

**ДОГОВІР № 4REG21-29851**  
**про надання гранту**

м. Київ

«10» квітня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Мукачівський історичний музей (далі – Грантоотримувач), в особі виконуючого обов’язки директора Синявського Тараса Олександровича, 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 проекту «ХРОНІКИ ЗАМКУ "ПАЛАНOK"» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведені у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

**II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ**

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 жовтня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі XI проектної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проекту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проекту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проекту є день підписання Фондом акта про виконання Проекту.

### **ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ**

1. Загальна сума гранту становить 757 900 грн. 00 коп. (сімсот п'ятдесят сім тисяч дев'ятсот григоріанських 00 копійок) без ПДВ.

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

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

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

### **ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН**

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

3) реалізувати Проект у строки, визначені у пункті 1 розділу ІІ цього Договору;

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

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

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

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

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

### 3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

- 1) надавати організаційно-методичну допомогу 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 Проекту, 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 Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

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

4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються 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:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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

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

## **VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ**

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

2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю незобідну фінансову документацію щодо Проекту.

## **IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ**

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

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

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

## **X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)**

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

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

## **XI. ПОРЯДОК ВИРИШЕННЯ СПОРІВ**

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

2. Усі спори або розбіжності, що випливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дієс, 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:

Відділ міжнародного співробітництва Українського культурного фонду  
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12  
–38 044 504-22-66

[programa.cultoureg@ucf.in.ua](mailto:programa.cultoureg@ucf.in.ua)

2) контактна особа Грантоотримувача:

ПІБ Синявський Тарас Олександрович;

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

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

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

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

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

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

### XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

- додаток 1 – проектна заявка;
- додаток 2 – кошторис Проекту;
- додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;
- додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту;
- додаток 5 – графік платежів.

### XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРИН

#### Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

Тел.: +38 (044) 504-22-66

#### Грантоотримувач

Мукачівський історичний музей

Юридична адреса: 89600, Закарпатська область, м.Мукачево, вул. Замкова гора, б\№

Адреса для листування: 89600, Закарпатська область, м.Мукачево, вул.

Замкова гора, б\№

ЄДРПОУ 04813036:

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ДКСУ в м.Київ/Мукачівське УДКСУ

Р/р: UA268201720344291004300048860

Тел.: +380665912248

Виконавчий директор



Берковський

В.о. директора



Т.О. Синявський

# УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № ЧРЕБАТ-29851  
від «30» квітня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Культура. Туризм. Регіони

Лот: ЛОТ 2. Локальний музей

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4REG21-29851

**Назва проекту: ХРОНІКИ ЗАМКУ "ПАЛАНOK"**

## Візитна картка

**Конкурсна програма**  
Культура. Туризм. Регіони

**Лот**  
ЛОТ 2. Локальний музей

**Тип проекту**  
Індивідуальний

**Назва проекту**  
ХРОНІКИ ЗАМКУ "ПАЛАНOK"

**Назва проекту англійською мовою**  
PALANOK CASTLE CHRONICLES

## Географія реалізації проекту

**Населений пункт**  
м. Мукачево, Закарпатська область

**Початок проекту**  
2021-06

*В. о. директора музею*



## **Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)**

2021-10-30

### **Тривалість проекту в місяцях**

5

### **Формат проекту**

наживо та онлайн

### **Пріоритетний сектор**

культурні та креативні індустрії

### **Основний продукт**

Експозиція/реекспозиція

### **Ключові слова за напрямами**

пам'ятка історії, культури та архітектури  
музей

## **Інформація про контактну особу**

### **Прізвище, ім'я та по-батькові**

Белеканич Михайло Іванович

### **Телефон**

### **Електронна пошта**

### **Функції в проекті**

координатор

*В. о. директора музею*



## **Загальна інформація про проект**

### **Коротка інформація про проект**

Мета проекту – підвищення атрактивності національної історичної пам'ятки - замку «Паланок» шляхом впровадження смарт-рішень у експозиційній, промоційній та навчально-виховній діяльності Мукачівського історичного музею. Кінцевим продуктом проекту стане розширення історичної експозиції

замку з інтеграцією цифрових та інтерактивних рішень в інтер'єрі замку. Концепція експозиції включає цифрову історичну експозицію на дистикових екранах та інтерактивний простір, де всі рішення в дизайні спрямовані на активне дослідження та творчий розвиток відвідувача. У результаті проєкту буде створено історичний, відео-, фото та графічний контент цифрової експозиції, анімовані історичні мапи, виготовлено елементи інтерактивного простору експозиції (історичні костюми воїнів, фотозона «замкова сторожа»), проведено промо-кампанію експозиції у ЗМІ, соціальних мережах, заходи промоції.

### **Коротка інформація про проект англійською мовою**

Project aims is to increase attractiveness of national historic landmark – Palanok Castle for visitors via smart solutions integration into exhibition, promotion, educational activities of Mukachevo Historical Museum. Project's product – the extended Castle historical exhibition with advanced interactive digital solutions integrated in its interior. Exhibition concept includes digital historical exhibition and an interactive space with solutions designed for active history studying, creative development. Project creates historical, video, photo, graphic content of the digital exhibition, animated historical maps, interactive exhibition space elements (historical military costumes, photo zone "Castle guards"), run the exhibition's promo-campaign at mass and social media, hold promo events.

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

757900

### **Загальний бюджет проєкту**

757900

### **Сума співфінансування**

0

### **Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)**

### **Джерело співфінансування та сума**

0. 0

### **Сума реінвестиції**

0



## **Партнери проекту**

### **Партнер**

Громадська організація "Асоціація проектних менеджерів "Ядро"

Досвід співпраці з заявником - з 2010 року.

Асоціація "Ядро" є головним партнером проекту HUSKROUA/1702/3.1/0026

"СМАРТ Музей - сучасні форми представлення культурної спадщини" за

фінансової підтримки Програми транскордонного співробітництва

Європейського інструменту сусідства "Угорщина-Словаччина-Румунія-

Україна 2014-2020". Партнер забезпечує закупівлю матеріально-технічних

засобів та виконання робіт з облаштування інтерактивного простору

історичної експозиції, розробку програмного забезпечення, що

становить інвестиційну та інфраструктурну складову проекту експозиції.

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

Так

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

Так

## **Інформація про організацію-заявника**

### **Повне найменування організації-заявника**

Мукачівський історичний музей

### **Повне найменування організації-заявника англійською мовою**

Mukachevo Historical Museum

### **Код ЄДРПОУ**

04813036

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

Реєстраційний номер справи: 1 323 000 34 975 Код 325 688 420 858

### **Організаційно-правова форма**

B.o. директора музею



Комунальна організація (установа, заклад, підприємство)

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

91.02. Функціонування музеїв; 93.29. Організування інших видів відпочинку та розваг; 85.52. Освіта у сфері культури. 82.30. Організування конгресів і торговельних виставок

**Дата реєстрації організації**

1996-09-10

**Юридична адреса організації**

89600, Закарпатська область, м.Мукачево, вул. Замкова гора, 6\№

**Поштова адреса організації**

89600, Закарпатська область, м.Мукачево, вул. Замкова гора, 6\№

**Область (відповідно до юридичної адреси)**

Закарпатська область

**Тип населеного пункту**

Місто

**Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)**

Мукачево

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

<https://www.facebook.com/Palanokmuseum/>

**Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації**

Белеканич Михайло Іванович

**Телефон керівника організації**

**Електронна пошта керівника організації**

**Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?**

Ні

Р. о. директора музею



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

Ні

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

Мукачівська міська рада

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

Ні

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

ні

**Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту**

- 1) Основні засоби: майновий комплекс замку Паланок у оперативному управлінні;
- 2) Нематеріальні активи - дизайн-проект експозиції, анімаційний міні-серіал "Історія замку Паланок"
- 3) Трудові ресурси: власні працівники музею, адміністрація та техперсонал 33 осіб
- 4) Матеріальні ресурси: матеріали та інвентар для створення історичної експозиції
- 5) Фінансові ресурси: власні та залучені кошти.

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

Так. Рік подання: 2020, реєстраційний номер: 3REG1-7447, назва: "Реміснича мануфактура "Паланок"

**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

*В. О. директора музею*



## **Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?**

Так. Рік подання: 2020, реєстраційний номер: 3REG1-7447, назва: "Реміснича мануфактура "Паланок"

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

### **Проект**

Проект: Проект ЄС HUSKROUA/1702/3.1/026 "СМАРТ Музей: сучасні форми представлення культурної спадщини", 2019-2021 рр. Роль у проекті: місцевий партнер, бюджет 120 тис. євро. Основна діяльність: реставрація Нижнього двору замку Паланок, створення інтерактивних експозицій історії замку.

### **Проект**

Проект ЄС HUSKROUA/1001/049 "Місцями слави Ракоці: транскордонний туристичний шлях", 2013-2016. Роль у проекті - головний партнер міжнародного консорціуму. Бюджет проекту: 480 тис. євро. Бюджет музею: 112 тис. євро. В ході проекту проведено реставрацію лицарської зали, створено музейну експозицію родини Ракоці, облаштовано торгівельне ремісниче містечко на подвір'ї замку Паланок, видано туристичний путівник чотирма мовами.

## **Детальний опис проекту**

**Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття**  
Проект спрямований на покращення та розвиток експозиційної діяльності та процесів комунікацій в одному з основних об'єктів історико-культурної спадщини Закарпатської області – замку Паланок у м. Мукачево, який відіграє важливу роль не тільки у культурному контексті та житті міста, але й всієї області загалом. Замок є національною історичною пам'яткою України, однією з найцінніших збережених пам'яток історичної та військової архітектури XIV-XVII століть, зразком середньовічного фортифікаційного мистецтва, який поєднує стилі різних історичних епох (присвоєний охоронний номер №168 у 1963 р.). Паланок є «об'єктом тяжіння» для багатоетнічного Закарпаття, що сприяє єднанню та інтеграції різних етнічних та культурних спільнот навколо спільної історії та культурного надбання, а також міжкультурному діалогу та підтримці культурного розмаїття краю. Найціннішим є основним експонатом Мукачівського

*В. о. директора музею*



історичного музею, який розташований в стінах Паланка, є сам замок. Основними проблемами, на вирішення яких спрямований проект, є низька атрактивність діючих експозицій, брак дієвих інструментів комунікації з відвідувачем й промоції замку як елемента культурного туристичного маршруту. Повноцінної експозиції з історії замку Паланок у Мукачівському історичному музеї немає. Відвідувачі очікують емоцій і «вау»-ефекту від відвідання замку, однак відзначають, що експозиції замку статичні та нецікаві, бракує додаткових послуг і можливостей урізноманітнити візит. Інтерес до об'єкта втрачається вже через 1 годину після початку візиту. Вони відзначають, що замок зовні більше вражає, ніж із середини. Цінністю пропозицією даного проекту є: зробити пізнання історії замку та місцевих традицій цікавим та різноманітним, надати яскравих емоцій через методи застосування цифрових та інтерактивних технологій, стимулювати бажання відвідати замок, сформувати унікальні спогади про замок і бажання повернутися знову.

