

ДОГОВІР № 263317
про надання гранту

м. Київ

« 13 » травня 2019 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, що діє на підставі Положення про Український культурний фонд, затвердженого наказом Міністерства культури України від 21.08.2018 року № 719, з однієї сторони, та Громадська організація «Львівський медіа форум» (далі – Грантоотримувач) в особі заступника голови Миревич Ольги Вікторівни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурного проекту «VII Львівський медіа форум «Медіаефекти цифрової ери» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці згідно з додатком 1 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

Головне управління Державної казначейської служби України у м. Києві
ЗАРЕЄСТРОВАНО ТА ВЗЯТО НА ОБЛІК

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

22 ТРА 2019

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 31 серпня 2019 року.

2. Проект реалізується поетапно згідно з графіком, визначеним у пункті 1.4

проектної заявки.

3. Для підтвердження реалізації відповідного етапу Проекту Грантоотримувач надає Фонду проміжний змістовий звіт (додаток 2) та звіт про використання частини суми гранту (додаток 3).

Днем реалізації відповідного етапу Проекту є день підписання Фондом проміжного змістового звіту та звіту про використання частини суми гранту.

4. Для підтвердження реалізації Проекту в цілому Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт (додаток 4) та звіт про використання суми гранту (додаток 5).

Днем реалізації Проекту є день підписання Фондом змістового звіту, звіту про використання суми гранту та акта про виконання Проекту.

III. СУМА ГРАНТУ ТА ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ

1. Загальна сума гранту становить 908 100 грн. 00 коп. (дев'яtsel вісім тисяч сто гривень 00 копійок) без ПДВ.

2. Попередню оплату від загальної суми гранту Фонд перераховує у таких розмірах та у такі строки:

272 430 грн. 00 коп. (двісті сімдесят дві тисячі чотириста тридцять гривень

3. Фонд перераховує кожен наступну частину попередньої оплати від загальної суми гранту після підписання проміжного змістового звіту та звіту про використання частини суми гранту (у разі необхідності).

4. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання змістового звіту та звіту про використання суми гранту.

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 Проекту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

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

4) надавати Фонду звіти, передбачені пунктами 3, 4 розділу II цього Договору;

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;

2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, у тому числі проміжних, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЕКТУ

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

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

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

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача (чи його партнерів) та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проекту, форму якого наведено у додатку 6 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

оплата заборгованостей Грантоотримувача;

видатки за Проектом, раніше профінансовані з інших джерел;

основні засоби, інші необоротні матеріальні активи, нематеріальні активи;

видатки на підготовку проектної заявки;

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 Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.
2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту, зокрема виписки за рахунками.
3. Фонд має право проводити технічну перевірку процесу реалізації Проекту, у тому числі за місцезнаходженням Грантоотримувача та за місцем фактичної реалізації Проекту.

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», його може бути розірвано за заявою Фонду в односторонньому порядку.
2. Рішення Фонду про розірвання цього Договору приймається за наявності факту істотного порушення його умов.
3. У разі дострокового розірвання цього Договору внаслідок використання будь-якої частини гранту не за призначенням або з порушенням чинного законодавства Грантоотримувач зобов'язаний протягом 20 календарних днів з дня отримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про торговц-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 впливають 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.

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2019 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 відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.znak@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Мирович Ольга Вікторівна, заступник голови

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

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

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

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

- додаток 1 – проектна заявка;
- додаток 2 – проміжний змістовий звіт;
- додаток 3 – звіт про використання частини суми гранту;
- додаток 4 - змістовий звіт;
- додаток 5 – звіт про використання суми гранту;
- додаток 6 – кошторис проекту.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: 35213083000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Громадська організація «Львівський медіафорум»

Юридична адреса: 79012, м. Львів, вул.

Сахарова, 42, оф. 425

Адреса для листування: 79038, м. Львів, вул. Медової печери, 15, кв. 54

ЄДРПОУ: 38582644

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ «Кредобанк»

Р/р: 2600404458562

МФО: 325365

Тел.: +38 (057) 7147274



Виконавчий директор

Ю.О. Федів

М.П.



Заступник голови громадської організації

О.В. Мирович

М.П.



Заявка на фінансування в рамках програми «Знакові події для української культури»

Інструкція для заявника:

1. Заповнити заявку в програмі Word.
2. Роздрукувати в хорошій якості.
3. Поставити дату заповнення та підпис.
4. Відсканувати в форматі PDF та надіслати через онлайн-кабінет сайту <https://ucf.in.ua/>
5. Оригінал заявки разом з іншими документами апікаційного пакету надіслати на адресу: вул. Лаврська 10-12 м. Київ, 01010, Український культурний фонд (програма «Знакові події для української культури»)

Розділ I: Візитна картка проектної заявки

ЛОТ конкурсної програми
«Знакові події для
української культури»
(потрібно обрати один варіант)

- ☒ Підтримка знакових подій в Україні
☐ Підтримка участі України в знакових міжнародних подіях

Тип конкурсу (потрібно обрати
один варіант)

- ☒ індивідуальний проект
☐ проект національної співпраці
☐ проект міжнародної співпраці

Сектор культури і мистецтв
(потрібно обрати один варіант)

- ☐ візуальне мистецтво
☐ аудіальне мистецтво
☐ дизайн та мода
☐ перформативне та сценічне мистецтво
☐ культурна спадщина
☐ література та видавнича справа
☒ культурні та креативні індустрії

Назва проекту

VII Львівський медіафорум 'Медіаефекти цифрової ери'

Назва проекту англійською мовою

VII LvivMediaForum 'MediaEffectsoftheDigitalAge'

Короткий опис проекту (до 100 слів)

Проект передбачає підготовку і проведення VII Львівського медіафоруму – наймасштабнішої події для медіа в Україні. Форум відбудеться 30.05 – 1.06 та залучить понад 800 журналістів, представників креативних індустрій і громадянського суспільства. Тема події – «Медіаефекти цифрової ери. Медіа формують аудиторії чи навпаки?». В рамках понад 50-ти тематичних лекцій, презентацій, дискусій спікери та гості форуму з України, США та країн Європи спільно шукатимуть відповіді на питання, до якої міри в сучасному світі споживач стає автором контенту і як технології впливають на медіа, культуру, суспільство.

Короткий опис проекту англійською мовою (до 100 слів)

The project is aimed at preparing and organising VII LvivMediaForum - the biggest media event of Ukraine. The Forum is planned for 30.05 – 1.06. It will involve over 800 journalists, representatives of creative industries and civil society. The main subject of this year's event is Media Effects of the Digital Age. Do Media Form the Audience or Vice Versa? Within 50 lectures, presentations, discussions are planned. The guests of LvivMediaForum from U.S. and Europe will try to figure out how much a modern consumer is an author of the content; how technologies impact media, culture and society.



1214940,00 гривень

Запитувана сума від Українського культурного фонду (в гривнях)

908100,00

Інші джерела фінансування проекту (окрім гранту Українського культурного фонду)

Продаж квитків для частини відвідувачів на VII Львівський медіафорум. Кошти, стримані за продаж квитків, будуть використані на потреби проекту, та не принесуть організаторам і події жодного прибутку.

Місце або місця проведення проекту (міста, країни)

Львів, Україна

Термін реалізації проекту

Дата початку

13 травня 2019 року

Дата завершення

31 серпня 2019 року

Розділ II: Інформація про координатора проекту¹

Прізвище, ім'я та по-батькові

Мирович Ольга Вікторівна

Контактні дані

Електронна пошта

Номер телефону

Посада в організації

Заступник директора

Розділ IIIa: Інформація про організацію-заявника²

Повна назва організації-заявника

Громадська організація "Львівський медіафорум"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

non-governmental organisation Lviv Media Forum

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Опока Юрій Васильович

Контакти керівника

Електронна пошта

Номер телефону

Правова форма організації

Громадська організація

Код ЄДРПОУ організації

¹ Координатор проекту є представником заявника та контактною особою для Українського культурного фонду для поточних питань. Якщо заявником є фізична-особа підприємець, то координатором проекту та заявником є одна й та сама особа.

² Більш детально про заявника в Інструкції для заявників.

