розповсюдження інформації про результати проєкту.
3. Фінансові ризики: перевитрати, що виникли внаслідок зриву планів робіт проєкту, помилок у складанні кошторисів та бюджетів. Цей ризик нівелюється наявним досвідом в складанні кошторису, що мінімізує кількість помилок. Також організація має резервний фонд, налаштовану систему оплати благодійних внесків, у разі якщо виникають потреби покриття незапланованих витрат.
4. Неможливість одного або декількох членів команди продовжувати участь у проекті.
Ризик мінімізується hr-досвідом агенції. Агенція А протягом п'яти років працює з компетентними спеціалістами й підрядниками, має широку базу фахівців різного напрямку. У разі неможливості продовжити співробітництво, ми вимушені будемо замінити учасників/ підрядників проєкту.

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

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

1. Політичні ризики та зміни пріоритетів, адміністративні обмеження. В цій категорії ризиків на наш проєкт можуть вплинути наступні: ризики зміни податково законодавства (до прикладу, заборона оплати послуг фізичним особам-підприємцям, зміна податкового законодавства для громадських організацій); ризики коливання курсу гривні, рівень інфляції в країні, що може вплинути на зміну вартості запланованих послуг / цін постачальників; ризик політичних рішень, які можуть вплинути на діяльність Українського культурного фонду, що може поставити під питання діяльність проекту, створити ситуації заборгованостей перед підрядниками. З нашого досвіду найкращою відповіддю на можливі політичні відгуки є наявні компетенції в команді, які допомагають справлятися з викликами сучасного світу — гнучкість, кризовий менеджмент, вміння діяти в нестандартних ситуаціях. Колективний досвід команди Агенції має в своєму профілі кризові проєкти, де був натренований "м'яз спокійної реакції та роботи з неочікуваними проблемами". 2. Ризики договірної дисципліни (затримкою постачань, розриви контрактів); дисципліни зобов'язань (несвоєчасною надання послуг, низька якість продукції, робіт, послуг тощо). З цим ризиком працюємо через попередню комунікацію з підрядниками ще на етапі написання заявки (такими як підрядники для виготовлення відео та онлайн платформи), підбір оптимальних підрядників. 3. Форс-мажорними обставинами (природними, політичними, економічними, технологічними, ринковими і т. п.). На цей ризик вплинути не можемо.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Регулярні зустрічі команди — принаймні 1 раз на два тижні протягом всього етапу реалізації проєкту. Для спостереження за виконанням запланованих дій та заходів з метою їх коригування, мінімізації негативних наслідків, непередбачуваних ситуацій, поліпшення процесу прийняття рішень, визначення можливостей розвитку та/або повторення проєкту. Предметом обговорення на командних зустрічах буде: прогрес виконаних завдань по різних зонах відповідальності, планування наступних кроків, новини в проєкті та в команді. Написання проміжкових звітів для УКФ — що дає змогу комплексно оцінити рівень досягнення цілей та всіх запланованих індикаторів, розроблених на етапі планування проєкту. Моніторинг фінансової документації та використання ресурсів, дотримання необхідних процедур — відповідність витрат до запланованого бюджету, відповідність первинної документації до вимог законодавства — виконується регулярно відповідальними за загальний фінансовий менеджмент проєкту.

Голова організації
Жанбабаєва А.З.

Регулярність — це означає повсякденну роботу, яка орієнтована на якісний кінцевий результат. Опитування цільової аудиторії, розмови з цільовою аудиторією, онлайн опитування, моніторинг відгуків про екосистему НАВЗАЄМ в соціальних мережах. Для більш детального аналізу аудиторії проєкту, ґрунтовних даних для оцінки успіху проєкту.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту
1

Кількість жінок у команді проекту
5

Кількість людей віком від 17 до 34
2

Кількість людей віком від 35 до 50
4

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 проєкт залучення у якості аудиторії або учасників

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» * № 44405903 * Харків

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?
важко відповісти

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

Декларація доброчесності

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

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даної програми, з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» № 4 05 13 Україна * Харківська область * Місто Харків

заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проекту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.
Так

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

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна
Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»
№ 41405903
Харківська область
Місто Харків

Декларація доброчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача	Підпис	Дата заповнення
Хамбабаєва Аліна Забіловна	Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» Україна Харківська область Місто Харків № 41405903	

Грантоотримувач:
Голова
ГО „Культурна агенція А"

Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ, ср, 16 черв 2021 р., 17:25

Додаток № 2

до Договору про надання гранту

№ 4П0502П-00102

від "30" червня 2021 року

Назва конкурсної програми: Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти
Назва ЛОТ-у: Навчальні програми
Назва Заявника: ГО "Культурна агенція А"
Назва проєкту: НАВЗАЄМ
Дата початку проєкту: червень 2021
Дата завершення проєкту: жовтень 2021

	Організація-донор	Фінансування проєкту, в %%	Фінансування проєкту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1.	**Український культурний фонд**	**100,00%**	**949 500,00**
2.	**Співфінансування* :**	**0,00%**	**0,00**
2.1.	Кошти організацій-партнерів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.2.	Кошти державного та місцевих бюджетів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.3.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.4.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.5	Власні кошти організації-заявника	**0,00%**	0,00
3.	**Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проєкту)**	**0,00%**	**0,00**
	Всього по розділу І "Надходження":	**100,00%**	**949 500,00**

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

Голова організації
(посада)

(місце печатки)

Хамбабаєва А.З.
(ПІБ)

Кошторис витрат проєкту

Назва Заявника: Громадська організація "Культурна агенція А"

Назва проєкту: НАВЗАЄМ

Дата початку проєкту: червень 2021 р.

Дата завершення проєкту: жовтень 2021 р.

Розділ: Стаття: Підстаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок співфінансування			Витрати за рахунок реінвестиції			Загальна планова сума витрат по проєкту, грн (=7+10+13)	Обґрунтування та деталізація витрат (колонка обов'язкова для заповнення)
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=5*6)	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=8*9)	Кількість/ Період	z	Загальна сума, грн. (=11*12)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Розділ:	**II**	**ВИТРАТИ:**												
Стаття:	**1**	**Винагорода членам команди проєкту**												
Підстаття:	**1.1**	***Оплата праці штатних працівників організації- заявника (лише у вигляді премії)***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	**1.1.1**	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**1.1.2**	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**1.1.3**	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	**1.2**	***За трудовими договорами***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	**1.2.1**	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**1.2.2**	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**1.2.3**	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	**1.3**	***За договорами ЦПХ***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	**1.3.1**	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**1.3.2**	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**1.3.3**	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	**1.4**	***Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЄСВ)***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	**1.4.1**	Штатні працівники		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	
Пункт:	**1.4.2**	За строковими трудовими договорами		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	
Пункт:	**1.4.3**	За договорами ЦПХ		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» Україна Харківська область Місто Харків № 41405303

Підстаття:	**1.5**	***За договорами з ФОП***		**20,00**		**427 500,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**427 500,00**	
Пункт:	**1.5.1**	ФОП Лазаренко Тамара Анатоліївна, координаторка проєкту	місяців	5,00	18 000,00	90 000,00			0,00			0,00	90 000,00	Тома Лазаренко, з 2015 року співзасновниця та куратор освітньої платформи для менеджерів культури Creative Management Camp. Ініціаторка проекту. До її обовязків входить: - координація команди проекту -управління термінами і результатами проекту; -складання плану проекту; управління реалізацією її продукту, -продюсування та продакшн освітніх продуктів; комунікація зі стейкхолдерами; -постановка завдань і контроль фінансових питань; -кризовий менеджмент; -складання звітів про проект.
Пункт:	**1.5.2**	ФОП Семенік Оксана Олексіївна, комунікаційниця проєкту	місяців	5,00	15 000,00	75 000,00			0,00			0,00	75 000,00	Оксана Семенік, працює як комунікаційниця та журналістка понад 5 років. Основні зони відповідальності: -розробка піар-плану проєкту; домовленості із ЗМІ щодо медіа партнерства; - продюсування матеріалів в ЗМІ; - редагування; - організація інтерв'ю та ефірів; - формування pr-бюджету; - написання звітів
Пункт:	**1.5.3**	ФОП Думенко Владислава Ігорівна, маркетологиня проєкту	місяців	5,00	16 000,00	80 000,00			0,00			0,00	80 000,00	Думенко Влада, має досвід роботи з IT-продуктами та культурою. В проєкті задіяна як Digitat-маркетологиня. Перелік основних обов'язків: - розробка функціональної структури платформи; - вивчення запиту користувачів; - контроль розробників Платформи; - менеджмент відео-підрядників та контент-складової - розробка маркетинг-плану продукту, - менеджмент промокоманди: PR-спеціаліста, копірайтера та дизайнера.
Пункт:	**1.5.4**	ФОП Ханбабаєва Аліна Забіловна, ком'юніті менеджерка	місяців	5,00	10 000,00	50 000,00			0,00			0,00	50 000,00	Аліна Ханбабаєва, з 2017 року директорка та ком'юніті менеджерка фестивалю Plan B. До її обовязків входить: - розвиток мережі користувачів НАВЗАЄМ; - координація користувачів всередині Платформи та телеграм-чату; - пошук організацій, компаній та інституцій для партнерства; - пошук та встановлення домовленостей з партнерами проекту; - узгодження формату взаємодії; - розробка пропозиції для партнерів; - організація презентації проекту на партнерських заходах; - координація та контроль партнерських івентів.
Пункт:	**1.5.5**	ФОП Баженова Світлана Костянтинівна, адміністративна та фінансова менеджерка	місяців	5,00	9 500,00	47 500,00			0,00			0,00	47 500,00	В рамках проєкта має такий обсяг роботи: - контроль за виконанням кількісних та якісних показників проекту, збір статистичної інформації за проектом, підготовка управлінської документації, листів, звернень. організація координаційних зустрічей; - вирішення логістичних питань. - управління та контроль за всіма фінансовими питаннями; - контроль за порядком та своєчасністю розрахунків з підрядниками та по заробітній платі; - підготовка та узгодження умов договорів з виконавцями робіт і послуг у співпраці з юристом проекту; - координація взаємодії підрядників з бухгалтером проекту, своєчасне оформлення та надання відповідної документації для проведення розрахунків; - підготовка змістовного звіту документації, вирішення адміністративних питань; - організація документообігу.

