

ДОГОВІР № 4REG21-29966
про надання гранту

м. Київ

«30» червня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Староушицька селищна рада (далі – Грантоотримувач), в особі Селищного голови Тимчука Анатолія Сергійовича, що діє на підставі Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні", з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

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

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

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

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

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

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 603 120 грн. 00 коп. (шістсот три тисячі сто двадцять гривень 00 копійок) без ПДВ.

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

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

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

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

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

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

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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

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

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

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

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Відділ міжнародного співробітництва Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.cultoureg@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Нікітіна Ольга Вікторівна;

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

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

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

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

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

додаток 5 – графік платежів.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

Тел. +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Староушицька селищна рада

Юридична адреса:

32385, Хмельницька область, Кам'янець-

Подільський район, смт Стара Ушиця,

вул. Українська, буд. 5

Адреса для листування:

32385, Хмельницька область, Кам'янець-

Подільський район, смт Стара Ушиця,

вул. Українська, буд. 5

ЄДРПОУ: 03308388

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: Державне

казначейство України, м. Київ

Р/р: UA448201720314291040302031924

Тел.: +380506321673

Виконавчий директор

В.Г. Борковський



Селищний голова

А.С. Тимчук



УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4REG21-29966
від «30» червня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Культура. Туризм. Регіони

Лот: ЛОТ 2. Локальний музей

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4REG21-29966

**Назва проекту: Ребрендинг історико-краєзнавчого
Народного музею в с.Чабанівка**

Візитна картка

Конкурсна програма

Культура. Туризм. Регіони

Лот

ЛОТ 2. Локальний музей

Тип проекту

Індивідуальний

Назва проекту

Ребрендинг історико-краєзнавчого Народного музею в с.Чабанівка

Назва проекту англійською мовою

Rebranding of the Historical and Local History People's Museum in Chabanivka

Географія реалізації проекту

Населений пункт

Україна, Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, смт Стара
Ушиця, с.Чабанівка

Початок проекту



Селезнєва

А. С. Тимчук

2021-05

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2021-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Формат проекту

наживо

Пріоритетний сектор

культурні та креативні індустрії

Основний продукт

Експозиція/реекспозиція

Ключові слова за напрямками

музей

туризм

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Нікітіна Ольга Вікторівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Керівник проекту

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект

Метою проекту є реекспозиція історико-краєзнавчого Народного музею в с.Чабанівка та ребрендинг музею для промоції локального закладу культури

Семезний голова



А. С. Стеліжук

на широку цільову аудиторію. В рамках проєкту планується залучення експертів та локальної спільноти до етнографічної експедиції задля створення залу сучасності Чабанівки та створення екологічної експозиції в музеї. Результатами проєкту стане підтримка та промоція єдиного народного музею в регіоні і як наслідок збільшення туристичної привабливості та популяризації культурно-історичної спадщини регіону.

Коротка інформація про проєкт англійською мовою

The aim of the project is to re-exposition the historical and local history museum of the People's Museum in Chabanivka and rebrand the museum in order to promote the local cultural institution to a wide target audience. Within the framework of the project, it is planned to involve experts and the local community in an ethnographic expedition for the creation of a modern Chabanivka hall and the creation of an environmental exhibition in the museum. The results of the project will be the support and promotion of a single museum in the region and, as a result, increase of tourist attraction and popularization of the region's cultural and historical heritage.

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

603120.00

Загальний бюджет проєкту

603120.00

Сума співфінансування

0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції

0

Партнери проєкту

Партнер

ГО "Територія"

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

Семезначей голова



А.С. Тимчук

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

Староушицька селищна рада

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Stara Ushytsya Village Council

Код ЄДРПОУ

03308388

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

https://drive.google.com/file/d/1CjbUXXm6GeITm_NlP0H6LdHa7rf66-V7/view?usp=sharing

Організаційно-правова форма

Орган місцевого самоврядування

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

84.11 Державне управління загального характеру

Дата реєстрації організації

2004-01-14

Юридична адреса організації

32385, Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, смт Стара Ушиця, вул. Українська, буд. 5

Поштова адреса організації

32385, Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, смт Стара Ушиця,

Селищної ради



А.С. Жулик

вул. Українська, буд. 5

Область (відповідно до юридичної адреси)

Хмельницька область

Тип населеного пункту

Селище міського типу

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Стара Ушиця

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

<https://staroushytska-gromada.gov.ua/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Тимчук Анатолій Сергійович

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?

Ні

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

Ні

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

Староушицька селищна рада

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

Ні



Селищний голова  А.С. Тимчук

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

ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

Староушицька селищна рада є органом місцевого самоврядування, яка має у комунальній власності земельні ділянки в межах території Староушицької громади. На балансі також перебувають: приміщення музею в с. Чабанівка, 6 дошкільних навчальних закладів, 4-х ліцеїв, 11 будинків культури та 6 сільських клубів, старостатів. У власності громади перебуває 5 шкільних автобуси. Навчальні заклади забезпечені мультимедійною та комп'ютерною технікою, яка може бути задіяна під час реалізації проекту.

В апараті селищної ради нараховується 36 штатних одиниць працівників. У сфері культури працює 11 осіб.

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

Ні

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

Ні

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

Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Детальний опис проекту

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

Староушицька ОТГ знаходиться на високому березі Дністровського водосховища, що утворилося внаслідок будівництва Новодністровської ГЕС у 1981 році, і під водами якого опинились понад два десятки сіл. Серед них відомі літописні міста: Бакота, Ушиця, Калюс та інші з багатою історичною та культурною спадщиною. Ціна цього водосховища - 16 тисяч гектарів плідних земель, 100 гектарів лісу, виноградників, садів та близько 30 затоплених сіл і

Селищний голова



А. С. Тимчук

переселених мешканців. Проблема Староушицької громади, одної із самих бідних в Хмельницькій області, це її віддаленість від головних магістральних шляхів - 50 км до залізничного вокзалу та 50 км до траси. Але водночас це можна розцінювати як перевагу: неймовірні дністровські пейзажі, подільські товтри та чисте повітря спричинили справжній туристичний бум до регіону. Оповитий легендами регіон та затоплена Бакота, яку ще називають «українською Атлантидою», містичний монастир, унікальна природа, рідкісні рослини та тварини – все це спричинило інтерес туристів і вже у 2020 році про регіон почали знімати репортажі Україner, музичні виконавці почали знімати тут кліпи й це, на нашу думку, має збільшити туристичний потік до цього регіону і привернути увагу до його історії. Проте таке історично цікаве місце наразі має не так багато туристичних точок, найпопулярнішою з яких є Бакотський скельний печерний монастир 12 сторіччя.

Після об'єднання п'яти сільських рад в Староушицьку ОТГ два роки тому про Бакоту знову заговорили, враховуючи її туристичний потенціал. Але місцева влада поставила більш амбітні плани – показати туристу не лише Бакоту, але й інші принади краю. Одним з об'єктів регіону які заслуговують на увагу і мають великий туристичний потенціалом є історико-краєзнавчий Народний музей у с.Чабанівка, який є єдиним музеєм на всю ОТГ та єдиним прикладом народного етнографічного краєзнавчого музею в регіоні.

Приміщення музею, площею 285 квадратних метрів, поділено на відділи експозицій. Тут не лише історія Чабанівки та сусідніх сіл, а також історія району, області, України. Особливою ознакою музею є його регіональність: до відкриття музею у 1990 році земляк Василь Ромарнюк разом з громадою зібрали унікальну колекцію регіональних пам'яток. Музей нараховує понад тисячу експонатів - частину принесли місцеві мешканці, вчителі й учні школи, але більшість знайшов Василь Ромарнюк. Історик подбав, аби підготувати цілу когорту гідів. А сам тим часом узявся ще й книгу про своє село написати. Спочатку зробив її в одному примірнику, власними руками написав дрібними друкованими літерами кожен розділ, оздобив книгу ілюстраціями. У видавництві Ромарнюка розчарували: щедро ілюстрована книга на той час тягнула неабиякі гроші. Через смерть історик так і не встиг завершити свою справу.

Окремі експонати музею створили амбітні художники, наприклад, заслужений майстер народної творчості України Володимир Лашко. На вході музею розташовані його мурали за мотивами чабанівських легенд обабіч сходів з першого до третього поверху, які змальовують місцеві звичаї та свята: Різдво, Івана Купала, Великдень, хрестини, весілля. Експозиції

Славутич

Славутич



А. С. Ткачук

відтворюють регіональну історію від найдавніших часів і до сьогодення. Загальна площа полотна – 150 квадратних метрів. Але деякі з його частин з плином часу зруйнувались та наразі потребують реставрації.

У відділах знаходяться речі, документи, таблиці та десять діорам – унікальні підсвічені ніші демонструють, яким було трипільське поселення, селянський двір, поміщицька садиба місцевої пані Лаури Токаржевської. Є тут багато зброї: шаблі, пицалі, рушниці, виготовлені з дерева і паперу (муляжі). Особливістю музею є світлиця - точна копія чабанівської хати минулого століття: із маленькими вікнами і високим порогом, розмальованою піччю, мисником із посудом, одягом на жердці, ліжком, скринєю, верстатом, прядкою, дитячою колискою, іконами, рушниками.

У селі знайдено знаряддя праці трипільської культури, тут досліджували в околицях села групу скіфських курганів - кожен експонат свідчить про величне минуле цього подільського села. Експозиції, що стосуються сучасних історичних подій, доповнюють загальну панораму музею. Експозиції музею постійно поповнюються новими матеріалами. Сільська влада активно підтримує музей, допомагає й далі збирати матеріали та облаштовувати експозиції.

Цього року музей святкував своє 30-річчя. Міністерство культури України визнало Чабанівський історико-краєзнавчий музей кращим сільським музеєм в Україні, після чого він отримав звання «Народного». Музей має унікальну колекцію регіональних пам'яток, проте наразі його навіть немає на Google-карті та у туристичних маршрутах.