Код ЄДРПОУ організації

38582644

Юридична адреса організації

вул. Сахарова, 42/425, м. Львів,
79012

Поштова адреса організації

пл. Міцкевича, 6/7, м. Львів, 79007

Фізична адреса організації

пл. Міцкевича, 6/7, м. Львів, 79007

Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах

сайт організації: <http://lvivmediaforum.com/>

фб-подія: <https://www.facebook.com/events/1928064047505391/>

фб-сторінка: <https://www.facebook.com/LvivMediaForum/>

twitter: <https://twitter.com/LvivMediaForum>

Instagram: <https://www.instagram.com/lvivmediaforum/>

Розділ IIIб: Інформація про організацію-заявника

Основні або стратегічні напрями діяльності організації

О "Львівський медіафорум" була заснована у 2013 році як платформа, що сприятиме зростанню професійного рівня українських журналістів. Це включало в себе промоцію свободи слова і високих стандартів професії; тренінги з медіаменеджменту і міжнародну співпрацю для обміну досвідом; підтримку культурних ініціатив в українському журналістському середовищі. Однак з часом діяльність організації вийшла поза суто журналістську сферу. Зараз ГО "Львівський медіафорум" - це головний український майданчик для творення нових сенсів та ідей, які пов'язані з медіа, а також для поширення цих ідей у глобальний контекст. "Львівський медіафорум" ставить перед собою завдання не тільки допомагати журналістам створювати якісні матеріали. Організація заохочує і журналістів, і вітчизняні видання бути провідниками та медіаторами, через яких різні типи аудиторій дізнаються одна про одну, про ідеї та проекти одна одної, про можливість співпраці одна з одною. Така місія ГО "Львівський медіафорум" диктує наступні стратегічні напрями діяльності:

- заохочення обміну досвідом між українськими та іноземними медійниками;
- створення майданчиків для зустрічей та обміну ідеями між медійниками представниками суміжних сфер діяльності;
- промоція нетворкінгу між представниками креативних індустрій України та світу;
- дослідження медійної сфери України (контент, формати, наративи);
- організація навчальних для журналістів і медіаменеджерів;

Обґрунтування відповідності заявленого проекту основним стратегічним напрямкам діяльності організації

Щорічна міжнародна конференція Львівський медіафорум - це головна подія ГО "Львівський медіафорум", яка відбувається вже сьомий рік поспіль. Це наймасштабніший проект організації. Зокрема, на Львівському медіафорумі відбувається:

- обмін досвідом між українськими та іноземними медійниками: на заході присутні українські та іноземні медіаексперти, журналісти, медіаменеджери, СММ-менеджери, комунікаційники, що представляють як державні структури, так і вітчизняні та міжнародні ГО. Медіафорум за час існування приймав спікерів та учасників із майже 30 країн світу (від США до Киргизстану). Частина з них ділиться своїми історіями (не)успіху у запуску проектів/створенню яскравих репортажів/створенню цікавих мультимедійних сторі під час лекцій і майстер-класів.
- Інша частина аудиторії - відвідувачі - слухає та аналізує цей досвід.
- зустрічі та обмін ідеями між медійниками і представниками суміжних сфер діяльності: Львівський медіафорум - це найбільший у Центрально-Східній Європі майданчик для дискусій і обговорення медіа. Його відвідують (згідно із статистикою ГО), окрім журналістів та медіаменеджерів, представники українських і міжнародних громадських організацій; прес-секретарі і комунікаційники державних структур; працівники банківської та IT-сфери; стартапери і дизайнери. Через спілкування та обмін досвідом ці люди здатні творити нові проекти, які знаходяться не суто в площині медіа, а на стику медіа та бізнесу, медіа та державного менеджменту тощо.
- нетворкінг між представниками креативних індустрій України та світу: окрім можливості послухати про важливий медійний чи навколомедійний досвід на лекціях та майстер-класах, відвідувачі мають можливість наживо поспілкуватися зі спікерами, чиї проекти вражають найбільше; отримати консультації досвідчених медіаменеджерів щодо розвитку власних стартапів; поспілкуватися з представниками громадських організацій щодо можливості отримати гранти на свої проекти; обговорити з представниками бізнесу комерційні проекти для власного медіа. Тобто на Медіафорумі є нагода вийти за рамки свого щоденного середовища, і через спілкування з колегами та потенційними партнерами отримати нові ідеї для розвитку свого проекту, своєї кар'єри чи свого стартапу.
- презентації дослідження медійної сфери України (контент, формати, наративи): Львівський медіафорум є майданчиком, який організація використовує, щоб презентувати свої дослідження (як це було у випадку з дослідженням "Конфлікт у медіа та медіа у конфлікті", яке презентувало здатність українських медіа бути посередником в конфліктах в Україні; а також Медіафорум 2019 буде майданчиком, де організація розповість про потреби локальних редакцій України, які вона дослідила за підтримки ОБСЄ). Також Медіафорум збирає аудиторію, яка формує електронну базу, по якій поширюється інформація і про дослідження ГО "Львівський медіафорум", і про їхні результати.
- тренінги та освітні заходи для журналістів і медіаменеджерів: щорічна конференція Львівський медіафорум - це майданчик саме для навчання журналістів і медіаменеджерів. Тут вони дізнаються про медіапрактики, які потім

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Знаємо, робимо»

будуть випробовувати у своїх ньюзрумах; тут вони мають можливість знайти своїх тьюторів; тут вони здобувають знання про ідеї та тренди, які на цей час - панівні у сфері медіа, та вчаться використовувати їх на практиці.

Наявність матеріально-технічної бази

Для підготовки конференції ГО "Львівський медіафорум" використовуватиме наявну офісну техніку - 3 комп'ютери, ксерокс, принтер та сканер, а також офісні меблі - столи та стільці для роботи творчо-виробничої команди.

Приклади успішно реалізованих проєктів, попередні гранти

- Міжнародна конференція Львівський медіафорум (2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013)
- Тревел-фестиваль Compass (2018, 2017)
- Репортажний проєкт "Виховання молодшої генерації журналістів-міжнародників" (2018)
- Конференція DigitalContentDay (2017)
- Репортажний проєкт "Випробування демократією" (2017)
- Школа медіаменеджменту (2018, 2017)
- Школа літературної журналістики (2017)

За шість років існування ГО "Львівський медіафорум" отримала понад 20 грантів (серед грантерів - УКФ, NED, Вишеградський фонд, фонд Відродження, посольство США та інші). Їхній детальний список подано у додатку.

Розділ IV: Детальний опис проєкту

1. Актуальність проєкту

Чому запропонований проєкт є актуальним для загального культурного контексту в цілому, та заявника, зокрема? В чому полягає важливість та унікальність проєкту? З якою проблематикою працює проєкт? Чи проєкт пропонує цікаве та альтернативне рішення в контексті вже існуючої проблематики? Чи був проєкт частково чи повністю втілений раніше? Як проєкт доповнює вже наявні культурні ініціативи, на локальному / регіональному / національному / міжнародному рівнях?

Стрімкий розвиток технологій і мереж змінює і продовжує змінювати вектор розвитку культури в її національному та глобальному контекстах. Медіа стали провідниками цих змін. Традиційно потужний вплив засобів масової інформації на культуру і суспільство тепер посилюється через всеохопну медіатизацію та розмивання меж медіаполя. Культура в її ширшому сенсі - кіно, візуальне мистецтво чи аудіотвори, - як і їх автори, завдяки широкому охопленню аудиторії та трансляції важливих для суспільства наративів стали медіями. Відтак, цей важливий процес потребує осмислення та інкорпорації в українські культурні практики. Інакше Україна ризикує залишитися на периферії світових інновацій та трендів. Аби тримати руку на пульсі глобальних змін, з 2013 року ГО «Львівський медіафорум» організовує щорічну подію для медійників, митців, представників креативного сектору та публічних інтелектуалів з України, Європи та США. За сім років захід перетворився у найбільший в Україні та один із найбільших в регіоні Східної Європи. Щорічно форум фокусується на якійсь із актуальних тенденцій чи проблем, котрі визначають розвиток медіа. У 2017 це "Шу(че)каємо нові алгоритми" про комунікацію в епоху постправди, у 2018 - "Коли все стає медіа" про те, як новітні канали поширення інформації та технології витісняють дискусії про стандарти та відповідальність. Цьогоріч за допомогою фокусної теми LMF - Медіаефекти цифрової ери - ми намагатимемося відповісти на питання, до якої міри в сучасному світі споживач стає автором контенту і як інтерактивні технології впливають на медіа, культуру, суспільство, як під їх впливом відходять старі формати і створюються нові.

Львівський медіафорум - це також спроба відкрити українській аудиторії, насамперед тій, котра активно творить сучасні українські формати і наративи, глобальний вимір трендів та ідей. Саме тому організатори подбали про те, аби на сцені та в кулуарах LMF українські медійники і представники креативних середовищ мали нагоду подискутувати із запрошеними закордонними колегами з Facebook, GoogleNewsLab, ThePointerInstitute, HashtagOurStory та інших платформ, аби концептуалізувати процеси персоналізації в медіа та культурі, котрі відбуваються у світі, та відрефлексувати їх саме в українському контексті.

2. Мета та цілі проєкту

З якою метою реалізовується проєкт? Яких конкретних цілей планується досягти втіленням цього проєкту? Якими є Індикатори досягнення цілей?

Львівський медіафорум як майданчик для публічних дискусій має на меті розбудувати широкую мережу співців у сфері медіа, креативних індустрій та представників громадянського суспільства заради зміцнення та промоції спільних демократичних цінностей: свободи слова, справедливості, прав людини і тд. До того Львівський медіафорум сприятиме розвитку культури діалогу в українському суспільстві через ангажування зацікавлених сторін у процесі артикуляції актуальних проблем і через організацію та модерування дискусій присвяченим глобальним, національним і локальним викликам сьогодення. Окрім цього, через залучення фахівців із провідних міжнародних медіакомпаній та організацій, як Google, Facebook, BBC, CNN та інших, Львівський медіафорум сприяє покращенню міжнародного іміджу України за кордоном.