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Україна
Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ»
№ 41405993
Місто Харків

Пункт:	1.5.6	ФОП Коновалов-Лісін Володимир Борисович, педагогічний дизайнер, архітектор онлайн-освіти	місяців	5,00	17 000,00	85 000,00		0,00		0,00	85 000,00	Коновалов-Лісін Володимир Борисович, педагогічний дизайнер, архітектор онлайн-навчання. В рамках проєкту виконує наступні цілі: - розробка методики p2p навчання для онлайн-спільноти НАВЗАЄМ; розробка навчальної архітектури Платформи; - дослідження та аналіз поведінки навчальних груп; - розробка освітніх інструкцій; - організація та проведення онлайн-сесій; - глибинні інтерв'ю з користувачами; - фасилітація процесів.
Всього по статті 1 "Винагорода членам команди":						**427 500,00**		**0,00**		**0,00**	**427 500,00**	
Стаття:	**2**	**Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)**										
Підстаття:	**2.1**	***Вартість проїзду (для штатних працівників)***		**0,00**		**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
Пункт:	2.1.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.1.2	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.1.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00		0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	**2.2**	***Вартість проживання (для штатних працівників)***		**0,00**		**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
Пункт	2.2.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.2.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.2.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00		0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	**2.3**	***Добові (для штатних працівників)***		**0,00**		**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
Пункт:	2.3.1	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.3.2	Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.3.3	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00		0,00		0,00	0,00	
Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				**0,00**		**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
Стаття:	**3**	**Обладнання і нематеріальні активи**										
Підстаття:	**3.1**	***Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для використання його при реалізації проєкту грантоотримувача***		**0,00**		**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	
Пункт:	3.1.1	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	3.1.2	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	3.1.3	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00		0,00		0,00	0,00	

Голова організації
Ханбабаєва А. З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ» Україна Харків Місто Харків № 41405903

Підстаття:	**3.2**	***Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проєкту грантоотримувача (за рахунок співфінансування)***					0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)	послуга	Недопустимі витрати за рахунок гранту УКФ					0,00			0,00	0,00	
Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи	послуга						0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	**4**	**Витрати пов'язані з орендою**												
Підстаття:	**4.1**	***Оренда приміщення***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.1.1		год			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.1.2	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.1.3	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	**4.2**	***Оренда техніки, обладнання та інструменту***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.2.1		день			-	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.2.2		день			-	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.2.3		день			-	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.2.4		день			-	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.2.5	Оренда освітлювальних приладів для зйомки.	день			-	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	**4.4**	***Оренда сценічно-постановочних засобів***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.4.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.4.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.4.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	**4.5**	***Інші об'єкти оренди***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.5.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.5.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	**5**	**Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду**												
Підстаття:	**5.1**	***Послуги з харчування***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	5.1.1		чол / день			-	0,00		0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.1.2		учасн.			0,00	0,00		0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.1.3	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.			0,00	0,00		0,00			0,00	0,00	

