

ДОГОВІР № 8СУН21-38330

про надання гранту

м. Київ

«16» серпня 2025 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Образцової Анастасії Яківни, що діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Комунальне підприємство Вигодської селищної ради "Центр спадщини Вигодської вузькоколійки" (далі – Грантоотримувач) в особі Директора Андрусяка Сергія Ярославовича, що діє на підставі Статуту з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

І. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Бойківське минуле: віртуальна подорож вузькоколійкою» (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.

ІІ. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проєкт до 30 жовтня 2025 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) та інші документи щодо реалізації Проєкту.
4. Датою завершення реалізації Проєкту є день підписання Фондом акта про виконання Проєкту.

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 500 756 грн 00 коп. (п'ятсот тисяч сімсот п'ятдесят шість 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. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.
4. У разі затримки бюджетного фінансування Фонд перераховує кошти гранту протягом 15 (п'ятнадцяти) банківських днів з дати отримання Фондом бюджетного призначення на фінансування витрат на надання гранту. Будь-які штрафні санкції у цьому випадку до Фонду не застосовуються.
5. 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 реалізації Проєкту (крім 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 дати настання таких обставин, повернути Фонду суму перерахованих частин (траншів) гранту;
- 6) зберігати 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 пропаганди наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, виготовлення та розповсюдження матеріалів порнографічного характеру
- 9) не здійснювати 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).

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;
- 5) виключно з метою популяризації української культури та мистецтв, формування позитивного іміджу України у світі, без дозволу Грантоотримувача використовувати матеріали, створені в результаті реалізації Проєкту, у тому числі але не обмежуючись цими - дані, праці, звіти, тези, фотографії, рекламні матеріали, офіційні повідомлення,

звіти та публікації, будь-які інші матеріали або документи (далі - матеріали), що передані Грантоотримувачем Фонду, та щодо яких Грантоотримувачем не надано Фонду застереження про використання таких матеріалів з дотриманням вимог законодавства про захист права на промислову та/або інтелектуальну власність.

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 понесені Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені Грантоотримувачем третім особам.
3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.
4. Якщо Грантоотримувач не виконав зобов'язання щодо реалізації Проєкту та надання Фонду пакету звітної документації у строк, зазначений у пункті 1 розділу II цього Договору, то в такому випадку сума перерахованих частин (траншів) гранту підлягає поверненню до Фонду відповідно до діючого законодавства протягом 10 календарних днів з дати отримання вимоги Фонду.

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 коштами гранту. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.
4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та

відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проєкту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

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

витрати, пов'язані з реалізацією проєктів, які мають на меті отримання прибутку (крім проєктів, пов'язаних із кінсьвиробництвом);

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

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

витрати, в результаті курсових різниць;

інші 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 всі необхідні документи щодо реалізації 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 2025 року. 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 отримано. 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. 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).
7. 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.
8. Фонд та Грантоотримувач зобов'язуються дотримуватись конфіденційності щодо інформації та змістових матеріалів Проекту, які стали відомі під час виконання цього Договору.
9. 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.
10. Грантоотримувач погоджується, що будь-які персональні дані, зазначені у цьому Договорі, обробляються Фондом відповідно до Закону України "Про захист персональних даних".
11. 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 Прєкту;

додаток 3 - змістовий звіт про виконання

Прєкту;

додаток 4 - звіт про надходження та використання

коштів для реалізації Прєкту;

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

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

Тел.: +38 (044) 506-22-66

Грантоотримувач

Комунальне підприємство Вигодської селищної ради
"Центр спадщини Вигодської вузькоколійки"

Юридична адреса: 77552, Івано-Франківська область,
Долинський район, смт Вигода, вулиця Данила Галицького
66

Адреса для листування: 77552, Івано-Франківська область,
Долинський район, смт Вигода, вулиця Данила Галицького
66

ЄДРПОУ: 40265030

Назва банку/філії: АТ КБ "ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA493052990000026000045513759

Тел.:

Виконавчий директор



Е. Образцова

Директор



С. Я. Андрусяк

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання приміту № 8СУН21-38330
від «16» серпня 2025 р.

Сезон: Грантовий сезон 2025

Програма: Культурна спадщина

Лот: ЛОТ 2. Кроссекторальні проєкти зі збереження
культурної спадщини
Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 8СУН21-38330

**Назва проєкту: Бойківське минуле: віртуальна подорож
вузькоколійкою**

Візитна картка Проєкту

Конкурсна програма
Культурна спадщина

Лот
ЛОТ 2. Кроссекторальні проєкти зі збереження культурної спадщини

Тип проєкту
Індивідуальний

Назва проєкту
Бойківське минуле: віртуальна подорож вузькоколійкою

Назва проєкту англійською мовою
Boykiv's past: a virtual journey on the narrow gauge

Географія реалізації проєкту

Населений пункт
смт Вигода, Івано-Франківська область

Початок проєкту
2025-06

Директор Андрусак Сергій Ярославович



Кінець проєкту (включно із фінальним звітуванням)

2025-10-30

Тривалість проєкту в місяцях

4.5

Яким пріоритетам ЛОТу відповідає ваш проєкт?

Формат проєкту

онлайн

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

культурна спадщина

Основний продукт

кроссекторальний проєкт зі збереження культурної спадщини

Ключові слова за напрямками

Коротка інформація про проєкт, яка включає мету та результати (до 100 слів)

Проект спрямований на збереження та популяризацію бойківської культурної спадщини через створення інтерактивного віртуального туру. Він охоплюватиме подорож Вигодською вузькоколійкою з трьома зупинками біля ключових об'єктів бойківської культури: традиційного побуту, релігії та ремесел. Планується створення веб-сайту підприємства та розміщення на ньому туру для сучасної взаємодії з історією. Реалізація проєкту з використанням кроссекторального підходу, інноваційних технологій і новітніх практик дозволить зберегти культурну спадщину, залучити широку аудиторію та підвищити туристичну привабливість Карпатського регіону.

Коротка інформація про проєкт англійською мовою, яка включає мету та результати (до 100 слів)

The project aims to preserve and promote the Boyko cultural heritage by creating an interactive virtual tour. It will include a journey along the Vyhoda narrow-gauge railway with three stops at key Boyko cultural sites, such as traditional life, religion, and crafts. A website will be created to host the tour, offering a modern way to engage with history. The project's implementation, using a cross-sectoral approach, innovative technologies, and best practices, will preserve cultural heritage, attract a wide audience, and enhance the tourist appeal of the Carpathian region.

Директор Андрусак Серій Іосифович



Запитувана сума від Фонду (у гривнях, відповідно до бюджету проєкту)
500756.00

Загальний бюджет проєкту (у гривнях, відповідно до бюджету проєкту)
626022.90

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до бюджету Проєкту)
125266.90

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Джерело співфінансування та сума
125266.90. особисті кошти організації-заявника

Сума реінвестиції
0

Чи використовуються у проєкті об'єкти інтелектуальної власності?
Ні

Чи врегульовані майнові та немайнові права авторів та їх правонаступників на використання об'єктів інтелектуальної власності, що використовуватимуться у Проєкті згідно із Законом України «Про авторське право і суміжні права»?
Так

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по батькові (за наявності)
Андрусяк Сергій Ярославович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проєкті
Керівник проєкту

Директор Андрусяк Сергій Ярославович



Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

Комунальне підприємство Вигодської селищної ради "Центр спадщини Вигодської вузькоколійки"

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Municipal enterprise of Vyhoda village council "Vyhoda Narrow Gauge Railway Heritage Center"

Організаційно-правова форма

Комунальна організація (установа, заклад)

Код ЄДРПОУ (РНОКПП)

40265030

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

Реєстраційний номер: 11080C139377 Код: 230703519141

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

79.90 Надання інших послуг з бронювання та пов'язана з цим діяльність

Дата реєстрації організації-заявника

2016-02-09

Юридична адреса організації-заявника

77552, Івано-Франківська область, Долинський район, смт Вигода, вулиця Данила Галицького 66

Поштова адреса організації-заявника

77552, Івано-Франківська область, Долинський район, смт Вигода, вулиця Данила Галицького 66

Область організації-заявника (відповідно до юридичної адреси)

Івано-Франківська

Тип населеного пункту організації-заявника (відповідно до юридичної адреси)

Директор Андрусек Серій Ярославович



Селище міського типу

Назва населеного пункту організації-заявника (відповідно до юридичної адреси)

Вигода

Активне посилання на вебсайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації-заявника

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

Прізвище, ім'я та по батькові (за наявності) керівника організації-заявника
Андрусяк Сергій Ярославович

Телефон керівника організації-заявника

Електронна пошта керівника організації-заявника

Чи притягався керівник організації-заявника 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 зазначенням країни

Кінцевий бенефіціарний власник комунального підприємства відсутній, відповідно до п. 9 част. 2 статті 9 ЗУ про Державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань

Чи притягався(лися) кінцевий(і) бенефіціарний(і) власник(и) організації-заявника до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався(лися) кінцевий(і) бенефіціарний(і) власник(и) організації-заявника до відповідальності за порушення законодавства у сфері

Директор Андрусяк Сергій Ярославович



запобігання та протидії корупції?

Ні

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

ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Будівля, площею - 571,9 м2. Виставкова зала, 26 інтерактивних стендів. Працівники підприємства - 5 осіб. Комп'ютерне обладнання. Інвентар. Власні кошти підприємства.

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так. Конкурсна програма 2020

Культура в часи кризи: інституційна підтримка (додатковий конкурс)

ЛОТ 9 «Культурно-пізнавальний (внутрішній) туризм»

Грантова угода 3ORG91-26585

Конкурсна програма 2021

Культура. Туризм. Регіони ЛОТ 2. Локальний музей

"Бокораш. Відродження забутої історії лісосплаву"

Грантова угода 4REG21-26585

Конкурсна програма 2023

Культура. Регіони. ЛОТ 1. Локальна культура

"Історична подорож Вигодською вузькоколійкою"

Грантова угода 6REG11-26585

Грантовий сезон 2024

Культура. Регіони. ЛОТ 1. Локальна культура

"Карпатським трамваєм до бойків у минуле" 7REG11-26585

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Так. Конкурсна програма 2020

Культура в часи кризи: інституційна підтримка (додатковий конкурс)

ЛОТ 9 «Культурно-пізнавальний (внутрішній) туризм»

Грантова угода 3ORG91-26585

Конкурсна програма 2021

Культура. Туризм. Регіони ЛОТ 2. Локальний музей

"Бокораш. Відродження забутої історії лісосплаву"

Грантова угода 4REG21-26585

Конкурсна програма 2023

Культура. Регіони. ЛОТ 1. Локальна культура

"Історична подорож Вигодською вузькоколійкою"

Директор Андрушак Сергій Ярославович



Грантова угода 6REG11-26585

Приклади успішно реалізованих проєктів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років.

Проект: 2019-2021. КАРПАТСЬКІ ЛІСОВІ ШКОЛИ, ТАІФ, КП Центр спадщини, Вигодська селищна рада(програма ЄІС Hu-Sk-Ro-Ua 2014-2020, 672333Є, <https://cutt.ly/cfGH07x>). Проект: 2021р. "Розвиток магнітної атракції Івано-Франківської області: облаштування Лісової школи Центру спадщини Вигодської вузькоколійки як іноваційного хабу збереження природної спадщини". Донор- Вигодська селищна рада, Івано-Франківська ОДА. Сума гранту-700000грн.

Інформація про діяльність організації-партнера

Інформація про партнерство

Обґрунтуйте, чому саме цей (ці) партнер (и) був (ли) обраний (ими) для реалізації спільного Проєкту? Чи співпрацювали з ним (и) раніше?

Яка сфера відповідальності та ступінь залучення кожного з партнерів в партнерстві: як організації-заявника так й організації-партнера(ів)?

Детальний опис Проєкту

Обґрунтуйте актуальність, важливість та позитивний вплив проєкту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни та для організації-заявника (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні/ стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)

Український етнос складається з кількох десятків етнографічних груп. Кожен субетнос має свої особливості мови та побутової культури. Самобутні традиції цих груп формувались упродовж сторіч, однак за умов розвитку міст та економіки вони інтегруються, а їхні відмінності поступово згладжуються. Вважають, що найкраще українські субетноси збереглися саме в межах Українських Карпат і Закарпаття. Гуцули – це коломийки, бриндза, ліжники і “Тіні забутих предків”. Лемки – це втрачені Україною землі, депортовані люди і добре зорганізована діаспора. А ось бойки – маловідома група поза Галичиною. Насправді ж у бойків є свої коломийки і ліжники, втрачені терени і діаспора. Просто вони є маломовні. Бойки – найзагадковіше українське плем'я. Родовід бойків так глибоко загубився у

Директор Андрусак Серій Ярослав



віках, що історики, два століття поспіль нишпорячи по літописах та карпатській землі, ніяк не можуть достеменно визначити: хто такі бойки, де їхнє коріння і чому вони так називаються. Навіть кордони розселення цього племені дотепер називають умовними, оскільки люди з бойківського прикордсння або вважають себе гуцулами, або давно переселені з батьківського краю. Бойки є одними із найбільших за чисельністю гірських етнографічних груп. Їхня побутова культура налічує достатньо сторіч, щоби поєднати нашарування різних епох та уявлень, і є великим надбанням для загальнонаціональної культури. Як жили бойки більше ста років тому? Чим вони займалися? Які в них були ремесла та традиції? Хто ж вони? Щоб дати відповіді на ці питання та для популяризації культурної спадщини бойківського регіону планується створення віртуального туру у минуле до бойків. Віртуальний тур включатиме подорож Вигодською вузькоколійкою-найстарішою з діючих в Україні, з трьома зупинками біля ключових об'єктів бойківської культури, таких як традиційний побут, бойківська релігія та бойківське господарство. Зупинка 1: Бойківський побут (бойківська хата, вишивка, ковальство, виготовлення дримби).