Чабанівка розташована за 55 км від районного центру Кам'янця-Подільського та лише за 10 кілометрів від Бакоти, місцини, яка у 2020 році зайняла перше місце серед запитів туристів у пошуковику Google. На Бакоту приїздить неймовірна кількість туристів не тільки зі всієї України, але й з всього світу, але ніхто з них не знає про Чабанівський народний музей, мало того, ніхто з них взагалі не затримується на Бакоті більше ніж на 2 години – вони йдуть на екскурсію в печерний скельний монастир, роблять пару фото на фоні Бакотської затски та йдуть назад, оскільки екскурсійні гіді також не знають ні про музей, ні про інші привабливі об'єкти на території Староушицької ОТГ. Серед завдань нашого проекту також є популяризація музею та внесення його до новостворених туристичних рут та маршрутів "мастхев" для відвідування всіх туристів, які відвідують Бакоту. У музею залишають відгуки громадяни США, Канади, які свого часу покинули Поділля та високо оцінюють роботу групи екскурсоводів-школярів. Туризм

Сесійний запис



А. С. Тимчук

поки що не відіграє належної йому ролі в розвитку Староушицької ОТГ, проте вона має величезний потенціал. Туристичний збір, зайнятість населення – все це може отримати громада від розвитку туризму, і чим швидше почати працювати в цьому напрямку та популяризувати місцевий туристичний продукт – тим швидше ця галузь стане однією з основних в плані наповнення бюджету.

В рамках нашого проєкту ми плануємо:

- створення загальної візуальної айдентики музею (розробка спільної візуальної айдентики, «бренд-бук», в якому міститься вся інформація про логотипи, кольори, шрифти тощо. Ця візуальна інформація важлива для забезпечення єдиного сприйняття Чабанівського музею за межами кількох регіонів та країн та створення «корпоративної айдентики»);
- реекспозицію в музеї за рахунок нових експонатів, зібраних під час етнографічної експедиції, яка запланована в рамках проєкту та поповнення музею експозицією сучасності;
- реставрацію пошкоджених муралів Володимира Лашка;
- створення нової експозиції на актуальну для регіону соціальну тему екологічного стану регіону за результатами освітньо-дослідницької експедиції берегом Дністра з місцевими учнями школи;
- створення брошури за мотивами історика В.Ромарнюка та брендваної продукції для популяризації музею;
- створення піаркампанії в рамках розробленої комунікаційної стратегії для популяризації музею

Україна має багату історико-культурну спадщину, але більшість регіональних музеїв не можуть використовувати свій потенціал повною мірою, в більшості випадків через недостатність фінансування. Загальна історія України не може бути відокремлена від конкретних особистостей, міст, містечок, сіл, селищ та визначних пам'яток. Саме вони зберігають

Селевський

голова



А.С. Тимчук

національні традиції краю та ще раз доводять, що Україна – це соціокультурна неповторна країна, що має багате історичне минуле.

Туристична галузь є однією з найприбутковіших у світі та має великий вплив на економіку країни та окремих регіонів. Відповідно, музеї роблять вагомий вклад в економіку регіону завдяки культурному туризму, який вони спричиняють. В рамках нашого проєкту ми зосередимось на регіональній природничій спадщині та її значенні для мешканців регіону із додаванням нових акцентів у позиціонуванні, брендуванні та створенню експозицій у бік сучасності. Завдяки промоції Чабанівського музею зокрема на цільову аудиторію туристів які відвідують Бакоту (10 км від нашого музею) ми впевнені, що вже в короткостроковій перспективі ми збільшимо туристичний потік до музею, що дозволить музею стати самоокупним та зробити свої рідкісні експонати доступними до широкої аудиторії. Ми розраховуємо, що музей стане інституцією, що сприяє культурному та економічному розвитку місцевої громади та залучить нові аудиторії завдяки впровадженню нових методів.

В рамках проєкту плануються такі результати:

- [?] Створення соц.мереж музею (1 в Instagram, 1 в Facebook) та лендінг-сторінка (1)
- [?] Створення 1 геоточки на Google-мапі, завдяки чому музей став видимим для туристів
- [?] Створення фірмового стилю проєкту (1), який буде використовуватись для наповнення соц.мереж музею, осучасненню табличок музею та брендваної продукції
- [?] Створення брендваної сувенірної продукції музею для популяризації музею: 1000 шт. магнітів, 80 шт. еко-торб, 1000 шт. еко-пакетів, 1000 шт. брендваних ручок, 100 шт. блокнотів, 100 шт. настінних календарів
- [?] Створення нових табличок для експонатів з оновленим шрифтом (700 шт)
- [?] Реставрація муралу В.Лашка та створення брошури за мотивами досліджень В.Ромарнюка
- [?] Проведення 1 етнографічної експедиції, в рамках якої планується знайти 50 нових об'єктів культурної спадщини, які доповнять існуючу експозицію музею
- [?] Проведення 1 еко-експедиції берегом Дністра з залученням 50 школярів ОТГ, за результатами якої створення 1 нова екоекспозиція
- [?] Проведення 2-х прес-брифінгів
- [?] Розповсюдження брендваної продукції музею та інформаційних посібників на 2-х міжнародних фестивалях, 1 резиденції партнера, в 5

Селекційний комітет



А. С. Ткачук

готелях та на міських заходах (5 шт)

- Проведення відеозйомки 2-х експедицій та створення 2-х відеороликів за результатами проєкту

В рамках проєкту планується створення сайту-вітрини:

- сучасний адаптивний макет з паралакс-прокруткою;
- декілька блоків з детальною інформацією про музей та нові експозиції, блок новин
- блок з фотографіями
- форма підписки на соц.мережі музею.

В рамках проєкту ми вирішили оновити 200 табличок на вже існуючих експонатах музею с.Чабанівка, а також етнографічна експедиція, в рамках якої планується знайти 50 нових експонатів. Увага експедиції буде приділено питанням господарської культури населення регіону ремеслам і промислам та матеріальним основам життєзабезпечення. Ми сподіваємось знайти такі приклади речових зразків: побутових сільськогосподарських знарядь і транспорту (плугів, розпашників, борін), окремих складових традиційного комплексу вбрання (сорочок, запасок тощо).

Як проєкт реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Наш проєкт повністю корелює з метою програми «Культура.Туризм.Регіони», оскільки ми стимулюємо місцевий культурний розвиток громади шляхом залучення її до етнографічної експедиції, реекспозиції музею та створенню нових експозицій, що допоможе згенерувати конкурентоспроможний культурний продукт, який посилить культурну та туристичну привабливість Староушицької ОТГ.

До того ж наш проєкт реалізує всі пріоритети обраного ЛОТ-у, так як:

- ми підтримуємо існуючі експозиції в локальному музеї шляхом реставрації муралів видатного майстра народної творчості Володимира Лашка;
- створюємо 2 нових експозиції та проводимо етнографічну експедицію задля реекспозиції музею за рахунок нових експонатів, які популяризуватимуть культурну спадщину регіону;
- ми створюємо брендування музею та підтримуємо історико-краєзнавчий Народний музей у с.Чабанівка, який визнаний кращим сільським музеєм в Україні за думкою Міністерства культури та є

Сесилья Галас



А.С. Тимчук

конкурентоспроможним локальним музеєм, який завдяки створенню нових та оновленню існуючих експозицій сприятиме розвитку туризму та стимулюватиме туристичний потенціал регіону;

- ми розбудовуємо партнерства між локальним музеєм та представниками інших секторів культури та мистецтв завдяки нашому партнеру, а саме представниками візуального сектору та стріт-арту фестивалю «Respublica», які реставруватимуть мурали, та популяризувати музей завдяки розповсюдженню брошур та брендваної продукції музею на фестивалі музики та стріт-арту «Respublica» у Кам'янці-Подільському у 2021 році. Це створює промоцію культурного різноманіття регіону та збільшує його туристичну привабливість.
- ми вносимо музей на туристичні мапи та включаємо його в туристичні маршрути аудиторії, яка відвідує Бакоту, що вже в короткостроковій перспективі приведе нову аудиторію до музею і можливо допоможе музею стати самоокупним.

Реалізація даного проєкту призведе до отримання очікуваних культурних продуктів в рамках даного ЛОТ-у, а саме, створенню експозицій та реекспозиції. Таким чином ми створюємо експозиції та реекспозицію у локальному музеї, в результаті чого підвищується рівень поінформованості та освіченості мешканців регіону та туристів щодо культурної спадщини, яка актуалізує регіональне культурне розмаїття та залучуємо різні сектори та сучасні методи до створення та популяризації нашого продукту та музею, що, в свою чергу, є очікуваними результатами ЛОТ-у.

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

Староушицька ОТГ це невелика громада, тому, за відсутністю великих підприємств на території та скромного бюджету ми вбачаємо розвиток території в проєктах, які пов'язані саме з популяризацією туризму та культури в регіоні. Маючи неймовірні місцини на своїй території, а саме - Бакотський скельний монастир, затока Дністра, Національний природний парк «Подільські Товтри», Чабанівський Народний музей - ми розпочали створювати туристичні маршрути, веломаршрути, маркування та облаштування території та спільні проєкти з культурно-мистецькими організаціями. З огляду на це, проєкт пов'язаний з популяризацією

Селезнєв



А. С. Шенчук

Чабанівського Народного музею є логічним та важливим етапом для нашої ОТГ.

Наша ОТГ планує низку заходів для популяризації території та її розвитку з використанням наявних культурних просторів для залучення молоді до розвитку територій та залучаючи різних партнерів які працюють у сфері креативних індустрій. Ми розуміємо і хочемо, щоб всі локальні мешканці також побачили, що культура є важливим ресурсом для залучення інвестицій в регіон для розвитку територій. Завдяки проєкту ми привернемо увагу громади до музею, до культури та до її потенціалу, який за розумного використання можна перетворити на ресурс як розвитку людського капіталу в громаді, так і фінансового наповнення місцевого бюджету.

Наш партнер ГО «Територія» у проєкті відповідає за створення експедиції та експозиції на екологічну тематику, промоцію музею на широку всеукраїнську та міжнародну аудиторію завдяки своєму фестивальному ресурсу (Фестиваль «Respublica»), а також налагодження партнерств між Староушицькою ОТГ та представниками інших секторів мистецтва, що є стратегічними напрямками діяльності цієї організації, а саме: сприяння формуванню екологічної свідомості громади; сприяння відродженню українського національного мистецтва, поширенню української культури, мови й духовних цінностей, а також книжкової, друкованої, звукової, візуальної та іншої продукції українською мовою; сприяння обміну культурним досвідом, розвитку співробітництва між діячами культури різних країн, національними та міжнародними організаціями культури.

Чому проєкт є унікальним?