Актуальність на рівні громади. Розвиток туризму, зокрема культурно-пізнавального, є пріоритетним напрямком у стратегії розвитку Мукачівської територіальної громади. Проект розвиває діяльність "якірного" туристичного об'єкту міста Мукачево, формує імідж міста як туристичного центру області, приваблює туристів шляхом розширення пропозиції послуг на основі культурних продуктів (якісно нових та нетрадиційних музейних експозицій та інструментів комунікацій), а також сприяє культурному розвитку громади, через інноваційні культурні продукти та форми представлення історико-культурної спадщини спонукає мешканців, зокрема молодь, до пізнання історії рідного міста, вихованню почуття причетності до історії та патріотичного ставлення до рідного міста. На регіональному рівні проект загалом націлений на збереження національної самобутності краю та створення умов для регіонального економічного розвитку за рахунок зростання туристичної галузі, сприятиме збільшенню туристів у регіоні. Відповідає Регіональній Стратегії розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 рр., зокрема операційній цілі «1.2 Забезпечення культурно-мистецького розвитку і збільшення доступу до послуг у сфері культури для мешканців сільських та гірських територій» в частині виконання завдання «1.2.2. Створення культурних продуктів у сфері креативних індустрій»; операційній шлі «1.3 Збереження регіональних об'єктів і територій історико-культурної спадщини» в частині завдання «1.3.1. Збереження та покращення стану об'єктів культурної спадщини в частині історії, археології та монументального мистецтва» та «1.3.2. Збереження та промоція нематеріальної культурної спадщини».

**Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?**

В. о. директора музею

†. Д. Синяк



Проект відповідає двом цілям Програми зокрема: - сприяє розвитку культурно-пізнавального туризму в регіоні через залучення туристів до пізнання місцевої культури та історії за допомогою сучасних технологій експозиційної діяльності та промоції, налагодження ефективних процесів комунікації: відвідувач-екскурсовод, відвідувач-експонат та відвідувач-відвідувач через створення дружнього до відвідувача інтерактивного багатофункціонального простору та якісного контенту історичної експозиції; - спрямований на створення привабливого для туриста якісного інноваційного культурного продукту на базі «якірного» туристичного об'єкту регіону, а також на залучення до споживання культурного продукту нових аудиторій за рахунок створення багатофункціонального музейного простору й історичного контенту. Проект відповідає пріоритетам ЛОТу, оскільки спрямований на підтримку локального музею комунальної власності через створення нової історичної експозиції замку Паланок у міському Мукачівському історичному музеї, яка популяризує культурну спадщину регіону як туристами, так й мешканцями громади. Основним продуктом проекту стане сучасна історична експозиція «Історія замку Паланок» з багатофункціональним інтерактивним простором для дослідження історії замку й творчого розвитку, що повністю відповідає переліку планових продуктів та результатів ЛОТу. Проект також сприяє підвищенню рівня поінформованості та освіченості мешканців регіону щодо культурної спадщини, яка актуалізує регіональне культурне розмаїття, через активності промо-кампанії, а також нові форми взаємодії музею з цільовою аудиторією. Також проект повністю відповідає очікуваним довгостроковим результатам ЛОТу, оскільки завдяки застосуванню сучасних технологій експозиційної діяльності та взаємодії з цільовою аудиторією, залучення нової аудиторії (через створення умов для впровадження просвітницької та навчальної діяльності в музеї), сприяє зміцненню позицій локального Мукачівського історичного музею як туристичної дестинації, що впливає на розвиток культурно-пізнавального туризму в Закарпатській області й має стратегічне значення для економічного та культурного розвитку Мукачівської територіальної громади.

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

Проект відповідає статуту та концепції розвитку Мукачівського історичного музею, згідно якої основними напрямками діяльності визначено збереження та реставрацію майнового комплексу замку, діяльність історичного музею, надання туристам і мешканцям міста інших послуг, які сприяють підвищенню атрактивності замкового комплексу. Музей



Ф. о. директора музею

зацікавлений у зростанні кількості відвідувачів, збільшення часу перебування туриста в замку (забезпечується шляхом збільшення пропозиції послуг та їх урізноманітнення), зростання відвіданості пам'ятки місцевими жителями (через промоційну та просвітницьку діяльність й створення нових атракцій). Мукачівський історичний музей володіє достатнім досвідом для реалізації проєкту, оскільки вже виконував у партнерстві декілька проєктів спрямованих на збереження історико-культурної спадщини, створення культурних продуктів, експозиційної діяльності, тощо, у тому числі за фінансової підтримки УКФ та програм транскордонного співробітництва. На момент подання даної проектної заявки МІМ спільно з ще п'ятьма партнерами в Україні, Словаччині та Угорщині (із залученням 5 музеїв установ трьох країн) виконує проєкт «СМАРТ Музей – сучасні форми представлення культурної спадщини», тема якого дотична до теми даної проектної заявки. Партнер, ГО Асоціація проєктних менеджерів "Ядро" також є головним партнером у проєктів "СМАРТ Музей". У разі схвалення даної проектної заявки музей отримає унікальну можливість об'єднати зусилля та ресурсів двох проєктів й створити якісний та унікальний для регіону культурний продукт. Дані проекти є комплементарними і спрямовані на створення різних елементів комплексу експозиції. Так, в рамках проєкту СМАРТ Музей буде придбано технічні засоби, інтерактивні елементи простору експозиції, створено анімаційний міні-серіал «Історія замку Паланок» та розроблено програмне забезпечення цифрової експозиції (інфраструктурна складова проєкту - відповідальний Асоціація "Ядро"). Тоді як у рамках проєкту "Хроніки замку Паланок" - буде створено контент експозиції, створено додаткові експонати (історичні костюми, скомпоновані з реплік предметів одягу та амуніції воїнів різних історичних епох) та забезпечено його промоцію. Сильною стороною виконавця проєкту є вже виконані підготовчі роботи, зокрема проведене історичне дослідження, розроблений сценарій цифрової експозиції й дизайн-проект інтерактивного простору історичної експозиції. Отже, музей володіє достатнім досвідом, кваліфікацією та ресурсами для успішної реалізації даного проєкту. Концепція історичної експозиції, що додається, містить вказівки на чіткий розподіл джерел фінансування проєкту створення експозиції між двома проєктами. Партнер, Асоціація "Ядро" гарантує виконання своєї частини робіт по створенню експозиції. МІМ має успішний досвід співпраці з Ядро у створенні культурних та туристичних продуктів вже більше 10 років (створення ремісничого містечка у замку, експозиції Родини Ракоці, реставрація лицарської зали, Реміснича мануфактура та інші).

### Чому проєкт є унікальним?

Від директора музею

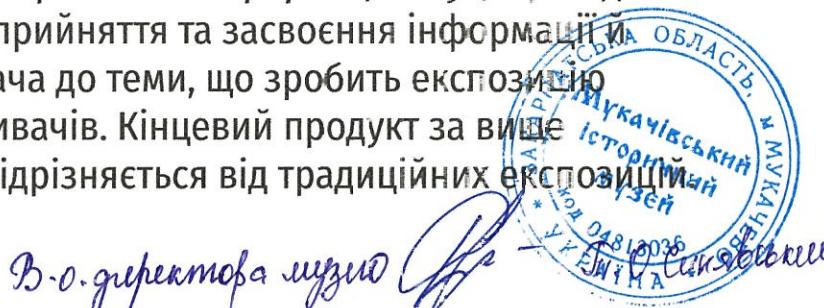


Даний проект є унікальним в контексті об'єкту, в якому він реалізовується, – замку Паланок, унікальній пам'ятці культури національного значення. Замок має довгу та цікаву історію. Завдяки сильному впливу європейської архітектури, культури і особистостей вона не схожа на історії решти замків України і є привабливою для туристів. Унікальність проекту для регіону полягає також у концепції самої історичної експозиції. На думку авторів проекту, щоб залишатись цікавим для відвідувача, музею вже недостатньо бути «храмом історії» чи «сховищем» експонатів, що припадають порохом у традиційних виставкових залах. Більшість історичних експозицій в регіоні є традиційними виставковими залами з припорошеними експонатами, застарілими технологіями та підходами. У даному проекті пропонується за допомогою поєднання сучасних інтерактивних і цифрових технологій та цікавого історичного контенту, створити сучасний багатофункціональний інтерактивний простір для представлення історії унікальної пам'ятки, просвітницької та навчальної діяльності, реалізації творчих проектів та активного дозвілля мешканців громади; тобто перетворити відвідувача з пасивного споглядача на активного учасника експозиції. Партнер відіграє важливу роль у проекті створення історичної експозиції, відповідаючи за створення інтерактивного простору експозиції, програмування цифрової експозиції та інтерфейсу користувача, виробництво анімаційного серіалу, виготовлення цифрових моделей замку та 3D макетів, закупівля технічних засобів (з джерел проекту «СМАРТ Музей» - HUSKROUA/1702/3.1/0026), які є комплементарними до продуктів даного проекту.