- [?] Функція: ознайомлення з побутом, інтер'єром з ремісничими традиціями та культурними особливостями життя бойків.
- [?] Вишивка: інформація про традиційні орнаменти.
- [?] Ткацтво: процес роботи на ткацькому верстаті.
- [?] Ковальство: демонстрація роботи із металом.
- [?] Виготовлення дримби: ознайомлення з процесом створення музичного інструмента.
- [?] Обґрунтування: хата є осередком бойківської культури та джерелом етнографічних знань.
- [?] Підсилення: інтерактивні елементи, що містять інформацію про предмети побуту (наприклад, піч, ткацький верстат, інші елементи інтер'єру (з інформаційними підказками)).

Зупинка 2: Бойківська релігія

- [?] Функція: показати духовну спадщину бойків через архітектуру та релігійні традиції.
- [?] Обґрунтування: церква є символом спільноти та відображає будівельну майстерність бойків.
- [?] Підсилення:
- [?] Панорамний огляд інтер'єру та екстер'єру церкви.
- [?] Сферичне відео із традиційним церковним співом.

Зупинка 3: Бойківське господарство

- [?] Функція: показати традиційні способи господарювання бойків, що забезпечували їхнє життя та відображали взаємозв'язок із природою.
- [?] Обґрунтування: вівчарство та бджолярство були

Директор Андрусек Серій Ярославович



ключовими елементами господарства бойків, які забезпечували їх продуктами харчування, матеріалами для побуту та економічними можливостями.

Складові:

- [?] Вівчарство: сезонне випасання овець на полонинах, процес виготовлення сиру (бринзи).
- [?] Бджолярство: особливості традиційного карпатського пасіництва, виготовлення меду. (Відеоряд - модель вулика з анімацією принципів роботи).

Підсилення:

- [?] Вівчарство: відеоряд - виготовлення бринзи.
- [?] Бджолярство: відеоряд - модель вулика з анімацією принципів роботи.

Перша зупинка знайомить із повсякденним життям та ремеслами. Друга акцентує увагу на духовній та сакральній спадщині. Третя демонструє, як бойки організовували своє господарство та використовували природні ресурси для забезпечення життєвих потреб. Планується створення веб-сайту Центру спадщини Вигодської вузькоколійки (далі - Центр спадщини) та розміщення на ньому віртуального туру, який забезпечить сучасний спосіб взаємодії з історичною спадщиною. Новий сайт не лише популяризуватиме діяльність Центру спадщини, а й зацікавлюватиме відвідувачів культурною спадщиною бойківського регіону, пропонуючи можливість здійснити віртуальну подорож. Дизайн веб-сторінки Центру спадщини вже розроблено в межах програми інституційної підтримки «Культура в часи кризи» від Українського культурного фонду. Веб-сайт буде доступний англійською мовою, що дозволить залучити не лише українських користувачів, а й західну аудиторію та представників діаспори. На основі відзнятих сферичних панорам та відео буде створено віртуальний тур з високодеталізованими інтерактивними репродукціями. Віртуальний тур можна буде дивитися у звичній формі, а також в автоматичному режимі — синхронно буде мінятися візуальний ряд (зображення в панорамах змінюватиме точку зору, наближення/віддалення), щоб найкраще зосередити увагу глядача на змісті. Такий спосіб подачі інформації глибоко занурює глядача і викликає більшу зацікавленість, ніж традиційний спосіб перегляду віртуального туру у ручному режимі. Користувач, завдяки функціоналу туру може самостійно керувати послідовністю перегляду панорам туру, змінювати масштаб перегляду і т.д. Віртуальний тур - це не просто 3D панорама, це цілісний огляд і занурення в об'єкт культурної спадщини. Самі панорами будуть поєднані між собою певною логікою і навігацією. Тур міститиме до кожного об'єкту інформаційні точки з доповнюючим контентом: текстами, аудіо і багато іншого. В турі буде використовуватися єдиний візуальний стиль. Він буде адаптований для

Директор Андрусек Серій Ярославович



перегляду на різних пристроях (ноутбуках, смартфонах, планшетах). Також планується доповнення існуючої виставкової інтерактивної експозиції Центру спадщини шляхом використання інтерактивного дисплею, який вже знаходиться в Центрі, і за допомогою якого, кожен відвідувач зможе здійснити подорож у минуле до бойків та насолодитися віртуальним туром. Проєкт сприятиме збереженню та популяризації бойківської культури серед широкої аудиторії, зокрема молоді, внутрішньо переміщених осіб (ВПО), туристів, дослідників та представників діаспори. Використання цифрових технологій забезпечить сучасний підхід до вивчення етнографічної спадщини та зробить її доступною для українців і іноземців. Реалізація проєкту з використанням кроссекторального підходу, інноваційних технологій та новітніх практик дозволить:

- Зберегти та популяризувати культурну спадщину бойків через цифрові технології.
- Залучити широку аудиторію до вивчення традицій, ремесел та історії регіону.
- Підвищити туристичну привабливість Карпатського регіону.

Для досягнення максимального охоплення ми залучаємо Міська Батяра — амбасадора бойківської культури, дослідника бойківської етнології, історика та автора проєкту “Я бойко”. Його експертність, знання бойківської історії та автентичний стиль комунікації допоможуть ефективно популяризувати віртуальний тур серед широкої аудиторії. Використання його медійних платформ сприятиме залученню більшої кількості людей до знайомства з культурною спадщиною бойківського регіону, підвищенню інтересу до етнографічних досліджень та розвитку туризму. Соціальна цінність проєкту полягає у створенні мосту між минулим та сучасним, об’єднанні громад, поширенні знань та підтримці національної свідомості. Віртуальний тур стане потужним інструментом для соціальної згуртованості, культурного збереження та просування України у світі. Віртуальний тур дозволить школярам, студентам та дослідникам глибше зрозуміти культурний розвиток України та етнографічне розмаїття Карпатського регіону. Інтерактивний формат подачі інформації зробить навчання цікавішим та ефективнішим. Популяризація бойківської культури та інтеграція цифрових технологій у туристичну сферу сприятимуть зростанню інтересу до регіону. Це вплине на:

- Збільшення туристичного потоку, адже віртуальний тур зацікавить потенційних відвідувачів, мотивуючи їх приїхати до Вигоди та інших бойківських локацій.
- Підтримку місцевого бізнесу, оскільки туристи витратять кошти на житло, харчування, сувеніри та інші послуги.
- Зростання зайнятості у сфері туризму, культури та креативних індустрій, що сприятиме економічному розвитку громади.

У часи російської агресії важливо зміцнювати національну ідентичність та підтримувати культурний фронт. Цей проєкт допоможе:

- Протидіяти культурному знищенню України, адже ворожа пропаганда намагається применшити унікальність української

Директор Андрусак Серій Ярославович



культури та історії. Популяризація бойківської спадщини — це внесок у збереження національної пам'яті. • Зміцнити національну свідомість та єдність, нагадуючи українцям про їхнє коріння, самобутність та силу традицій. • Підтримати ВПО та ветеранів, залучаючи їх до освітніх та інтеграційних ініціатив, що допоможуть краще адаптуватися в громадах. • Розширити знання про Україну та відчутти зв'язок із культурним спадком. • Стимулювати економічний розвиток, залучаючи фінансові ресурси до туристичної галузі та малого бізнесу, що особливо важливо в умовах кризи. Таким чином, проєкт не лише зберігатиме та популяризуватиме культурну спадщину, а й сприятиме розвитку громади, національної свідомості та підтримці України під час війни.

Як проєкт реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТУ?

Центр спадщини як культурна інституція виконує важливу суспільну місію – збереження культурної та природної спадщини, її дослідження, сучасну інтерпретацію, популяризацію, виховання та комунікацію. Проєкт впроваджує сучасний кроссекторальний підхід, інновації та новітні практики для вивчення, збереження та популяризації матеріальної і нематеріальної культурної спадщини бойків через наступні напрями: 1. Використання кроссекторального підходу Інтеграція кількох сфер діяльності: проєкт об'єднує технології, культуру, освіту, туризм для створення унікального продукту: • Культура та спадщина: глибоке дослідження історії та традицій бойків, збереження традиційних ремесел (вишивка, ковальство, виготовлення дрибми тощо). • Технології: на основі відзнятих сферичних панорам та відео буде створено віртуальний тур з використання 3D-моделювання. • Туризм: популяризація Карпатського регіону як культурно-туристичного напрямку через віртуальну й реальні екскурсії. • Освіта: використання інтерактивного формату для навчання школярів, студентів та дослідників. 2. Запровадження інновацій Використання новітніх технологій для збереження та популяризації спадщини: • Віртуальний тур - це не просто 3D панорама, це цілісний огляд і занурення в об'єкт культурної спадщини. Самі панорами будуть поєднані між собою певною логікою і навігацією. Тур міститиме до кожного об'єкту інформаційні точки з доповнюючим контентом: текстами, аудіо і багато іншого. Використання 3D-моделювання: бойківської хати, церкви та ремісничих локацій для реалістичного віртуального досвіду. • Супровід користувачів текстовими історіями про бойківську культуру. • Вебплатформа: розробка сучасного сайту з інтегрованим туром, що забезпечує доступність для користувачів з усього світу. • Мультимедійні технології: використання якісного контенту (фото, відео, інфографіка) для залучення широкої аудиторії. 3. Новітні практики для збереження та популяризації спадщини

Директор Андрусак Серій Ярославович



Збереження матеріальної та нематеріальної спадщини: • Оцифрування архітектурних об'єктів і традиційних бойківських ремесел для їхнього збереження у цифровому форматі. • Популяризація через віртуальну реконструкцію ремесел (процес виготовлення дримби, ковальства, тощо). Сучасний підхід до популяризації: • Інтерактивний формат – можливість віртуально подорожувати бойківським минулим, що підсилює емоційний зв'язок із культурою. • Розширення аудиторії – онлайн-доступ охоплює не лише Україну, а й міжнародну спільноту, зокрема українську діаспору. • Освітня цінність: матеріали туру можна використовувати в навчальних програмах як ресурс для інтерактивного вивчення культури бойків. Очікуваний ефект 1. Збереження культурної спадщини – оцифрування бойківських архітектурних об'єктів і ремесел забезпечить їхню доступність для майбутніх поколінь. 2. Інтеграція інновацій: сучасні технології зроблять культуру доступною та цікавою для молоді й широкої аудиторії. 3. Популяризація регіону: проєкт допоможе привернути увагу до Карпатського регіону, стимулюючи культурний туризм. Таким чином, проєкт стає взірцем того, як через синергію технологій, культури та креативного підходу можна досягти збереження й популяризації історичної спадщини, інтегруючи її в сучасний світ.

Чому проєкт є унікальним та інноваційним?

Проєкт є унікальним і інноваційним завдяки наступним аспектам: 1. Унікальність проєкту А. Тематичне спрямування • Збереження спадщини бойків: проєкт зосереджується на культурі одного з найменш досліджених етносів України – бойків, що робить його винятковим для популяризації локальної культурної ідентичності. • Етнографічний фокус: усі 3 зупинки туру охоплюють ключові аспекти матеріальної та нематеріальної спадщини бойків: архітектуру (хата, церква), ремесла (вишивка, ковальство, виготовлення дримб), господарство (вівчарство, бджолярство). Б. Унікальний формат • Концепція Вигодської вузькоколійки (найстарішої з діючих вузькоколійок в Україні): символічного маршруту через культурну спадщину створює захопливий формат, який об'єднує історичні зупинки в цілісну подорож. • Поєднання реального і віртуального: тур не лише представляє віртуальні об'єкти, але й може стати основою для фізичних екскурсій Карпатами. В. Підтримка місцевих громад • Залучення майстрів, носіїв традицій для створення автентичного контенту підсилює збереження та передачу культурного знання. 2. Інноваційність проєкту А. Використання сучасних технологій • Сферичні панорами, 3D-моделювання та віртуальна реальність: створення інтерактивного контенту, що дозволяє користувачам "відвідати" бойківську хату, церкву та ремісничі майстерні, досліджуючи їх у деталях. • Мультимедійний супровід: віртуальний тур доповнений