Цілі (заєдання) проєкту:

- 1) Проведення триденної міжнародної медіаконференції присвяченої найактуальнішим інформаційним викликам сучасного

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма "Міжнародні зв'язки"

світу. (Індикатор - факт проведення форуму)

2) Формування актуальної і міждисциплінарної програми форуму, котра вміщатиме медійну, технологічну, культурну, креативну та інші компоненти, що з різних перспектив досліджуватимуть головну тему форуму "Медіаєфекти цифрової ери". (Індикатор - програма тематично та форматно охопить головні тренди у медіях та висвітлюватиме найактуальніші питання розвитку суміжних сфер)

3) Вплив на порядок денний українського медійного простору через актуалізацію проблематики форуму. (Індикатор - текстові, відео та фотоматеріали, підготовані й опубліковані до, під час і за підсумками форуму)

4) Популяризація окремих медійних та культурних ініціатив учасникам цього річного форуму. (Індикатор - організація і проведення тематичних заходів в ході котрих організації та ініціативи представлятимуть реалізовані проекти і промуватимуть власні пріоритети)

3. Результати проекту

Якими є короткострокові результати проекту? Якими є довгострокові результати проекту? Які будуть кінцеві та якісні показники досягання результатів?

Результати:

Короткострокові (одразу після завершення проекту):

- Організація майданчика для обміну контактами між українськими й міжнародними медійниками. (Показники: не менше 60-ти українських та закордонних спікерів та не менше 740 учасників візьмуть участь у VII Львівському медіафорумі)
- Снайомлення української аудиторії з найновішими глобальними медійними і креативними трендами (Не менше 50-ти подій різних форматів пройдуть в рамках події)
- Планування проектів міжнародної співпраці українських та закордонних журналістів (Залучення іноземних медійних організацій до презентацій на VII Львівському медіафорумі)
- Популяризація проблематики форуму в українських медіях. (Не менше 60-ти матеріалів про подію опубліковано чи трансльовано в засобах масової інформації)
- Покращення освіченості апікантів національних і міжнародних донорів. (Кількість проведених майстеркласів за напрямками "освіта" і "можливості")

Довгострокові (3-5 років після завершення проекту):

- Підвищення рівня професіоналізації українських медійників, а також представників креативних індустрій (Індикатор - позитивна динаміка простежується у моніторингових звітах міжнародних інституцій та незалежних експертів)
- Формування позитивного іміджу України за кордоном (Індикатор - збільшення кількості позитивних згадок про Україну в іноземних медіях)
- Формування культури ведення загальнонаціональних дискусій через залучення зацікавлених сторін. (Індикатор - збільшення кількості незалежних дискусійних майданчиків, зокрема медійних)
- Зміцнення інститутів українського громадянського суспільства через промоцію демократичних цінностей. (Індикатор - збільшення та посилення впливовості медій, громадських організацій, зростання частки населення, яке довіряє ЗМІ та громадським активістам порівняно із поточним рівнем довіри)

4. Команда проекту (члени організації-заявника та залучені фахівці, за трудовим договором або угодою цивільно-правового характеру, а також ті, хто надає послуги як ФОП)

Прізвище, ім'я та по-батькові кожного члена проектної команди	Функціональні обов'язки в проекті	Відповідний досвід
Мирович Ольга Вікторівна (на громадських засадах)	Комунікація з УКФ, підготовка та підписання угод та актів виконаних робіт в рамках проекту, проведення координаційних зустрічей	Заступник директора ГО Львівський медіафорум, керівник проектів у сфері освіти, медій та культури з понад 6-річним досвідом. Професійне портфоліо містить грантові проекти загальним обсягом фінансування понад 1 млн. доларів США.
ФОП Липинська Ольга Володимирівна	Координатор реалізації грантового проекту та організації події, формування деталізованого плану реалізації проекту та контроль його виконання, планування заходів безпеки на локаціях, контроль роботи підрядників, збір кількісних показників проекту, підготовка звітності	Співпрацює з ГО "Львівський медіафорум" з січня 2017 року. За цей скоординувала 10 грантових проектів. Серед обов'язків - координація команди, розподіл завдань, моніторинг проміжних та фінальних результатів проекту; контроль за заходами безпеки на локаціях заходів Медіафоруму; комунікація, прописування завдань та контроль над виконанням роботи підрядників.

ФОП Голодівська Марта Всłodимирівна	Відбір виконавців проекту, робота із підрядниками із постачання готової їжі (організація харчування), комунікація з гостями та спікерами заходу	У 2015-2018 роках відповідала за проектний і фінансовий менеджмент 10 грантових проектів у ГО "Львівський медіафорум". В її обов'язки входили логістика орендованих для подій ГО приміщень, забезпечення харчування під час подій (складання меню заходів, моніторинг цінкових пропозицій кейтерінг-служб), координація команди проекту (складання завдань, моніторинг їх виконання), комунікація із спікерами Медіафоруму (розсилання інформації про програму заходу, відповіді на запитання спікерів), фінансове звітування по проектах.
ФСП Клінова Ольга Ігорівна	Погодження тем та логістичних деталей зі спікерами та гостями LMF, замовлення квитків та розміщення гостей та спікерів, координування розміщення інформаційних стендів та банерів, а також роботи фотографів	ФОП Клінова була залучена до проведення трьох Львівських медіафорумів (2016-2018 років). Серед її обов'язків були налагодження співпраці зі спікерами (від запрошення спікером до обговорення деталей проживання) та медіапартнерами (виконання запитів щодо інформаційної присутності на Медіафорумах)
ФОП Подоляк Меланія-Марія Орестівна	Координування логістики спікерів та роботи волонтерів,	ФОП Подоляк повністю координувала роботу волонтерів на Медіафорумах 2017-2018 (розподіл обов'язків, контроль виконання завдань, організація тренінгів для волонтерів) та організовувала переміщення спікерів з готелів, де вони проживали, на локації Медіафорумів та назад.
ФОП Кравченко Марія Максимівна	Розробка та реалізація контент-плану, ведення сторінок у соціальних мережах, наповнення сайту http://lvivmediaforum.com/2019/ комунікація та координування роботи з інформаційними партнерами, розповсюдження промоційного контенту, створення та наповнення Telegram-бота	ФОП Кравченко має 3-річний досвід роботи у сфері комунікацій. У її портфоліо - роботи над комунікаційними стратегіями Львівського медіафоруму та Форуму видавців (аналіз цільової аудиторії та її запитів визначення позиціонування, прописування контент-плану, робота з соцмережами), а також залучення медіапартнерів до цих подій.
ФОП Довженко Олександр Олександрович	Створення текстового і мультимедійного контенту з просування події та її результатів на сайті http://lvivmediaforum.com/2019/	Керівник центру медіа моніторингу та аналітики ГО «Детектр медіа». Головний редактор ресурсу Med alab.online. Має досвід журналіста та медіааналітика з 2005 року.
ФОГ Христина Зоряна Орестівна	Формування плану видатків по проекту, затвердження витрат та проведення розрахунків із підрядниками за надані послуги, моніторинг фінансових показників проекту та підготовка фінансового звіту	Консультант у сфері фінансів та бухгалтерського обліку з 2011 року для проектів у сфері права, медіа та культури міжнародного, національного та локальних рівнів. Більше трьох років має досвід роботи із державним фінансуванням та підготовкою документації по державному фінансуванню до аудитів

5. Робочий план та терміни реалізації проекту

Просимо заповнити Додаток 1 до Проектної заявки.

6. Цільові аудиторії

Яка(-і) група(-и) людей безпосередньо братиме участь та / або скористається кінцевими результатами проекту? Яким чином

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду. Програма «Знакові події для української мистецтва»



були визначені їх потреби, зацікавленості та інтереси? Чи кінцеві результати проекту повністю задовільняють потреби та інтереси обраної(-их) групи(-и) людей? Яким чином цільові групи будуть залучені до участі в проекті або до використання кінцевих результатів проекту?

Цільова аудиторія - це молоді люди, віком від 18 до 50 років (69% – жінки, 31% – чоловіки) – журналісти, редактори, працівники прес-служб, видавці, рекламисти, smm-менеджери, pr-менеджери, блогери. В основному проживають в Україні (найбільша кількість – Львів, Київ, Харків, Одеса та Івано-Франківськ), Польщі, США та Німеччині. LvivMediaForum для ЦА – це майданчик для саморозвитку та здобуття нових контактів, а також – місце тусовки.

Цільову аудиторію було визначено протягом семи років проведення події. Всі учасники, реєструючись, вказують свою сферу діяльності. А вже після Медіафоруму учасники добровільно заповнюють опитник, де дають відповіді про те, для чого їздять на Медіафорум, що їм (не) сподобалося під час події тощо. Опитник стандартно заповнює біля 10% учасників (від 80 до 120 осіб щороку). Всі побажання щодо покращення події організатори враховують при організації наступного Форуму.

Кінцеві результати Медіафоруму 2019 задовольняють потреби ЦА частково, адже це аудиторія, що має постійну потребу у знаннях та розвитку, тому однієї події на рік їй недостатньо. Однак ті знання та контакти, які вони здобудуть на ЛМФ 2019, стануть трампліном для подальшого розвитку у професії.

7. Управління проектом та проектні ризики

Чи має проект план моніторингу та оцінки рівня ефективності управління та реалізації проекту? Які методи та індикатори використовуватимуться для оцінки ефективності управління та реалізації проектом? Чи заходи з оцінки ефективності управління та реалізації проекту відображені в робочому плані? Які ризики передбачає проект? Яку стратегію обиратиме проект для зменшення цих ризиків?

Індикатори ефективності.