### **Чому проект є інноваційним?**

Інноваційність даного проекту варто розглядати у декількох аспектах, зокрема за змістом, за формою та за організаційними підходами. За змістом ідея є інноваційною оскільки передбачає представлення історії замку у нерозривному зв'язку з історією України. Традиційно, замок Паланок представляють як об'єкт пов'язаний з історією сусідів та країн Західної Європи. Команда ж проекту прагне представити, як пов'язана історія замку з землями сучасної України, присвятивши цим зв'язкам окремий розділ експозиції. Другий аспект інновації проекту полягає у формі представлення контенту – через інтеграцію цифрових та інтерактивних елементів експозиції в інтер'єрі замку, його історія подається у цікавому та захоплюючому форматі, що створює яскраві враження у відвідувача, впливаючи одразу на три канали сприйняття інформації: слух, зір та дотик. Такий підхід забезпечить краще сприйняття та засвоєння інформації органічно інтегруватиме відвідувача до теми, що зробить експозицію цікавою для широкого кола споживачів. Кінцевий продукт за вище визначеними критеріями якісно відрізняється від традиційних експозицій.

В.о. директора музею



Застосовані технології слугитимуть також якісно новим інструментом комунікацій – відвідувача з екскурсоводом, відвідувача з експонатом та відвідувача з відвідувачем. Також інноваційними є й рішення дизайну експозиції (сам простір експозиції, інформаційна частина, інтерактивні елементи, світло), які спрямовані на активне дослідження історії замку та творчий розвиток відвідувача. Основна ідея – відвідувач не пасивний спостерігач, а активний учасник експозиції. З організаційної точки зору, проект також є інноваційним, яка полягає у можливості синергії з вищезазначенім проектом «СМАРТ Музей» через залучення міжнародного досвіду щодо застосування новітніх смарт технологій в експозиційній діяльності, використання ефективних інструментів маркетингу та комунікацій, промоції замку як дестинації на європейських ринках. Здобутий досвід створення інтерактивних експозицій та застосування сучасних технологій в експозиційній діяльності, маркетингу та комунікаціях стане цінним для обох партнерів у подальшій діяльності.

### **Основна мета проекту**

Мета проекту - підвищити атрактивність національної історичної пам'ятки - замку «Паланок» для відвідувачів шляхом впровадження смарт-рішень у експозиційній, промоційній та навчально-виховній діяльності Мукачівського історичного музею.

### **Цілі проекту**

#### **Ціль**

Розширити і доповнити цифрову історичну експозицію замку Паланок шляхом створення історичного, відео-, фото- та графічного контенту, а також інструменту для демонстрації та комунікації екскурсовода з відвідувачами

#### **Завдання**

Створити історичні описи, відео-, фото- та графічний контент для демонстрації на експозиційних екранах

#### **Результат 1**

Виготовлений історичний, відео- та фотоконтент інтегрований до цифрової історичної експозиції. Історичний контент: текстові матеріали з описами до історичних матеріалів цифрової експозиції; оцифровані історичні документи (фотографії, картини, гравюри, карти, документи, грамоти); фото-контент: фотографії та інші зображення (функціональних елементів, подій в замку), 3D фото костюмів (360o) – якісні фото об'єкта з

В.о. директора музею  Олесявський  


4-х сторін \* 7 костюмів; відео-контент: відео розповіді з життя в замку (3 хв. сюжети).

## **Результат 2**

Виготовлені анімовані історичні мапи як інструмент демонстрації та комунікації екскурсовода з відвідувачами під час екскурсії, зокрема: замок по відношенню до основних історичних центрів, з якими пов'язана його історія, прихід слов'ян, а пізніше угорців та утворення Угорського королівства, угорське королівство до середини XIII ст., 1311-1526 Паланок до основних центрів володінь угорських монархів та до сучасних українських земель, 1526-1571: кордони між Габсбургами та Східно-угорським королівством, карти періодів 1571-1699, 699 – до кінця XVIII ст., карта періоду з кінця XVIII ст. до 1918 р., 1918-1944, 1944 – сьогодення.

## **Індикатори досягнення результатів**

до Результату 1: історичний контент цифрової експозиції (кількість сторінок історичних описів до цифрової експозиції – 200 стор., кількість оцифрованих історичних документів, зокрема фотографії, картини, гравюри, карти, документи, грамоти – 200 шт.), відео-контент цифрової історичної експозиції (кількість відео-розповідей із життя замку – 10 (3хв \* 10 сюжетів), фотоконтент цифрової експозиції (кількість 3D фото історичних костюмів (360°) - 7 (якісні фото об'єктів з 4-х сторін = 28 фото), кількість сучасних фотографій функціональних елементів замку, написів, табличок, подій та івентів для включення до матеріалів цифрової експозиції – 200 шт.; до Результата 2: графічний контент цифрової експозиції (кількість анімованих мап відповідних історичних періодів – 10).

## **Ціль**

Розширити і доповнити мультифункціональний інтерактивний простір експозиції "Історія замку Паланок" шляхом створення додаткових атракцій та елементів історичної експозиції

## **Завдання**

Створити елементи інтерактивного простору та додаткову атракцію в експозиції "Історія замку Паланок"

## **Результат 1**

Створено додаткові елементи простору інтерактивної експозиції «Історія замку Паланок» (історичні костюми, скомпоновані з реплік предметів одягу та амуніції воїнів різних історичних епох), а саме: лучник XIV ст.

З.О. директора музею  
Г. О. Сенічевський



(нижня білизна (бре + каміза), верхній одяг (шосси, котта або пурпен), головні убори (каль + тіролька), фурнітура (пояс, піхви, накладки, підв'язки під шосси, сумка, колчан), взуття, кинджал); воїни: XIV ст. (нижня білизна (бре + каміза), верхній одяг (шосси, котта або пурпен), головні убори (каль + тіролька), фурнітура (пояс, піхви, накладки, підв'язки під шосси, сумка), взуття, шапель (шолом з полями), меч; XV ст. (нижня білизна (бре + каміза), вірхній одяг (шосси, пурпен), головні убори (каль + тіролька), фурнітура (пояс, піхви, накладки, підв'язки під шосси, сумка), взуття, чекан, шолом; XVI ст. (нижня білизна (бре і сорочка), верхній одяг (штани 16 ст, дублет), головні убори (берет), фурнітура (пояс, піхви, накладки, сумка), взуття, короткий меч; XVII ст. (нижня білизна (бре і сорочка), верхній одяг (штани 17 ст, жупан), головні убори (капелюх), фурнітура (пояс, піхви, накладки, сумка), взуття, булава, шабля; XVIII ст. (нижня білизна (бре + сорочка), верхній одяг (форма австрійського солдата епохи Марії Терезії), головні убори (трикутний капелюх), фурнітура (пояс, піхви, накладки, сумка), взуття, шабля; XIX ст. (нижня білизна (бре + сорочка), верхній одяг (форма австрійського солдата XIX), головні убори (трикутний капелюх), фурнітура (пояс, піхви, накладки, сумка), взуття, шабля.

## Результат 2

Створено додаткову атракцію в інтерактивному просторі історичної експозиції – фотозона «Замкова сторожа»

### Індикатори досягнення результатів

до Результата 1: кількість виготовлених середньовічних костюмів воїнів (лучник: XIV; воїни: XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX ст.) як елементів інтерактивного простору історичної експозиції – 7; до Результата 2: кількість створених фотозон ("Замкова сторожа") як елементів інтерактивної експозиції - 1;

### Ціль

Популяризувати створену інтерактивну експозицію "Історія замку Паланок" серед цільових аудиторій

### Завдання

Організувати і провести промо-компанію для залучення цільових аудиторій

## Результат 1

Проведено промо-кампанію створеної історичної експозиції у ЗМІ



Р. о. директора музею

соціальних мережах та на інтернет платформах

## **Результат 2**

Здійснено заходи промоції інтерактивної історичної експозиції: презентація історичної експозиції з онлайн трансляцією, у т.ч. прес-конференція (кількість учасників – 50, захід буде проведено на подвір'ї замку з обов'язковим дотриманням рекомендацій МОЗ щодо активностей в умовах карантину та поширення інфекції COVID-19), «День відкритих дверей», тестові екскурсії, виготовлення рекламної продукції)

## **Індикатори досягнення результатів**

До Результату 1: кількість публікацій у форматі постів та Stories – щонайменше 20 гублікацій/місяць \* 5 місяців = 100 публікацій; кількість охопленої аудиторії у соціальних мережах – 20 тис./міс.; кількість сюжетів на ТБ – 4, кількість статей та повідомлень у друкованих ЗМІ/інтернет ресурсах – 20; кількість виготовлених промороликів – 1; кількість виготовлених тематичних роликів для соціальних мереж – 6; кількість переглядів – 6000; до Результату 2: кількість проведених акцій "День відкритих дверей" – 1; кількість проведених тестових екскурсій – 5; кількість проведених презентацій, у т.ч. прес-конференцій – 1; кількість інформаційних листівок експозиції – 1 (формат А4, наклад 10 000 шт., повноколірний друк); , кількість осіб, що відвідають експозицію протягом першого місяця після відкриття – 1 тис.

## **Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту**

Прямі цільові групи проєкту (особи, що беруть участь у заходах проєкту):

1) Учасники тестових екскурсій (75, 15 осіб/експурсію) – представники різних категорій потенційних відвідувачів експозиції з метою уточнення та ефективного реагування на потреби цільової аудиторії через отримання фідбеку, зокрема: 1) діти молодшого шкільного віку та підлітки (8-16 р.), 2) дорослі (молодь, середній вік, 50+), 3) сім'ї з дітьми, 4) місцеві жителі, 5) туристи. Групи учасників тестових екскурсій формуватимуться відповідно до визначених критеріїв на принципах недискримінації та гендерної рівності.

2) Гіди/експурсоводи (10) – штатні експурсоводи музею, зовнішні акредитовані гіди. Залучені до проведення тестових екскурсій, акції «День відкритих дверей», практиків з користування інтерактивним простором та цифровою експозицією.

3) ЗМІ/блогери (15) – представники місцевих, регіональних та національних ТБ каналів, друкованих видань, інформаційних і туристичних

В.о. директора музею



інтернет ресурсів, блогери. Залучені до промоційних заходів проєкту, промо-кампанії у ЗМІ та соціальних мережах.

4) Учасники презентації історичної експозиції (50) – по 10 осіб від органів регіональної та місцевої влади, музейних установ краю, організацій та установ в галузі культури, освіти та туризму, та 20 представників експертних спільнот (історики, освіта, культура, туризм).