Директор Андрусяк Сергій Ярославович



текстовими матеріалами, які інтерактивно пояснюють історію та значення кожної зупинки. Б. Доступність та інклюзивність • Адаптація для різних пристроїв: віртуальний тур оптимізовано для використання на смартфонах, планшетах і комп'ютерах, що забезпечує доступність для широкої аудиторії. 3. Комбінування освіти та туризму • Проєкт поєднує культурний туризм із освітнім компонентом, пропонуючи користувачам не лише розвагу, а й навчання про історію та традиції бойків. • Віртуальний тур може використовуватись як інтерактивний навчальний матеріал у школах і для туристичних гідів. 4. Інноваційний підхід до популяризації культури • Віртуальний тур дає змогу знайомитися з бойківською культурою навіть тим, хто не може фізично відвідати Карпати. • Використання соціальних мереж і цифрового маркетингу для просування робить проєкт видимим для глобальної аудиторії. • Інтерактивність формату залучає молодь і технічно обізнану аудиторію, зберігаючи культурну спадщину у свідомості сучасного покоління. Проєкт є унікальним завдяки поєднанню традиційної культури та новітніх технологій, створюючи інноваційний продукт, який одночасно зберігає спадщину бойків, популяризує її серед широкої аудиторії та підтримує сталий розвиток Карпатського регіону. Віртуальний тур формує новий підхід до збереження історії, роблячи її інтерактивною, доступною та цікавою. На даний час у Україні немає подібного продукту з таким глобальним кількісним та змістовим наповненням. В інформаційному просторі, дуже мало інформації саме про бойків, на відміну від інших етногруп. Відсутність такого ресурсу та відповідно наповненого контенту створює бар'єри у просуванні Вигоди та бойківського регіону як осередку національної етнографічної культури України, впливає на кількість туристів, які могли б через сайт зацікавитися культурою Бойківщини та прийняти рішення її відвідати. Ми пропонуємо кожному охочому вирушити в віртуальний тур до бойків у минуле на Вигодській вузькоколійці. Та за допомогою технології доповненої реальності побачити давній побут, ремесла та господарство бойків. А новостворений сайт дасть можливість не тільки популяризувати діяльність Центру, а й зацікавити культурною спадщиною бойківського регіону та вирушити в минуле з будь якого місця використовуючи інтернет. У світовому контексті виссокоінтегровані віртуальні тури (з продуманою режисурою, аудіосупроводом) є малочисельними. В межах проєкту буде напрацьовано методологію керування віртуальною камерою у сферичних панорамах. Так, це можна досягнути за допомогою звичної технології відеофільму чи сферичного відео (відео 360°), однак в першому випадку глядачу залишається пасивна роль дивитися на те, що обрали режисер та оператор, а у випадку відео 360° — відеопотік надзвичайно ресурсоємний та рідко коли містить додаткові інтерактивні елементи. В нашому продукті ми даємо можливість глядачеві

Директор Андрусак Серій Ярославич



ставати співавтором (змінювати точку зору камери), збагачуємо контент іншими інтерактивними елементами (вікна, що спливають, текстові пояснення, графічні індикатори тощо). Проєкт об'єднує різноманітні текстові, візуальні та аудіоматеріали в єдине комплексне мультимедійне середовище. Такий високий рівень інтеграції є унікальним не тільки в Україні, а й у світі. До того ж унікальними є і об'єкти проєкту: старовинна бойківська народна архітектура (хата, церква) та унікальні бойківські ремесла.

Мета, цілі, завдання та результати та індикатори реалізації Проєкту

Основна мета Проєкту

Сприяти збереженню, популяризації та доступності культурної спадщини Бойківщини шляхом створення інтерактивного віртуального туру у форматі подорожі Вигодською вузькоколійкою із зупинками, біля ключових культурних та історичних об'єктів, а також розробка веб-сайту Центру спадщини з розміщенням на ньому готового туру. Реалізація проєкту з використанням кроссекторального підходу, інноваційних технологій та новітніх практик дозволить: зберегти та популяризувати культурну спадщину бойків через цифрові технології; залучити широку аудиторію до вивчення традицій, ремесел та історії регіону; підвищити туристичну привабливість Карпатського регіону.

Цілі проєкту

Ціль

Створення віртуального туру "Бойківське минуле: віртуальна подорож вузькоколійкою"

Завдання

1. Дослідити культурну спадщину бойків для формування змісту віртуального туру (побут, церква, ремесла, господарство). 2. Розробити сценарій віртуального туру з трьома зупинками: • перша зупинка: Бойківський побут (хата, вишивка, ковальство, виготовлення дримби). • друга зупинка: Бойківська релігія • третя зупинка: Бойківське господарство (вівчарство, бджолярство). 4. Виготовити фото-відеоконтент та текстовий опис, що супроводжує кожну зупинку. 5. Створити сферичні панорами та 3D-моделі об'єктів та інтегрувати їх у віртуальний тур. 6. Забезпечити доступність туру для різних пристроїв

Директор Андрушак Сергій Ярославович



(мобільні телефони, комп'ютери, планшети).

Результат з зазначенням індикатора досягнення (з вказанням кількісного показника)

Результати: • Завершено розробку інтерактивного віртуального туру з 3 зупинками. • Підготовлено мультимедійний контент для кожної зупинки. • Технічна підтримка: тур доступний для всіх основних браузерів та платформ. • Інформативний, зручний і візуально привабливий продукт для ознайомлення з культурою бойків. Індикатори досягнення: • Створено 3 інтерактивних локацій з використанням 3D-моделей та відеоконтенту. • Час тривалості інтерактивного туру: від 15 хвилин. • Час завантаження туру не перевищує 5 секунд. • Кількість переглядів туру протягом жовтня: 200 унікальних користувачів.

Ціль

Створення вебсайту Центру спадщини з інтеграцією віртуального туру

Завдання

1. Розробити сайт на основі готового дизайну, що включає розділи: головна сторінка (про Центр спадщини, послуги, еко школа, сплануйте ваш візит), новини, анонси подій та заходів, «Карпатський трамвай», віртуальний тур «Бойківське минуле: віртуальна подорож вузькоколійкою». 2. Інтегрувати на вебсайт віртуальний тур «Бойківське минуле: віртуальна подорож вузькоколійкою». 3. Забезпечити мобільну адаптацію та багатомовність вебсайту (українська та англійська). 4. Оптимізувати вебсайт для швидкого завантаження.

Результат з зазначенням індикатора досягнення (з вказанням кількісного показника)

Результати: • Функціонуючий вебсайт підприємства з розміщенням віртуальним туром. • Вебсайт як зручний інструмент для туристів: інформація про Центр спадщини і доступ до туру. Індикатори досягнення: • Кількість відвідувачів сайту в перший місяць після запуску: 200 осіб. • Протягом першого місяця не менше 10% відвідувачів взаємодіють з віртуальним туром. • Сайт працює без технічних збоїв, і сторінки завантажуються швидше ніж за 3 секунди.

Ціль

Промоція оновленого продукту

Завдання

Директор Андрусак Серій Ярослав



1.Розробити маркетингову стратегію для просування проєкту через соціальні мережі, ЗМІ та онлайн-майданчики. 2.Створити рекламні матеріали: пресрелізи проєкту, публікації в соціальних мережах і статті в ЗМІ. 3. Залучити блогера Міська Батяра для промоції проєкту. 4. Підготувати рекламні кампанії в соціальних мережах (Facebook, Instagram, Тік Ток) з використанням контенту блогера для максимального охоплення аудиторії. 4.Організувати презентацію проєкту для широкої аудиторії.

Результат з зазначенням індикатора досягнення (з вказанням кількісного показника)

Результати: • Розроблена і реалізована маркетингова кампанія для популяризації проєкту. • Проведено кілька рекламних кампаній на власних сторінках у соціальних мережах, ЗМІ, що підвищують впізнаваність проєкту. • Підвищення обізнаності про проєкт, серед нової аудиторії завдяки залученню популярного блогера Міська Батяра. • Організовано 1 оффлайн захід для представлення проєкту аудиторії. Кількість відвідувачів- 20 та метод їх фіксації -фізична реєстрація з особистими підписами. Індикатори досягнення: • Охоплення рекламних кампаній у соціальних мережах: до 10000 переглядів. • Вихід 5 публікацій про проєкт на сторінках Міська Батяра в Facebook, Instagram, Тік Ток. (https://www.instagram.com/misko__batjar/, https://www.facebook.com/misko.batyar/?locale=uk_UA, https://www.tiktok.com/@ja_bojko)кількість публікацій у ЗМІ-4 та повідомлень у власних соціальних мережах-10• Кількість перегляду контенту з блогером не менше 10000 осіб.

Цільові аудиторії Проєкту

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію Проєкту

1. Загальний розмір аудиторії У 2024 році Центр спадщини, що популяризує історичну, культурну та природну спадщину регіону, відвідали 17 397 осіб, що свідчить про значний інтерес до традицій, ремесл та унікальних особливостей цього краю. Враховуючи зростаючу зацікавленість як серед туристів, так і серед місцевих жителів, а також тенденції до цифровізації культурних продуктів, очікується, що віртуальний тур приверне до 12 000 осіб протягом першого року реалізації проєкту. Ця аудиторія охоплюватиме різні цільові групи: молодь, яка цікавиться історією та інноваційними форматами подорожей; туристів, що відвідують Вигоду та подорожують «Карпатським трамваєм»; дослідників і фахівців, які працюють із

Директор Андрусак Сергій Ярославович



етнокультурною спадщиною; місцевих мешканців, зацікавлених у збереженні та популяризації власної культури. Запуск віртуального туру не лише зробить спадщину доступнішою для ширшої аудиторії, а й сприятиме підвищенню туристичної привабливості Вигоди та Карпатського регіону загалом. Завдяки інтерактивному формату проєкт зможе залучити навіть тих, хто не мав змоги фізично відвідати Центр спадщини, тим самим розширюючи його вплив на культурно-освітній ландшафт України та за її межами.

2. Розподіл за групами - Молодь (школярі та студенти) – $\approx 2\,000$ осіб/рік, розглядатимуться як цінний комунікаційний канал, через який можна охопити ширшу аудиторію для подальшого інформування та зацікавити культурною спадщиною бойківського регіону.

-Потенційні відвідувачі селища Вигода та прилеглих територій (сім'ї з дітьми) – $\approx 2\,000$ осіб/рік, проєкт урізноманітнить асортимент цікавих пізнавальних та культурних об'єктів на території селища та дозволить сформувати бажані для відвідувачів та місцевої громади позитивні враження, а також отримувати знання про місцеву спадщину у доступній формі - Ентузіасти культури та історії (історики, дослідники) – ≈ 300 осіб/рік, отримають якісно структуровану інформацію у зручному інтерактивному форматі.

-Фахівці (вчителі, викладачі, гіді) – ≈ 100 осіб/рік дозволить збільшити рівень знань про культурні надбання та особливості бойківського краю. Можливість використовувати віртуальний тур у навчальному процесі.

-Туристи "Карпатського трамвая" – $\approx 3\,000$ осіб/рік, зможуть дізнатися про культурну спадщину території, якою подорожують.

- Туристи, які вже відвідували Вигоду та "Карпатський трамвай", але прагнуть нових вражень – $\approx 1\,000$ осіб/рік. Віртуальний тур додасть інтерактивності та зробить повторний візит цікавим.

-Організовані туристичні групи українських туроператорів – $\approx 2\,000$ осіб/рік. Проєкт сприятиме розвитку етнокультурного туризму.

- Мешканці Вигодської ОТГ та прилеглих населених пунктів – ≈ 600 осіб/рік. Проєкт сприятиме усвідомленню місцевими жителями значущості власної культурної спадщини. Розвиток туризму у місцевості приведе до збільшення доходів місцевих бюджетів, що забезпечить подальший розвиток та добробут громади у майбутньому.

- Внутрішньо переміщені особи, які зареєстровані в місцевій громаді – ≈ 400 осіб/рік. Допоможе адаптації ВПО через знайомство з культурним середовищем регіону.

-Учасники бойових дій з сім'ями – ≈ 400 осіб/рік. Проєкт надасть можливість ветеранам разом із родинами отримати новий досвід у комфортному середовищі.

- Відвідувачі події з презентацією результатів проєкту – ≈ 20 осіб.

3. Географія: - Західна Україна (Бойківщина) – 70% ($\approx 8\,400$ осіб). - Інші регіони України – 30% ($\approx 3\,600$ осіб).

Якісні показники: 1. Молодь (школярі та студенти): - Інтереси: історія, культура, інноваційні технології. - Мотивація: вивчення історії через сучасні технології, інтерактивні формати. - Поводження: активне використання

Директор Андрусак Сергій Ярославович



соцмереж (Instagram, TikTok, YouTube). 2. Сім'ї з дітьми: - Інтереси: пізнавальний відпочинок, сімейні активності, інтерактивні формати освіти для дітей. - Мотивація: спільне проведення часу, навчання дітей через культурні цінності. - Поводження: шукають цікаві онлайн-ресурси для дітей, відвідують інтерактивні музеї. 3. Ентузіасти культури та історії: - Інтереси: етнографія, історична спадщина, українська культура. - Мотивація: поглиблення знань про Бойківщину, знайомство з традиціями та історією. - Поводження: читають блоги, статті, відвідують культурні заходи та музеї. 4. Фахівці(вчителі, дослідники, гіді): - Інтереси: історичні дослідження, етнографічна спадщина, освітні програми. - Мотивація: використання віртуального туру як навчального чи дослідницького ресурсу. - Поводження: активно працюють із професійними ресурсами, співпрацюють із музеями та проектами. 5. Туристи: - Інтереси: унікальні культурні маршрути, етнічний туризм, новітні формати подорожей. - Мотивація: відкриття нових туристичних локацій, знайомство з традиціями Бойківщини. - Поводження: шукають інтерактивні матеріали, інформацію про регіон в онлайн-форматі.

6. Команда проєкту та залучені учасники:

До прямої цільової аудиторії проєкту входять також ті, хто безпосередньо працює над реалізацією ініціативи. Це команда з 4 осіб, які мають безпосередній досвід розробки, впровадження, організації та підтримки проєкту:

Керівник проєкту – координує всі етапи реалізації, приймає стратегічні рішення, налагоджує зовнішню комунікацію з партнерами та донорами, слідкує за дотриманням цілей і термінів.

Бухгалтер – відповідає за ведення фінансової документації, здійснює облік витрат, підготовку фінансових звітів та моніторинг бюджету проєкту.

Менеджер проєкту 1 – займається організаційною та адміністративною частиною, зокрема:

оформленням проміжної та фінальної звітної документації,
підготовкою договорів та визначенням виконавців робіт,
комунікацією зі ЗМІ для налагодження співпраці,
підготовкою матеріалів для контенту сайту,
оформленням додатків до змістового звіту.