1. Не менше 800 осіб відвідають Медіафорум 2019. Спосіб перевірки - реєстрація на вході в зал
2. Не менше 50 заходів буде проведено в рамках Медіафоруму 2019. Спосіб перевірки - фінальна програма Медіафоруму 2019, де будуть вказані усі події.
3. Середня оцінка Медіафоруму 2019 буде не менше 8 балів з 10 (оцінку учасники виставляють в опитнику, який отримують за кілька годин після Медіафоруму). Спосіб перевірки - відповіді учасників.

Проектні ризики.

1. Медіафорум відвідає суттєво менше учасників, ніж у минулі роки (менше 800). Стратегія вирішення: щоб забезпечити потрібну кількість учасників, частині відвідувачів (студентам факультетів журналістики, представникам громадських організацій) буде дозволено безкоштовний вхід на Медіафорум 2019. Цю стратегію буде застосовано виключно в тому випадку, якщо кількість куплених квитків виявиться суттєво нижчою за заплановану.
2. Частина спікерів не приїде на ЛМФ 2019. Стратегія вирішення: щоб уникнути несподіваних зривів поїздки, команда Медіафоруму вестиме щоденну комунікацію із кожним спікером. Якщо у спікера виникнуть труднощі із поїздкою, члени команди дізнаються про це від нього відразу. В разі неможливості спікера приїхати, йому буде знайдено заміну.

8. Інформаційний супровід та комунікаційна стратегія проекту

Які методи та канали комунікації, які ключові слова та повідомлення, яких спікерів обрано для поширення інформації про проєкт серед цільових аудиторій, партнерів та ширших аудиторій? Які медіа-партнери братимуть участь у реалізації проєкту? З якими лідерами думок та ЗМІ планується співпраця? Яким чином проєкт доповнюватиме комунікаційну стратегію Українського культурного фонду?

Позиціонування: Головна медіаподія року в Україні

Цілі комунікації:

Основні задачі комунікації покращити:

- Знання (збільшення інформаційної присутності в просторі, підтримування знання про подію)
 - Розуміння (пояснити суть LMF простою і доступною мовою, залучення «Нової аудиторії» та оживлення спільноти).
 - Прийняття (дати мотивацію долучатися до події, купувати квитки та відвідувати подію)
- Як наслідок – зростання підтримки та збільшення кількості відвідувачів.

Завдання комунікації:

1. Налагодити систематичність оновлення інформації про Львівський медіафорум, що допоможе збільшити інформаційну присутність в медіаполі та дозволить підтримувати інформування про подію (завдяки регулярному оновленню сторінки та розміщення унікальних матеріалів).
2. Ввести нові рубрики у соцмережах (наприклад: «LMF_можливості»(вакансії, гранти та конкурси) та «Корисні поради» (корисні додатки, книжки, фільми, блоги тощо) дозволяє «оживити» існуючу аудиторію та залучити нову. Таким чином LvivMediaForum стає другим для ЦА, як наслідок – збільшується рівень довіри та прийняття.
3. Забезпечити присутність якісної, важливої та актуальної інформації про ЛМФ 2019 на шпальтах медіапартнерів (медіапартнери перелічені нижче).

Основні меседжі:

1. LvivMediaForum – головна подія медіасвіту, у якої немає аналогів в Україні.
2. Спікери LvivMediaForum – це професіонали у своїй сфері, що проводять якісні та змістовні дискусії.
3. LvivMediaForum – місце твоєї тусовки.

Топ-оф-воєс бренду: Дружній, розповідаємо просто і доступно про актуальне та цікаве для розвитку та самовдосконалення.

Основні канали комунікації: соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram, месенджери), електронні розсилки, сторінки лідерів думок, сайт для журналістів Medialab.online, співпраця з медіапартнерами, власний сайт події (lvivmediaforum.com)

Медіапартнери: Детектор Медіа та Medialab.online. Цільова аудиторія цих видань – виключно працівники сфери медіа, яким

інформація про ЛМФ 2019 є найпотрібнішою. Медіафорум веде переговори про медіапартнерство із Каналом 24, журналом Новоевремя та холдингом 1+1. Потенційно вони теж можуть стати каналами поширення інформації про Медіафорум 2019.

Основні етапи втілення комунікаційної стратегії:

1. Створення унікального контенту для соц.мереж, сайту та e-mail розсилок (роз'яснення фокусної теми Форуму, інформація про спікерів, інформація про особливості цього річної події, тематичні підбірки з корисними ресурсами, додатками та книгами для медійників).
2. Розповсюдження контенту через основні канали комунікації.
3. залучення лідерів думок для промоції LMF (Лідери думок: радіоведучий Андрій Куликов, розслідувачка Анна Бабінець, медіаексперт Отар Довженко, репортажистка Олеся Яремчук, спікер Єврокомісії Крістіан Шпар, засновник Школи журналістики УКУ Ігор Балинський).
4. Комунікація з учасниками через емейл-розсилку, який буде розсилатися кожні два тижні; через месенджери та електронну пошту.
5. Створення телеграм-бота для поширення програми LMF.
6. Комунікація із медіапартнерами: формування стратегії промоції події на сторінках медіапартнерів, забезпечення журналістів із видань медіапартнерів інформацією про спікерів, теми їхніх виступів та заплановані сайд-івенти; моніторинг появи матеріалів про ЛМФ 2019 у виданнях-медіапартнерах.

9. Сталість проекту

Яким чином забезпечуватиметься вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту? Які заходи проводитимуться й після закінчення проекту? Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планує організація мережувати запропонований проект? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

Усі найцікавіші лекції, дискусії та майстер-класи Львівського медіафоруму 2019 будуть законспектовані та опубліковані на сайтах медіапартнерів (Medialab.online та Детектор медіа). Вони будуть у вільному доступі для всієї української медіаспільноти. Найцікавіші думки з виступів спікерів будуть опубліковані на сторінках Медіафоруму у Facebook та Instagram.

З закінченням Медіафоруму 2019 комунікація із його учасниками не припиниться - ГО "Львівський медіафорум" впродовж року тримає увагу спільноти іншими медійними проектами. За останні роки це були школи для медіаменеджерів, міжнародні репортажні проекти, лекції від відомих журналістів у різних містах України, тревел-конференції Compass та конференції діджитал-комунікаційників DigitalContentDay. У 2019 Медіафорум планує повторити і тревел-конференцію Compass, і DigitalContentDay. Також заплановано створити резиденцію для журналістів-міжнародників із України та країн причорноморського регіону (Молдова, Румунія, Грузія), яка сприятиме поглибленню процесійних зв'язків між медійниками з цих країн.

Не менш активно ГО "Львівський медіафорум" розвиває співпрацю із міжнародними партнерами. Традиційно, вони беруть участь у Львівських медіафорумах, під час яких ГО обговорює з ними майбутні проекти. Так, Медіафорум постійно співпрацює із польською організацією Outriders, разом з якою готує тревел-конференцію Compass та яку консультує щодо програмного наповнення її власної варшавської медіаконференції OutridersSummit. Серед партнерів, які відвідають ЛМФ 2019, - румунська мережа розслідувачів RomanianCentreforInvestigativeJournalism, грузинська MediaDevelopmentFoundation, молдовська IndependentJournalismCentre, разом з якими ГО "Львівський медіафорум" шукає фінансування для проекту по створенню резиденції для журналістів-міжнародників. На Медіафорум 2019 команда організаторів запросить представників OpenSocietyFoundation (Британія), Globsec (Словаччина), FoundationforIndependentJournalism (Чехія). З представниками цих організацій ГО "Львівський медіафорум" планує запартнеритися для реалізації міжнародних проектів на території країн Вишеградської четвірки та України.

Окрім того, організатори не планують припиняти проведення Львівського медіафоруму. У 2019 році подія пройде вже всьоме, а на 2020 організатори уже мають домовленості із спікерами про участь у восьмому Медіафорумі (це перша у світі VR-репортажистка Нонні де лаПенья та голова діджитал-редакції CNN International Рене Каплан). Ці спікери висловили глибоке зацікавлення у події, однак через завантажений графік не зможуть відвідати ЛМФ 2019.

10. Інша інформація

Просимо заповнити Додаток 2 до Проектної заявки

Декларація доброчесності та підпис керівника організації-заявника

Х Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників «Знакові події для української культури», з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про наявність/відсутність реального та/або потенційного конфлікту інтересів, що виник під час організації конкурсного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проекту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених

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

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-заявника (прописом)

Опока Юрій Васильович

Підпис



Дата заповнення

Згода на обробку персональних даних

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

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-заявника (прописом)

Опока Юрій Васильович

Підпис та дата



Прізвище, ім'я та по-батькові координатора проекту (прописом)

Михович Ольга Романівна

Підпис та дата



Голова ГО
Львівської медіафорум
Опока Ю. В.



Додаток 1: РОБОЧИЙ ПЛАН ТА ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ

Інструкція для заявника:

1. Робочий план та термін реалізації проекту є обов'язковим Додатком до Заявки.
2. Жовтим просимо відмітити учасників проектної команди. Синім – послуги, які будуть надаватися зовнішніми контрагентами.