Пряма цільова аудиторія, на яку спрямовані результати проєкту:

1) Мешканці Закарпатської області та м. Мукачево зокрема (переважно сім'ї з дітьми, молоді люди, які цікавляться історією краю); кількість населення Мукачева 90 тис., села навколо 25 тис., найближчі міста Ужгород і Берегово ще 150 тис. Переважна більшість емоційно прив'язана до об'єкту, вболіває за його стан. Однак, не розглядає замок як улюблена територію відпочинку та проведення вільного часу. Причини: незручне транспортне сполучення, слабка пропозиція цікавих атракцій, ефект «звикання» (наприклад, жителі біля моря часто не ходять до моря, а жителі гірської місцевості не ходять у гори). Останнім часом спостерігається тенденція до зростання відвідуваності замку місцевими мешканцями, що пояснюється появою нових атракцій та подій в замку, а також обмеженою мобільністю людей у зв'язку з пандемією Covid-19.

2) Учні місцевих шкіл (вік від 8 до 16 р.) м. Мукачево. Замок приваблює дітей масштабністю споруди та стародавністю. Однак, через традиційні та нецікаві експозиції діти швидко втрачають до нього інтерес.

3) Гіди/екскурсоводи (160) – дана група включає штатних екскурсоводів музею, зовнішніх акредитованих гідів. Відчувають брак впорядкованих знань та інформації щодо історії замку, можливостей для наочності та цікавої презентації, інструментів ефективних комунікацій з екскурсантами під час екскурсій, створення «вау-ефекту».

4) Туристи-екскурсанти та туристичні групи. На рік кількість відвідувачів сягає 300 тисяч (до епідемії COVID-19), у т.ч. іноземців, що може свідчити про масовий ринок. Є основним джерелом доходів музею (купують вхідний квиток) і відповідно очікують позитивних емоцій від візиту. Їх приваблює більше сам об'єкт – архітектурна фортифікаційна споруда. Також відвідувачів привозять з навколишніх санаторіїв – замок є в більшості туристичних маршрутів сегменту історичного туризму. На даний час спостерігається спад кількості туристів у замку, як у всьому світі, у зв'язку з пандемією Covid-19. Потреба: гарні емоції та враження, що стимулює повернутись до замку знову, цікаві програми, різноманітність послуг, цікаві форми представлення історії замку.

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму)

В. о. директора музею



## **аудиторію проекту**

- 1) туристичні організації (турагентства, які працюють на внутрішній ринок, інформаційні центри, ГО у сфері туризму та інші - 20) м. Мукачево та Закарпатської області. Вигоди: отримають цікаві програми, різноманітність послуг для формування пакетів пропозиції для туриста.
- 2) місцеві навчальні заклади (школи) - 10. Вигоди: цікаві пізнавальні програми для шкільних екскурсій, пропозиції щодо позашкільних освітніх програм та клубів, можливість формування партнерств у навчальних програмах.
- 3) місцевий бізнес (заклади розміщення та харчування, виробники сувенірної та крафтової продукції, інші). Вигоди: покращення пропозиції МІМ призведе до зростання туристичних потоків – клієнтів для місцевого бізнесу.
- 4) інші музейні установи Закарпатської області. Вигоди: позитивний приклад та доступ до практичного досвіду формування сучасних експозицій, можливість налагодження партнерств.

## **Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?**

- 1) Місцеві мешканці. Вимагають багато уваги, оскільки їхнє ставлення до замку є найбільш прискіпливим, однак саме вони формують значну частину критичних «меседжів» в інформаційному полі про те, що в замку відбувається. Однак місцеві нечасто відвідують замок і музей, і свою думку формують з інформації вторинного рівня (плітки, соціальні мережі, інформаційні повідомлення тощо). Потреби та інтереси: прагнуть цікаво проводити час і самостійно обирають, як саме це робити, потребують цікаві програм та атракції в замку для проведення дозвілля (особливо сім'ї з дітьми та молодь), постійне інформування про події та програми в замку. Для місцевих мешканців діє програма персональної підтримки – картка «мукачівця» дає знижку на вхідний квиток.
- 2) Учні місцевих шкіл. Потреба: цікаве проведення дозвілля у позашкільний час. Для цих груп важливе екскурсійне наповнення, легенди та історичний аспект замку. Збільшення інтерактиву в екскурсіях та експозиціях, організація інтерактивних програм та групових занять могли б зробити історію «ближчою» для дітей та молодих людей. Ефективна робота з даною групою також дозволить залучити до відвідання замку й дорослих мешканців, використовуючи традиційно сильні в Закарпатті сімейні традиції разом проводити час на вихідних.
- 3) Гіди/експурсоводи. Інтерес – сформувати в екскурсантах унікальні спогади та яскраві враження, що спонукатиме туриста повернутись ще раз та рекомендувати послуг знайомим. Потреба: якісна впорядкована інформація та представлення історії замку, повноцінна історична

*В.о. директора музею*



експозиція замку, створення ефективних інструментів комунікації та взаємодії під час екскурсій.

4)  Туристи/екурсанти. Зустрічаємося з ними переважно в замку. Чіткої комунікаційної стратегії, спрямованої на їх залучення адміністрація замку не має. Цю діяльність проводять туристичні фірми, ГО, інші СПД туристичної галузі. Клієнти цього типу очікують емоцій і «вау»-ефект від відвідання замку. Туристи відзначають, що експозиції замку статичні та нецікаві, бракує додаткових послуг і можливостей урізноманітнити візит, бракує унікальної сувенірної продукції. Інтерес до об'єкта втрачається через 1 годину після початку візиту. Відвідувачі відзначають, що замок зовні більше вражає, ніж із середини. Ціннісна пропозиція для цієї категорії цільової групи – зробити пізнання історії замку та місцевих традицій цікавим та різноманітним, надати яскравих емоцій, сформувати унікальні спогади про замок і бажання повернутися знову. Мукачівський історичний музей постійно проводить опитування серед відвідувачів і в такий спосіб отримує зворотній зв'язок та аналізує їх потреби.

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

Проект апелює до 4-х сегментів цільових користувачів, створюючи (надаючи) цінність для кожного з них:

- 1)  Мешканці – Ціннісна пропозиція – посилити відчуття причетності до історії та культури; отримають можливість пізнавати історію рідного краю в цікавій та інтерактивній формі, отримають простір та організовані на базі цього цікаві програми для проведення активного дозвілля з сім'єю та друзями, великий масив та різноплановість матеріалу цифрової експозиції спонукатиме повертатись, щоб черпати нову інформацію, ідеї;
- 2)  Учні місцевих шкіл та молодь зможуть вивчати історію рідного краю цікаво та інтерактивно, з користю та цікаво проводити дозвілля у позашкільний час, отримають простір для творчого розвитку;
- 3)  Гіди/еккурсоводи – отримають впорядковану інформацію про історію замку, інструменти для ефективних комунікацій з екскурсантами, супровождення розповіді під час екскурсій наочним матеріалом, можливість розбавити екскурсію елементами інтерактивних розваг;
- 4)  Туристи/екурсанти – створена експозиція забезпечить можливість як самостійним туристам так і організованим групам пізнавати історію у цікавому форматі, не просто бути споглядачем експонатів, а стати активним учасником експозиції, такі додаткові елементи як фотозона надає можливість забрати з собою гарні спогади, приміряти на себе середньовічний образ. Ключова цінність – надати емоції і гарні враження, які стимулюють відвідати замок знову

Р.О. директора музею



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

Адміністрація музею – впливає позитивно, зацікавлена в розвитку музею, є ініціатором і основним виконавцем проєкту. ГО АПМ "Ядро" - є партнером проєкту, збереження історико-культурної спадщини регіону, створення на її базі конкурентоздатних та сталих продуктів, є одним з пріоритетів діяльності, вплив – позитивний, бере активну участь у проєкті. Туристи – найчисельніша зацікавлена сторона, впливають позитивно, бажають нових яскравих емоцій, безпосередньої участі в проєкті не беруть, є однією з основних цільових аудиторій історичної експозиції. Місцеві мешканці – позитивно, прагнуть цікавого і корисного дозвілля для себе та своїх сімей, є цільовою аудиторією. Гіди – позитивно, прагнуть покращити якість проведення екскурсій, надають зворотній зв'язок щодо матеріалів цифрової експозиції. Місцевий бізнес – позитивно, бажають збільшити обсяги товарів та послуг за рахунок збільшення туристичних потоків у місті, безпосередньої участі в проєкті не беруть. Туристичні фірми – шукають цікавих атракцій для урізноманітнення власних екскурсійних та інших туристичних пропозицій. Уповноважені органи з питань охорони культурної спадщини – мають адміністративні функції контролю і впливають у випадку загрози пошкодження чи руйнації історичної пам'ятки. Проєкт не несе загрози замку Паланок, оскільки не передбачає капітального втручання. Навчальні заклади культурно-мистецького сектору, студенти та викладачі: позитивно, розглядають різні локації для здобуття практичних навичок та генерування творчих ідей; Міська влада – позитивно, дбає про імідж туристично привабливого міста та сприяє появі спроможних культурних продуктів, орієнтованих на залучення нових туристів. Представники преси та інших видів ЗМІ: безпосередньо впливають на проєкт, висвітлюючи його результати. Також зацікавлені у цікавих інформаційних приводах.

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

Ключові меседжі за цільовими аудиторіями: 1) мешканці громади: "Музей – це не "храм" історії, а дружній простір для пізнання, розвитку й активного дозвілля!", "Замок, що живе і розвивається для тебе"; 2) місцеві школяри/ молодь: «Вивчення історії краю може бути цікавим і захоплюючим», «Історія – це казка, яка потребує вправного оповідача»; 3) туристи: «Унікальна історія – незабутні враження», "Розмаїття культури Карпат, багатство кожного з нас!", "Історія, яку можна побачити, відчути, почути".