Менеджер проєкту 2 – зосереджується на змістовному та аналітичному наповненні: розробляє та узгоджує календарний план і план робіт, готує сценарій віртуального туру, збирає та опрацьовує матеріали про бойків, їхню культуру та ремесла,

пише пресрелізи, здійснює контроль за створенням вебсайту та його інтеграцією з віртуальним туром, оновлює й доповнює контент сайту, координує інформаційний супровід і презентацію проєкту, готує змістовий

Директор Андрусак Сергій Ярославович



звіт та коригує результати робіт.

Команда відіграє ключову роль у формуванні результатів проєкту, що робить її частиною прямої цільової аудиторії, адже кожен учасник має реальний, вимірюваний вплив на кінцевий продукт і перебуває у постійній взаємодії з усіма його компонентами.

7. Блогер Місько Батяр (інфлюенсер):

До прямої аудиторії також належить Місько Батяр — регіональний інфлюенсер, який активно включений у комунікаційну стратегію проєкту. Його завдання: популяризація бойківської культури через авторський візуальний і текстовий контент (відео, пости), донесення результатів проєкту до широкої онлайн-аудиторії (очікуване охоплення – 10000 осіб), стимулювання інтересу до віртуального туру серед молоді, туристів, мешканців України та діаспори.

Його присутність у проєкті забезпечує посилення довіри до продукту, кращу впізнаваність та залучення нової цільової аудиторії, що робить його не лише промоутером, а й активним учасником проєкту.

Пряма аудиторія проєкту — це люди, зацікавлені у культурній спадщині Бойківщини та готові використовувати сучасні технології для її дослідження. Це молодь, родини, туристи, дослідники та освітяни, які шукають нові формати взаємодії з історичною спадщиною. Проєкт поєднує освіту, туризм і цифрові технології, роблячи культуру Бойківщини доступною та захопливою для широкої аудиторії.

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

Кількісні показники: 1. Загальний розмір непрямої аудиторії - Орієнтовний розмір: 5 000 – 10 000 осіб під час реалізації проєкту (через медіа, партнерів, соціальні мережі). 2. Розподіл за групами: - Підписники соціальних мереж Центру спадщини: • Facebook: 3 500 осіб (<https://www.facebook.com/VygodaHeritageCentre>) • Instagram: 2 700 осіб (<https://www.instagram.com/centrspadshchini/>) • TikTok: 300 підписників (<https://www.tiktok.com/@theheritagefoundationvy>) - Відвідувачі новоствореного сайту – 200 осіб за перший місяць функціонування сайту. - Глядачі місцевих та регіональних телеканалів, читачі друкованих видань: • Газета «Галичина» – тираж 10 000 примірників. • Газета «Західний кур'єр» – тираж 10 000 примірників. - Лідери думок, блогери, які висвітлюватимуть проєкт: • Місько Батяр— амбасадор бойківської культури, дослідник бойківської етнології, історик, автор проєкту “Я бойко” : Instagram: 54 000 підписників (https://www.instagram.com/misko__batjar/) Facebook: 235 000 підписників (https://www.facebook.com/misko.batyar/?locale=uk_UA) TikTok: 58 000 підписників (https://www.tiktok.com/@ja_bojko) - Представники туристичного бізнесу

Директор Андрусак Сергій Ярославович



(туроператори, власники готелів та туристичних атракцій, які зацікавлені в розвитку регіону як туристичного «магніту»). - Органи влади Вигодської ОТГ, в підпорядкуванні яких знаходиться Центр спадщини, отримають нові надходження до бюджету, покращення іміджу та збільшення відвідуваності території. - Представники сусідніх громад, які захочуть запозичити досвід реалізації подібних ініціатив. Центр спадщини є магнітною атракцією і об'єктом інтересу не лише для туристів і гостей громади, а й для органів влади, як вдалий кейс місцевого розвитку в умовах децентралізації. Більшість представників ОТГ, регіональних та центральних органів влади України відвідують Центр спадщини для вивчення успішної практики приватно-публічного партнерства. - Родичі та друзі основної аудиторії – люди, які дізнаються про проєкт через безпосередніх учасників. - Міжнародна спільнота – українська діаспора, культурні організації за кордоном, та іноземні мандрівники, які хочуть дізнатися більше про бойків. 3. Географія охоплення: - Україна: ~90% (~19 000 осіб). - Закордон (українська діаспора, іноземці): ~10% (~1 000 осіб). Закордонну аудиторію буде залучено через онлайн-просування та доступність віртуального туру з будь-якої точки світу. Якісні показники: 1. Аудиторія ЗМІ та соціальних мереж: - Інтереси: пізнавальний контент, новини про культурні ініціативи, інтерактивні онлайн-ресурси. - Мотивація: знайомство з проєктом через соцмережі та медіа. - Особливості поведінки: активне використання соцмереж, взаємодія з культурним контентом. Може стати частиною прямої аудиторії через цікавість або позитивні відгуки. 2. Партнери та колаборації: - Інтереси: використання проєкту у власній діяльності (туризм, освітні програми, музеї). - Мотивація: підвищення професійного авторитету, залучення нової аудиторії. - Особливості: сприяють масштабуванню та популяризації проєкту через власні платформи. 3. Родичі та друзі основної аудиторії: - Інтереси: культурний розвиток, історичні подорожі, сімейне дозвілля. - Мотивація: залучення через особисті рекомендації та спільні подорожі. - Особливості: часто знайомляться з проєктом через особисті рекомендації. Можуть стати частиною прямої аудиторії. 4. Міжнародна спільнота: - Інтереси: підтримка української культури, збереження традицій та етнічної спадщини. - Мотивація: інтерес до власного походження, підтримка культурних ініціатив. - Особливості: споживання якісного онлайн-контенту. Механізми залучення непрямої аудиторії: 1. Медіа-просування: публікації в онлайн-виданнях, статті у друкованих газетах, телевізійні сюжети. 2. Соціальні мережі: - Пости та реклама у Facebook, Instagram, TikTok. - Колаборації з блогерами, туристичними та культурними сторінками. - Репости та відгуки користувачів. 3. Рекомендації: - Поширення інформації через друзів та знайомих учасників проєкту. Очікуваний вплив на непряму аудиторію: - Формування позитивного іміджу Бойківщини як важливої.

Директор Андрусак Сергій Ярославович



культурної та туристичної спадщини України. -Зростання впізнаваності Центру спадщини завдяки медіа-просуванню. -Підвищення інтересу до віртуальних турів як сучасного формату взаємодії з культурною спадщиною. -Стимулювання внутрішнього туризму через залучення нової аудиторії.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Культурні потреби та інтереси аудиторії визначалися шляхом: - Спілкування та усного опитування туристів, школярів, мешканців Вигодської ОТГ та туристичних партнерів. - Зворотного зв'язку відвідувачів Центру спадщини, які висловлювали потребу в доповненні експозиції, розширенні інформаційного наповнення та збільшенні часу перебування у Центрі. - Аналізу сучасних тенденцій у сфері популяризації культурної спадщини, що засвідчив високий інтерес до інтерактивних форматів подачі інформації.

Основні виявлені потреби та інтереси аудиторії: 1. Цікавість до культурної спадщини: - Бажання дізнатися більше про традиції та побут бойків. - Інтерес до локальної історії через автентичні історії, фотографії та відео. 2. Попит на інтерактивний формат подачі інформації: - Використання сучасних технологій: віртуальні тури, 3D-реконструкції, мультимедійний контент. 3. Доступність матеріалів: - Інтерес до матеріалів, які легко переглянути онлайн (з будь-якого місця та пристрою). 4. Емоційне занурення: - Бажання не просто дізнатися, а "відчути" життя у минулому через віртуальну реальність або інтерактивні історії. 5. Освітній потенціал: - Використання матеріалів проєкту для навчання історії та культури в школах, університетах і гуртках. Переваги проєкту для задоволення потреб аудиторії: - Інноваційність: використання сучасних технологій для подачі історичного контенту. - Доступність – онлайн-платформа, адаптована для різних вікових груп і географічних регіонів. - Інтерактивність: можливість самостійно «подорожувати» в часі завдяки ігровим та віртуальним елементам. Таким чином, комплексний підхід до врахування культурних потреб аудиторії дозволить підвищити рівень обізнаності про бойківську спадщину, залучити нових відвідувачів та зробити культурний продукт конкурентоспроможним на ринку культурних послуг.

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

Суспільна цінність проєкту полягає у залученні широкої аудиторії – туристів, школярів, мешканців громади, внутрішньо переміщених осіб (ВПО), гостей регіону та відвідувачів сайту шляхом інноваційного підходу до подання матеріалу про культурну спадщину. 1. Туристи Потреби та інтереси: - Пошук унікальних культурних об'єктів. - Економія часу та зручність доступу до інформації. - Емоційне занурення у минуле та підготовка до реальних

Директор Андрусак Сергей Ярославов

[Signature]

подорожей. Задоволення потреб: -Віртуальний тур дає змогу ознайомитися з культурою бойків перед поїздкою. -3D-реконструкції та інші інтерактивні функції створюють ефект присутності. Емоційна цінність: -Туристи отримують унікальний досвід взаємодії з історією, що підвищує інтерес до регіону та спонукає до відвідин. 2. Школярі Потреби та інтереси: - Інтерактивний підхід до навчання історії та культури. - Інноваційні формати подання інформації (візуалізація, гейміфікація). - Доступність матеріалів для дистанційного навчання. Задоволення потреб: - Освітній контент доповнює шкільну програму історії та етнографії. - Віртуальний тур дозволяє школярам досліджувати культуру регіону через інтерактивні елементи. - Дистанційний доступ робить матеріали доступними для дітей із віддалених регіонів. 3. Мешканці громади Потреби та інтереси: - Збереження та популяризація місцевої культури. - Підвищення туристичної привабливості регіону. Задоволення потреб: - Промоція локальної спадщини через інтерактивні ресурси та віртуальні тури. - Економічний ефект: збільшення потоку туристів сприятиме розвитку місцевого бізнесу. 4. Гості громади (українські та іноземні) Потреби та інтереси: - Доступний та якісний контент про місцеву культуру. - Інструменти для ознайомлення з історією регіону у зручному форматі. - Отримання унікального досвіду взаємодії з культурою бойків. Задоволення потреб: - Онлайн-ресурси дозволять знайомитися з бойківською культурою до або після поїздки. - Інтерактивний формат дає можливість віртуально «відвідати» регіон, навіть без фізичної присутності. 5. Внутрішньо переміщені особи (ВПО) Потреби та інтереси: - Інтеграція у громаду через знайомство з місцевою культурою. - Доступ до культурного контенту у зручному форматі. Задоволення потреб: - Інформаційна підтримка: ВПО отримують доступ до ресурсів, які знайомлять їх із культурою регіону, сприяючи їх адаптації. Загальні переваги проєкту для всіх аудиторій: - Доступність: онлайн-формат дозволяє залучати різні групи незалежно від їхнього місцезнаходження. - Інтерактивність: сучасні технології роблять подорож захопливою та емоційно насиченою. - Інклюзивність: проєкт адаптований для різних вікових, соціальних і культурних груп. - Популяризація культури: проєкт сприятиме збереженню та поширенню знань про бойківську спадщину на національному й міжнародному рівні. Очікуваний ефект: - Збільшення туристичного потоку та тривалості перебування відвідувачів у Центрі спадщини до 2-3 годин. - Підвищення рівня задоволеності відвідувачів завдяки сучасному підходу до експозицій. - Стимулювання розвитку етнографічного туризму у громаді та регіоні. - Створення нового культурного об'єкта для дозвілля дітей та дорослих. Реалізація проєкту дозволить не лише зберегти культурну спадщину бойків, але й зробити її доступною, цікавою та інтерактивною для різних аудиторій.

Директор Андрусак Сергій Ярославович



Хто є зацікавленою (ими) стороною(ами) Проєкту? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними.

Основні зацікавлені сторони: 1. Органи влади Вигодської ОТГ Інтерес: Реалізація проєкту сприятиме підвищенню туристичної привабливості громади, створенню позитивного іміджу місцевої влади та залученню нових партнерів для майбутніх ініціатив. Співпраця: - Офіційні зустрічі та презентації проєкту. - Спільне просування ініціативи через місцеві ресурси (сайт ОТГ, соцмережі). - Можливе часткове фінансування або ресурсна підтримка з боку влади. 2. Відділ туризму Івано-Франківської ОДА Інтерес: Розвиток регіонального туризму та підвищення популярності культурної спадщини Івано-Франківщини. Співпраця: - Колаборація у промоції проєкту на обласному рівні. - Підтримка у налагодженні комунікації з іншими громадами та бізнесом. 3. Представники туристично-орієнтованого бізнесу (туроператори, власники сувенірних крамниць, готельно-ресторанний бізнес) Інтерес: Збільшення туристичних потоків та фінансових надходжень завдяки інтерактивному формату проєкту. Співпраця: - Організація партнерських зустрічей для презентації проєкту. - Включення віртуального туру у пропозиції туристичних компаній. 4. Мешканці громади Інтерес: Збереження та популяризація культурної спадщини, підвищення місцевої гордості та ідентичності. Співпраця: - Залучення мешканців до проєкту як волонтерів, експертів або носіїв культури. - Інформування через місцеві медіа та соцмережі. 5. Туристи, учні шкіл Інтерес: Отримання нового досвіду та знань про регіон, унікальні інтерактивні враження. Співпраця: - Популяризація проєкту через соцмережі та туристичні платформи (Instagram, Facebook, TripAdvisor). - Мотивація відвідувачів ділитися відгуками та фото (конкурси, знижки, бонуси). 6. Органи влади сусідніх громад Інтерес: Вивчення успішного досвіду та можливість реалізації схожих ініціатив у своїх громадах. Співпраця: - Проведення спільних зустрічей та обмін досвідом. - Запрошення представників інших ОТГ на презентації та заходи в рамках проєкту. Таким чином, у процесі реалізації проєкту буде налагоджена ефективна комунікація та взаємодія з усіма зацікавленими сторонами, що сприятиме довготривалому розвитку ініціативи та розширенню її впливу на регіональний рівень.