		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4
Етапи реалізації проекту	Конкретні заходи				
Підготовчий етап	Відкриття банківського рахунку для проекту	Мирович			
	Відбір виконавців	ФОП Голодівська, ФОП Липинська			
	Оформлення угод з підрядниками та постачальниками послуг	Мирович			
	Формування потижного плану реалізації проекту	ФОП Липинська			
	Формування фінансового плану та плану видатків	ФОП Христина			
	Погодження тем та логістичних деталей зі спікерами та гостями LMF	ФОП Клінова, ФОП Голодівська, ФОП Подоляк			
	Формування програми заходу та розкладу потоків і сесій	ФОП Паплаускайте, контроль - ФОП Липинська			

Голова ГО
Мовісний медіафорум
Оршак О.В.



	Планування та координування роботи волонтерів, проведення координаційних зустрічей	ФОП Подоляк			
	Формування меню кавових перерв на три дні Форуму	ФОП Голодівська			
	Замовлення квитків та розміщення спікерів та гостей	ФОП Клінова			
	Розробка макетів для друкованої продукції	ФОП Васьків-Кукул			
	Планування заходів безпеки на події (чергування медиків, пожежників, вибухотехніків)	ФОП Липинська			
	Підготовка заставок для тематичних панельних дискусій LMF	ФОП Васьків-Кукул			
	Переклад та верстка брошури із програмою Форуму	ФОП Васьків, а також агенція перекладів			
	Виготовлення роздаткової продукції	Координує ФОП Липинська			
Інформаційна кампанія					
	Розробка дизайну промоматеріалів	ФОП Васьків-Кукул			
	Розробка та виготовлення промоційного відеоролика LMF	ФОП Говда			
	Розробка та виготовлення відеоролика для церемонії відкриття LMF	ФОП Шелія			
	Створення детального контент-плану для промоції ЛМФ та підсумків події	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко		
	Погодження контент-плану із інформаційними партнерами LMF	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко		
	Залучення лідерів думок для промоції LMF	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко		



	Розсилання запрошень на форум представникам громадських організацій, посольств, університетів, редакцій українських медій, публічним інтелектуалам	ФОП Кравченко, ФОП Липинська			
	Створення унікального контенту для соц.мереж, сайту та e-mail розсилок (роз'яснення фокусної теми Форуму, інформація про спікерів, тематичні підбірки з корисними ресурсами, додатками та книгами для медійників, інформації про підсумки події, інтерв'ю та коментарі спікерів)	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко	
	Розповсюдження промоконтенту на сайті, в соціальних мережах, на сторінках Львівського медіафоруму та партнерських ресурсах	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко	
	Створення та наповнення контентом Телеграм-бота LMF	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко	ФОП Кравченко	
	Проведення інтерв'ю з представником LMF	Реалізують інформаційні партнери, координує ФОП Кравченко			
	Наповнення сайту http://lvivmediaforum.com/2019/ інформацією про спікерів, подію, тематичними матеріалами про проект	ФОП Довженко	ФОП Довженко	ФОП Довженко	
Проведення заходу	Підготовка сцени, монтаж світло-звукового та мультимедійного обладнання, систем синхронного перекладу	Здійснює підрядник, нагляд здійснює ФОП Голодівська та ФОП Липинська			
	Монтаж/ розміщення банерів та інформаційних матеріалів на локації події	Координує ФОП Клінова			
	Проведення генеральної репетиції відкриття Форуму	ФОП Липинська			
	Координація зустрічі спікерів та гостей форуму та їх розселення	ФОП Подоляк	ФОП Подоляк		



	Координація виступів спікерів та гостей Форуму	ФОП Липинська	ФОП Липинська		
	Організація кавових перерв на події	Здійснює підрядник, координує ФОП Голодівська	Здійснює підрядник, координує ФОП Голодівська		
	Проведення фото- та відеозйомки події	Здійснюють підрядники, координує ФОП Клінова	Здійснюють підрядники, координує ФОП Клінова		
Постподієві активності	Збір зворотного зв'язку від учасників Форуму, проведення аналітичної роботи		ФОП Липинська	ФОП Липинська	
	Проведення розрахунків із підрядниками за надані послуги	ФОП Христина	ФОП Христина	ФОП Христина	
	Збір та обробка даних про результати проекту		ФОП Липинська, ФОП Кравченко	ФОП Липинська, ФОП Кравченко	
Етап звітування	Підготовка фінансового звіту			ФОП Христина	ФОП Христина
	Підготовка змістового звіту на основі фото та відеоматеріалів			ФОП Липинська	ФОП Липинська
	Підготовка медіа-звіту			ФОП Кравченко	ФОП Кравченко
	Проведення аудиту				Підрядник — незалежна аудиторська компанія



	Подання комплексного фінансового та описового та медіа звіту в Український Культурний Фонд				Мирович
--	---	--	--	--	---------

Голова ГО
Львівський медіафорум
Омоне В.В.



Додаток 2: Динаміка розвитку проекту

Інструкція для заявника:

Надайте кількісні та якісні показники за попередні 2-ва роки та прогнозовані показники у 2019 році в результаті проведення події.

Для проекту, реалізація якого планується вперше, просимо заповнити колонку на 2019 рік.

Кількісні	2017	2018	2019
Охоплення аудиторії учасників (кількісний вимір)	650	750	800-1000
Медіа охоплення (види ресурсів, кількість медіа-контенту)	Medialab.online Детектор медіа 24 канал tsn.ua MMR Укрінформ УНІАН Громадське Українська правда Кожен із медіапартнерів опублікував по 2 партнерські матеріали про Львівський медіафорум. Також Львівський Медіафорум зробив близько 100 постів у фейсбуці за січень-червень 2017 року, які стосувалися Львівського медіафоруму 2017.	Medialab.online Детектор медіа Радіо НВ 24 канал Загалом медіапартнери опублікували 50 партнерських матеріалів про Львівський медіафорум. Також Львівський Медіафорум зробив біля 150 постів у фейсбуці та 15 постів в Інстаграмі за січень-червень 2018 року, які стосувалися Львівського медіафоруму 2018.	(очікувані) Medialab.online Детектор медіа 24 канал UA:Перший Громадське телебачення Медіапартнери опублікують не менше 60-ти матеріалів про VII Львівський медіафорум У соціальних мережах буде опубліковано не менше 300 постів, котрі стосуються проведення ЛМФ
Залучені партнерства (від 3 до 7)	1. Грантодавець: National Endowment for Democracy. Проект: Зміцнення незалежних медіа в Україні через покращення навичок медіаменеджменту серед журналістів. Бюджет – 36 000 доларів. Тривалість проекту: 1 лютого 2017 – 31 липня 2017. 2. Грантодавець: Фонд розвитку ЗМІ. Проект: Сприяння обміну досвідом між американськими та українськими журналістами під час V Львівського медіафоруму. Бюджет – 20 126 доларів. Тривалість проекту: 19 травня 2017 – 18 липня 2017. 3. Грантодавець: The Black Sea Trust for Regional Cooperation. Проект фонду Джермана Маршала. Проект: Підтримка медіа як	1. Грантодавець: National Endowment for Democracy. Проект: Фінансова незалежність українських медіа як інструмент демократичного розвитку України. Бюджет - 74 500 доларів; Тривалість проекту: 1 лютого 2018 - 31 січня 2019. 2. Грантодавець: Visegrad Fund. Проект: Підтримка сталого демократичного розвитку через виховання нового покоління журналістів. Бюджет - 63 700 євро; Тривалість проекту: 1 березня 2018 - 28 лютого 2019 3. Грантодавець: Фонд розвитку ЗМІ при посольстві США. Проект: Залучення американського медіадосвіду до розвитку незалежних українських медіа. Бюджет - 28 006 доларів; Тривалість проекту: 1 березня 2018 - 30 червня 2018.	(очікувані) УКФ Outriders Facebook NATO Представництво ЄС в Україні Рада Європи UN Women Загалом, кількість партнерств зросте майже вдвічі у порівнянні з попереднім роком



	платформи для суспільних змін. Бюджет – 62 280 доларів. Тривалість проекту: 27 лютого 2017 – 27 листопада 2017. 4. Грантодавець: Представництво Європейського Союзу в Україні. Проект: Комунікація найкращих практик ЄС у регіональних медіа України. Бюджет – 14 900 євро. Тривалість проекту: 2 грудня 2016 - 2 липня 2017.	4. Грантодавець: Представництво Єврокомісії в Україні. Проект: Комунікація найкращих практик ЄС у регіональних медіа України. Бюджет – 14 900 євро. Тривалість проекту: 4 грудня 2017 - 4 липня 2018. 5. Грантодавець: Український культурний фонд. Проект: Зміцнення соціальних зв'язків між Україною та Голландією через обмін досвідом у сфері культури мандрів. Бюджет - 148 480 UAH. Тривалість проекту: 1 вересня 2018 - 20 листопада 2018. 6. Грантодавець: Координатор проектів ОБСЄ в Україні. Проект: Регіональні та локальні медіа: оцінка найкращих практик. Бюджет - 9 740 євро. Тривалість проекту: 25 жовтня 2018 - 20 грудня 2018.	
Географічне охоплення	13 країн Європи та США	15 країн Європи та США	(очікувані) 15 країн Європи, США та Азії
Заходи (основні в рамках події)	38 подій в рамках Медіафоруму	46 подій в рамках Медіафоруму	(заплановані) Не менше 50-ти подій в рамках Медіафоруму