В першу чергу, наш проєкт є унікальним завдяки тому, що ми підтримуємо саме локальний музей, який до того ж є єдиним у Староушицькій ОТГ. В нашій області останні 3-5 років локальні музеї не заслуговували уваги влади по зрівнянню з обласними музеями. Хоч музей і має унікальні збережені пам'ятки та експонати, проте його наразі немає в туристичних регіональних маршрутах та на культурній мапі. Нашим проєктом ми посприємо популяризації, а відповідно й розвитку локального музею, який є конкурентоспроможним та може спричинити розвиток культурно-пізнавального туризму регіону через залучення туристів у місцеву культуру.

Індивідуальними особливостями нашого проєкту також є те, що в рамках нашої експедиції задля експозиції музею ми знаходимо унікальні

Селіваненко *Григор* *А. С. Ткачук*



регіональні пам'ятки, які репрезентують історію та культурну спадщину подільського села, а дослідження культурної спадщини українського народу, в свою чергу, є одним із пріоритетних напрямів сучасної історичної науки. До того ж в нашому проєкті фігурує ім'я Василя Ромарнюка, який є видатною постаттю для всього подільського регіону, адже був одним із лідерів культурної невпинно працював над збереженням культурної спадщини своєї землі задля відродження регіональних традицій. Ми хочемо завершити цю справу та створити брошуру за мотивами його досліджень, який допоможе не втратити результати багаторічних трудів В.Ромарнюка та його колег та стане транслятором регіональних традицій, культури та звичаїв для нащадків на всеукраїнську аудиторію. Окрім створення фізичної брошури ми додатково зробимо його PDF-версію для вільного доступу всіх охочих.

Окрім цього, ми плануємо реставрацію унікального панно видатного українського майстра В.Лашка, яке розташовано на стінах при вході у музей та сягає останнього третього поверху. Унікальна експозиція, завдяки якій відвідувач підіймаючись сходами знайомиться з історією регіону, традиційними святами, такими як Різдво, Івана Купала, та місцевими легендами про квітку папороті, барвінок та інші. Ці мурали за короткий час занурюють відвідувача в історію регіону та завдяки своїй масштабності та способу вираження мають сильний художній ефект.

Ми залучаємо партнера, який завдяки своєму багаторічному досвіду роботи з мистецькими проєктами має широке коло зв'язків з митцями різних секторів та має ресурс у вигляді міжнародного фестивалю музики та стріт-арту «Respublica» з великою кількістю молодіжної цільової аудиторії, яка відвідує Бакоту, цікавиться мистецтвом, та культурними проєктами, але не знає про існування нашого музею. Завдяки внеску партнера ми зможемо розбудувати партнерства між музеєм та представниками інших секторів, а саме візуального сектору та стріт-арту, а також аудіального шляхом залучення їх до створення експозицій та реекспозицій, а також промоції музею та створених продуктів на широку цільову аудиторію фестивалю.

Чому проєкт є інноваційним?

Наш проєкт передбачає залучення до своїх результатів широкої аудиторії. По-перше, це вся локальна спільнота, яка долучиться до експедиції проєкту та посприє реекспозиції музею. По друге, це вся спільнота Староушицької ОТГ, яка долучиться до результатів реекспозиції єдиного музею у громаді як учасник або відвідувач, що в свою чергу, розширить діапазон індивідуального досвіду митців-виконавців проєкту. Також це вся спільнота

Самостійний заголовок



А. С. Тимчук

Кам'янець-Подільського району, яка відвідуватиме музей і гісля закінчення проєкту та туристи з усієї України. І головне, це велика цільова аудиторія нашого партнера фестивалю «Respublica», це молодь, яка активно подорожує, цікавиться мистецтвом, культурними та соціальними проєктами. Староушицький регіон завдяки Бакоті став лідером з туристичних місць України у 2020 році й ми вважаємо, що ця позиція буде тільки посилюватись, особливо в часи пандемії, коли спостерігається стрімкий розвиток внутрішнього туризму.

Більшість історико-краєзнавчих музеїв України схожі один на одного, оскільки створювались за єдиним зразком, і самотійно дуже важко виявити, у чому ж особливість того чи іншого регіону чи їх колекцій. Важливою частиною нашого проєкту є розробка спільної візуальної айдентики музею.

Ми плануємо:

- створення візуальної айдентики музею, яка включатиме брендбук, фірмовий шрифт, логотип;
- створення сторінок музею у соціальних мережах та наповнення їх контентом згідно бренд-буку;
- створення геоточки музею на Google-мапах України;
- оновлення табличок-підписів музею у новоствореному стилі.

Візуальна айдентика посилить позиціонування музею в галузі культурних продуктів в межах області та території країни, а також спростить нам популяризацію музею через промоцію його в соціальних мережах. Завдяки осучасненню методів промоції та налагодженню комунікації з відвідувачами ми сподіваємось, що Чабанівський музей стане більш доступним та привабливим для туристів та залучить до споживання культурного продукту нові цільові аудиторії.

З новим дизайном проєкту ми зможемо почати піаркампанію музею, яка залучить до результатів нашого проєкту широку аудиторію. В рамках нашої піаркампанії ми плануємо створити брендovanу продукцію музею та брошури, які будемо розповсюджувати на локальних та всеукраїнських подіях завдяки нашому партнеру ГО «Територія» (фестиваль «Respublica»), який створює фестивалі, концерти, резиденції та мистецькі події протягом

Селешкевич

голова



А. С. Тимчук

року. Також в рамках реекспозиції музею ми оновимо старі таблички у новому дизайні та доповнимо їх к'юар кодами, які перенаправлятимуть відвідувачів на ресурси з більш детальною інформацією про об'єкти та експонати. Таким чином ми запропонуємо музею новий наратив, який дозволить поглянути на звичні речі по-новому та помістити експонати, які ще не змінювались з часів створення музею в новий сучасний контекст. Ми підвищимо рівень поінформованості локальної спільноти щодо культурної спадщини регіону, в якому вони проживають, а туристам з інших регіонів запропонуємо більш сучасний та ефективний метод комунікації музею з відвідувачем.

Ми сподіваємось нашим проєктом почати розбудову екосистеми локальних музеїв та привернути увагу колег із сектору та влади до важливості розвитку та підтримки локальних музеїв, які покликані зберігати та репрезентувати культурну спадщину. Такі природничі фонди як у історико-краєзнавчого музею в с.Чабанівка мають виняткове значення для науки і практично не можуть бути відтворені у разі втрати або руйнування, тому напрямок зору влади має бути направлений на підтримку та збереження культурної спадщини.

Основна мета проєкту

Мета проєкту – популяризація та підтримка Народного історико-краєзнавчого музею в с.Чабанівка задля промоції культурної спадщини регіону та стимулювання розвитку культурно-пізнавального туризму в Староушицькій ОТГ, промоції культурного різноманіття регіону та збільшення туристичної привабливості регіону.

Цілі проєкту

Ціль

Осучаснення Народного історико-краєзнавчого музею в с.Чабанівка задля промоції культурного різноманіття регіону

Завдання

Створити сторінки музею в соц.мережах сайт та розробити фірмовий стиль музею, в якому буде створена сувенірна продукція музею та контент для наповнення сторінок

Результат 1

В рамках проєкту створення фірмовий стиль проєкту, який буде використовуватись для наповнення соц.мереж музею, осучасненню

Селешней слово



А. С. Тимчук

табличок музею та брендваної продукції

Результат 2

У новоствореному дизайні створені соц.мережі музею (Instagram, Facebook), лендінг сторінка для комунікації з відвідувачами, створено геоточку музею на Google-мапі, нові таблички для експонатів з оновленим шрифтом та додаванням к'юар кодів з посиланням на деталізовану інформацію про експонати, а також сувенірна продукція, яка використовується для розповсюдження на міських та обласних заходах

Індикатори досягнення результатів

- наявність сторінок музею у соц.мережах Facebook (1 шт.) та Instagram (1 шт.) та лендінг сторінки музею (1 шт.)
- наявність 1 геоточки на Google-мапі, завдяки чому музей став видимим для туристів
- наявність повного комплексу фірмового стилю проекту (1 шт.): брендбук, фірмовий шрифт, логотип
- наявність 200 шт. оновлених табличок у музеї
- наявність брендваної сувенірної продукції музею: 1000 шт. магнітів, 80 шт. еко-торб, 1000 шт. еко-пакетів, 1000 шт. брендваних ручок, 100 шт. блокнотів, 100 шт. настінних календарів

Ціль

Створення реекспозиції музею в с.Чабанівка та оновлення існуючої експозиції задля підтримки музею та промоції культурної спадщини регіону

Завдання

Провести експедицію з залученням спеціалістів та локальної спільноти до реекспозиції музею, відреставрувати мурали та створити брошуру з об'єктами досліджень В.Ромарнюка та культурної спадщини регіону для розповсюдження серед локальної спільноти та туристів

Результат 1

Відреставровані пошкоджені частини муралу В.Лашка та створена брошура за мотивами досліджень В.Ромарнюка

Результат 2

Відбулась етнографічна експедиція з представниками професійного середовища та локальної спільноти, внаслідок якої було знайдені нові

Селешенко



А. С. Тимчук

об'єкти культурної спадщини регіону, доповнена існуюча експозиція музею та створена нова експозиція сучасності регіону

Індикатори досягнення результатів

- 7000 осіб представників локальної спільноти відвідали музей після реекспозиції
- створення експозиція сучасності регіону (1 шт.)
- проведено 1 етнографічну експедицію
- 100 представників локальної спільноти доєднались етнографічної експедиції та реекспозиції музею
- знайдено 50 нових об'єктів культурної спадщини, які доповнили існуючу експозицію музею
- створена 1 брошура на 500 екземплярів
- 10 представників візуального сектору приєднались до реекспозиції музею
- 1 мурал В. Лашка відреставрований в рамках проєкту

Ціль

Створення нової еко-експозиції у музеї задля стимулювання розвитку культурно-пізнавального туризму в Староушицькій ОТГ

Завдання

Реалізувати освітню еко-експедицію для створення нової експозиції на соціальну екологічну тематику актуальну для регіону в музеї с.Чабанівка

Результат 1

Проведено освітню еко-експедицію берегом Дністра з залученням професіоналів та школярів ОТГ

Результат 2

За результатами експедиції створена 1 нова експозиція на актуальну для регіона тематику