Інформаційний супровід Проєкту

Які ключові повідомлення, яких спікерів (лідерів думок) буде обрано для поширення інформації про проєкт серед прямої(их) цільової(их) аудиторії(ій), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії? З якими спікерами/лідерами думок є погодження про їх участь в

Директор Андрусек Сергій Ярославович



реалізації комунікаційної складової проєкту? Які методи та канали комунікацій будуть залучені під час реалізації Проєкту?

Ключові повідомлення проєкту: 1. "Пам'ять про минуле — запорука майбутнього." Збереження культурної спадщини є важливим елементом нашої ідентичності, що дає можливість побудувати міцне майбутнє. 2. "Віртуальна подорож до Бойківщини — ваш квиток у світ багатой культури, традицій та історії бойків." Віртуальний тур відкриває можливість зануритися в атмосферу цього унікального регіону. 3. "Пориньте у минуле за допомогою сучасних технологій і відкрийте унікальний спадок бойків." Використання сучасних технологій допоможе зберегти та популяризувати культурну спадщину бойків для майбутніх поколінь. Комунікаційна стратегія проєкту передбачає використання різних методів та каналів комунікації, які будуть доповнювати один одного, створюючи таким чином ефект синергії. Це дозволить досягти більшої ефективності, ніж використання лише окремих каналів комунікації. Мета комунікативної стратегії: сформувати зацікавленість та залучення широкої аудиторії до віртуального туру, розміщеного на сайті, з метою популяризації культури бойків та підвищення обізнаності про їхню історичну спадщину. Основна частина медіа – заходів буде спрямована на промоцію результатів реалізації проєкту. Основні канали комунікації: • Соціальні мережі: Facebook, Instagram, TikTok. • Медіа-промоція: прес-релізи, анонси, публікації у ЗМІ, відео та фото контент. • Партнерства з лідерами думок: блогери, місцеві активісти, туристичні лідери. Методи комунікації: 1. Цифрова комунікація через соцмережі (Facebook, Instagram, TikTok), де будуть публікуватися інтерактивні пости, відео, анонси, тизери, історії про бойківську культуру, опитування та короткі відеоролики. 2. Партнерська співпраця: колаборація з блогерами, які активно популяризують культуру та історію України, зокрема з Міськом Батяром (амбасадором бойківської культури, дослідником бойківської етнології, істориком, автором проєкту "Я бойко"). Платформи для співпраці: TikTok, Instagram, Facebook. 3. Масова комунікація: публікації у місцевих ЗМІ, а також залучення блогерів для популяризації проєкту. 4. Офлайн-канали: презентація готового проєкту для залучення локальної аудиторії, а також просування серед відвідувачів Центру спадщини та «Карпатського трамваю». Поширення інформації про проєкт серед аудиторій: Для досягнення максимального охоплення ми залучаємо таких лідерів думок: • Місько Батяр — амбасадор бойківської культури, дослідник бойківської етнології, історик, автор проєкту "Я бойко" (https://www.instagram.com/misko_batjar/, 54 тисяч підписників, https://www.facebook.com/misko.batjar/?locale=uk_UA, 235 тисяч підписників, https://www.tiktok.com/@ja_bojko, 58 тисяч підписників). Залучення Міська Батяра дасть кілька переваг: 1. Підвищення довіри та авторитету проєкту: як амбасадор

Директор Андрусак Сергій Ярослав



бойківської культури, Місько Батяр матиме значний вплив на сприйняття проєкту, що допоможе сформувати позитивний імідж як серед місцевих жителів, так і серед туристів, зацікавлених в культурній спадщині. 2. Широке охоплення аудиторії: завдяки великій кількості підписників у соціальних мережах, Місько Батяр зможе ефективно популяризувати проєкт серед широкої аудиторії, залучаючи нових користувачів до віртуального туру і веб-сайту підприємства. Це дозволить створити велику увагу до туру та культурного контенту. 3. Активна підтримка та пропаганда традицій бойківської культури: як носій бойківських традицій, блогер може допомогти не лише в поширенні інформації про проєкт, але й у глибшому розумінні культури бойків серед підписників. Його участь дозволить поглибити знання про бойківське житло, ремесла, релігію і традиції, які будуть представлені в турі. 4. Візуалізація та створення інтерактивного контенту: Місько Батяр, зазвичай працюючи з візуальним контентом, може допомогти в створенні цікавих та привабливих матеріалів, таких як відео або візуалізації, що підвищать привабливість проєкту в очах цільової аудиторії. Також плануємо співпрацю з іншими лідерами думок: • Мар'яна Ружевич — директор «Карпатський трамвайчик». • Оксана Федорович — голова Туристичної Асоціації Івано-Франківщини. • Віталій Передерко — начальник відділу туризму Івано-Франківської облдержадміністрації. • Олександр Рогаль — директор Регіональної міжобласної туристичної Асоціації "Бойківське коло".

Інформаційний супровід проєкту: 1. Висвітлення підготовчої роботи проєкту. Підкреслення актуальності та інноваційності. 2. Промоція серед місцевої та сусідніх громад через керівництво Вигодської ОТГ та місцевих лідерів думок, зокрема блогера Міська Батяра. 3. Промоція серед відвідувачів Центру спадщини та «Карпатського трамваю». 4. SMM кампанія. Промоція до, під час і після реалізації проєкту. Очікувані результати: 1. Підвищення інтересу до бойківської культури серед різних аудиторій. 2. Залучення значної кількості відвідувачів на сайт та віртуальний тур. 3. Формування іміджу проєкту як сучасного способу збереження історичної спадщини. Промоційні заходи: 1. Запуск офіційного сайту Центру спадщини з віртуальним туром. 2. Презентація проєкту для громадськості. 3. Висвітлення проєкту у соцмережах через фото, відео та інтерактивні пости. 4. Залучення медіа: Прес-релізи для ЗМІ. Покроковий план проведення промоції

Етап 1. Підготовка 1. Розробка веб-сайту підприємства та інтеграція віртуального туру. 2. Створення промоційного контенту 3. Визначення ключових партнерів. Контакткування з медіа для підготовки матеріалів. Етап 2. Презентація проєкту 1. Офлайн-презентація • Презентація готового проєкту у Центрі спадщини 2. Прес-релізи та медійне охоплення • Розсилка матеріалів для ЗМІ. 3. Висвітлення розробки та результатів проєкту в соціальних мережах Етап 3. Промоція в онлайн-просторі 1. Реклама в

Директор Андрусак Сергій Ярославович



соцмережах. • Короткі відеоролики з кожної зупинки. 2. Інтеграція в партнерські платформи • Співпраця з блогерами. Етап 4. Підсумки та підтримка інтересу 1. Аналіз результатів • Відстеження кількості відвідувань сайту та переглядів туру. • Збір відгуків від відвідувачів. 2. Постійне оновлення контенту • Додавання нових історій, відео, інтерактивних матеріалів. Усі наші публікації міститимуть згадку про підтримку УКФ з хештегом #запідтримкиУКФ, а також на всіх ілюстраціях у рамках проєкту буде розміщено логотип УКФ.

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

Друковані засоби масової інформації: Попередньо домовлено по 2 публікації про початок проєкту та про його завершення з газетою «Західний кур'єр», «Галичина», інтернет-порталами «Галичина», «КУРС», «Галка» та «PRAVDA.IF.UA», «Фіртка». Усі наші публікації міститимуть згадку про підтримку УКФ з хештегом #запідтримкиУКФ, а також на всіх ілюстраціях у рамках проєкту буде розміщено логотип УКФ

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

Кількісні і якісні показники відображатимуть досягнення проєкту в популяризації бойківської культури, інформуванні суспільства та залученні аудиторії. Кількісні показники 1. Охоплення аудиторії: -Кількість відвідувачів Центру спадщини, які оглянуть презентацію проєкту безкоштовно -20. - Кількість відвідувачів новоствореного сайту — 200 осіб за перший місяць функціонування сайту. 2. Залучення у соціальних мережах: -Кількість підписників сторінок проєкту в соціальних мережах (Facebook- <https://www.facebook.com/VygodaHeritageCentre>, Instagram -<https://www.instagram.com/centrspadshchini/>, TikTok -<https://www.tiktok.com/@theheritagefoundationvy>). -Сторінки Місько Батяр: Instagram — 54 тис. підписників, Facebook — 235 тис. підписників, TikTok — 58 тис. підписників. 3. Інформаційний контент: -Статей, публікацій, постів (кількість дописів у власних соціальних мережах — 10, публікацій у соціальних мережах блогера Міська Батяра - 5) -Кількість публікацій у ЗМІ (статті, репортажі, публікації)– 4(1 публікація про початок реалізації проєкту та 1 публікація про завершення проєкту у друкованих ЗМІ ("Галичина"), 1 публікація про початок реалізації проєкту та 1 публікація про завершення проєкту у друкованих ЗМІ ("Зхідний кур'єр")) -Кількість залученої аудиторії в ЗМІ та соцмережах – 20000 (Газета «Галичина»-10 тис. примірників, газета «Західний кур'єр»- 10 тис. примірників, сторінки Місько Батяр - <https://>

Директор Національного архіву Сергій Ярославович



www.instagram.com/misko_batjar/ 54 тисяч підписників, https://www.facebook.com/misko.batjar/?locale=uk_UA 235 тисяч підписників, https://www.tiktok.com/@ja_bojko 58 тисяч підписників), Якісні показники 1. Підвищення рівня обізнаності: -Оцінка, наскільки аудиторія ознайомила з культурою бойків (можливо через опитування або фідбек відвідувачів). - Рівень знань про бойківську спадщину серед різних вікових груп після взаємодії з контентом проєкту. 2. Цінність контенту: -Відгуки користувачів щодо інформативності та цікавості матеріалів. -Оцінка естетичної якості створеного контенту (віртуального туру, відео тощо). 3. Соціальна взаємодія: - Рівень активності аудиторії в обговореннях, коментарях чи інших форматах зворотного зв'язку. 4. Вплив на місцеві громади: -Підвищення інтересу до бойківського регіону серед туристів, дослідників і громадян. -Залучення місцевих жителів до збору матеріалів чи створення контенту. -Підвищення рівня обізнаності місцевих мешканців та ВПО про культурну спадщину краю. 5. Медіа та партнерські відгуки: -Позитивні згадки проєкту у відомих ЗМІ чи партнерських організаціях. 6. Інноваційність підходу: -Застосування новітніх технологій (VR, інтерактивні елементи) як ефективного інструменту популяризації культури. 7. Мотивація до реальних дій: -Зростання кількості відвідувачів реальних бойківських локацій після ознайомлення з віртуальним контентом. Усі публікації, анонси, прес-релізи будуть містити згадування про підтримку проєктів Українським культурним фондом (інформаційні матеріали, публікації у ЗМІ та під час публічних виступів). Підтримка проєкту в інформаційному просторі буде здійснена авторитетними кваліфікованими особами, лідерами думок (Місько Батяр) та популярними блогерами, які мають високу репутацію для різних верств населення та соціальних груп. У результаті їх постів, публікацій та відгуків очікуємо привернення значної уваги до реалізації проєкту та збільшення рівня значимості створеного культурного продукту. Очікуємо, що це має залучити та зацікавити непряму (потенційну) цільову аудиторію.

Довгострокові результати Проєкту

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

Проєкт, який передбачає використання сучасних технологій для популяризації культури та історії бойків, має великий потенціал довгострокових результатів: 1. Збереження культурної спадщини-оцифрування історії та традицій (збір та збереження інформації про побут, господарство та ремесла бойків); створення цифрового архіву (інтерактивний віртуальний тур на новоствореному сайті). 2. Суспільний

Директор Андрусак Серій Ярославич



вплив- забезпечення доступності знань про культуру бойків для широкої аудиторії в Україні та за кордоном. Веб-сайт, доступний англійською мовою, допоможе залучити міжнародну аудиторію, зокрема з діаспори. Проєкт також сприятиме формуванню національної ідентичності серед молоді та підвищенню інтересу до регіону серед туристів, науковців та дослідників. 3. Освітній вплив- інноваційні навчальні матеріали (використання віртуального туру у школах для вивчення історії та культури України); залучення молоді (зацікавлення сучасного покоління через інтерактивні формати, такі як VR(віртуальна реальність)). 4. Економічний ефект- розвиток туризму (залучення туристів через інтерактивні віртуальні подорожі, які можуть стати мотивацією для реальних візитів до Бойківщини); підтримка ремесл (популяризація традиційних бойківських виробів); збільшення інвестицій (проєкт може залучити спонсорів для розвитку інфраструктури регіону). 5. Технологічні іновачії- створення віртуального туру (інтерактивний онлайн-простір з можливістю відвідування експозицій у форматі 360°), сферичні фото та відео локацій (бойківського будинку, церкви, бойківських ремесл); розробка сайту Центру (популяризація діяльності Центру та розташування на сайті новоствореного віртуального туру). 6. Культурний вплив- зміцнення культурних зв'язків (проєкт стане майданчиком для обміну ідеями між бойківськими громадами та діаспорою); медіапопуляризація проєкту через блогерів, зокрема, за участі Миська Батяра, допоможе поширити інформацію про культуру бойків. 7. Екологічний компонент- популяризація екотуризму (віртуальні подорожі допоможуть підвищити увагу до природної краси Бойківщини, що сприятиме її збереженню); захист ландшафтів (реконструкція традиційного укладу життя бойків акцентує увагу на гармонії з природою). Показники успіху: - Кількість користувачів платформи — 40000 людей через 4 роки. - Оцифровані об'єкти: бойківський будинок, церква, бойківські ремесла. - Збільшення відвідуваності регіону на 30% протягом 4 років. - Включення віртуального туру у навчальні програми шкіл. Цей проєкт поєднує збереження спадщини з сучасними технологіями, забезпечуючи сталий розвиток культури бойків на національному та міжнародному рівнях.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів Проєкту

Соціальна цінність проєкту полягає в його багатовимірному впливі на суспільство. Проєкт не лише зберігає культурну спадщину бойків, але й сприяє соціальній інтеграції, освіті та підвищенню національної свідомості.