Якісні	2017	2018	2019
Охоплення аудиторії учасників (кластерування: за соціальними, віковими, професійними тощо показниками)	Вік: від 18 до 35 років Стать: 69% – жінки, 31% – чоловіки Професія: журналісти, редактори, працівники прес-служб, видавці, рекламисти, smm-менеджери, pr-менеджери, блогери. Проживання: Україна (великі міста: Львів, Київ, Харків, Одеса та Івано-Франківськ), Польща, США та Німеччина.	Вік: від 18 до 45 років Стать: 69% – жінки, 31% – чоловіки Професія: журналісти, редактори, працівники прес-служб, видавці, рекламисти, smm-менеджери, pr-менеджери, блогери, графічні дизайнери, кінорежисери, громадські активісти, культурологи. Проживання: Україна (великі міста: Львів, Київ, Харків, Одеса, Дніпро, Івано-Франківськ), Польща, США та Німеччина.	(очікувані) Вік: від 18 до 50 років Стать: 69% – жінки, 31% – чоловіки Професія: журналісти, редактори, працівники прес-служб, видавці, рекламисти, smm-менеджери, pr-менеджери, блогери, IT-працівники, стартапери, VR-спеціалісти, графічні дизайнери, культурні менеджери. Проживання: Україна (великі міста: Львів, Київ, Харків, Одеса, Дніпро, Запоріжжя, Ужгород та Івано-Франківськ), Польща, США, Німеччина, Чехія, Угорщина, Румунія, Фінляндія Окрім того, на цьогорічному форумі окремо буде представлена тематика, орієнтована на дитячу аудиторію, присвячена Міжнародному дню захисту дитини (1 червня).
Медіа охоплення (канали комунікації)	У 2017-му ГО шукала медіапартнерства з усіма топовими українськими онлайн-видаваннями. Однак виявилось, що така співпраця неефективна, оскільки слабо охоплювала	У 2018-му ГО залишила серед медіапартнерів тільки Medialab.online та Детектор медіа, оскільки вони працюють безпосередньо з аудиторією Медіафоруму. Саме ці видання публікували десятки матеріалів	У 2019-му ГО "Львівський медіафорум" планує продовжити співпрацю із традиційними партнерами Medialab.online, Детектор медіа та 24 канал. Ідуть переговори про

	цільову аудиторію Медіафоруму (працівники медіа та креативних індустрій), а опубліковані в онлайн-виданнях партнерські матеріали давали всього по 2-3 переходи на сайт Медіафоруму. Основна комунікація проходила у фейсбуці, де у Медіафоруму - найактивніша аудиторія. Саме фейсбук вона обрала каналом отримання всіх новин про Медіафорум.	про спікерів та події, які відбудуться на ЛМФ 2018. 24 канал, традиційно, залишився єдиним представником ТБ-індустрії, що висвітлює Медіафорум (аудиторія каналу частково збігається з аудиторією Медіафоруму, оскільки 24 має високі рейтинги серед підприємців, які є і частими відвідувачами Медіафоруму). Також партнером стало Радіо НВ, яке на той момент було щойно засноване, будувало імідж радіо, яке мовить для активних та інтелектуальних українців. Щодо соцмереж, то ГО почала поступово залучати Інстаграм до промоції події, оскільки ця соцмережа - найпопулярніша у тій віковій категорії, під яку підпадає аудиторія ЛМФ.	медіапартнерство з UA:Суспільне, яке наразі є найпрогресивнішим телеканалом України. До партнерства може долучитися і холдинг 1+1, який є найпопулярнішим телеканалом України, відповідно, може суттєво розширити впізнаваність бренду ЛМФ серед українців. Цьогоріч ГО значно розширює просування події через соцмережі. Зокрема, окрім вже традиційних Фейсбуку та Інстаграму, почала активно вести Твіттер та запланувала створити Telegram-канал.
Залучені партнерства (національні/міжнародні, короткотривалі/довготривалі тощо)	Окрім донорів, ГО у 2017 році співпрацювала із чотирьома громадськими організаціями з причорноморського регіону: румунським та молдовським відділами CIJ, грузинською Media Development Foundation, турецькою Aguyad. Ці організації робили відбір учасників на Медіафорум у своїх країнах. А також рекомендували яскравих спікерів-представників креативних індустрій зі своїх країн для Медіафоруму 2017. Завдяки партнерам участь у Медіафорумі 2017 взяло 20 учасників із зазначених країн.	Окрім донорів, ГО у 2018 році співпрацювала із чотирьома громадськими організаціями з країн Вишеградської четвірки: Outriders (Польща), Slovak Security Policy Institute (Словаччина), European Values think tank (Чехія), угорським відділенням CIJ. Ці організації робили відбір учасників на Медіафорум у своїх країнах. А також рекомендували яскравих спікерів-представників креативних індустрій зі своїх країн для Медіафоруму 2018. Завдяки партнерам участь у Медіафорумі 2018 взяло 20 учасників із зазначених країн. Також до події було залучено діаспорну спільку українських журналістів UJNA. Завдяки партнерству ЛМФ 2018 відвідав топовий канадський розслідувач Віктор Малярек.	У 2018 році одним із головних іноземних партнерів Медіафоруму стане польська організація Outriders. Вона проведе в рамках Медіафоруму зустріч своєї мережі журналістів Outriders meetup. Ці зустрічі проходять раз на п'ять років у різних кутках світу. Учасники meetup приїдуть до Львова з усього світу. Також Медіафорум долучає до партнерства такі міжнародні програми як ООН Жінки та програму Ради Європи по дослідженню впливу соцмереж на вибори. Вперше до програми буде залучено представників комунікаційного блоку НАТО, які спробують переконати аудиторію, що хоча НАТО - військова організація, вона тратить великі зусилля на дослідження світового інформаційного поля та на вибудовування ефективних стратегій комунікації онлайн.
Географічне охоплення (регіонального, національного та міжнародного рівнів)	13 країн Європи та США	15 країн Європи та США	Не менше 15 країн Європи та США. Окрім того, вперше в Україну приїде представниця азійських медіа - Крістен Хан із Сингапуру розповідатиме про те, як тамтешні медіаменеджери створюють не просто видання, а об'єднують навколо них активні спільноти.
Розширення програми події (за рахунок включення нових напрямів/секторів культури)	В 2017 році вперше Львівський медіафорум включив у програму події тематичний потік	До традиційних форматів форуму додалися також позапрограми культурної події, зокрема Фестиваль	Цьогоріч на форумі буде представлена тематична програма для Міжнародного дня захисту дітей. Спікери

	"Культура", де культурні менеджери та журналісти дискутували про висвітлення культурних подій у засобах масової інформації	рекламодержів та концерти українських гуртів	говоритимуть про споживання медіаконтенту та культурних продуктів дітьми, а також захист дітей від шкідливого впливу соціальних мереж
--	--	--	---

Гонча ГО
Львівський медіафорум
Опона В.В.



Комунікаційна стратегія (не більше трьох сторінок)

Інструкція для заявника:

Надати детальний план комунікаційної стратегії знакової події.

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ LVIV MEDIA FORUM 2019

Позиціонування: Головна медіаподія року в Україні

Цільова аудиторія: Молоді люди, віком від 18 до 50 років – журналісти, редактори, працівники прес-служб, видавці, рекламисти, smm-менеджери, rg-менеджери, блогери. В основному проживають в Україні (Найбільша кількість – Львів, Київ, Харків, Одеса та Івано-Франківськ), а також країнах Центрально-Східної Європи.

Окрема увага приділятиметься залученню комунікаційних менеджерів культурних та креативних індустрій. Через партнерські організації та медіа, але також і через індивідуальні запрошення відвідати Форум, організатори планують запросити на форум представників креативного класу та державних, муніципальних і приватних культурних інституцій, аби ті могли повною мірою скористатися освітніми та нетворкінговими можливостями події. Зокрема, організатори розішлють не менше 50 запрошень безкоштовно відвідати форум для комунікаційних менеджерів культурних хабів та установ з різних регіонів України. Також програма форуму складена таким чином, аби зацікавити культурних менеджерів долучатися до події. Серед іншого, на форумі будуть представлені програми фінансової підтримки культурних та медійних проєктів, а також презентація успішних видань про культуру (don't Take Fake та Потоп) та кейс суспільного мовника, котрий активно прссуває якісний культурний контент через власні медійні канали.

Цілі комунікації:

- Посилити імідж Львівського медіафоруму як найбільшої медіаподії у Центрально-Східній Європі;
- Розширити аудиторію Львівського медіафоруму, забезпечити участь у події різних зацікавлених груп учасників (журналісти, комунікаційні менеджери, фахівці культури та креативних індустрій, SMM-менеджери і т.д.) з України та з-за кордону.
- Повідомити потенційних учасників про можливості розвитку, освіти та створення нових професійних зв'язків в рамках Медіафоруму.
- Забезпечити участь мешканців міста у відкритих заходах медіафоруму, що мають культурне значення (презентація книжки Тоні Джадта "Роздуми про XX століття", презентація документального серіалу "Бабісітери президента") через рекламу відкритих подій на онлайн афішах та вебресурсах міста.
- Поширити інформацію про успішні практики проєкту через тематичні публікації у регіональних та національних ЗМІ.

Оскільки комунікація ЛМФ ведеться двома мовами (українською та англійською), Форум має значний вплив на формування позитивного культурного іміджу України.