Індикатори досягнення результатів

- 50 школярів взяли участь в освітній експедиції
- 1 куратор залучений до створення експозиції та освітньої частини експозиції
- 10 представників аудіального сектору з мистецької резиденції залучений до створення аудіосупроводу еко-експозиції на відкритті
- 1 лекція на тему екології та важливості сортування сміття проведений в рамках освітньої експедиції для локальної спільноти

Солонинської галереї



А. С. Тимчук

- 50 школярів долучились до створення екологічної експозиції в музеї с.Чабанівка
- 1 нова еко-експозиція створена в музеї с.Чабанівка за участі представників локальної спільноти
- 7000 осіб представників локальної спільноти відвідали нову експозицію музею

Ціль

Промоція музею на широку цільову аудиторію задля збільшення туристичної привабливості регіону

Завдання

Залучити ресурси партнера проєкту для популяризації інформації про музей на всеукраїнську та міжнародну аудиторію та збільшення туристичної привабливості регіону

Результат 1

Інформаційні буклети музею розміщені на рецепціях готелів м.Кам'янець-Подільський та на фестивалі «Respublica». Інформація про музей використовується в рамках екскурсій гідів Кам'янець-подільського регіону та туристичних маршрутах. Брендowana продукція музею розповсюджується на фестивалі «Respublica», резиденціях ГО «Територія», фестивалі «Файне Місто» та інших регіональних та всеукраїнських заходах партнеру

Результат 2

Проведена відеозйомка двох експедицій та відкриття нової експозиції сучасності, яка демонструє результати проєкту на широку онлайн-аудиторію і після закінчення проєкту

Індикатори досягнення результатів

- Після реекспозиції у залах музею пройшла 1 виставка результатів резиденції митців візуального та аудіального сектору партнерської організації (ГО «Територія»)
- 5000 відвідувачів музею після реекспозиції музею до кінця року
- 20000 туристів дізнались про існування музею в с.Чабанівка
- 1000 буклетів розміщено в туристичних центрах Поділля в рамках промоції проєкту
- Брендowana продукція музею та інформаційні посібники розповсюджуються на 2 міжнародних фестивалях, 1 резиденції партнера, в 5 готелях та на міських заходах (5 шт)

Семішевський



А.С. Тимчук

- не менше 20 публікацій у ЗМІ
- 2 відеоролики виготовлено за результатами проєкту - Проведено 2 пресбрифінги

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту

Цільова аудиторія проєкту може бути поділена на декілька підкатегорій географічно: 1) локальна спільнота ОТГ, де власне і буде відбуватись проєкт і яка матиме змогу переглянути результати проєкту не тільки в соціальних мережах та на сайті, створеному для проєкту, але й безпосередньо долучитись до експедиції в рамках проєкту (7000 осіб)

2) Мешканці Хмельницької області, міст Хмельницький та Кам'янець-Подільський які складають 50% відвідувачів Староушицької під час турів вихідного дня ОТГ 10.000 осіб

3) всеукраїнська аудиторія (20.000 осіб) яка дізнається про проєкт завдяки ЗМІ та сторінкам проєкту в соціальних мережах

Крім того ми ділимо нашу цільову аудиторію відносно заходів для полегшення майбутнього таргетування промокампанії у медіа:

1. Зовнішня широка аудиторія:

а) люди, які цікавляться мистецькими проєктами, етнографією, музеями (5000)

б) постійні відвідувачі Бакоти які знають про Бакоту але не знають про музей (30000)

б) люди які цікавляться туризмом, розвитком ОТГ, цифровими технологіями та новими цифровими проєктами (10.000)

. 2. Професійні спільноти.

а) митці, креативна молодь, інтелектуали, діячі культури, представники креативного кластера, представники громадських організацій (3000)

б) локальна спільнота, яка долучиться до проєкту а також перегляду результатів проєкту (500 осіб)

в) учасники проєкту, митці різних секторів культури, команда проєкту (20 осіб)

г) інтернет споживачі, аудиторія яка долучиться до проєкту завдяки соціальним мережам проєкту, а також завдяки інтернет-ЗМІ (5000)

- Локальна спільнота, яка долучиться до реалізації проєкту (500 осіб) -

Школярі, які долучаться до експедиції берегом Дністра (50 осіб) - Локальна

спільнота, яка долучиться до етнографічної експедиції для реекспозиції

музею (50 осіб) - Представники візуального сектору, які долучаться до

Семішевська Ганна



А. С. Тимчук

проєкту (10 осіб) - Представники аудіального сектору, які долучаться до проєкту (10 осіб) - Туристи, які відвідають музей протягом року (15000 осіб) - Туристи, які дізнаються про існування музею в режимі онлайн (20000 осіб)

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

- Місцева спільнота Кам'янця-Подільського, яка дізнається про проєкт завдяки ЗМІ (100000 осіб)
- Аудиторія фестивалю «Respublica» та «Файне Місто», яка ознайомиться з результатами проєкту в онлайн та офлайн (70000 осіб)
- Всеукраїнська аудиторія, яка дізнається про проєкт завдяки ЗМІ та лідерам думок (300000 осіб)
- Професійна музейна спільнота, яка дізнається про проєкт в онлайн (1000 осіб)
- Туристи Кам'янця-Подільського, які ознайомляться з існуванням музею завдяки новим маршрутам екскурсіводів (100000 осіб протягом року)

Крім того, до опосередкованої аудиторії, можна віднести органів місцевої та регіональної влади, які зацікавлені у впровадженні культурних заходів та ініціатив, що сприяють впровадженню місцевої та регіональної політики у сфері культури та родичів та членів родин всіх учасників проєкту, які зацікавлені у популяризації творчості, а також сприяють поширенню культурного продукту своїх дітей (дружин, чоловіків тощо).

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Культурні потреби зазначених аудиторій були визначені завдяки різноманітним методам:

- Через анкетування
- Інтерв'ю та опитування з місцевими мешканцями
- Завдяки регулярним круглим столам з партнерськими організаціями та представниками туристичної галузі
- Завдяки плідній співпраці з нашими партнерами та спорідненими Громадськими Організаціями в інших містах
- Завдяки стратегічним сесіям з розвитку ОТГ
- Завдяки моніторингу культурних заходів в регіоні в інших ОТГ та в Україні
- Під час проведення воркшопів з організації псдій, івентів та соціальних

Свободний вибір



А.С. Тимчук

проектів для працівників культури та туризму ОТГ

- Завдяки моніторинговій інформації партнерської організації ГО «Територія» та їхньому досвіду проведення культурно-пізнавальних та мистецьких проєктів.

Ми спілкувались з директорами загальноосвітніх шкіл нашої ОТГ, з директоркою музею, опитали туристичних гідів та туристично-інформаційні центри Кам'янця-Подільського, провели ряд опитувань та інтерв'ю серед місцевих жителів, в ході яких помітили що всі респонденти дуже високо оцінюють музей та його потенціал та готові сприяти його розвитку, реекспозиції та створенню нових експозицій.

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

Культурні потреби та інтереси обраних аудиторій будуть задоволені тому що ми:

- створимо реекспозицію та експозицію в історико-краєзнавчому Народному музею в с.Чабанівка з залученням локальної спільноти для популяризації культурної спадщини регіону серед широкої всеукраїнської аудиторії
- привернемо увагу широкої цільової аудиторії як локальної, так і туристів до народного музею, його рідкісних експонатів які розповідають про історію та культуру регіону, популяризуємо культурно історичну спадщину
- залучимо локальну спільноту до експедицій та створенню експозицій в музею
- розбудуємо партнерства між музеєм та представниками різних секторів культури
- залучимо туристів у місцеву культуру та культурне життя мешканців регіону шляхом створення нового культурного продукту та популяризації його на всеукраїнський загал
- розширимо індивідуальний досвід митців-виконавців проєкту та створимо умови для творчості і самореалізації митців різних секторів культури, локальної спільноти та школярів

Селевський



А.С. Жулик

- підвищимо туристичну привабливість регіону та привернемо увагу всеукраїнської аудиторії, що в перспективі зробить музей самсокупним та приверне увагу меценатів

- створимо нову культурну дестинацію в регіоні, яка задовольнить інтереси туристів та продемонструє унікальну культурну спадщину села і регіону

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

Команда управління проєктом визначило коло основних зацікавлених осіб: Староушицька ОТГ, Кам'янець-Подільська Міська Рада, ГО «Територія», Народний історико-краєзнавчий музей с.Чабанівка, фестиваль «Respublica», Національний природний парк «Подільські Товтри», локальна спільнота, школярі та туристи, які відвідують Бакоту та регіон. Ми будемо залучати їх до регулярного моніторингу та оцінки виконання проєкту, ідентифікації й оцінювання ризиків та планування заходів, консультуватись з громадськістю та органами влади, проводити анкетування та опитування.

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

Нове життя історико-краєзнавчого Народного музею у с.Чабанівка; Мистецькі інтервенції на Бакоті; Реекспозиція Чабанівського Народного музею; Екологічні дослідження в рамках експедиції берегом Дністра; Нова експозиція у Народному музеї с. Чабанівка за підтримки УКФ; Народний музей с.Чабанівка – нова туристична дестинація Староушицької ОТГ; Школярі с.Чабанівка створили нову екологічну експозицію у Народному музеї с.Чабанівка; Локальна спільнота Староушицької ОТГ здійснила етнографічну експедицію та віднайшла унікальні об'єкти культурної спадщини; Реновації у музеї Староушицької ОТГ; У Народному музеї с.Чабанівка відбулась реставрація легендарного трьохповерхового муралу В.Лашка; Митці візуального та аудіального сектору об'єднуються для розвитку сільського музею; Новий дизайн сільського краєзнавчого музею – нова сучасна мова комунікації з відвідувачем! Спікери для поширення інформації серед професійної аудиторії Євгенія Моляр (проєкт Музей відкрито на ремонт); Андрій Золін (голова ГО «Територія», засновник фестивалю «Respublica»); Олександр Чернов (місцевий краєзнавець та мистецтвознавець); Людмила Казимірова (доцентка кафедри екології та

Святослав

голова



Л. С. Ткачук

біологічної освіти Хмельницького національного університету); Тарас Горбняк (провідний фахівець з рекреації Національного природного парку «Подільські товтри»); Андрій Мельничук (еколог); Іван Гуцул (мистецтвознавець, автор книги «Володимир Гагенмейстер: життя і творчість»); Лариса Чернова (директорка Хмельницького Обласного Музею); Андрій Хір (художник, дослідник українського архаїзму); Павло Прижегодський (координатор проєкту БУР). Спікери для поширення інформації серед опосередкованої аудиторії Анатолій Тимчук (голова Староушицької ОТГ); Михайло Посітко (мер м.Кам'янець-Подільський); Олег Демчук (голова Агенції Сталого Розвитку, м.Хмельницький); Олена Кузема (членкиня Департаменту гуманітарної політики м.Кам'янець-Подільський); Сергій Толстіхін (комунікаційний координатор в Активна Громада Хмельницького); Олександр Заремба (директор у Кам'янець-Подільський державний історичний музей-заповідник); Володимир Кохан (засновник відеопроєкту Хащі на YouTube); Павло Нечитайло (лідер гурту Zapaska); Олександр Кохан (журналіст у hromadske.ua).