1. Збереження культурної ідентичності -Проєкт сприяє збереженню унікальної культурної спадщини бойків як невід'ємної частини української історії, забезпечуючи передачу знань про традиції, звичаї та мову наступним поколінням. - Віртуальна подорож дозволяє оживити минуле

Директор Андрусак Сергій Ярославович



зберегти матеріальні та нематеріальні аспекти культури, роблячи їх доступними для широкої аудиторії. 2. Підвищення доступності культури - Віртуальний тур та новостворений сайт будуть доступні англійською мовою, що дозволить залучити не лише українських користувачів, а й міжнародну аудиторію, зокрема діаспору. -Онлайн-формат відкриває можливість ознайомлення з культурою бойків для людей із різних куточків світу, незалежно від їхнього місця проживання чи фізичних можливостей. -Для діаспори проєкт стане цінним ресурсом, що дозволяє вивчати свої корені та підтримувати зв'язок з українською культурою. 3. Формування національної свідомості -Проект сприяє усвідомленню цінності української історичної та культурної спадщини, зміцнюючи національну ідентичність. -Молодь, залучена до віртуального досвіду, отримує доступ до історії та культурних традицій у цікавому та інтерактивному форматі, що підвищує інтерес до власного минулого. 4. Сприяння міжпоколінній взаємодії -Проект об'єднує старше покоління, яке є носієм знань про бойківські традиції, та молодь, яка активно використовує сучасні технології. Це сприяє передачі культурного досвіду між поколіннями. 5. Освітній вплив -Віртуальна подорож стане потужним освітнім інструментом для шкіл, університетів і громадських організацій, допомагаючи глибше вивчати регіональні особливості української культури. -Інноваційний формат сприяє інтерактивному навчанню, яке формує критичне мислення, креативність та зацікавленість у вивченні історії. 6. Інклюзивність -Віртуальний тур на новоствореному сайті забезпечить доступ до культурної спадщини людям з обмеженими можливостями, які можуть не мати фізичної можливості відвідати Бойківщину. 7. Сприяння соціальній інтеграції -Проект зміцнює зв'язки між бойківськими громадами в Україні та діаспорою, сприяючи відчуттю єдності та взаємопідтримки. -Він також інтегрує культуру бойків у загальноукраїнський та міжнародний культурний простір. -Внутрішньо переміщені особи (ВПО) зможуть через проєкт краще пізнати культурну різноманітність України, що сприятиме їхній адаптації. 8. Популяризація цінностей сталого розвитку -Проект акцентує увагу на гармонійному співіснуванні людини та природи, характерному для традиційного способу життя бойків. Це сприяє формуванню екологічної свідомості в сучасному суспільстві. 9. Новий досвід споживання культури - Проєкт демонструє, що історія та культура можуть бути цікавими й сучасними, пропонуючи інноваційний підхід через VR, AR і гейміфікацію. Соціальна цінність проєкту полягає в створенні мосту між минулим і сучасним, об'єднанні громад, поширенні знань та підтримці національної свідомості. Віртуальна подорож у минуле до бойків стане ефективним інструментом соціальної згуртованості, збереження культурної спадщини та міжнародної популяризації української культури. Проєкт залучатиме широку аудиторію

Директор Андрушак Сергій Ярославович



як онлайн, так і наживо – мешканців та гостей громади, внутрішньо переміщених осіб, туристів, школярів та відвідувачів сайту. Використання інноваційних технологій та нестандартного підходу до подачі матеріалу сприятиме зростанню інтересу до бойківської культури та підвищенню туристичної привабливості Вигоди та бойківського регіону. Запланована підтримка віртуальних турів, сайту та соціальних мереж проєкту протягом трьох років сприятиме постійному зростанню онлайн-відвідуваності та взаємодії з цифровими продуктами. На національному рівні проєкт допоможе збільшити аудиторію споживачів культурного продукту, популяризувати українську культурну спадщину та утверджувати українську ідентичність.

Сталість Проєкту

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

Кінцеві результати проєкту, що включають усі матеріали та інформацію, будуть знаходитися у вільному доступі на новоствореному сайті. Всі етапи виконання та завершення проєкту будуть висвітлюватися на сторінках соцмереж Центру спадщини, що забезпечить прозорість і доступність для широкої аудиторії. Усі охочі матимуть можливість подорожувати у минуле до бойків як онлайн, через сайт, так і наживо, перебуваючи в Центрі спадщини на виставковій інтерактивній експозиції, шляхом використання інтерактивного дисплею. Наше підприємство завжди відкрите до співпраці та охоче ділиться набутим досвідом зі всіма охочими до співпраці організаціями та партнерами. Ми готові співпрацювати з Фондом для поширення інформації про проєкт через різні канали комунікації. Функціонування сайту та віртуального туру здійснюватиметься за рахунок коштів Центру спадщини. Ми плануємо забезпечити сталу роботу сайту через внутрішнє фінансування, зокрема за рахунок платних послуг, таких як продаж квитків, а також через інші ініціативи, спрямовані на розвиток туризму. Створення майбутнього партнерства з іншими організаціями заплановане в наступних проєктах щодо збереження культурної спадщини та розвитку туризму.

Команда Проєкту

Директор Андрусак. Сергій Ярослав



Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Андрусяк Сергій Ярославович

Роль у Проєкті

Керівник проєкту

Перелік основних обов'язків

Виконання функцій керівника проєкту. Контроль виконання всіх цілей проєкту і здійснення запланованих заходів. Здійснення нагляду за відповідністю всіх компонентів проєкту: змісту, адміністративної та фінансової частин. Контроль за роботою команди проєкту. Розподіл обов'язків, моніторинг виконаних завдань. Підписання договорів з виконавцями послуг та контроль за їх виконанням. Юридичний супровід проєкту. Моніторинг результатів проєкту.

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)

Освіта вища юридична 2003-2006рр.- Вища юридична академія внутрішніх справ України Посада, місце роботи (заняття): В 2015р. працював в ГО «Туристична Асоціація Івано-Франківщини» на посаді консультанта по проєкту «Карпатські вузькоколійки», який виконувався в рамках програми прикордонного свіпробітництва ЄІСП «Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна». З лютого 2016 р. по даний час працює на посаді директора Комунального підприємства «Центр спадщини Вигодської вузькоколійки» Вигодської селищної ради. Координатор проєкту - «Розширення пізнавальної експозиції Центру спадщини Вигодської вузькоколійки» в рамках участі в сьомому обласному конкурсі проєктів та програм розвитку місцевого самоврядування (2016 - 2017р.) Керівник проєкту - «Розвиток магнітної атракції Івано-Франківської області: облаштування Лісової школи Центру спадщини Вигодської вузькоколійки як інноваційного хабу збереження природної спадщини.» в рамках участі в обласному конкурсі проєктів та програм розвитку місцевого самоврядування (2020-2021р.) Керівник проєкту - Конкурсна програма 2020р. від УКФ. Культура в часи кризи: інституційна підтримка (додатковий конкурс) ЛОТ 9 «Культурно-пізнавальний (внутрішній) туризм». Грантова угода 3ORG91-26585 Керівник проєкту

Директор Андрусяк Сергій Ярославович



Грантовий сезон 2021 Культура. Туризм. Регіони \ ЛОТ 2. Локальний музей 4REG21-26585 Бокораш. Відродження забутої історії лісосплаву Керівник проєкту - Конкурсна програма 2023. Культура. Регіони. ЛОТ 1. Локальна культура Грантова угода 6REG11-26585 "Історична подорож Вигодською вузькоколійкою".

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

ПІБ члена команди
Тужеляк Наталія Василівна

Роль у Проєкті
Бухгалтер

Перелік основних обов'язків

Дотримання умов оплати, відповідальність за бухгалтерський та фінансовий супровід на усіх етапах реалізації проєкту. Нарахування премій, податків(ЕСВ, ПДФО, В.3), перерахування коштів згідно актів наданих послуг. Підготовка та оприлюднення документів в систему закупівель. Співпрацювання з аудитором та надання необхідної інформації на звітному етапі проєкту, підготовка фінансової звітності.

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)

Освіта вища, бухгалтер-економіст 1999-2004рр. – Івано-Франківський національний Прикарпатський університет ім.В.Стефаника за спеціальністю «Бухгалтер-економіст» Посада, місце роботи (заняття): 2005-2014рр. – Управління статистики Долинського району, провідний економіст. З березня 2016р. по даний час – бухгалтер Комунального підприємства «Центр спадщини Вигодської вузькоколійки» Вигодської селищної ради. Виконувала формування фінансової документації та ведення фінансової звітності в рамках конкурсної програми 2020р. від УКФ. Культура в часи кризи: інституційна підтримка (додатковий конкурс) ЛОТ 9 «Культурно-пізнавальний (внутрішній) туризм». Грантова угода 30RG91-26585. Та бухгалтер проєкту Грантовий сезон 2021 Культура.

Директор Андрусак Сергій Іосифович





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

ПІБ члена команди

Пилипчук Соломія Андріївна

Роль у Проєкті

Менеджер проекту

Перелік основних обов'язків

Розроблення та узгодження календарного плану, плану робіт. Підготовка сценарію віртуального туру. Збір матеріалів про бойків, бойківську культуру, бойківські ремесла. Підготовка прес релізів. Коригування результатів робіт. Оновлення та доповнення контенту сайту. Здійснення контролю за створенням веб-сайту та інтеграцію на нього віртуального туру. Інформаційний супровід та презентація проєкту. Підготовка змістового звіту.

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)

Освіта: вища: Львівський національний університет імені Івана Франка, напрям "Туризм" 2014-2018р. Посада, місце роботи (заняття): з 02.05.2019р. по теперішній час - Комунальне підприємство «Центр спадщини Вигодської вузькоколійки» Вигодської селищної ради. Менеджер з туризму.-Розробка апікаційної заявки в рамках конкурсної програма 2020р. від УКФ. Культура в часи кризи: інституційна підтримка (додатковий конкурс) ЛОТ 9 «Культурно-пізнавальний (внутрішній) туризм». Грантова угода 3ORG91-26585. Розробка апікаційної заявки в рамках конкурсної програма від УКФ проєкту Грантовий сезон 2021 Культура. Туризм. Регіони \ ЛОТ 2. Локальний музей 4REG21-26585 Участь в різних online-вебінарах, тренінгах, в тому числі й від УКФ - для вдосконалення навичок та навчання. Менеджер проєкту- Конкурсна програма 2023. Культура. Регіони. ЛОТ 1. Локальна культура Грантова угода 6REG11-26585 "Історична подорож Вигодською вузькоколійкою"

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа)

Директор Андрушак Сергій Ярославович



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

Чи є заявник, члени проєктної команди та їх близькі родичі експертом УКФ відповідної програми?

Ні

Управління Проєктом та проєктні ризики

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

Зовнішні ризики: 1. Повномасштабна війна, обстріли та блекауті – один з основних зовнішніх ризиків, який може серйозно вплинути на реалізацію проєкту. Для мінімізації цього ризику Центр спадщини має генератор, що дозволить продовжити роботу навіть у випадку блекаутів. Враховуючи небезпеку під час повітряних тривог, робота може проводитись у бомбосховищі. Під час активностей у разі повітряної тривоги буде проведено евакуацію відвідувачів до захисної споруди (підвальне приміщення на вул. Данила Галицького 73, що знаходиться на відстані 80 м від Центру спадщини). 2. Ріст цін і інфляція – ці фактори можуть призвести до перевищення бюджету проєкту. Щоб мінімізувати цей ризик, будуть пошукати альтернативних партнерів, а також фіксуватиметься ціна на послуги в договорах. У разі необхідності буде здійснено коригування витрат через оптимізацію діяльності. 3. Нестабільність банківської системи (затримка коштів) – цей ризик буде мінімізовано завдяки можливості використання власного фінансування для безперервності процесу. 4. Несвоєчасне виконання робіт підрядниками – ризик, пов'язаний з несвоєчасним виконанням робіт, зокрема монтажу відеоматеріалів та створення контенту. Для мінімізації цього ризику буде підписано детальний договір із визначенням термінів та можливих форс-мажорів. Також буде передбачено ітераційний підхід для внесення коректив під час створення продукту. 5. Несприятливі погодні умови – можуть спричинити затримки при зйомках панорам 3D та створенні віртуальних турів. Проте ризик мінімізується завдяки гнучкості графіка робіт: в разі поганої погоди планується здійснювати зйомки в інтер'єрі об'єктів спадщини, тим самим нівелюючи втрату часу. 6. Низький інтерес аудиторії – недостатня кількість відвідувачів на сайті та у віртуальному турі. Для мінімізації цього ризику буде проведено активне просування через соціальні мережі, рекламу, співпрацю з блогерами (зокрема, Міськом Батяром) та оптимізацію сайту.