В.директора музею



доторкнутися". Цінності, які лягають в основу комунікаційної стратегії проекту, відповідають комунікаційній стратегії Мукачівського історичного музею: 1. [?] Динаміка та рух. Замок як культурний проект має враховувати стиль життя і запити сучасного суспільства, адаптуватись так, аби бути завжди цікавим. Для цього постійно проводяться роботи як з відновлення споруди, так і з інтерактивного наповнення. 2. [?] SMART. Доносимо історичну цінність через сучасні технології. Замок все ширше використовує у своїй експозиційній та виставковій діяльності комп'ютерні технології. Вони забезпечують "занурення" відвідувача в історію, пояснюють експозиції, сприяють близьчому знайомству відвідувача з ідеями та легендами. 3. [?] Комунікація. Ми прагнемо максимально широко інформувати свою аудиторію про замок і події, що відбуваються у ньому, а також збирати зворотній зв'язок, чути побажання і потреби відвідувачів. Лише так замок може бути цікавим і затребуваним. Для цього використовуємо різноманітні канали комунікації: від друкованої продукції до соціальних мереж. 4. [?] Збереження локального. Замок Паланок відіграє важливу роль у житті місцевої громади, тож саме вона має бути долучена до його діяльності і розвитку. Ми залучаємо лише локальних виробників і майстрів до виконання робіт у замку. Їхні продукти та послуги створюють і підтримують атмосферу замку, роблять його автентичним та особливим. Водночас самі ремісники отримують місце для збуту своєї продукції і її додаткової реклами. 5. [?] Відкритість. Замок – це простір, на базі якого можна проводити тренінги, покази кінофільмів, фестивалі, втілювати цікаві проекти тощо. Ми прагнемо відігравати важливу роль у житті громади, готові співпрацювати і втілювати нові ідеї.

**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?**

Методи комунікації: промо кампанія в соціальних мережах, інформування в засобах масової інформації, розміщення інформації на туристичних ресурсах TripAdvisor, Foursquare та на Google Maps; проведення дня відкритих дверей, відео контент (промо-ролики продуктів проекту); друкована візуальна інформація (інформаційні листівки експозиції, інформаційні табло).

Канали комунікації: сторінка МІМ у Фейсбуку та Інстаграм; місцеве та національне телебачення; інтернет-ресурси новин та туристичні портали; Youtube канал МІМ, поліграфічна продукція.

**Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту (вкажіть назви засобів масової інформації та кількість**

В. о. директора музею



## **публікацій/матеріалів, які заплановані?**

Телеканали: "Перший кабельний", "ICTV", UA: Закарпаття, "21-й канал"

Місцеві журнали: місцевий туристичний глянець "Унікум"

Регіональні інформаційні та туристичні Інтернет ресурси: Tourinform, Varosh

Місцева преса: інтернет-ресурси новин "Мукачево.net", Panorama та інші

Блогери: фізичні особи блогери.

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

Розміщення щонайменше 20 публікацій на місяць у форматі постів та Stories з охопленням ЦА не менше 20000 осіб/місяць, виготовлення 1 проморолика про створені культурні продукти проекта та 6 тематичних роликів для соціальних мереж, кількість переглядів - 6000; інформація про інтерактивну історичну експозицію розміщена на інформаційних ресурсах із загальним охопленням аудиторії не менше 2 млн. осіб (мінімально 4 сюжети на ТБ, 20 статей та повідомлень у друкованих ЗМІ та на Інтернет ресурсах); кількість презентацій - 1.

## **Яких довгострокових результатів вдасться досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженим досягнення мети проекту?**

Довгостроковим очікуваним результатом проекту є підвищенням інтересу цільових аудиторій до Мукачівського історичного музею та його основного «експонату» замку «Паланок» та укріплення його позиції на ринку туристичних послуг як регіонального лідера галузі.

Для Мукачівського історичного музею важливим є вклад проекту з точки зору цінності платформи розвитку музею, яка ґрунтуються на використанні наявних емоційних переваг, притаманних замку як об'єкту історичної спадщини: А/ Замок живе, а не просто існує. Замок є частиною відпочинку і повсякдення місцевих жителів та відіграє для них важливу роль. Він не просто частина архітектури, а й враження, спогади, знання, емоції для сучасників. Б/ Впізнаваний бренд та унікальна легенда Замок Паланок відомий далеко за межами Закарпаття, а його історія – відмінна від історії більшості замків України. Замок має відомі постаті і легенди, які популяризують його краще за будь-які заходи. В/ Атмосфера Замок Паланок є однією з найдавніших фортець в Україні. Його середньовічні стіни донині зберігають чимало таємниць і легенд. Споруда добре збережена, а продумані експозиції і розважальне наповнення допомагають відвідувачам перенестися на декілька століть назад і відчути себе частиною історії Г/ Формування культурного ландшафту. Мукачево є пізнаваним завдяки Паланку. Саме силует замку на горі – перше, що бачать гості, під'їжджаючи

В.о. директора музею



до міста із західної сторони. Його найчастіше можна зустріти на листівках і сувенірній продукції Мукачева. Тож це свого роду символ міста. Сформоване стало партнерство з місцевою владою (яка є власником замку) та менеджментом туристичного розвитку міста отримає завдяки проекту додаткові інструменти та інформаційні приводи (створена сучасна інтерактивна експозиція, промо-кампанія, промо-продукція) для подальшого просування «міста під замком» як туристичної дестинації та центру культурно-пізнавального туризму. Очікується, що в перспективі 3-5 років даний та аналогічні проекти збільшать туристичні потоки в місті та замку на 40%.

### **Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту**

Проект є дотичним і забезпечить підтримку наскрізних тем розвитку українського суспільства наступним чином: права людини – впродовж нашої історії відбувались різні події, як негативні, так й позитивні, і кожна сторона може мати свої суб'єктивні судження про події минулого. Подібні позитивні проекти у галузі культури, що спрямовані на збереження та об'єктивне та неупереджене представлення культурно-історичної спадщини, враховуючи всі думки та погляди, сприятиме зміцненню відносин між сторонами, досягненню взаєморозуміння та толерантності. Інформація, що надаватиметься із застосуванням інноваційних методів, підвищить рівень обізнаності в історії краю, що також стане інструментом запобігання появі будь-яких упереджень, ксенофобських чи націоналістичних настроїв, забезпечуючи дотримання права на свободу думки, совісті та віросповідання, права на свободу слова, вільної участі в культурному житті громади, насолоду мистецтвом та залучення до наукового прогресу та його переваг. Дано тема також тісно пов'язана з наскрізною темою подолання наслідків російської агресії, оскільки вже відомі неодноразові спроби дестабілізувати ситуацію в регіоні, посіяти зерно та підігріти міжетнічні конфлікти та непорозуміння, що є хоч і складним завданням, але небезпечним у такому багатонаціональному та дружньому краї як Закарпаття, даний проект також безпосередньо впливає на подолання наслідків саме інформаційної агресії, оскільки спрямований на пізнання та об'єктивне представлення історії рідного краю, формування національної ідентичності, згуртування, патріотичного виховання молоді та формування критичного мислення. Підтримка державної мови забезпечується тим – що всі тексти експозиції обов'язково складаються державною мовою з перекладом на деякі мови Європейського Союзу, усі відеоматеріали іноземними мовами підлягають обов'язковому субтитруванню українською мовою. Інклюзія проекту забезпечується наявністю місць відпочинку в приміщеннях історичної експозиції.

В.О. директора музею



озвучуванням та субтитруванням матеріалів експозиції, що робить її доступною для людей з вадами зору чи слуху. Екологічна сталість проекту забезпечується використанням екологічних матеріалів під час створення інтерактивного простору історичної експозиції, представлення історичного контенту на цифрових носіях.

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

Матеріальний результат проекту буде у вільному доступі для відвідувачів, що означає відсутність додаткових умов стягнення окремої плати за вхід (вхідний квиток) на територію створеної з частковим фінансуванням проєкту історичної експозиції. Вхідний квиток на територію замку Паланок зберігатиметься на загальних підставах згідно чинної тарифної політики закладу. Для широкої аудиторії результати проєкту будуть представлені на прес-конференції та офіційному відкритті експозиції.

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

Продукти та результати проєкту в подальшому будуть підтримуватись за рахунок доходів Мукачівського історичного музею від продажу вхідних квитків. Очікується зростання відвідуваності музею за рахунок створення нових атракцій та збільшення доходів від продажу квитків.

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

Усі заходи/активності та здобутки проєкту будуть широко висвітлені в засобах ЗМІ та соціальних мережах у вільному доступі. Також МІМ планує поширювати здобутий досвід застосування цифрових та інтерактивних технологій в експозиційній діяльності, налагодження комунікацій шляхом проведення практичних семінарів, спецалізованих публікацій. У майбутньому МІМ планує налагодити співпрацю з УКФ для поширення інформації про результати проєкту, а також поширення досвіду аналогічних проектів на своїх ресурсах, у т.ч. через транскордонну партнерську мережу музейних установ.

**Команда проєкту (основні виконавці)**

**ПІБ члена команди**

В.о. директора музею



Белеканич Михайло Іванович

**Роль у проекті**

Директор музею, керівник проєкту

**Перелік основних обов'язків**

Загальне керівництво, постановка завдань і контроль виконання, підписання договорів та інших розпорядчих документів, платіжних доручень, описових та фінансових звітів проєкту, координація процесу запуску експозиції

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

Зайнятість 30 %

**Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)**  
Освіта - вища, Ужгородський національний університет, Географічний факультет 2007-2012 рр.

Організаційні/менеджерські здібності – за період роботи на посаді директора музею показав себе енергійним, вмілим керівником з високим професіональним рівнем. В роботі проявляє ініціативність, завдяки чому зроблено чимало роботи у плані покращення матеріально-технічної бази музею, втілено у життя багато творчих задумів, відкрито нові експозиції, постійно проводяться фестивалі та майстер- класи. За період керівництва музей збільшив кількість відвідувачів з 70 тисяч на рік у 2011 році до 245 тисяч за підсумками 2019 року. Фінансовий стан значно покращився, що дає можливість вкладати кошти у реставраційні та відновні роботи - загальна площа приміщень замку Паланок, де розташовано музей, становить 14 тис. кв.м. Відповідно до посадових обов'язків представляє інтереси культурно-історичного об'єкту національного значення на всеукраїнському та міжнародному рівнях, приймає участь у різноманітних форумах, виставках, семінарах.