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

Зараз музей не має жодного каналу комунікації, тому в рамках проєкту будуть створені сторінки музею в Facebook та Instagram. Окрім новостворених сторінок музею ми будемо залучати також такі канали комунікації:

- ЗМІ (друковані, інтернет-видання, профільні медіа)
- Сторінки лідерів думок та амбасадорів проєкту у соц.мережах
- Соц.мережі Староушицької ОТГ
- Соц. мережі партнерів ГО «Територія» та фестивалю «Respublica»
- Конференції, воркшопи, майстер-класи, резиденції та інші заходи, в яких ми та наші партнери беруть участь
- Соц.мережі митців та учасників проєкту
- Буклети, брендвана продукція проєкту, брошура
- E-mail розсилки

Семанна

заказ



А.С. Тимчук

- Реклама у соц.мережах (цифрова, контекстна, Facebook, Google, Instagram)
- Рекламні інформаційні щити у туристичних привабливих куточках (Бакота)

Методи комунікації:

- Підготовка та розміщення статей, пресрелізів, пресанонсів в ЗМІ та соц.мережах музею та партнерів
- Розповсюдження інформації серед каналів комунікації учасників проекту, лідерів думок та амбасадорів, туристичних центрів Кам'янця-Подільського
- Розповсюдження брендваної продукції в готелях та кав'ярнях Кам'янця-Подільського
- Проведення телеефірів та пресбрифінгів
- Створення відеороликів за результатами проекту
- Адресне розповсюдження інформації
- Зовнішня реклама
- Розповсюдження буклетів на рецепціях готелів, культурних та освітніх проектах партнерів, на фестивалях «Respublica» та «Файне Місто»

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

Vezha.ua (1 матеріал) VDALO. Info (1 матеріал) 33 Канал (1 анонс та 1 репортаж) ТРК TV7+ (1 анонс та 1 репортаж) ТРК "Місто" (1 анонс та 1 репортаж) Газета "Є" (1 репортаж) Подолянин (1 стаття) "Проскурів" "ВСІМ", "Подільські вісті" (1 анонс) Інтернет ЗМІ: Кам'янець-Подільський Онлайн: 1 репортаж Хмельницький news: 1 репортаж Хмельницький інфо: 1 репортаж Nagolos TV: 1 репортаж Телеканали: 33 канал (1 ефір), Телерадіокомпанія 7+(1 ефір), Центр Поділля (1 ефір) Радіо: Телерадіокомпанія "Поділля"(1 ефір), Телерадіокомпанія "Місто"(1 ефір), Телерадіокомпанія "Поділля Центр" (1



Семезней слово  *А.С. Тимчук*

ефір)

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

- Кількісні: - 10 представників аудіального сектору долучились до проекту
- 15000 туристів відвідали музей протягом року - 20000 туристів дізнались про існування музею в онлайн-режимі - 50 школярів долучились до створення експозиції в музеї с.Чабанівка - 10 представників візуального сектору приєднались до реекспозиції музею - 7000 осіб представників локальної спільноти відвідали музей після реекспозиції - 50 представників локальної спільноти доєднались етнографічної експедиції та реекспозиції музею - 5000 відвідувачів музею після реекспозиції музею до кінця року - 20000 туристів дізнались про існування музею в с.Чабанівка
- 20 публікацій у ЗМІ
 - 100 постів у соц.мережах
 - 10000 переглядів відеоматеріалів
 - 2 пресконференції та 1 презентація на відкритті музею запланована в рамках проекту

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

Всі довгострокові результати будуть підтвердженням мети проекту:

- Розвиток туризму в Старсушицькій ОТГ
- Збільшення відвідувачів у Народному музеї с.Чабанівка
- Створення нових експозицій в музеї
- Формування нових музеїв в регіоні
- Підвищення культурно-освітнього рівня локальної спільноти
- Збільшення кількості етнокспедицій в регіоні
- Підвищення екологічної грамотності в регіоні
- Покращення екологічної ситуації в Дністрі
- Створення партнерств музею з іншими секторами та включення його в

Селенський Володимир



А.С. Тимчук

загальну екосистему музеїв України

- Підвищення економічного рівня регіону
- Залучення додаткових інвестицій в Народний музей с.Чабанівка
- Створення резиденцій та культурно-освітніх проєктів в регіоні
- Генерування нових конкурентоспроможних культурних продуктів в регіоні
- Підвищення кількості туристів у Староушицькій ОТГ
- Збільшення часу, який туристи проводять в регіоні Староушицької ОТГ та як наслідок збільшення коштів в громаді

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проєкту

Важливою складовою нашого проєкту є створення експозиції сучасності у Народному музеї, а також екологічна освіта школярів та локальної спільноти, залучених у проєкті та експедиції.

До експедиції ми плануємо залучити молодь та школярів громади, щоб під час пошуку нових експонатів детонувати їх креативність, любов до рідного краю та підкреслити важливість музею та цінність його експонатів, завдяки яким зберігається культурна спадщина регіону.

Староушицька ОТГ знаходиться на високому березі Дністра на місті затоплених сіл внаслідок будівництва Дністровського водосховища у 1981 році. Будівництво ГЕС не тільки не вирішило питання паводків, але й погіршило екологію Дністровського регіону. Проте унікальний подібний до Кримського мікроклімат спричинив появу великої кількості рідкісних птахів, звірів та рослин, занесених у Червону книгу, що, в свою чергу спричинило інтерес туристів до регіону. На жаль, як локальна спільнота, так і туристи в більшості випадків не піклуються про екологію регіону та викидують сміття у природних просторах та в Дністер, що, звичайно, має дуже негативний вплив на екологічний стан регіону.

В рамках нашої експозиції ми також плануємо впровадити освітню та екологічну складову: спочатку ми проведемо експедицію берегом Дністра з учнями школи с.Чабанівка, яка знаходиться біля Народного музею, в рамках якої зберемо різні види сміття, обговоримо слід, який залишає за собою людина та навчимо дітей сортуванню. За результатами експедиції учнями школи разом з куратором буде створена експозиція в музеї, в рамках якої

Селешенко Голова



А.С. Тимощук

будуть представлені різні види сміття та інформація про їх шкоду для довкілля, час розкладання сміття тощо. Додатково ми забезпечимо музей контейнерами для сортування сміття, щоб локальна спільнота змогла на практиці застосувати нові навички. К'юар коди під експонатами будуть вести на освітні ресурси, які матимуть більше інформації про сортування та екологічний вплив людини на Землю. Таким чином, ми створюємо ще одну експозицію, яка навчає школярів, локальну спільноту та туристів, які відвідуватимуть музей, відповідальному споживанню, залучаємо локальну спільноту до мистецьких практик та створюємо культурно-освітній проєкт, який стане інфоприводом для привертання уваги широкого кола аудиторії до музею та соціальних проблем регіону.

Важливою суспільною цінністю проєкту є популяризація музею та внесення його в туристичні маршрути, що збільшить кількість туристів в музей, в Чабанівку та й в регіон зокрема, що в перспективі збільшить кількість конкурентоспроможних проєктів в регіоні, зробить регіон потенційно привабливим для залучення недержавних інвестицій та здатних до сталого розвитку.

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

Всі заходи проєкту передбачають вільний вхід. З результатами проєкту можна буде ознайомитись через інтернет завдяки 2 відеороликам за результатами експедицій та завдяки новоствореним сторінкам музею у соціальних мережах. Брошуру, яка створюється в рамках проєкту, ми додатково розмістимо в онлайн-просторі в PDF для того, щоб всі охочі змогли ознайомитись з напрацюваннями В. Ромарюка та дізнатись всю потрібну інформацію. Брошура буде розповсюджуватись безкоштовно у школах, в музеях, на виставках та в галереях. Відкриття реекспозиції музею та нової експозиції музею з публічним представленням результатів експедицій буде вільним для всіх. Відповідно до цілей проєкту однією з найважливіших є популяризація музею, тому в наших інтересах зробити результати проєкту доступними для всіх охочих та поширити їх на широкий загал цільової аудиторії.

Чи передбачає діяльність за проєктом 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)?

Після проєкту музей і надалі використовуватиме фірмовий стиль, створений в рамках проєкту. Ми сподіваємось розпочати розвиток та створення нових

Селешеней

Галас



А.С. Тимчук

експозицій в музеї після завершення цього проєкту. Наш проєкт стане детонатором креативності локальної громади та школярів, які братимуть участь в створенні експозицій і це може стати стимулом для продовження діяльності після завершення проєкту.

Після завершення проєкту музей працюватиме, приймаючи туристів та надаючи свою бібліотеку і зали надалі для конференцій, міських сесій, майстеркласів тощо. Ми розраховуємо, що нашим проєктом ми доведемо важливість розвитку локальних музеїв та привернемо увагу до культурних проєктів як до тих, які можуть підвищувати туристичну та інвестиційну привабливість територій та зможемо отримати фінансування мистецьких програм з бюджету ОТГ та обласного бюджету.

Завдяки сформованим під час проєкту новим партнерствам ми також розраховуємо подавати спільні проєкти і на грантові програми.

Створивши проєкт та привернувши увагу громади до Чабанівського музею, ми впевнені, що згодом ми знайдемо і інвесторів, які зацікавляться музеєм та розвитком туризму в регіоні. Цей проєкт стане початком розвитку музею та постійної уваги до нього та його експозицій як туристів, так і локальної громади.

В перспективі завдяки збільшенню туристичного потоку в регіон, а відповідно і в музей, ми розраховуємо, що музей стане самоокупним за рахунок продажу квитків.