Директор Андрусак Сергій Ярославович



для пошукових систем (SEO). 7. Юридичні питання (авторські права, використання приватної власності без дозволу) – ризик буде мінімізовано шляхом оформлення всіх необхідних правових документів перед запуском проєкту, включаючи отримання дозволів на використання локацій та матеріалів, а також використання ліцензованої музики та зображень. 8. Зміни в технологічному середовищі – поява нових технологій у сфері VR може зробити проєкт застарілим. Мінімізація цього ризику передбачає використання гнучких технологій, які легко оновлюються, моніторинг новинок у сфері віртуальних турів і підготовку до можливого оновлення контенту. 9. Непередбачувані обставини (форс-мажори) – стихійні лиха, економічні кризи можуть ускладнити реалізацію проєкту. Для мінімізації цього ризику буде застосовуватись гнучке планування, можливість адаптації контенту під змінені умови, а також дистанційна робота при необхідності. 10. Конкуренція – інші проєкти у сфері можуть забрати частину аудиторії. Для мінімізації цього ризику будуть створені унікальний контент і додаткові інтерактивні елементи, а також співпраця з локальними громадами, музеями та туристичними компаніями.

Внутрішні ризики:

1. Нестача фінансування – відсутність достатніх коштів для якісного створення віртуального туру. Мінімізація: оптимізація бюджету та поетапна реалізація проєкту, а також пошук додаткових джерел фінансування (наприклад, через партнерства або краудфандинг).
2. Технічні проблеми – проблеми зі зйомкою 360°, низька якість віртуального туру або збої на сайті. Мінімізація: залучення досвідчених спеціалістів у VR та веброзробці, проведення тестування перед запуском та використання надійних платформ для хостингу.
3. Інформаційна безпека – ризики технічних проблем, хакерських атак або вірусів. Мінімізація: розробка плану дій на випадок недоступності сайту, регулярне резервне копіювання даних, моніторинг та своєчасне оновлення CMS сайту, плагінів і модулів, блокування сайту в разі атак.
4. Затримки у розробці – відставання від запланованих термінів через складність розробки або брак кадрів. Мінімізація: створення чіткого таймлайну з дедлайнами, контроль за виконанням завдань через таск-менеджери, запасний план на випадок затримок.
5. Якість контенту – недостатньо цікавий або неточний контент може знизити зацікавленість аудиторії. Мінімізація: залучення істориків, етнографів і локальних експертів для перевірки фактів, використання високоякісних фото/відеоматеріалів.
6. Проблеми з комунікацією – недостатня узгодженість між учасниками команди, партнерами або блогерами. Мінімізація: регулярні командні зустрічі, чітке розподілення ролей та відповідальності, використання месенджерів і платформ для управління проєктами.
7. Недотримання термінів – відсутність контролю за дотриманням робочого плану. Мінімізація: регулярний моніторинг та оцінка результатів,

Директор Андрушак Сергій Ярославович



коригування стратегії у разі необхідності. 8. Правові ризики (штрафи, пеня, гарантії) – всі правові аспекти будуть чітко прописані в договорах на виконання робіт з підрядниками.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації Проєкту ви будете застосовувати?

Для оцінки ефективності управління та реалізації проєкту будуть застосовані наступні інструменти внутрішнього моніторингу: 1. Постійний системний збір інформації — для спостереження за ходом виконання робіт та визначення вчасних коректив. 2. Контроль відповідності отриманих результатів — для забезпечення відповідності результатів проєкту вимогам та стандартам. 3. Спостереження за виконанням запланованих заходів та дій — для вчасного коригування процесів і мінімізації негативних наслідків. 4. Спостереження за виконанням управлінських обов'язків команди — для забезпечення ефективної роботи кожного члена команди. 5. Постійне відслідковування публікацій та їх взаємодії з цільовою аудиторією — для оцінки ефективності комунікаційних стратегій. 6. Контроль за дотриманням термінів виконання етапів робочого плану — для забезпечення своєчасної реалізації проєкту. Основні інструменти для моніторингу реалізації проєкту: - Робочий план — буде використано як основний інструмент для планування та моніторингу ходу виконання проєкту. - Технологічні інструменти планування — Trello, Worksection для детального планування задач та відповідальних осіб. - Регулярні зустрічі команди — тижневі на етапі підготовки та двотижневі на етапі реалізації для аналізу виконання робіт і вирішення поточних питань. - Розбиття етапів проєкту на підзадачі — кожен етап (розробка сценарію, зйомка, монтаж, тестування, розробка сайту) буде детально розподілений на підзадачі з чітким визначенням відповідальних осіб. Для внутрішньої комунікації буде використано: - Telegram / Discord: - Канали для загальної командної комунікації, обговорення поточних завдань та оперативного вирішення питань. - Чати для окремих напрямків роботи (контент, технічна частина, маркетинг). Оцінка ефективності просування: - Метрики соціальних мереж (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok): аналіз охоплення аудиторії, активності користувачів (коментарі, репости) через Facebook Business Suite для збору статистики. - Колаборація з блогерами (зокрема, Місько Батяр): моніторинг ефективності співпраці через кількість переходів на сайт з соцмереж блогерів та активності користувачів (коментарі, репости).

Моніторингова інформація

Директор Андрусяк Сергій Ярославович



Нижче наведена інформація використовується для звітування перед органами влади та громадськістю у вигляді зведеної статистичної інформації про заявників та грантоотримувачів Фонду. Наведена інформація жодним чином не впливатиме на оцінювання Проєкту. Інформація, що надається, повинна бути коректною та перевіреною.

Кількість чоловіків у команді проєкту

1

Кількість жінок у команді проєкту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Кількість людей віком від 51 до 60

1

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів у команді Проєкту

1

Кількість людей з інвалідністю серед команди Проєкту

0

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

0

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

0

Директор Андрусак Сергій Ярославович



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

0

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

0

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

0

Чи планується при реалізації Проєкту використовувати різні методи енергозбереження?

ні

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

Ні

1. Згода на обробку персональних даних

Я, шляхом підписання проєктної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» надаю згоду Українському культурному фонду на обробку моїх особистих персональних даних.

2. Декларація доброчесності

Я, ознайомившись з вимогами Законів України «Про Український культурний фонд», «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції», Порядком проведення конкурсного відбору проєктів, реалізація яких здійснюватиметься за підтримки Українського культурного фонду, та моніторингу їх реалізації, Порядком здійснення контролю за виконанням суб'єктами, які отримують фінансування, зобов'язань перед Українським культурним фондом, Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проєктів Українським культурним фондом, розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до

Директор Андрусак Сергій Іоананович



заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проєкту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проєктну пропозицію до розгляду на фінансування Українським культурним фондом. Я підтверджую, що заплановані витрати за рахунок коштів гранту, наданого Українським культурним фондом, не були/не будуть профінансовані за рахунок інших джерел.

3. Гарантійний лист про відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками держави-агресора Російською Федерацією

З урахуванням норм Закону України «Про санкції» з метою отримання гранту на реалізацію культурно-мистецького проєкту цим гарантійним листом, шляхом підписання проєктної заявки, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами) держави-агресора (Російської Федерації) з 2014 року до дати подання заявки.

Директор Андрусак Серій Прокавобер



1. Згода на обробку персональних даних

Я, шляхом підписання проєктної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» даю згоду Українському культурному фонду на обробку, використання, поширення та доступ до моїх особистих персональних даних.

Прізвище, ім'я, по-батькові представника
Грантоотримувача (юридичної особи)/фізичної
особи-підприємця (ПІБ повністю)

Підпис

Андрусак Сергій Ярославович



2. Декларація доброчесності

Я, ознайомившись з вимогами Законів України «Про Український культурний фонд», «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції», Порядком проведення конкурсного відбору проєктів, реалізація яких здійснюватиметься за підтримки Українського культурного фонду, та моніторингу їх реалізації, Порядком здійснення контролю за виконанням суб'єктами, які отримують фінансування, зобов'язань перед Українським культурним фондом, Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проєктів Українським культурним фондом, та Інструкцією для заявників розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проєкту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проєктну заявку до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Я підтверджую, що заплановані витрати за рахунок коштів гранту, наданого Українським культурним фондом, не були/не будуть профінансовані за рахунок інших джерел.

Прізвище, ім'я, по-батькові представника
Грантоотримувача (юридичної особи)/фізичної
особи-підприємця (ПІБ повністю)

Підпис

Андрусак Сергій Ярославович



3. Гарантійний лист про відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками держави-агресора (Російської Федерації)

З урахуванням норм Закону України «Про санкції», з метою отримання гранту на реалізацію культурно-мистецького проєкту цим гарантійним листом, шляхом підписання проєктної заявки, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами) держави-агресора (Російської Федерації) з 2014 року до дати подання заявки.

Прізвище, ім'я, по-батькові представника
Грантоотримувача (юридичної особи)/фізичної
особи-підприємця (ПІБ повністю)

Підпис

Андрусак Сергій Ярославович



Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ

Директор Андрусак Сергій Ярославович





Додаток № 2

до Договору про надання гранту № 864421-30330
від 16 "серпня" 2025 року

Конкурсна програма: Культурна спадщина
ЛОТ: ЛОТ 2 Кроссекторальні проекти зі збереження культурної спадщини
Заявник : Комунальне підприємство Вигодської селищної ради "Центр спадщини Вигодської вузькоколійки"
Назва Проекту: Бойківське минуле: віртуальна подорож вузькоколійкою
Дата початку Проекту: червень 2025 року
Дата завершення Проекту: 30 10 2025 року

№ з/п	Організація-донор	Фінансування Проекту, %	Фінансування Проекту, грн
НАДХОДЖЕННЯ			
1.	Український культурний фонд	79,99%	500 756,00
2.	Співфінансування*	20,01%	125 266,90
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.	Платні кошти організації-заявника	20,01%	125 266,90
3.	Реквізити (дохід отриманий від реалізації книг, квітков, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проекту)	0,00%	0,00
Усього "Надходження"			626 022,90

*За наявності співфінансування Грантоотримувач самостійно знімає на свій статті витрат іде співфінансування



Директор

Андрусяк С.Я.

(посада)

(ПІБ)

Конкурсна програма: Културна спадщина

ПОТ: ЛОТ 2. Кроссекторальні проекти зі збереження культурної спадщини

Заявник: Комунальне підприємство Вигодської селищної ради "Центр спадщини Вигодської вузькоколійки"

Назва Проєкту: Бойківське минуле: віртуальна подорож вузькоколійною

Дата початку Проєкту: червень 2025 року

Дата завершення Проєкту: 30.10.2025 року

Стаття: Підстаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту Фонду			Витрати за рахунок співфінансування			Витрати за рахунок реінвестицій				Загальна планова сума витрат по проекту, грн (=7+10+13)	Обґрунтування та деталізація витрат
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн (=5*6)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн (=8*9)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн (=11*12)			
													5		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
ВІТРАТИ:															
Стаття:	1	Винагорода членам команди Проекту													
Підстаття	1.1	Оплата праці штатних працівників організації: завантаж (лише у випадку проекту)													
Пункт:	1.1.1	Андрюсяк Сергій Ярославич - директор, керівник проекту	місяців	0,00		0,00	18,00		84 645,00					84 645,00	премія у розмірі 38% до посадового окладу за виконання функцій керівника проекту.
Пункт:	1.1.2	Тужалек Наталія Василівна - бухгалтер	місяців			0,00	4,50	7 020,00	31 590,00					31 590,00	Контроль виконання всіх цілей проекту і здійснення заланованих заходів. Здійснення нагляду за відповідністю всіх компонентів проекту: змісту, адміністративної та фінансової частин. Контроль за роботою команди проекту. Розподіл обов'язків, моніторинг виконаних завдань. Підписання договорів з виконавцями послуг та контроль за їх виконанням. Юридичний супровід проекту. Моніторинг результатів проекту.
Пункт:	1.1.3	Андрюсяк Лілія Зінаїдівна - менеджер проекту	місяців			0,00	4,50	3 990,00	17 955,00					17 955,00	премія у розмірі 38% до посадового окладу за дотримання умов оплати, відповідальність за бухгалтерський та фінансовий супровід на всіх етапах реалізації проекту. Нарахування премій, податків(ЄСВ, ПДФО, ВЗ), перерахування коштів акціо нападаних послуг. Підготовка та оприлюднення документів в системі закупівель. Співпрацювання з аудитором та надання необхідної інформації на загальному етапі проекту, підготовка фінансової звітності.
Пункт:	1.1.4	Пилипчук Соломія Андріївна - менеджер проекту	місяців			0,00	4,50	3 900,00	17 660,00					17 660,00	премія у розмірі 30% до посадового окладу за оформлення проміжної та кінцевої звітної документації. Визначення виконавців робіт і підготовка договорів до укладання з виконавцями послуг. Довершеності зі ЗМІ про співпрацю. Підготовка матеріалів для наповнення контенту сайту. Підготовка додатків до змістового звіту.
Підстаття	1.2	За трудовими договорами													
Пункт:	1.2.1	ПІБ (за наявності), посада (роль у Проекті)	місяців			0,00	0,00		0,00					0,00	премія у розмірі 38% до посадового окладу за розроблення та укладання календарного плану, плану робіт. Підготовка цінових виртуальних турів.
Пункт:	1.2.2	ПІБ (за наявності), посада (роль у Проекті)	місяців			0,00			0,00					0,00	Збір матеріалів про бойків, бойківську культуру, бойківські ремесла. Підготовка прес-релізів. Коригування результатів робіт. Оцінювання та дитинячий матеріалів сайту. Здійснення контролю за створенням веб-сайту та інтеграцію на нього віртуального туру. Інформаційний супровід та презентація проекту. Підготовка змістового звіту.
Пункт:	1.2.3	ПІБ (за наявності), посада (роль у Проекті)	місяців			0,00			0,00					0,00	
Підстаття	1.3	За договорами цільно-проевового характеру													
Пункт:	1.3.1	ПІБ (за наявності), конкретна назва послуги/роботи	місяців			0,00	0,00		0,00					0,00	
Пункт:	1.3.2	ПІБ (за наявності), конкретна назва послуги/роботи	місяців			0,00			0,00					0,00	