Здібності, які мають відношення до проєкту, що реалізується - протягом 2012-2015 рр. брав участь у виконанні програми ЕІСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна HUSKROUA/1001/049 «Місцями слави Ракоці-транскордонний туристичний маршрут» на посаді керівника офісу проєкту. Під час виконання проєкту отримав досвід у виконанні грантових проєктів, які стосуються розвитку музеїв, їх експозиційної та фондою роботи. Даний проєкт успішно завершено і на сьогоднішній день завдяки виконанню даного проєкту в Мукачівському історичному музеї функціонує оновлена Лицарська зала, відкрито нову експозицію

В. о. директора музею



Родини Ракоці. З 1 вересня 2019 року - беру участь у новому проєкті за програмою "Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна"  
HUSKROUA/1702/3.1/0026 проєкт «СМАРТ Музей – сучасні форми представлення культурної спадщини» на посаді менеджера проєкту.  
Проєктом передбачені реставраційні роботи, дослідження та створення нових експозицій з використанням сучасних цифрових рішень і технологій, навчання і обмін досвідом, створення інтерактивної анімації та уроки краєзнавства для дітей в ігровій формі.

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

**ПІБ члена команди**  
Шершун Олександр Олександрович

**Роль у проєкті**  
Експерт з розробки контенту інтерактивної експозиції

**Перелік основних обов'язків**

Підбір та опрацювання історичних матеріалів, складання описів до експозиції, підготовка та координування роботи по створенню відеорозповідей з життя замку, фотоматеріалів, підготовка матеріалів та координування роботи по програмуванню анімованих мап, підготовка матеріалів для компанування історичних костюмів

**Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)**  
50% зайнятості

**Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)**  
у 2011р. закінчив навчання у ДВНЗ «Ужгородський національний університет», отримав диплом магістра за спеціальністю «Історія». У 2014-2018 рр. – аспірант кафедри нової і новітньої історії та історіографії ДВНЗ «УжНУ».

Досвід роботи у споріднених проєктах:

З вересня 2011р.(за сумісництвом) по травень 2012 р. – викладач культурології у Мукачівському гуманітарно-педагогічному коледжі Мукачівського державного університету

Ведучий міжнародного фестивалю середньовічної культури «Срібний

В.О. директор музею



Татош» 2013 р., 2014 р., 2015 р. З 2016-го – співорганізатор з січня 2012 р. – гід-екскурсовод по Закарпатській області у 2015-2017 р. р. – ведучий інформаційно-розважальних програм на хвилях «Закарпаття ФМ» та «Світ Фм»

Березня 2018 р.-липень 2020-го –менеджер з внутрішнього туризму ТО «МКП Екскурсія».

У липні 2020-го року призначений радником Мукачівського міського голови з питань розвитку туристичної галузі міста і працює на даній посаді до тепер.

Історик-консультант у проекті «СМАРТ Музей – сучасні форми представлення культурної спадщини» (HUSKROUA/1702/3.1/0026) за фінансової підтримки ЄС.

Організаційні/менеджерські здібності – за період роботи на посаді історичного консультанта показав себе відповідальним та творчим. Під час розробки маршруту «Ужгород епохи Габсбургів», у рамках проекту «Унікальні туристичні маршрути «Пізнай Ужгород» в інтерактивних листівках з аудіогідами» здобув досвід з підготовки, розробки та координування екскурсійних проектів. Займався підготовкою матеріалів та контролював історичну достовірність костюмів, які були придбані та пошиті для працівників та екскурсоводів музею.

Систематично працює над підвищеннем своєї компетенції у розробці та реалізації креативних проектів, які популяризують вивчення історії у оновленому форматі. В ході своєї трудової діяльності в першу чергу слідкує за історичною достовірністю реалізації, відповідною підготовкою та координацією роботи по створенню різних візуальних матеріалів: документальних роликів, фотоматеріалів.

За період роботи на посаді радника Мукачівського міського голови з питань розвитку туристичної галузі міста показав себе наполегливим, практичним та ініціативним працівником з високим професіональним рівнем. В роботі проявляє креативність, оригінальність та інноваційність, завдяки чому застосовує багато прогресивних ідей, втілює у життя багато творчих задумів.

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

договір цивільно-правового характеру

**ПІБ члена команди**

Гасинець Оксана Михайлівна

В. о. директора музею



**Роль у проекті**

Бухгалтер

**Перелік основних обов'язків**

Облік витрат, формування фінансової звітності, планування і контроль і закупівель.

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

30% робочого часу

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

Освіта - вища освіта, Ужгородський національний університет, Економічний факультет, 2007-2012 рр. Досвід роботи - бухгалтер Мукачівського історичного музею з вересня 2011 року - по сьогоднішній день. Організаційні/менеджерські здібності – за період роботи на посаді бухгалтера музею показала себе відповідальною. За час роботи на посаді бухгалтера набула досвід аналітичної роботи в бухгалтерській службі бюджетної установи, володіє умінням грамотно, аргументовано і коротко

викладати і оформляти документи. Пройшла навчання з питань державних закупівель і є членом тендерного комітету Мукачівського історичного музею. Систематично працює над підвищеннем свого теоретичного та практичного рівня знань. В ході своєї трудової діяльності в першу чергу користується законодавчою базою та слідкує за її оновленням. Володіє і користується комп'ютерною технікою та спеціалізованими програмами бухгалтерського обліку. Бере активну участь у громадському житті музею та заходах на території замку. Здібності, які мають відношення, до проекту: забезпечує облік і звітність у проектах транскордонної співпраці, в яких установа бере участь. Має досвід ведення бухгалтерського обліку в проекті УКФ 3REG1-7447, "Реміснича мануфактура "Паланок"

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

Штатна посада

**ПІБ члена команди**

Белей Ярина Любомирівна

Р.о. директора музею



**Роль у проекті**  
Менеджер з комунікацій

**Перелік основних обов'язків**

Організація та проведення промо-компанії, взаємодія та координація роботи із ЗМІ, СММ

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

Зайнятість 30%

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

Освіта (формальна та неформальна) - вища, Ужгородський національний університет, Факультет іноземної філології, бакалавр та магістр, 2013-2019 рр.

Досвід роботи: Менеджер з комунікацій у ГО «Асоціації проектних менеджерів «Ядро», Менеджер з комунікацій у проектах транскордонної співпраці «СМАРТ Музей – сучасні форми представлення культурної спадщини» (HUSKROUA/1702/3.1/0026) та “GreenWheels: автотранспорт майбутнього – сьогодні!” (HUSKROUA/1702/7.1/0041), інформаційний партнер маркетингової агенції “GrowUp Agency”

Організаційні/менеджерські здібності – за період роботи на посаді менеджера з комунікацій показала себе відповідальною та старанною. За час роботи у транскордонних проектах набула досвід комунікаційної та організаційної роботи, володіє навичками толерантно, аргументовано і коротко викладати і оформляти думки, формувати промо-кампанію проекту. Пройшла навчання з цілісного маркетингу та комунікацій.

Систематично працює над підвищеннем свого теоретичного та практичного рівня знань. В ході своєї трудової діяльності в першу чергу слідкує за новинками у сфері медіа комунікацій та промоші. Розуміє та користується соціальними мережами та інструментами просування, згідно з сучасними тенденціями у цифрових медіа/соціальних медіа.

Володіє навичками комунікації з представниками місцевих ЗМІ та партнерами у рамках проекту. Бере активну участь у культурному житті міста та заходах на території Закарпаття, України та зарубіжжя. Здібності, які мають відношення, до проекту: забезпечує комунікації та промоцію у проектах транскордонної співпраці «СМАРТ Музей – сучасні форми представлення культурної спадщини» (HUSKROUA/1702/3.1/0026) та “GreenWheels: автотранспорт майбутнього – сьогодні!” (HUSKROUA/1702/7.1/0041).

Організаційні та комунікаційні здібності – за період роботи на посаді

В.о.директора музею



менеджера з комунікацій показала себе ефективним комунікатором, з організаційними здібностями та високим професіональним рівнем. В роботі проявляє креативність, завдяки чому застосовує багато прогресивних ідей, втілено у життя багато творчих задумів, постійно проводяться інформаційні заходи. Завдяки досвіду роботи розвинула вміння працювати зі спеціалістами з різних сфер та задіювати особливі знання інших людей, проявляє аналітичний підхід до вирішення питань.

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

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

Організаційний ризик: середньої величини. Може бути знижений шляхом залучення до проекту додаткових людських ресурсів з числа працівників МІМ та волонтерів. Ризик затримки оформлення інтерактивного простору інтерактивної експозиції: низький. МІМ провів планувальні та підгтовчі роботи у цільових приміщеннях.

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

Затримки у виконанні робіт підрядниками. Середній. Ризик знижується шляхом застосування посиленого моніторингу завдань щодо закупівель та оперативним реагуванням на потенційні загрози. Несприятливі погодні умови під час проведення Дня відкритих дверей, зйомок відеороликів. Низький. Заходи та зйомки роликів, які залежать від погодних умов будуть заплановані на літній період.

**Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?**

Інструменти: логіко-структурна матриця проекту, робочий календарний план заходів (діаграма Ганта), фінансовий план, таблиця індикаторів проекту

Методи збору інформації: звітність експертів, проведення робочих нарад, моніторинг медіа ресурсів

Джерела: відомості бухгалтерської звітності, протоколи робочих нарад, звіти експертів, медіа звіти, укладені договори та акти прийому-передачі, трудові договори

*В.О. директора музею*

## **Моніторингова інформація**

**Кількість чоловіків у команді проекту**

2

**Кількість жінок у команді проекту**

2

**Кількість людей віком від 17 до 34**

4

**Кількість людей віком від 35 до 50**

0

**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**

5

**Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0**

0

**Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0**

*В.о. директора музею*



0

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

10

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

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

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

Так

## Декларація добroчесності

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

Так

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

Так

В.о. директора музею   
Volodymyr Sivchenko  


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

Так

Д.о. директор музею



## Декларація добroчесності

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

Лі. О. Синявський



**УКРАЇНСЬКИЙ  
КУЛЬТУРНИЙ  
ФОНД**

Додаток № 2

до Договору про надання праці № ЧЕСДІ-2021,  
від "30" жовтня 2021 року

Назва конкурсної програми: Культура.Туризм.Регіони  
Назва ЛОТу: ЛОТ 2. Локальний музей  
Назва Заявника: Мукачівський історичний музей  
Назва проекту: ХРОНІКИ ЗАМІКУ "ПАЛАНОК"  
Дата початку проекту: червень 2021  
Дата завершення проекту: 30.10.2021

Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
<b>РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ</b>		
1. Український культурний фонд	100,00%	757 900,00
2. Спільнота*	0,00%	0,00
2.1. Кошти організацій-партнерів (Асоціація проектних менеджерів "Ядро")	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
Рейнвестиції (дохода отриманий від реалізації книжки, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проекту)	0,00%	0,00
<b>Всього по розділу I "Надходження":</b>	<b>100,00%</b>	<b>757 900,00</b>



\*За наявності спільноти у фінансування відсутнє, на які статті видрат іде спільноти.