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

Здобутим досвідом та результатами проєкту ми плануємо ділитись з усіма охочими. Ми регулярно беремо участь у зустрічах з представниками влади інших ОТГ. Наш партнер регулярно створює освітні заходи та резиденції на території Староушицької ОТГ, в рамках яких зможе ділитись напрацьованими результатами та інформацією про музей та проєкт. Всіма результатами ми будемо ділитись з представниками креативних індустрій, організаторами подій, представниками туристичної галузі, представниками ОТГ, завдяки лекціям та поширенню результатів проєкту в інтернеті (сайти, онлайн-видання, соціальні мережі), в Zoom-чатах та конференціях, на тренінгах з організації культурно-мистецьких та соціальних проєктів, з організаторами з інших міст та ОТГ. Ми сподіваємось налагодити комунікацію митців та представників інших секторів та музею задля створення партнерств і після завершення проєкту.

Селезінської голово



А.С. Ткачук

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Нікітіна Ольга Вікторівна

Роль у проєкті

Керівник проєкту

Перелік основних обов'язків

Координація всіх етапів проєкту, моніторинг, підписання договорів з підрядниками, налагодження нових партнерських зв'язків, фінансовий менеджмент в співпраці з бухгалтером, підготовка звітності в співпраці з бухгалтером, зв'язки зі ЗМІ.

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

70%

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

Освіта: Хмельницький національний університет; ступінь: магістр; спеціальність: менеджмент організацій.

Досвід роботи:

2017-по сьогодні - КЗК «Хмельницький обласний художній музей».

Посада: науковий співробітник. Функції: написання сценаріїв: масових заходів, екскурсій, інтерактивних культурних продуктів;

розробка, створення та зйомка відеороликів про роботу та функції музею, митців, музейну колекцію, календарні свята тощо; розробка

маркетинг-стратегій та рекламних продуктів музею; налагодження

зв'язків з громадськістю, культурними установами організаціями, арт-менеджментом, митцями, арт-групами; SSM-менеджмент - написання

постів, текстів, наукових статей, мистецьких уроків, нічних та

інтерактивних екскурсій і практик; організація та проведення майстер-

класів, екскурсій, масових заходів (в т.ч. для людей з інвалідністю,

Інституту 3-го віку, громадських об'єднань), проведення масових заходів,

робота у грантових проєктах, організація та проведення семінарів,

круглих столів, зустрічей, створення онлайн-культурних продуктів музею

у карантинний період, налагодження між музейної комунікації, обмін

досвідом та навчання, створення та розширення волонтерської мережі.

2019-по сьогодні – канал «Наголос». Посада: Авторка, журналіст, ведуча.

Функції: Створення проєктів, ведення передач, написання текстів та

сценаріїв. Додаткові навички: Навички роботи з комп'ютером: Впевнений

Селескевич

замова



А.С. Тимчук

комп'ютерний користувач. Знання основних програм Microsoft Office, таких як Word, PowerPoint, Excel, вміння працювати з інформаційно-пошуковими системами. Додаткова освіта: Протягом останніх трьох років в якості наукового співробітника ХОХМ відвідувала семінари та тематичні тренінги по модернізації у музеях, роботі з людьми з інвалідністю, музейній комунікації та сучасним технологіям у музейній справі. Членкиня Міжнародної жіночої організації «Проект Кешер», яка займається питаннями прав жінок, гендеру, профілактики жіночого здоров'я, жіночої освіти та боротьби з насиллям по відношенню до жінки. На базі організації є постійною учасницею тренінгів, семінарів та грантових проєктів. Управлінські навички: лідерські якості, навички ділового етикету, грантовий досвід, вміння працювати в команді. Особисті якості: Відповідальна, цілеспрямована, активна, дисциплінована, вихована, комунікабельна, доброзичлива, емоційно стабільна, вміння працювати з великими об'ємами інформації, чесна, порядна, сумлінна. Знання мов: англійська, російська, українська. 2016-2017 - ПП «Ліфт-Експрес», Медіа-холдинг «Марічка-Новини». Посада: Режисер програм, журналіст, ведуча, фотограф, оператор, редактор сайту, автор, екаунд-менеджер. Функції: Працювала журналістом, ведучою та режисером програм медіа-холдингу «Марічка Новини». Модераторство сайту новин. Написання текстових матеріалів, редагування текстів 2011-2015 - Хмельницький благодійний фонд «Хесед Бешт», м.Хмельницький. Посада: Менеджер по роботі з клієнтами. Функції: Робота з клієнтами, ведення переговорів, здійснення: PR - супровід соціальних кампаній зв'язку з громадськістю і ЗМІ, написання інфоприводів, прес-релізів, статей, наповнення контенту сайту компанії. Розробка та організація BTL-кампаній. Розробка та впровадження PR-проєктів. Розробка сценарію, постановка і зйомка авторських програм і проєктів.

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Моляр Євгенія Олександрівна

Роль у проєкті

Консультант проєкту



Селезнєва

гасова

А.С. Ткачук

Перелік основних обов'язків

Підготовка реекспозиції, консультування та участь у публічних подіях, участь у створенні концепції проєкту та розробці плану експозиції

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

40%

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

Моляр Євгенія Олександрівна. 2018-2020 - Кмитівський музей образотворчого мистецтва ім. Йосипа Бухарчука (менеджерка); 2015-2020 - Самоорганізована мистецька ініціатива ДЕ НЕ ДЕ (мистецтвознавиця); 2016-2020 - "Музей відкрито на ремонт" (керівниця мистецької програми); 2015-2019 - Мистецька резиденція "НадБогом" (ініціаторка, кураторка); 2014-2017 - Міжнародний благодійний фонд "Ізоляція" (Кураторка проєкту Soviet Mosaics in Ukraine); Конгрес активістів культури (Програмна координаторка); 2012-2015 - ArtUkraine, Korydor, IZIN (авторка статей); 2005-2007 - Національний музей декоративного мистецтва (Завідувачка відділу науково-освітньої роботи); Міжнародний фестиваль "Країна мрій" (програмна координаторка). Освіта: Національна академія образотворчого мистецтва та архітектури – історія та теорія мистецтва Національний університет ім. Тараса Шевченка – соціологія Гімназія "Нивки" №172.

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Нечитайло Павло Олександрович

Роль у проєкті

Менеджмент проєкту

Перелік основних обов'язків

Розробка програми, консультування, логістика, робота з волонтерами, участь в публічній програмі, відкриття музею, презентація проєкту, участь в комунікаційних заходах

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за

Селеський голова



А. С. Журик

основним місцем роботи або у інших проектах)

100%

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

Нечитайло Павло Олександрович. Досвід: Кандидат історичних наук, старший науковий співробітник відділу регіональних досліджень державного підприємства, науково-дослідного центру "Охоронна археологічна служба України" Інституту археології Національної академії наук України. З 2016 по сьогодні очолює Кам'янець-Подільську архітектурно-археологічну експедицію. Відомий відкриттями вежі Сільницького, османської кав'ярні на Польському ринку, дослідженнями інших об'єктів XIV-XVII на території міста. Окрім Кам'янця проводить багаторічні дослідження Васильківського скельно-печерного комплексу на території Дністровської ГАЕС. Також проводив рятувні археологічні дослідження на території Бакоти, Чанькова, Городка, Чорного острова, Полонного, Субочі, Жванця 2016-2020 рр. старший науковий співробітник відділу регіональних досліджень державного підприємства науково-дослідного центру "Охоронна археологічна служба" Інституту археології НАН України, керівник експедицій. Червень 2014- квітень 2015 рр. контент менеджер та редактор в «Майстерня карамелі» Львів. 2009-2019 лідер гурту Zaraska. Управлінські навички: навички ділового лідерства, навички ефективного спілкування; знаходження підходу до клієнта і досягнення компромісів; здатність до навчання і сприйняття інформації; Особисті якості комунікабельність; креативність; лояльність; здатність до швидкого / самостійного прийняття рішень. Знання мов: російська, українська, англійська.

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

договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Мельничук Андрій Ярославович

Роль у проекті

Куратор екологічної частини

Перелік основних обов'язків

Лекції для учасників експедиції та локальної спільноти щодо екологічного стану Дністра та каньйону, проведення експедицій берегом

Семішевський

заголовок



А. С. Мельничук

Дністра, презентація результатів проєкту, оформлення експозиції

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

100%

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

Мельничук Андрій Ярославович. м.Чортків Освіта: 2019-2020 – Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка (магістр екології); 2008-2010 – Тернопільський національний педагогічний університет ім. Володимира Гнатюка (бакалавр мистецтв); 2002-2006 – Дрогобицьке державне музичне училище ім. В. Барвінського. Досвід роботи: 2020 - до сьогодні: головний держаний інспектор відділу охорони водних біоресурсів «Рибоохоронний патруль» Управління державного агентства рибного господарства у Івано-Франківській області (зокрема, відповідальний за зв'язок із пресою). 2019: провідний фахівець гуманітарного відділу Заводської ОТГ (Тернопільська область); 2015-2018: організатор рафтинг-табору «ЧеремошФест» на річці Чорний Черемош; 2013-2015: організатор еко-фестивалю «Черемош-Фест» (Верховинський район, Карпати); 2008-2013: організатор дозвілля в Дністровському каньйоні (туристичні сплави), зокрема в 2012-13 рр. на фестивалі «Артполе. Звуки/дії в просторі» в с.Уніж Івано-Франківської області – організатор Сцени-на-воді; 2004-2010: гід-провідник в печері Млинки. Професійні навички: Логістика та оптимізація туристичного процесу. Професійний гід активного туризму (к.м.с. з водного туризму). Організатор культурних масових заходів. Керівництво, логістика, організація процесів. Комунікація, аналітика, робота з текстами. Контент-менеджер веб-ресурсів. Особисті якості: Стійкий до стресів з проактивною життєвою позицією, зі значним досвідом створення/вирішення конфліктних ситуацій. Критичний аналіз ситуації. Досвід роботи в турборежимі. Активний учасник громадських кампаній «Врятуй Черемош від ГЕС» та «Врятуй Дністер від ГЕС». Водійське посвідчення: категорії В. Іноземні мови: англійська/російська (базовий рівень).