Завдання комунікації:

- Налагодити систематичність оновлення інформації про Львівський медіафорум, що допоможе збільшити інформаційну присутність в медіаполі та дозволить підтримувати інформування про подію (завдяки регулярному сновленню сторінки та розміщення унікальних матеріалів).
- Забезпечити присутність якісної, важливої та актуальної інформації про ЛМФ 2019 на шпальтах медіапартнерів (медіапартнери перелічені нижче).

Основні меседжі:

- Lviv Media Forum – головна подія медіасвіту, у якій немає аналогів в Україні.
- Lviv Media Forum – майданчик для змістовних дискусій представників медіа та креативних індустрій.
- Lviv Media Forum – місце формування професійної спільноти та нетворкінгу.

Tone of voice бренду: Дружній, розповідаємо просто і доступно про актуальне та цікаве для розвитку та самовдосконалення медійників та представників креативних індустрій.

Основні канали комунікації: Соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram, месенджери), електронні розсилки, сторінки лідерів думок, сайт для журналістів Medialab.online, співпраця з медіапартнерами, власний сайт події (<http://vivmediaforum.com/2019/>)

Медіапартнери: UA:Суспільне, Громадське ТВ, Детектор Медіа, Medialab.online.

Окрім того, природне поширення інформації про форум забезпечить аудиторія події – журналісти, блогери, комунікаційні менеджери, котрі мають активні профілі у соціальних мережах та комунікують із власною аудиторією у Facebook, Instagram, Youtube. Більшість із них публікують фото із події, цитати спікерів, відгуки та розповідають про подію друзям та підписникам.

Основні етапи втілення комунікаційної стратегії:

- Створення унікального контенту для соц.мереж, сайту та e-mail розсилок (роз'яснення фокусної теми форуму, інформація про спікерів, інформація про особливості цього річної події, тематичні підбірки з корисними ресурсами, додатками та книгами для медійників).

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду

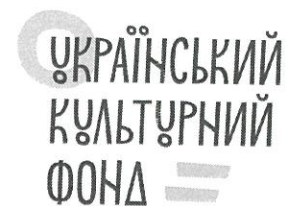


2. Розповсюдження контенту через основні канали комунікації.
3. Залучення лідерів думок для промоції LMF (Лідери думок: радіоведучий Андрій Куликов, історик Ярослав Грицак, розслідувачка Анна Бабінець, медіаексперт Отар Довженко, репортеристка Марічка Паплаускайте, спікер Єврокомісії Крістіан Шпар, засновник Школи журналістики УКУ Ігор Балинський).
4. Комунікація з учасниками через емейл-розсилку, який буде розсилатися кожні два тижні; через месенджери та електронну пошту.
5. Створення телеграм-бота для поширення програми LMF.
6. Комунікація із медіапартнерами: формування стратегії промоції події на сторінках медіапартнерів, забезпечення журналістів із видань медіапартнерів інформацією про спікерів, теми їхніх виступів та заплановані сайд-іvents; моніторинг появи матеріалів про ЛМФ 2019 у виданнях-медіапартнерах.
7. Створення та поширення у соціальних мережах та на сайті <http://lvivmediaforum.com/2019/> відеоролика з промоцією події.
8. Інтерв'ю представника оргкомітету LMF для партнерського медіа
9. Поширення інформації після події: домовленості із медіапартнерами, згідно з якими конспекти та інтерв'ю зі спікерами Медіафоруму вони будуть публікувати ще впродовж трьох місяців після події

Голова ГО
Львівський медіафорум
Опоне О.В.



Додаток № 6
до Договору про надання гранту № 163317
від 13 травня 2019 р.



Програма "Знакові події для української культури"

Назва Заявника: Громадська організація "Львівський медіафорум"

Назва проекту: VII Львівський медіафорум 'Медіаефекти цифрової ери'

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
1	Український культурний фонд	74,74%	908100,00
2	Співфінансування* :	25,26%	306840,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника	13.40%	162840,00
2.6.	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)	11.85%	144000,00
	Всього	100,00%	1214940,00

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



Група похови
Львівський медіафорум
Роберт Р.В.
ауф

Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум

Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіаефекти цифрової ери"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УДФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки							
				Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	6	Кількість/ Період	Вартість/ Період	Загальна сума, грн. (=7*8)	9	Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн.	Загальна сума, грн. (=10*11)	12			Кількість д	Вартість за одиночку, грн.
Стовпці:	1	2	3	4	5	6		7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17
Розділ:	I	Надходження:																	
Пункт:	1.1	Грант УДФ				908 100,00													908 100,00
Пункт:	1.2	Місцевий бюджет				-													-
Пункт:	1.3	Інші інституційні донори				-													-
Пункт:	1.4	Приватні донори				-													-
Пункт:	1.5	Власні кошти організації-заявника				-						138,00	1 180,00	162 840,00					162 840,00
Пункт:	1.6	Кошти організації-партнерів				-													-
Пункт:	1.7	Рейнвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)	гривень			-		80,00	1 800,00	144 000,00									-
Всього по розділу I "Надходження":						908 100,00				144 000,00				162 840,00					1 214 940,00
Розділ:	II	Витрати:																	
Підрозділ:	1	Гонорари та авторські винагороди																	
Стаття:	1.1	Гонорари																	
Пункт:	а	Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)	місяців			-													-
Пункт:	б	Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)	місяців			-													-
Пункт:	в	Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)	місяців			-													-
Всього по підрозділу 1 "Гонорари та авторські винагороди":																			
Підрозділ:	2	Оплата праці																	
Стаття:	2.1	Штатні працівники																	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-													-



Зроблено розрахунок кошторису витрат по гранту Львівський медіафорум
Михайлик О.В. Дир.

Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

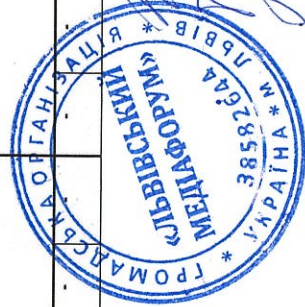
Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум
Назва проекту: VII Львівський медіафорум 'Медіафакти цифрової ери'

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УДФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн	5	6	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн	8	9	Кількість /Період	Вартість за одиницю, грн	11	12		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Пункт:	6	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Стаття:	2.2	За трудовими договорами			-	-		-	-		-	-		-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Стаття:	2.3	За договорами ЦПХ			-	-		-	-		-	-		-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-			-			-			-	-	
Всього по підрозділу 2 "Оплата праці":					-	-		-	-		-	-		-	-	-	
Підрозділ:	3	Соціальні внески															
Стаття:	3.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців		-	-		-	-		-	-		-	-	-	
Пункт:	а		місяців			-			-			-			-	-	
Всього по підрозділу 3 "Соціальні внески":					-	-		-	-		-	-		-	-	-	
Розділ:	4	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)															
Стаття:	4.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)			-	-		-	-		-	-		-	-	-	

Організація

Листопад 2024



*Потурмаєв Геннадій
ПІБ Львівський медіафорум
Миронів О.В.*

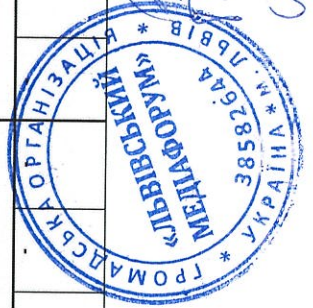
Додаток № 6

до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум
Назва проекту: VII Львівський медіафорум 'Медіафакти цифрової ери'

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/ Період	Вартість за одиноцю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/ Період	Вартість за одиноцю, грн. (=7*8)	Загальна сума, грн. (=10*11)	Кількість за одиноцю (=13*14)	Вартість за одиноцю (=13*14)	Загальна сума, грн. (=13*14)					
Стовпчик:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Пункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-			-			-			-	-	
Пункт:	в	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-			-			-			-	-	
Стаття:	4.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-			-			-			-	-	
Стаття:	4.3	Добові (для штатних працівників)				-			-			-			-	-	
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-			-			-			-	-	
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-			-			-			-	-	
Всього по підрозділу 4 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ:	5	Обладнання і нематеріальні активи															
Стаття:	5.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	



*Решення комісії
ГР Львівський медіафорум
Михайло О.В.*

Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум
Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіафакти цифрової ери"

Розділ: Підозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УФО				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки							
				Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)		Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн	Загальна сума, грн. (=7*8)		Кількість за Період	Вартість за одиночку, грн	Загальна сума, грн. (=10*11)				Кількість за Період	Вартість за одиночку, грн
Стовпці:	1	2	3	4	5	6		7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17
Пункт:	а	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-				-				-				-	
Пункт:	б	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-				-				-				-	
Пункт:	в	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-				-				-				-	
Стаття:	5.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту грантоотримувача				-				-				-				-	
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)				-				-				-				-	
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)				-				-				-				-	
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи				-				-				-				-	
Всього по підрозділу 5 "Обладнання і нематеріальні активи":						-				-				-				-	
Підрозділ:	6	Витрати пов'язані з орендою				-				-				-				-	
Стаття:	6.1	Оренда приміщення				-				-				-				-	
Пункт:	а	Оренда офісного приміщення до 60-ти кв.м. для творчо-виробничої команди організаторів Львівського медіафоруму	місяців			-		3,00	12 000,00	36 000,00				-				36 000,00	
Пункт:	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, днів)			-		3,00	12 000,00	36 000,00				-				36 000,00	
Пункт:	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, днів)			-				-				-				-	