Депектор

Augspurger

india

проснадебу



Пункт:	1.3.3	ПІБ (за наявності), конкретна назва послуги/роботи	місяця			0,00			0,00					0,00
Стаття:	1.4	Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЄСВ)		0,00		0,00		84 645,00			18 621,90			18 621,90
Пункт:	1.4.1	Штатні працівники		0,00	0,22	0,00		84 645,00	0,22		18 621,90			18 621,90
Пункт:	1.4.2	За строковими трудовими договорами		0,00	0,22	0,00		0,00	0,22		0,00			0,00
Пункт:	1.4.3	За договорами цивільно-правового характеру		0,00	0,22	0,00		0,00	0,22		0,00			0,00
Підстаття	1.5	За договорами з фізичними особами-підприємцями		0,00		0,00		0,00			0,00			0,00
Пункт:	1.5.1	ПІБ (за наявності), конкретна назва послуги/роботи	місяця			0,00		0,00			0,00			0,00
Пункт:	1.5.2	ПІБ (за наявності), конкретна назва послуги/роботи	місяця			0,00		0,00			0,00			0,00
Пункт:	1.5.3	ПІБ (за наявності), конкретна назва послуги/роботи	місяця			0,00		0,00			0,00			0,00
Усього по статті 1 "Винагорода членам команди Проєкту"										103 266,90	103 266,90			103 266,90

Стаття:	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)												
Підстаття	2.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.1.1	Вартість витків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.1.2	Вартість витків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.1.3	Вартість витків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Підстаття	2.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.2.1	Рахунок з готелю (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.2.2	Рахунок з готелю (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.2.3	Рахунок з готелю (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Підстаття	2.3	Добові (для штатних працівників)		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.3.1	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.3.2	Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	2.3.3	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Усього 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 Проєкту		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	3.1.1	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00				0,00		0,00		0,00
Пункт:	3.1.2	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00				0,00		0,00		0,00
Пункт:	3.1.3	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00				0,00		0,00		0,00
Підстаття	3.2	Нематеріальні активи, які необхідні для придбання для використання їх при реалізації Проєкту												
Пункт:	3.2.1	Найменування нематеріальних активів (з деталізацією технічних характеристик)												
Усього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи"										0,00	0,00			0,00



Горбун

Андрусек Сергій Ярославович

Директор

Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик) (недопустимі витрати за рахунок гранту Фонду)	послуга	Недопустимі витрати за рахунок гранту УФО		0,00	Недопустимі витрати за рахунок реінвестицій	0,00	0,00
Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи (недопустимі витрати за рахунок гранту Фонду)	послуга			0,00		0,00	0,00
Усього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи"									
Стаття:	4	Витрати пов'язані з орендою							
Підстаття	4.1	Оренда приміщення							
Пункт:	4.1.1	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням майдану, вулиці, с/пункту	кв. м /годин	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.1.2	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням майдану, вулиці, с/пункту	кв. м /годин	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.1.3	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням майдану, вулиці, с/пункту	кв. м /годин	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття	4.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту							
Пункт:	4.2.1	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (дів)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.2.2	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (дів)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.2.3	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (дів)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття	4.3	Оренда транспорту							
Пункт:	4.3.1	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням маршруту, кількості годин)	км (годин)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.3.2	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням маршруту, кількості годин)	км (годин)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.3.3	Оренда автобуса (із зазначенням маршруту, кількості годин)	км (годин)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття	4.4	Оренда сценічно-посланонової засоби							
Пункт:	4.4.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.4.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.4.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття	4.5	Інші об'єкти оренди							
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.5.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	4.5.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Усього по статті 4 "Витрати, пов'язані з орендою"									
Стаття:	5	Витрати учасників Проєкту, які беруть участь у заходах Проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду							
Підстаття	5.1	Послуги з харчування							
Пункт:	5.1.1	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.1.2	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	5.1.3	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів							

0305-2023

ВІСНО-ОФ

ЧЕРНІВЦЬКИЙ ЦЕНТР СТАТИСТИКИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ СТАТИСТИКИ

УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ



Директор
Андрій Серій Ярославович

Пункт:	6.2.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.2.2	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.2.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Підстаття	6.3	Витрати на проживання учасників заходів				0,00				0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.3.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.3.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.3.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба				0,00			0,00		0,00			0,00
Усього по статті 5 "Витрати учасників Проєкту, які беруть участь у заходах Проєкту та не отримують оплати праці та/або винагороду"															
Стаття:	6	Матеріальні витрати													
Підстаття	6.1	Основні матеріали та сировина				0,00				0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.1.1	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.1.2	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.1.3	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Стаття:	6.2	Носії, накопичувачі				0,00				0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.2.1	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.2.2	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.2.3	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати				0,00				0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.3.2	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	6.3.3	Найменування	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Усього по статті 6 "Матеріальні витрати"															
Стаття:	7	Поліграфічні послуги													
Пункт:	7.1	Виготовлення макетів	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.2	Нанесення логотипів	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.5	Друк лінійок	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.6	Друк плакатів	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.7	Друк багетів	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.9	Інші поліграфічні послуги	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.10	Інші поліграфічні послуги	шт.				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договорами ЦПХ з	шт.			0,22				0,22		0,00			0,00
Усього по статті 7 "Поліграфічні послуги"															
Стаття:	8	Видавничі послуги													
Пункт:	8.1	Послуги коректора	сторінка				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	8.2	Послуги верстки	сторінка				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	8.3	Друк книг	екземпляр				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	8.4	Друк журналів	екземпляр				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	8.5	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр				0,00			0,00		0,00			0,00
Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами статті "Видавничі послуги"				0,22				0,22		0,00			0,00
Усього по статті 8 "Видавничі послуги"															
Директор Генеральний секретар Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня Середня															



Стаття: 9 Послуги з просування											
Пункт:	9.1 Фотофіксація								0,00		0,00
Пункт:	9.2 Відеофіксація								0,00		0,00
Пункт:	9.3 Інформаційно-просування проекту (Місько Батяр)	1,00	40 000,00	40 000,00					0,00		40 000,00
Залучення популярного блогера для промоції віртуального туру серед цільової аудиторії через публікації в соціальних мережах на власних сторінках блогера. Послуга включає: - створення авторського контенту (відео, фото, сторіз, пости) з особистими враженнями та рекомендаціями; - публікацію матеріалів на сторінках блогера в Instagram, Facebook та TikTok; - інтеграцію в комунікацію з підписниками; - просування заходів і результатів проекту в межах інформаційної кампанії на власних сторінках блогера. У межах співпраці передбачено не менше 5 публікацій у соціальних мережах блогера, загальне охоплення — щонайменше 5000 осіб. Очікується не менше 80% позитивних відгуків від учасників заходів. Ринкова вартість однієї публікації в інфлюенсерів із подібним рівнем охоплення становить близько 70 000 грн. У межах проекту досягнуто домовленості щодо повного медіасупроводу за фіксовану суму 40 000 грн. Це дозволяє оптимізувати бюджет без втрати ефективності проєкту. Обрана сума є економічно обґрунтованою з огляду на релевантність блогера тематиці проекту, якість контенту та активність його аудиторії в соцмережах.											
Пункт:	9.4 Комплексний SMM-управління проекту	1,00	49 800,00	49 800,00							49 800,00
Розробка стратегії комунікації. Формування контент-планів. Підготовка візуального контенту: розробка нестандартного дизайну в графічних редакторах (відносно ідентичності бренду). Копірайтинг. Створення контенту для соціальних мереж для взаємодії з аудиторією. Відстеження статистики. Комунікація з аудиторією (коментарі, спілкування в приватних повідомленнях, усунення негативу, блокування ботів/спаму). У межах проекту передбачено комплексний SMM-управління тривалістю 4,5 місяці, який виконує один спеціаліст. Він відповідає за повний цикл робіт: розробку стратегії, створення контенту, підготовку візуальних матеріалів, публікацію, аналітику та комунікацію з аудиторією. Враховуючи зауваження щодо завищеної вартості, подано деталізований перелік послуг із розрахунком ринкових ставок: - Розробка стратегії комунікації — 6 100 грн (одноразово на початку проекту); - Формування контент-планів — 1 200 грн/міс. × 4,5 міс. = 5 400 грн; - Копірайтинг — 10 публікацій × 900 грн = 9 000 грн; - Підготовка візуального контенту (шаблонний дизайн відповідно до ідентичності бренду) — 10 постів × 680 грн = 6 800 грн; - Публікація контенту, підбір хештегів, адаптація до платформи — 1500 грн/міс. × 4,5 міс. = 6 750 грн; - Ведення статистики, аналітика, звітність — 1000 грн/міс. × 4,5 міс. = 4500 грн; - Комунікація з аудиторією (відповіді на коментарі, повідомлення, модератор) — 2 500 грн/міс. × 4,5 міс. = 11 250 грн. SMM-управління забезпечується одним фахівцем упродовж усього періоду активної реалізації проекту (4,5 місяці). Це дозволяє скоротити всі ключові функції цифрової комунікації без залучення додаткових підприємих, що оптимізує ефективність та реалізацію проекту. Висококваліфікована команда фахівців забезпечує якість послуг, відповідає середньоринковим ставкам на аналогічні послуги в Україні.											
Пункт:	9.5 Публікації у ЗМІ	4,00	5 000,00	20 000,00				0,00			20 000,00
1 публікація про початок реалізації проекту. 1 публікація про завершення проекту у друкованих ЗМІ ("Галичина"). 1 публікація про початок реалізації проекту та 1 публікація про завершення проекту у друкованих ЗМІ ("Забірний ярмарок"). Вартість 1 публікації в газеті в експрес-форматі 450 грн на 4000 грн (1 м.л. 2000 грн). Послуга з розміщення інформаційних матеріалів у регіональних друкованих виданнях ("Галичина", "Забірний ярмарок") є необхідною для ефективного інформування громадськості про реалізацію проекту. Передбачено дві публікації — дві на початку та дві після завершення проекту. 1 перша публікація ознайомить громадськість із метою, завданнями та запланованими заходами проекту, сприятиме залученню зацікавлених осіб і формуванню позитивного сприйняття. Друга — висвітлить результати реалізації, досягнення та вплив проекту на громаду, що забезпечить прозорість і підтвердить вибір саме цих видань. Обумовлений тількию популярністю в регіоні та ефективністю широкої аудиторії, які використовують інформаційні ресурси. Це сприятиме максимальному поширенню інформації про проект в його суспільному визначенні.											



Директор Інструмент Серії Проектів

Пункт:	9.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами статті "Послуги з просування"	49 800,00	0,22	10 956,00	0,22	0,00	0,22	0,00	10 956,00	
Усього по статті 9 "Послуги з просування"			6,00		120 756,00	0,00	0,00	0,00	0,00	120 756,00	
Стаття:	10	Створення вебресурсу									
Пункт:	10.1	Розробка сайту	1,00	95 000,00	95 000,00		0,00		0,00	95 000,00	1) Планування розробки сайту - 10000 грн.; програмування та розробка сайту, тестування всіх функцій сайту розробка бази даних до всіх вимог розробки сайту створення серверної частини яка буде взаємодіяти із клієнтською частиною сайту 40000 грн.; налаштування серверної та клієнтської частини сайту для взаємодії та обробки запитів - 15000 грн.; оплата хостингу на 3 місяці - 1200 грн.; перенесення сайту з локального середовища на сервер (хостинг) - 5300 грн.; оплата домену на 3 місяці та його приєднання до сайту - 2500 грн.; створення захищеного з'єднання для потенційних користувачів - включаси створення SSL сертифікату (https з'єднання) - 10000 грн.; запуск сайту для загального доступу користувачів та інтеграція віртуального туру на сайт - 11000 грн. Три комерційні цінові пропозиції.
Пункт:	10.2	Витрати зі створення сайту (взначити конкретні назви, вказавши відповідно до кошика)			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	10.3	Витрати зі створення сайту (взначити конкретні назви, вказавши відповідно до кошика)			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	10.4	Витрати на обслуговування сайту			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	10.5	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами статті "Створення вебресурсу"		0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	
Усього по статті 10 "Створення вебресурсу"			1,00		95 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	95 000,00	
Стаття:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів									
Пункт:	11.1	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	11.2	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів			0,00		0,00		0,00	0,00	
Усього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації"			0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Стаття:	12	Послуги з перекладу									
Пункт:	12.1	Усний переклад (синхронний/ послідовний, з якої на яку мову)			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	12.2	Письмовий переклад (з якої на яку мову)			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	12.3	Редуктування письмового перекладу			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	12.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами статті "Послуги з перекладу"		0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	
Усього по статті 12 "Послуги з перекладу"			0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Стаття:	13	Інші прями витрати									
Підстаття	13.1	Адміністративні витрати	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	22 000,00	
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські послуги			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	13.1.3	Аудиторські послуги			0,00		0,00		0,00	0,00	
Пункт:	13.1.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами підстатті "Адміністративні витрати"		0,22	0,00	0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	
Усього по статті 13 "Інші прями витрати"			0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	22 000,00	
Підстаття	13.2	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	13.2.1	Значення конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання			0,00		0,00		0,00	0,00	



Директор Андрій Сергійович Просвятова