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

волонтер

ПІБ члена команди

Галатир Надія Йосипівна



Селешітська рада

Галатир

А.С. Тимчук

Роль у проекті

Координаторка роботи з владою та локальною спільнотою

Перелік основних обов'язків

Робота з волонтерами, консультування, зв'язки з локальною спільнотою та владою ОТГ

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

100%

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

Галатир Надія Йосигівна. с.Чабанівка. Освіта: випускниця Кам'янець-Подільського училища культури та Київського інституту культури. 2019 р. Школа культурного менеджменту та креативних індустрій (ШКУМ'19). Навчання навичкам проєктного менеджменту, основам фінансового планування, фандрейзингу, розбудови партнерств та підготовки комунікаційної стратегії. 2019 р. Менеджмент 24/7. – навчання навичкам проєктного менеджменту, написанню грантових заявок. Досвід: 1993-до сьогодні - завідувач бібліотеки у Будинку Культури с.Чабанівка. 1993-до сьогодні - очільниця Народного історико-краєзнавчого музею в с.Чабанівка. Управлінські навички: навички ділової комунікації, ведення бухгалтерії та звітів, лідерські якості, навички музейної справи та організації заходів, створення експозицій. Особисті якості: відповідальність, комунікативність, грамотність, націленість на результат. Знання мов: українська, російська.

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

Ризик: зрив таймінгу проєкту

Вплив: невчасно проведена експедиція – невчасно створені реекспозиції та експозиції

Можливість виникнення: низька

Стратегія уникнення: наявність запасних дат для проведення експедицій, почати експедиції заздалегідь до запланованих дат проведення публічних заходів результатів проєкту

Селенко Надія



А.С. Тимчук

Ризик: хвороба членів команди

Вплив: неможливість когось з учасників проєкту продовжувати роботу (хвороба)

Можливість виникнення: середня

Стратегія уникнення: наявність резервних учасників проєкту, яких можна запросити до реалізації проєкту. Завдяки партнеру ГО «Територія» ми маємо широку базу контактів учасників-виконавців проєкту, яку зможемо залучити до роботи

Ризик: технологічний та виробничий ризик

Вплив: невчасно надані послуги підрядниками (створення дизайну та айдентики проєкту, брендваної продукції, оновлених табличок, які можуть завадити своєчасному проведенню проєкту)

Можливість виникнення: середня

Стратегія уникнення: постійний моніторинг всіх етапів реалізації проєкту, чітко прописані умови та дедлайни в договорах з підрядниками та виробниками

Ризик: Недостатня кількість охоплення проєкту

Вплив: Менше охоплення цільової аудиторії, ніж було заплановано

Можливість виникнення: середня

Стратегія уникнення: моніторинг перебіг проєкту, вчасне реагування та підключення запасних та додаткових каналів для популяризації та реклами проєкту. Підсилення реклами проєкту, додаткові інтерв'ю на ТБ, анонси проєкту в ЗМІ та соціальних мережах, залучення лідерів думок.

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

Ризик: форс-мажор (природні катаклізми, воєнні конфлікти, масові протести)

Вплив: зрив або перенесення заходів в рамках проєкту

Можливість виникнення: середня

Стратегія уникнення: у випадку природних катаклізмів експедиція передбачає широкий проміжок часу для знаходження об'єктів та створенню реекспозиції та експозиції, у випадку форс-мажорів в державній системі будемо діяти згідно з законодавством України.

Ризик: Перевищення кошторисної вартості проєкту в наслідок зовнішніх обставин (інфляція, непередбачувані витрати)

Можливість виникнення: Низька

Селенко Олександр



А.С. Тимчук

Вплив: Незаплановані витрати пов'язані з інфляцією або збільшенням цін на послуги підрядників

Стратегія уникнення: Заздалегідь уточнити всі деталі у підрядників, знайти додаткових підрядників, порахувати всі можливі витрати знайти запасні варіанти

Ризик: Посилення пандемії

Вплив: Встановлення карантинних обмежень, які можуть завадити проведенню проєкту

Можливість виникнення: середня

Стратегія уникнення: проєкт не передбачає одночасового залучення великої кількості людей та музей має достатню площу та кількість залів для відвідування, тому ми зможемо забезпечити дотримання карантинних норм в разі посилення пандемії

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проєкту ви будете застосовувати?

Заплановані щотижневі наради та заходи з моніторингу реалізації проєкту задля того, щоб

врегулювати та скоригувати план проєкту в оперативний спосіб у випадку виникнення під час реалізації проєкту непередбачених чи негативних результатів, або побічних наслідків. Ми використовуємо Google-сервіси та хмарні інтернет-сховища для прозорості комунікації між членами команди та використовуємо Zoom-сервіс для регулярних та оперативних зборів команди. Ми використовуємо план моніторингу проєкту, який включатиме цілі та заплановані показники на кожному етапі проєкту, де будуть відображені засоби досягнення мети, час, відповідальні та індикатори досягнення цілі.

План моніторингу та оцінки ефективності реалізації проєкту включає:

- постійний збір інформації з метою спостереження за ходом кожного етапу реалізації проєкту
- контроль за відповідністю отриманих результатів
- слідкування за виконанням запланованих дій та заходів з метою їх коригування та мінімізації негативних наслідків.

Моніторингова інформація

Семіоний

голова



А. С. Тимчук

Кількість чоловіків у команді проекту

2

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

3

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

1

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

100

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

5

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

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із



Селищний голова

А. С. Тимчук

малозабезпечених сімей, дітей-сиріт? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

20

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 доброчесності

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

Так

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

Так

В розрізі та з урахуванням норм Закону України «Про санкції» та рішень Ради національної безпеки і оборони України щодо застосування і

Семішній Володимир



А.С. Тимчук

скасування персональних спеціальних, економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) відносно громадян та юридичних осіб та з метою отримання гранту інституційної підтримки, цим гарантійним листом, шляхом підписання проектної заявки, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами) держави-агресора Російською Федерацією з 2014 року до цього часу.

Так



Селемський

голова

А. С. Тимчук

Декларація доброчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Ткачук А.С.

[Підпис]



Назва конкурсної програми: Культура.Туризм.Регіони
Назва ЛОТ-у: Локальний музей
Назва Заявника: Староушицька селищна рада
Назва проєкту: Ребрендинг історико-краєзнавчого Народного музею в с.Чабанівка
Дата початку проєкту: червень 2021
Дата завершення проєкту: 30.10.2021

	Організація-донор	Фінансування проєкту, в %	Фінансування проєкту, Сума в грн.
РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ			
1.	Український культурний фонд	100,00%	603 120,00
2.	Співфінансування* :	0,00%	0,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.2.	Кошти державного та місцевих бюджетів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.3.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.4.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.5.	Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
3.	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та	0,00%	0,00
Всього по розділу I "Находження":		100,00%	603 120,00

*При наявності співфінансування, Грантоотримувач має право вирішувати, які статті витрат будуть співфінансуватися.

Селищна рада
(посада)



(підпис, печатка)

Тимошук А.С.
(п.б)

Всього по статті 1 "Винагорода членам команди":		110 019,00	134 200,00	134 200,00
Стаття:	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)		
Підстаття:	2.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		
Пункт:	2.1.1	0,00	0,00	0,00
Підстаття:	2.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		
Пункт:	2.2.1	0,00	0,00	0,00
Підстаття:	2.3	Добові (для штатних працівників)		
Пункт:	2.3.1	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями":		0,00	0,00	0,00
Стаття:	3	Обладнання і нематеріальні активи		
Підстаття:	3.1	Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача		
Пункт:	3.1.1	0,00	0,00	0,00
Підстаття:	3.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації		
Пункт:	3.2.1	0,00	0,00	0,00
Пункт:	3.2.2	Недопустимі витрати за рахунок гранту УКФ		
Пункт:	3.2.3	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи":		0,00	0,00	0,00
Стаття:	4	Витрати пов'язані з орендою		
Підстаття:	4.1	Оренда приміщення		
Пункт:	4.1.1	0,00	0,00	0,00
Підстаття:	4.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		
Пункт:	4.2	5,00	5 000,00	5 000,00



Секретарієм
 А.С. Жуковська

Пункт:	4.2.1	Послуга оренди звукової апаратури для відкриття реекспозиції	год.	5,00	1 000,00	5 000,00	5 000,00	Перелік апаратури: 6 квт звуку JBL (2000 грн.) Підсилювач • QSC PLX 3102 (2x1000W@4Ω) – 1 шт. Пульт мікшерний • Yamaha MG166CX (16 IN, 2 AUX) Комплекти динамічних обробок та процесорів TC Electronics, Yamaha Гітарний комбо • Marshall (лампова голова TSL-100) (200W) – 1 шт. Басовий комбо • Ampeg SVT6 PRO + Ampeg SVT 810 E (800W) – 1 шт. світло(Moving Heads 2 шт, HALO LED Par64 18Q4 (RGBW, 108W) 2 шт, (Strobe) Technolight 2 шт, Blinders 2 шт - в комплект
Підстаття:	4.3	Оренда транспорту					0,00	
Підстаття:	4.4	Оренда сценічно-постановочних засобів					0,00	
Пункт:	4.4.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	послуга	0,00			0,00	
Підстаття:	4.5	Інші об'єкти оренди					0,00	
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		0,00			0,00	
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":								
Стаття:	5	Витрати учасників проєкту, які приймають участь у культурних, освітніх та інших заходах		5,00		5 000,00	5 000,00	
Підстаття:	5.1	Послуги з харчування		300,00		45 000,00	45 000,00	
Пункт:	5.1.1	Харчування	учасн.	250,00	150,00	37 500,00	37 500,00	
Пункт:	5.1.2	Кава-брейк на відкритті реекспозиції та експозиції	чол.	50,00	150,00	7 500,00	7 500,00	
Підстаття:	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів		30,00		0,00	0,00	
Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відраховується)	шт.			0,00	0,00	
Підстаття:	5.3	Витрати на прохолодження учасників заходів		30,00		0,00	0,00	
Пункт:	5.3.1	Рахунки з готелів (вказати назву заходу)	чол			0,00	0,00	



Handwritten signature and date:
 22.06.2017
 [Signature]

Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які приймають участь у культурних, освітніх та інших заходах та не отримують оплати праці та/або винагороду":