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ» Україна № 41405903 м. Харків

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 деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.2.2	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.2.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			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 відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 5 "Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду"						**0,00**			**0,00**			**0,00**	**0,00**	
Стаття:	**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	
Пункт:	6.1.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.1.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	**6.2**	***Носії, накопичувачі***		**2,00**		**3 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**3 000,00**	
Пункт:	6.2.1	Жорсткий диск для зберігання відеоконтенту на 1 Тб	шт.	2,00	1 500,00	3 000,00			0,00			0,00	3 000,00	Для архівації матеріалу потребуємо диск, адже хмарні місця зберігання мають свої обмеження при роботі з великими об'ємами.
Пункт:	6.2.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.2.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	**6.3**	***Інші матеріальні витрати***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.3.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.3.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":				**2,00**		**3 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**3 000,00**	
Стаття:	**7**	**Поліграфічні послуги**												
Пункт:	7.1	Виготовлення макетів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.2	Нанесення логотипів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.5	Друк листівок	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.6	Друк плакатів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ» № 41405903 Україна Харківська область Місто Харків

Пункт:	7.7	Друк банерів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.9	Послуги копірайтера	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.10	Інші поліграфічні послуги	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Поліграфічні послуги"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	8	Видавничі послуги												
Пункт:	8.1	Послуги коректора	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.2	Послуги верстки	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.3	Друк книг	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 ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Видавничі послуги"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	9	Послуги з просування												
Пункт:	9.1	Рекламні витрати (таргетинг у facebook, instagram, контекстна реклама, Google, рекламні банери на сайтах, послуги SEO)	посл	1,00	35 000,00	35 000,00			0,00			0,00	35 000,00	- реклама на фейсбук (3 місяці); - контекстна реклама за пошуковими словами; - реклама в інстаграм (1 місяць); - банерна реклама у медіа-партнерів (2 сайти); - реклама в тг-каналах (5 каналів).
Пункт:	9.2	Послуга зі створення брендбуку (одноразова послуга)	посл	1,00	22 000,00	22 000,00			0,00			0,00	22 000,00	- розробка логотипу; - розробка візуального стилю; розробка інших елементів айдентики для використання в різних продуктах. - розробка брендбуку проєкту. Послуга надається одноразово агенством. Далі технічний дизайнер з нашої команди отримує брендбук для використання у промо проєкту.
Пункт:	9.3	Дизайнер проєкту (технічний дизайн)	міс	4,00	10 000,00	40 000,00			0,00			0,00	40 000,00	- виготовлення картинок для соцмереж, - виготовлення сторіз; - верстка розсилок; розробка презентацій проєкту.
Пункт:	9.4	Послуги UX-копірайтера (контент для лендінгу та веб-застосунку, seo-тексти)	посл	1,00	17 000,00	17 000,00			0,00			0,00	17 000,00	- написання текстового контенту для платформи; - написання тексту для гайду; - написання матеріалів для ЗМІ (частково); - вичитка всіх текстів проєкту; - підготовка текстів-інструкцій для тг-каналу.
Пункт:	9.5	Послуги з smm-менеджменту (ведення соцмереж)	міс	5,00	10 000,00	50 000,00			0,00			0,00	50 000,00	- підготовка контент-плану для соцмереж; - розміщення публікацій у соцмережах - розміщення сторіз - ведення телеграм-каналу - запуск таргетинг-кампаній в соцмережах; - контроль показників та бюджету на рекламу; контроль статистики згідно показників проєкту
Пункт:	9.6		посл			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	9.7		посл			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	9.8	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Послуги з просування"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 9 "Послуги з просування":				12,00		164 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	164 000,00	

Голова організації Ханбабаєва А.З.