*О. О. Гусакова*  
(no. 4)  
*О. О. Савинської*  
(no. 5)

*О. О. Савинської*  
(no. 5)

(f/16)

**Кошторис витрат проекту**

Назва Заявника: Мукачівський історичний музей

Назва проекту: ХРОНИКИ ЗАМКУ "ГАЛАНОК"

Дата початку проекту: червень 2021

Дата завершення проекту: 30.10.2021

Розріл: Стаття: Підстатя: Пункт:	Найменування витрат	Одиниця вимірювання	Витрати за рахунок гранту УКФ			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=7+10+13)	Обґрунтування та дотвіралізація витрат (копіонка обов'язкова для заповнення)
			Планові витрати відповідно до заявки	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн		
1	2	3	4	5	6	7	14
<b>Розділ: II ВИТРАТИ:</b>							
Стаття:	1	Винагорода членам команди проекту	10,00		85 000,00	85 000,00	
Підстатя:	1.1	Оплата праць штатних працівників організації-заявника (лише у випадку премії)					
Пункт:	1.1.1	Бєлеканич Михайло Іванович, Директор музею	місяців	5,00	9 000,00	45 000,00	Загальне керівництво, постановка завдань і контроль виконання, підписання договорів та інших розпорядчих документів, платників доручень, описових та фінансових відгуків проекту, корегування процесу запуску експозиції
Пункт:	1.1.2	Гасинець Оксана Михайлівна, бухгалтер	місяців	5,00	8 000,00	40 000,00	Облік витрат, формування фінансової звітності, планування і контролі закупівель.
Пункт:	1.1.3	Повінь ПІБ, посада (роль у проекті)	місяців		0,00	0,00	
Підстатя:	1.2	За трудовими зобов'язаннями		0,00	0,00	0,00	
Пункт:	1.2.1	Повінь ПІБ, посада (роль у проекті)	місяців		0,00	0,00	
Пункт:	1.2.2	Повінь ПІБ, посада (роль у проекті)	місяців		0,00	0,00	
Пункт:	1.2.3	Повінь ПІБ, посада (роль у проекті)	місяців		0,00	0,00	
Підстатя:	1.3	За освітнорозробними ЦЛХ		10,00	165 000,00	165 000,00	
Пункт:	1.3.1	Шершні Олександр Олександрович, послуга експерта з розробки контенту інтерактивної експозиції	місяців	5,00	25 000,00	125 000,00	Цілідія та опрацювання історичних матеріалів, складання описів до експозиції, підготовка та координування роботи по створенню відео-розповідей з життя замку, фотоматеріалів, підготовка матеріалів із висулюванням роботи по програмуванню виконавчих комп'ютерів, підготовка матеріалів для компонування інтерактивного експонату як елементів інтерактивного дисплею з експозиції
Пункт:	1.3.2	Белой Тетяна Любомирівна, послуги комунікаційного менеджера проекту	місяців	5,00	8 000,00	40 000,00	Організація зустрічей з промо-компанії, зв'язки з пресою, координування роботи з ЗМІ, СМІ



*В. О. Гуреканюк*

Пункт:	1.3.3	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуг/виконання робіт	Місяців		0,00	0,00
Стаття:	1.4	Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЄСВ)	250 000,00		55 000,00	55 000,00
Пункт:	1.4.1	Штатні працівники	85 000,00	0,22	18 700,00	18 700,00
Пункт:	1.4.2	За строковими трудовими договорами	0,00	0,22	0,00	0,00
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦПХ	165 000,00	0,22	36 300,00	36 300,00
Підстать:	1.5	За обов'язковими з філії	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.5.1	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуг/виконання робіт	Місяців		0,00	0,00
Пункт:	1.5.2	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуг/виконання робіт	Місяців		0,00	0,00
Пункт:	1.5.3	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуг/виконання робіт	Місяців		0,00	0,00
<b>Всього по статті 1 "Винагорода членам команда":</b>					305 000,00	305 000,00
Стаття:	2	Виплати по залізниці з підрядчиками (для штатних працівників)				
Підстать:	2.1	Вартисть проїзду (для штатних працівників)	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.1.1	Вартисть квитків (з дегалізацією маршуру і прізвищем відрядженій особи)	шт.		0,00	0,00
Пункт:	2.1.2	Вартисть квитків (з дегалізацією маршуру і прізвищем відрядженій особи)	шт.		0,00	0,00
Пункт:	2.1.3	Вартисть квитків (з дегалізацією маршуру і прізвищем відрядженій особи)	шт.		0,00	0,00
Підстать:	2.2	Вартисть проживання (для штатних працівників)	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.2.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	добра		0,00	0,00
Пункт:	2.2.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	добра		0,00	0,00
Пункт:	2.2.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	добра		0,00	0,00
Підстать:	2.3	Добові (для штатних працівників)	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.3.1	Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	добра		0,00	0,00
Пункт:	2.3.2	Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	добра		0,00	0,00
Пункт:	2.3.3	Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	добра		0,00	0,00
<b>Всього по статті 2 "Виплати по залізниці з відрядженнями":</b>					0,00	0,00
Стаття:	3	Обладнання і нематеріальні активи				
Підстать:	3.1	Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для використання його при реалізації проекту еректно-оптимізуюча	0,00		0,00	0,00



В. О. Гурецький  
І. С. Степанов

Пункт:	3.1.1.	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	комп.			0,00	0,00
	3.1.2.	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	комп.			0,00	0,00
Пункт:	3.1.3.	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00	0,00
Підстат	3.2	<i>Нематеріальні активи, які необхідні до прийбання для експлуатації та розлізгії проекту експлоатувача (за рахунок спільнотного фінансування)</i>				0,00	
Пункт:	3.2.1		послуга			0,00	
Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи	послуга			0,00	
<b>Всього по статті 3 "Обладнання / нематеріальні активи":</b>				0,00	0,00	0,00	0,00
Стаття:	4	Витрати пов'язані з орендою					
Підстат	4.1	<i>Оренда промислового обладнання</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.1.1	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин, оренди	кв.м (годин, діб)			0,00	0,00
Пункт:	4.1.2	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			0,00	0,00
Пункт:	4.1.3	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			0,00	0,00
Підстат	4.2	<i>Оренда техніки, обладнання та інструменту</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.2.1	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (діб)			0,00	0,00
Пункт:	4.2.2	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (діб)			0,00	0,00
Пункт:	4.2.3	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (діб)			0,00	0,00
Підстат	4.3	<i>Оренда транспорту</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.3.1	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)			0,00	0,00
Пункт:	4.3.2	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)			0,00	0,00
Пункт:	4.3.3	Оренда автобуса (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)			0,00	0,00
Підстат	4.4	<i>Оренда сільгосптехнічного обладнання</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.4.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00	0,00
Пункт:	4.4.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00	0,00
Пункт:	4.4.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00	0,00
Підстат	4.5	<i>Інші обсягами оренди</i>		0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00	0,00



*Ю.О. Симоновський*

04813036

Пункт:	4.5.2	Найменування (з дегалізацією технічних характеристик)	шт.				0,00	0,00
Пункт:	4.5.3	Найменування (з дегалізацією технічних характеристик)	шт.				0,00	0,00
Всього по статті 4 "Витрати по їзані з орендою":				0,00			0,00	0,00
<b>Статя: 5 Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплату праці та/або винагороду</b>								
Підстат	5.1	Поступи з харчування		50,00			5 000,00	5 000,00
Пункт:	5.1.1	Поступи з харчування (кава-брейк)	учасн.	50,00	100,00	5 000,00	5 000,00	Кавова пауза учасникам заходу - презентація експозиції та прес-конференції. До розрахунку кількості порцій не враховані втрати на учасників заходу з числа колегії проекту
Пункт:	5.1.2	Поступи з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.			0,00	0,00	
Пункт:	5.1.3	Поступи з харчування (підсніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.			0,00	0,00	
Підстат	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів		0,00			0,00	0,00
Пункт:	5.2.1	Вартисть квитків (з дегалізацією) маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00	0,00	
Пункт:	5.2.2	Вартисть квитків (з дегалізацією) маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00	0,00	
Пункт:	5.2.3	Вартисть квитків (з дегалізацією) маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00	0,00	
Підстат	5.3	Витрати на проживання учасників заходів		0,00			0,00	0,00
Пункт:	5.3.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	добра			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	добра			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	добра			0,00	0,00	
<b>Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплату праці та/або винагороду"</b>								
Статя:	6	Матеріальні витрати						
Підстат	6.1	Основні матеріали та сировина		0,00			0,00	0,00
Пункт:	6.1.1	Найменування	шт.			0,00	0,00	
Пункт:	6.1.2	Гаряченоування	шт.			0,00	0,00	
Пункт:	6.1.3	Найменування	шт.			0,00	0,00	
Статя:	6.2	Ногії, накоти, чубачі		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	6.2.1	Найменування	шт.			0,00	0,00	
Пункт:	6.2.2	Найменування	шт.			0,00	0,00	



І. О. Дубеккою  
О. Симоновим

Пункт:	6.2.3	Найменування	шт.		0,00	0,00
Статі:	6.3	<i>Інші матеріальні витрати</i>		0,00	0,00	0,00
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт.		0,00	0,00
Пункт:	6.3.2	Найменування	шт.		0,00	0,00
Пункт:	6.3.3	Найменування	шт.		0,00	0,00
<b>Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":</b>				0,00	0,00	0,00