Стаття:	6	Матеріальні витрати							45 000,00
Всього г	6.1	Основні матеріали та вироби			30,00			21 100,00	21 100,00
Пункт:	6.1.1	Балони Монтана	шт.	120,00	30,00			3 600,00	3 600,00
Пункт:	6.1.2	Акрил	л	300,00	10,00			3 000,00	3 000,00
Пункт:	6.1.3	Пігмент	шт	50,00	60,00			3 000,00	3 000,00
Пункт:	6.1.4	Грунтовка	шт	500,00	1,00			500,00	500,00
Пункт:	6.1.5	Лак	шт.	150,00	20,00			3 000,00	3 000,00
Пункт:	6.1.6	ДВП біла	шт.	150,00	40,00			6 000,00	6 000,00
Пункт:	6.1.6	Фасадна фарба	л	200,00	10,00			2 000,00	2 000,00
Стаття:	6.2	Носії, накопичувачі			0,00			0,00	0,00
Пункт:	6.2.1	Найменування	шт.					0,00	0,00
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати			3 285,00			55 620,00	55 620,00
Пункт:	6.3.1	Еко-ручки брендovanі	шт.	12,87	1 000,00			12 870,00	12 870,00
Пункт:	6.3.2	Брендovanі еко-пакети	шт.	14,00	1 000,00			14 000,00	14 000,00
Пункт:	6.3.3	Еко-торби брендovanі	шт.	100,00	80,00			8 000,00	8 000,00



Handwritten signature: А. С. Жуковський

Пункт:	6.3.4	Магніти вінілові, розмір 70x45 мм, 3мм товщина	шт.	1 000,00	4,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	Відповідно до цілей проекту ми створюємо брендовану продукцію з новим дизайном та фірмовим стилем музею, яка слугуватиме промоцією для музею
Пункт:	6.3.5	Настінні календарі	шт.	100,00	90,00	9 000,00	9 000,00	9 000,00	Відповідно до цілей проекту ми створюємо брендовану продукцію з новим дизайном та фірмовим стилем музею, яка слугуватиме промоцією для музею
Пункт:	6.3.6	Контейнер для сортування сміття	шт.	5,00	350,00	1 750,00	1 750,00	1 750,00	45 л SORT BIN. В рамках нашого проекту однією з складових є екологічність, де проводяться екоекспедиції, а також лекції з сортування сміття, які потребують контейнерів для сортування. Вони знадобляться в екоекспедиціях, під час проведення лекцій, а потім залишаться в музеї Чабанівки для подальшого сортування.
Пункт:	6.3.7	Блокноти	шт.	100,00	60,00	6 000,00	6 000,00	6 000,00	Обложка та Підложка - еко картон 1,3 мм. Відповідно до цілей проекту ми створюємо брендовану продукцію з новим дизайном та фірмовим стилем музею, яка слугуватиме промоцією для музею
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":									
Стаття:	7	Поліграфічні послуги		3 315,00		76 720,00	76 720,00	76 720,00	
Пункт:	7.1	Таблички до експонатів музею в новому стилі	шт.	200,00	17,50	3 500,00	3 500,00	3 500,00	200 шт пластик (5 см x 10см)
Пункт:	7.2	Альбом про історію та експозиції музею	шт.	100,00	220,00	22 000,00	22 000,00	22 000,00	Альбом для презентацій та промолії музею, 46 сторінок, крейдований глянцевої папір 150г/м2 , обкладинка картон, тираж 100 шт.
Пункт:	7.3	Брошура про музей	шт.	1 000,00	15,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	Брошура для безкоштовного розповсюдження у туристичних центрах та готелях Кам'янець-Подільського - 1000 шт, 24 сторінки. Внутрішні сторінки друкуються на офсетному або крейдованому папері щільністю 80-150 г / м, формату А5 (24 сторінок, кріплення: скоба, крейдований глянцевої папір 130г/м2)
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":									
Стаття:	8	Видавничі послуги		300,00		40 500,00	40 500,00	40 500,00	
Пункт:	8.1	Послуги коректора	шт.			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	8.2	Послуги верстки	шт.			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	8.3	Друк книг	шт.			0,00	0,00	0,00	
Пункт:	8.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ за підприємствами (ЄСВ) Фозділу "Видавничі послуги"	шт.			0,00	0,00	0,00	
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":									
				0,00		0,00	0,00	0,00	



Handwritten signature: А. С. Ткачук

Handwritten signature: [unclear]

Handwritten signature: [unclear]

Стаття:	9 Послуги з просування							
Пункт:	9.1	Послуга з просування проекту	послуга	1,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	PR, створення контенту для соціальних мереж: фейсбук 20 постів на тиждень протягом 5 місяців = 100 постів, Інстаграм 20 на місяць протягом 5 місяців = 100 постів, 20 матеріалів для ЗМІ, матеріал для радіоэфірів 5 шт., робота з лідерами думок, коригування постів для різних цільових аудиторій
Пункт:	9.2	фотографіація проекту	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	300 фото експонатів, 100 фото з експедиції, 100 з відкриття виставки, 100 фото для брошури 160 годин роботи, фотозйомка+обробка фотографій Результатами роботи стануть: 600 світлин з проекту які будуть надані для користування музею та наповнення соціальних мереж після закінчення проекту - 300 фото експонатів музею - 100 фото для друкованої продукції - 100 світлин для брошури про перебіг та результати проекту - 100 світлин з бекстейджу для організаторів проекту та звіту. Всі матеріали будуть надані для користування через флеш накопичувач. Обладнання Камера Sony Alpha 3000 blackmagic studio cam 1.5 ліній по 500 fps і 4000 fps 2 ролика 120 сек та 180 сек. Зйомку дроном та фотофіксацію об'єктів. Обладнання: Камера SONY Alpha a7 II + 28-70mm OSS Камера insta 360 one blackmagic studio cam Квадрокоптер MAVIC 2 PRO WITH SMART CONTROLLER
Пункт:	9.3	Відеофіксація проекту, зйомка та монтаж	послуга	1,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	
Пункт:	9.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Послуги з просування"				0,00	0,00	
Стаття:	Всього по статті 9 "Послуги з просування":							
Пункт:	10	Створення web-ресурсу		3,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	
Пункт:	10.1	Лендінг сторінка для музею	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	В рамках проекту планується створення лендінгу: - сучасний адаптивний макет з паралакс-прокруткою; - декілька блоків з детальною інформацією про музей та нові експозиції, блок новин блок з фотографіями - форма підписки на соц.мережі музею
Пункт:	10.2	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Створення web-ресурсу"	місяців	0,00	0,22	0,00	0,00	



Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу":		1,00	20 000,00	20 000,00
Стаття:	11 Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації			
Пункт:	11.1 Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів		0,00	0,00
Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":				
Стаття:	12 Послуги з перекладу			
Пункт:	12.1 Послуга перекладу брошури на англ.мову (12 сторінок)	12,00	333,33	4 000,00
Пункт:	12.2 Письмовий переклад (зазначити з якої на яку мову)		0,00	0,00
Пункт:	12.3 Редагування письмового перекладу		0,00	0,00
Пункт:	12.4 Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємцями (ЄСВ) розділу "Послуги з просування"	0,00	0,22	0,00
Всього по статті 12 "Послуги з перекладу":				
Стаття:	13 Інші прямі витрати	12,00		4 000,00
Підстаття:	13.1 Адміністративні витрати	5,00		42 700,00
Пункт:	13.1.1 Бухгалтерські послуги	5,00	7 000,00	35 000,00
Пункт:	13.1.2 Юридичні послуги			0,00
Пункт:	13.1.3 Аудиторські послуги			0,00
Пункт:	13.1.4 Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємцями (ЄСВ) розділуАдміністративні витрати	35 000,00	0,22	7 700,00
Підстаття:	13.2 Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення	0,00		0,00
Пункт:	13.2.1 Значити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання			0,00
Пункт:	13.2.2 Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємцями (ЄСВ) розділу "Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення"	0,00	0,22	0,00
Підстаття:	13.3 Витрати на послуги страхування	0,00		0,00
Пункт:	13.3.1 Вказати предмет страхування			0,00
Підстаття:	13.4 Інші прямі витрати	184,00		160 000,00
Пункт:	13.4.1 Реставрація муралу	1,00	40 000,00	40 000,00

Настінний розпис Чабанівського музею є одною із його родзинок і невідомою частиною його експозиції. Створений аслуженим майстром народної творчості України Володимир Лашко за мотивами чабанівських легенд обабіч сходів з першого до третього поверху, які змальовують місцеві звичаї та свята: Різдва, Івана Купала, Великдень, хрестини, весілля. Експозиції відтворюють регіональну історію від найдавніших часів і до сьогодення. Загальна площа полотна 150 квадратних метрів. Розпис є унікальним і потребує часткової реставрації. Ця витрата на пряму пов'язана з цілями та запланованими результатами проекту.



Handwritten signature: А.С. Ткачук

Пункт:	13.4.2	Автоперевезення учасників експедиції	км.	180,00	55,56	10 000,00	10 000,00	10 000,00	Експедиція: Чабанівка-Гораївка-Стара Ушиця –Чабанівка = 50 км Чабанівка-Крушанівка-Грушка-Каштанівка-Чабанівка = 40 км Чабанівка-Гута Чугорська-Лисківці-Чабанівка = 40 км Чабанівка-Рункошів-Подільське-Чабанівка=50 км до експедиції планується залучити 50 осіб, з них 36 яких треба перевезти і 14 місцевих волонтерів.
Пункт:	13.4.3	ФОП Пархоменко Розробка та створення візуальної ідентички музею	послуга	1,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	Розробка та створення візуальної ідентички музею, яка включатиме брендбук, фірмовий шрифт, логотип
Пункт:	13.4.4	Дизайнер проекту	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Створення постерів та контенту для брендунання матеріалів для соціальних мереж, ЗМІ, для рекламних ініціатив музею, створення дизайну та макетів сувенірної продукції
Пункт:	13.4.5	Послуга Копірайтер	послуга	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	Робота зі сторінками проекту в соціальних мережах, редагування текстів для брошур та друкованої продукції музею, таблиць для експонатів
Пункт:	13.4.6	Послуга з підготовки залу для розміщення експозиції «Сучасна Чабанівка»	послуга	1,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	В послугу входять збір та встановлення стендів для розміщення експозиції, підготовка стін (вбивання цвяхів, гачків) для розвішування експонатів, розвішування експонатів.
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":				189,00		202 700,00	202 700,00	202 700,00	
Всього по розділу II "Витрати":						603 120,00	603 120,00	603 120,00	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ



Семіхін Микола
(посада)

А.С. Трушак

Пункт:

03108388 (фінанс. планка)

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