Україна * Харківська область * Місто Харків * Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» № 41405

Стаття:	**10**	**Створення web-ресурсу**												
Пункт:	**10.1**	Послуга створення платформи с системою метчингу	посл	1,00	265 000,00	265 000,00			0,00			0,00	265 000,00	**- написання ТЗ та брифу для створення сайту, робота менеджера - 20000 грн;** - Впровадження аутентифікації 40 годин х 662,50 = 26500,00 грн (розробка підключення користувачів; вхід у систему (пошта, соцмережі);можливість дій користувача в системі). **-Розробка основного структурного функціоналу 120 годин роботи х 662,50 = 79500,00 грн** (робота основних меню та елементів інтерфейсу (кнопки, діалоги, поля, форми); навігація додатком (перемикання різних екранів та станів); закладення програмного коду для головного стану та екрану додатку (пошук та метчінг користувачів); розробка можливості поширення обраних елементів додатку (таких як профіль іншого користувача за метчем): фільтрація даних у формах та меню (обрати чи відфільтрувати параметри пошуку метчу, подальша фільтрація даних у контактах тощо) **- Функціонал профілю, контактів, ресурсів (Платформи) 120 годин роботи х 662,50= 79500,00 грн** (розробка профілю користувача (заповнення, корекція, зміна параметрів пошуку інших користувачів), цього стану додатку та відповідного екрану; розробка бази контактів (збереження контактів, навігація контактами, видалення контактів, примітки), цього стану додатку та відповідного екрану· розробка збірки корисних ресурсів (посилання на ресурси платформи, партнерські ініціативи, анонси), цього стану додатку та відповідного екрану; розробка та запуск системи клієнт-сервер (збереження та підвантаження користувацьких даних профілю та налаштувань, контактів). **- тести, виправлення багів - 26000** **- Website development (розробка сайту) 19470,00 грн** **податки та амортизація 14093,00 грн**
Пункт:	**10.2**	Послуга зі створення UX-дизайну для сайту	посл	1,00	25 000,00	25 000,00			0,00			0,00	25 000,00	- складання карти сайту зі списком сторінок; - складання списку елементів для кожної сторінки; - розробка інтерактивного прототипу проекту; - створення стайлгайда для розробника; - створення бібліотеки UI елементів; - дизайн десктоп версії; - дизайн адаптивних версій під мобільні пристрої (телефони + планшети)
Пункт:	**10.3**	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу":				**2,00**		**290 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**290 000,00**	
Стаття:	**11**	**Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації**												
Пункт:	**11.1**	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**11.2**	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Стаття:	**12**	**Послуги з перекладу**												
Пункт:	**12.1**	Усний переклад (синхронний/ послідовний, з якої на яку мову)	година			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**12.2**	Письмовий переклад (зазначити, з якої на яку мову)	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**12.3**	Редагування письмового перекладу	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	**12.4**	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 12 "Послуги з перекладу":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	

Голова організації
Ханбабаєва А.З.

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» Україна м. Харків № 41405909

Стаття:	13	Інші прямі витрати												
Підстаття:	13.1	*Адміністративні витрати*		10,00		65 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	65 000,00	
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські послуги,	місяць	5,00	10 000,00	50 000,00			0,00			0,00	50 000,00	Уточнення переліку робіт що передбачено вартістю послуг. Ведення бухгалтерського обліку, здійснення платежів, підготовка фінансової і статистичної звітності, підготовка запитів та учтонень до податкової, банку та інших установ, підготовка документації для аудиторської перевірки, перевірка контрагентів у відкритих реєстрах, консультації членів команди щодо правильності оформлення первинної документації.
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги	місяць	5,00	3 000,00	15 000,00			0,00			0,00	15 000,00	Юридичне супроводження проекту, отримання дозволів, складання клопотань та листів, експертиза та складання проектів договорів.
Пункт:	13.1.3	Аудиторські послуги	послуга			-			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	13.2	*Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	13.2.1		посл			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.2.2		посл			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.2.3		посл			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.2.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Інші прямі витрати"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Підстаття:	13.3	*Витрати на послуги страхування*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	13.3.1	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.3.2	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.3.3	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстаття:	13.4	*Інші прямі витрати*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	13.4.1	Банківська комісія за переказ (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.2	Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.3	Інші послуги банку (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.4	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид витрат)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.5	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид витрат)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.6	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид витрат)				0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	13.4.7	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Інші прямі витрати"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":				10,00		65 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	65 000,00	
Всього по розділу II "Витрати":						949 500,00			0,00			0,00	949 500,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ						0,00			0,00			0,00	0,00	

Голова організації
(посада)

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А» (назва організації)

Ханбабаєва А.З.
(ПІБ)

Громадська організація «КУЛЬТУРНА АГЕНЦІЯ А»