**Статі:** 7 Поліграфічні послуги

Пункт:	7.1	Диготовлення макетів	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.2	Іннесення логотопів	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.5	Друк листівок (інформаційні листівки експозиції)	шт.	10 000,00	1,05	10 500,00
						Інформаційна листівка експозиції. Оде виданням накладом 10 000 шт. повноцінний друк. Слугує дизайну виключно. Буде пропонуватися відвідувачам музею на вході, матикуть відривний талон і слугуватимуть засобом обліку відвідування експозиції.
Пункт:	7.6	Друк плакатів	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.7	Друк банерів	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.9	Послуги копірайтера	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.10	Інші поліграфічні послуги	шт.		0,00	0,00
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договорами ЦГХ з підрядниками (ССВ) розділу "Поліграфічні послуги"		0,22	0,00	0,00
<b>Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":</b>				10 000,00	10 500,00	10 500,00

**Статі:** 8 Видавничі послуги

Пункт:	8.1	Поштук коректура	сторінка		0,00	0,00
Пункт:	8.2	Послуги верстки	сторінка		0,00	0,00
Пункт:	8.3	Друк книг	екземпляр	0,00	0,00	0,00
Пункт:	8.4	Друк журналів	екземпляр		0,00	0,00
Пункт:	8.5	Інші видтрати (вказати надану послугу)	екземпляр		0,00	0,00



*Ю. О. Дурдемирова, О. Стельбеков*

Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами ЦГХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Видавничі послуги"			0,22	0,00	0,00	0,00
<b>Всього по статті 8 "Видавничі послуги":</b>								
Стаття:	9	Послуги з просування			0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	9.1	Фотографія			0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	9.2	Відеофірмасія			0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	9.3	Рекламні витрати (зазначити конкретну назву рекламних послуг)	пакет	1,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00	8 000,00
Пункт:	9.4	Послуги SMM, SO (SEO)	на місяць	2,00	7 500,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00
Пункт:	9.5	Виготовлення відео-розповідей з логотипом замовника	шт.	11,00	8 000,00	88 000,00	88 000,00	88 000,00
Пункт:	9.6	Соціальні внески за договорами ЦГХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Послуги з просування"			0,22	0,00	0,00	0,00
<b>Всього по статті 9 "Послуги з просування":</b>								
Стаття:	10	Створення web-ресурсу			14,00	111 000,00	111 000,00	111 000,00
Пункт:	10.1	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)				0,00	0,00	0,00
Пункт:	10.2	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)				0,00	0,00	0,00
Пункт:	10.3	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)	місяців			0,00	0,00	0,00
Пункт:	10.4	Витрати з обслуговування сайту				0,00	0,00	0,00
Пункт:	10.5	Соціальні внески за договорами ЦГХ з підрядниками (ОСВ) розділу "Створення web-ресурсу"			0,22	0,00	0,00	0,00
<b>Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу":</b>								
Стаття:	11	Прибирання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації				0,00	0,00	0,00
Пункт:	11.1	Пайкінавання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			0,00	0,00	0,00
Пункт:	11.2	Пайкінавання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.			0,00	0,00	0,00
<b>Всього по статті 11 "Прибирання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":</b>								



*О. О. Гуркінська*

Стаття:	12	Поступки з перекладу				
Пункт:	12.1	Усний переклад (синхронний/постійний, з якоти на яку мову)	година			0,00
Пункт:	12.2	Лічесмовий переклад (вказавши мову і напрямок перекладу)	сторінка			0,00
Пункт:	12.3	Редагування лічесмового перекладу	сторінка			0,00
Пункт:	12.4	Соціальні внески за договірними ЦТХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Поступки з перекладу"		0,22	0,00	0,00
<b>Всього по статті 12 "Поступки з перекладу":</b>				0,00	0,00	
Стаття:	13	Інші прямі витрати				
Підстаттєвий	13.2	Адміністративні витрати		0,00	0,00	0,00
Пункт	13.1.1	Бухгалтерські послуги	погоду я		0,00	0,00
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги	послуга		0,00	0,00
Пункт:	13.1.3	Соціальні внески за договірними ЦТХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Адміністративні витрати"		0,22	0,00	0,00
Підстаттєвий	13.2	Поступки комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		217,00	205 000,00	205 000,00
Пункт:	13.2.1	Поступка оцифрування документів	документів	200,00	120,00	24 000,00
Пункт:	13.2.2	Поступка аміування графічного дизайну мап	шт.	10,00	9 000,00	90 000,00

**Всього по статті 12 "Поступки з перекладу":**

Стаття:	13	Інші прямі витрати				
Підстаттєвий	13.2	Адміністративні витрати		0,00	0,00	0,00
Пункт	13.1.1	Бухгалтерські послуги	погоду я		0,00	0,00
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги	послуга		0,00	0,00
Пункт:	13.1.3	Соціальні внески за договірними ЦТХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Адміністративні витрати"		0,22	0,00	0,00
Підстаттєвий	13.2	Поступки комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		217,00	205 000,00	205 000,00
Пункт:	13.2.1	Поступка оцифрування документів	документів	200,00	120,00	24 000,00
Пункт:	13.2.2	Поступка аміування графічного дизайну мап	шт.	10,00	9 000,00	90 000,00

*В.О. Дубекчук*

\*\*



*І.О. Сенчуковський*

\*\*



*В.О. Дубекчук*

\*\*



*І.О. Сенчуковський*

\*\*



*В.О. Дубекчук*

\*\*



*І.О. Сенчуковський*

\*\*



*В.О. Дубекчук*

\*\*



*І.О. Сенчуковський*

\*\*



*В.О. Дубекчук*

\*\*



*І.О. Сенчуковський*

\*\*



*Ю. О. Селевенський*

Пункт:	13.2.3	Послуги зД. фотографування і цифрової обробки	шт.	7,00	9 000,00	63 000,00	63 000,00	3Д фото історичних костюмів в оточенні доповненої реальності. Інтегрована частина інтерактивної експозиції.
Пункт:	13.2.4	Послуги виготовлення і обробки цифрових фото	шт.	200,00	140,00	28 000,00	28 000,00	Послуга СПД.
Пункт:	13.2.5	Соціальні внески за договорами ЦПХ з піардниками (ССВ) розділу "Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, підтримки та послуги страхування"		0,22	0,00		0,00	Фото високої роздільної здатності історичних елементів замку, частини виставки та інтер'єру, що мають цінність для формування контенту інтерактивної експозиції. Послуга СПД.
Підрозділ:	13.3	<b>Вказати предмет страхування</b>		0,00	0,00		0,00	
Пункт:	13.3.1	Вказати предмет страхування			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.3.2	Вказати предмет страхування			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.3.3	Вказати предмет страхування			0,00	0,00	0,00	
Підзагал:	13.4	<b>Інші прямі затрати</b>		1,00	121 400,00	121 400,00		
Пункт:	13.4.1	Послуги інтернет-провайдера (вказати період надання послуг)			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.4.2	Банківська комісія за переказ (відповідно до терифів обслуговуючого банку)			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.4.3	Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до терифів обслуговуючого банку)			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.4.4	Інші послуги банку (відповідно до терифів обслуговуючого банку)			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.4.5	Інші прямі витрати (зетапливати кожний вид витрат)	кв.м.		0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.4.6	Послуга оформлення фотозони "Замкова Сторожа"	шт.	1,00	12 000,00	12 000,00	12 000,00	Послуги СПД зі створення і оздоблення фотозони у приміщенні експозиції (з матеріалів замовника); розробка концепту, дизайнерські рішення, оформлення і підтримання у робочому стані протягом заходів проекту - 2 місяці.
Пункт:	13.4.7	Послуга з виготовлення шолому середньовічного воїна 14 століття	шт.	1,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	Шолом (з широкими полями, метал). Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції ціль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.8	Послуга з виготовлення шолому 16 століття	шт.	1,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	Метал, виріб на індивідуальне замовлення. Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, ціль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.9	Послуга з виготовлення клинкової зброї (реплік)	шт.	7,00	2 500,00	17 500,00	17 500,00	Мечі різних типів для воїнів 14, 15, 16, 17, 18 століття та кинджал пічника 14 ст. Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, ціль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.10	Послуга з виготовлення булави воїна 17 століття	шт.	1,00	1 200,00	1 200,00	1 200,00	Дерево, метал, індивідуальний виріб. Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, ціль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.11	Послуга пошиття нижньої блузки	компл.	1 500,00	1 500,00	1 500,00	1 500,00	Бор, каміза, сорочка для воїнів 14-17 століття. Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, ціль 2, результат №1.

Пункт:	13.4.12	Послуга виготовлення взуття	пар	7,00	2 500,00	17 500,00	<b>17 500,00</b>	Шкіряне взуття індивідуального покроя для воїнів 14-19 ст. і середньовічного лучника. Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, циль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.13	Послуга пошиття головного убору	шт.	7,00	1 500,00	10 500,00	<b>10 500,00</b>	Трикутний капелюх воїна 18 століття, трикутний капелюх воїна 19 століття, капелюх воїна 17 століття , берет середньовічного воїна 16 століття, середньовічного лучника 14 століття, середньовічних воїнів 14-15 століття, Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, циль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.14	Послуга пошиття верхнього одягу	компл.	7,00	4 000,00	28 000,00	<b>28 000,00</b>	Форма австрійського солдата 19 ст., форма воїна 17, 18 ст., штани альпіністського одягу воїнів 14, 15 ст. і середньовічного лучника. Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, циль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.15	Послуга виготовлення фурнітури а зі шкіри	компл.	7,00	3 000,00	21 000,00	<b>21 000,00</b>	Пояс, піхви, навіадки, сумки, кончан - для воїнів 14019 ст. і середньовічного лучника. Інвентар є складовим елементом інтерактивного простору експозиції, циль 2, результат №1.
Пункт:	13.4.8	Соціальні внески за договорами ІПХ з піардниками (ЕСВ) розділу "Інші прямі витрати"			0,22	0,00	<b>0,00</b>	
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":				218,00	326 400,00	326 400,00		
Всього по розділу II "Витрати":					757 000,00	757 000,00		
<b>РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ</b>					<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		

*О. О. Синевовський*