*розрахунок нових
ввіваний перерахунок
Мироненко Д.В.*

Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум
Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіаефекти цифрової ери"

Розділ: Підозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УДФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки							
				Кількість/ Період	Вартість за одиноцю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)		Кількість/ Період	Вартість за одиноцю, грн	Загальна сума, грн. (=7*8)		Кількість/ Період	Вартість за одиноцю, грн	Загальна сума, грн. (=10*11)					
Стовпці:	1	2	3	4	5	6		7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17
Стаття:	6.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		171,00	122 890,00	321 190,00		-	-	-		-	-	-	-	-	-	321 190,00	
Пункт:	a	Система синхронного перекладу - центральний блок, передавачі, 1 кабінка, приймач делегата з навушниками на 800 осіб на перший день форуму (загальний потік)	шт.	1,00	38 000,00	38 000,00				-				-			-	38 000,00	
		Система синхронного перекладу (центрального блоку, передавачів, 1 кабінка, приймач делегата з навушниками на 200 осіб) з розрахунком на 4 паралельні сесії	шт.	4,00	11 300,00	45 200,00												45 200,00	
		Радіомікрофон Sennheiser (ручний, гарнітура), ціна вказана з розрахунком на 3 дні оренди	шт.	8,00	600,00	4 800,00												4 800,00	
		Ноутбук для відтворення відеороликів для чотирьох паралельних тематичних потоків	шт.	4,00	900,00	3 600,00												3 600,00	
		Пульт Roland V-1HD (підключення до 4-х джерел сигналу) (ціна з розрахунком на три дні оренди)	шт.	1,00	4 200,00	4 200,00												4 200,00	
		Пульт мікшерний Soundcraft, з розрахунком на 2 дні оренди	шт.	4,00	800,00	3 200,00												3 200,00	
		Озвучка: Колонки Electro Voice ZLX 12P	шт	4,00	400,00	1 600,00												1 600,00	
		Сабвуфер RCF HDL 20-A Active Line Array Module Speaker	шт	4,00	1 000,00	4 000,00												4 000,00	
		Активний сабвуфер RCF 8004 AS Active Sub	шт	4,00	700,00	2 800,00												2 800,00	
		RCF SMA Active Stage Monitor	шт	1,00	890,00	890,00												890,00	



*Вартість позови
"Робіт всьох періодів"
Мешковий О.В. Сергій*

Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум
Назва проекту: VII Львівський медіафорум 'Медіаефекти цифрової ери'

Розділ: Підозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКО			Витрати за рахунок Співфінансування			Витрати за рахунок Співфінансування			Витрати за рахунок Співфінансування			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/ Період	Вартість за одиночку, (=7*8)	Загальна сума, грн. (=7*8)	Кількість /Період	Вартість за одиночку, (=10*11)	Загальна сума, грн. (=10*11)	Кількість /Період	Вартість за одиночку, (=13*14)	Загальна сума, грн. (=13*14)		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		Мікшер Behringer X32	шт	1,00	2 000,00	2 000,00										2 000,00	
Пункт:	6	Стейджбокс Behringer S32	шт	1,00	700,00	700,00										700,00	
		Блок живлення NYSA 32Ax16Ax4 Shuko Power Splitter	шт	4,00	200,00	800,00										800,00	
		Кабель живлення mm2 40m	шт	6,00	200,00	1 200,00										1 200,00	
		Cairlio Coemar Wash Halo Moving Head Wash	шт.	20,00	600,00	12 000,00										12 000,00	
		Пржектор Martin Rush LED Par	шт	40,00	200,00	8 000,00										8 000,00	
		Fractal Lights 24" 3W Led Bar	шт	40,00	200,00	8 000,00										8 000,00	
		Контролер Sun Lite Suite 2 DMX 512	шт	4,00	500,00	2 000,00										2 000,00	
		Плазма-суфлер 42"	шт	3,00	700,00	2 100,00										2 100,00	
		LED екран WIZIO, розмір 5 x 3 м, розмір крапки 4 мм	день	3,00	28 000,00	84 000,00										84 000,00	
		LED екран WIZIO, розмір 3 x 3 м, розмір крапки 8 мм	день	3,00	13 000,00	39 000,00										39 000,00	



*Завдання покласти
М.В.Бовсень перерахує
Михайлик О.В. Директор*

Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум
Назва проєкту: VII Львівський медіафорум "Медіаефекти цифрової ери"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКОФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проєкту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки							
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	6	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн. (=7*8)	Загальна сума, грн. (=10*11)	12	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн. (=13*14)	Загальна сума, грн. (=13*14)	15				
Стовпці:	1	2	3	4	5	6		7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17
		Металоконострукція під екран 3*5 м	день	3,00	4 000,00	12 000,00												12 000,00	
		Металоконострукція під екран 3*3 м	день	3,00	3 500,00	10 500,00												10 500,00	
		Мікрофон-петличка, із розрахунку на 3 дні оренди	шт.	2,00	300,00	600,00												600,00	
		Оренда конструкції сцени 3*6 м з покриттям та підсвіткою	день	3,00	10 000,00	30 000,00												30 000,00	
Стаття:	6.3	Оренда транспорту		-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	-	
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)																
Пункт:	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)																
Пункт:	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)																
Стаття:	6.4	Оренда «цілі» послугозачисел		-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																	
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																	
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																	
Стаття:	6.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-		-	-	-		-	-	-		-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																	
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																	



Враховано
ГО Львівський медіафорум
Мельник О.В. Дев'ятим

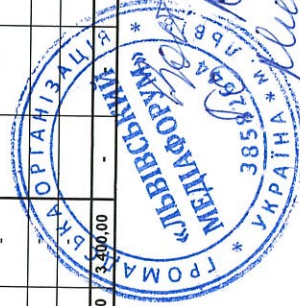
Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум

Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіаефекти цифрової ери"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УОФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/ Період	Вартість за одержувану, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	6	Кількість/ Період	Вартість за одержувану, (=7*8)	9	10	11	12	13	14		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6		7	8	9						16	17
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)															
Всього по підрозділу 6 "Витрати пов'язані з орендою":				171,00	122 890,00	321 190,00		3,00	12 000,00	36 000,00						357 190,00	
Підрозділ:	7	Витрати на харчування та напої															
Стаття:	7.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо		800,00	50,00	40 000,00										40 000,00	
Пункт:	а	Каові перерви для 800 осіб на 3 дні форуму	чол.	800,00	50,00	40 000,00										40 000,00	
Пункт:	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.														
Пункт:	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.														
Всього по підрозділу 7 "Витрати на харчування та напої":				800,00	50,00	40 000,00										40 000,00	
Підрозділ:	8	Матеріальні витрати															
Стаття:	8.1	Основні матеріали та сировина															
Пункт:	а	Найменування	шт.														
Пункт:	б	Найменування	шт.														
Пункт:	в	Найменування	шт.														
Стаття:	8.2	Інші, накопичувачі						1,00	3 400,00	3 400,00						3 400,00	
Пункт:	а	Power Bank для ноутбука	шт.					1,00	3 400,00	3 400,00						3 400,00	
Пункт:	б	Найменування	шт.														
Пункт:	в	Найменування	шт.														
Стаття:	8.3	Інші матеріальні витрати															
Пункт:	а	Найменування	шт.														
Пункт:	б	Найменування	шт.														
Пункт:	в	Найменування	шт.														
Всього по підрозділу 8 "Матеріальні витрати":								1,00	3 400,00	3 400,00						3 400,00	



Міжбанківський переказ
Панович О.В.

Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум
Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіаефекти цифрової ери"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УФО				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки							
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	6	Кількість/Період	Вартість за одиницю, (=7*8)	Загальна сума, грн. (=10*11)	12	Кількість/Період	Вартість за одиницю, (=13*14)	Загальна сума, грн. (=13*14)	15				
Стовпці:	1	2	3	4	5	6		7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17
Підрозділ:	9	Поліграфічні послуги																	
Стаття:	9.1	Послуги із виготовлення:		812,00	3 535,00	48 500,00		800,00	25,00	20 000,00		-	-	-	-	-	-	68 500,00	
Пункт:	а	Виготовлення макетів брошури з програмою (укр. та англ.), банерів, іменних бейджів	послуга	5,00	2 000,00	10 000,00												10 000,00	
Пункт:	б	Нанесення логотипів	шт.			-												-	
Пункт:	в	Друк брошур	шт.			-												-	
Пункт:	г	Друк буклетів з програмою	шт.			-		800,00	25,00	20 000,00								-	
Пункт:	д	Друк листівок	шт.			-												-	
Пункт:	е	Друк плакатів	шт.			-												-	
Пункт:	є	Друк банерів	шт.	7,00	1 500,00	10 500,00												-	
Пункт:	ж	Друк інших роздаткових матеріалів (нотатник)	шт.	800,00	35,00	28 000,00												10 500,00	
Пункт:	з	Послуги копірайтера	шт.			-												28 000,00	
Пункт:	и	Інші поліграфічні послуги	шт.			-												-	
Всього по підрозділу 9 "Поліграфічні послуги":				812,00	3 535,00	48 500,00		800,00	25,00	20 000,00		-	-	-	-	-	-	68 500,00	
Підрозділ:	10	Послуги з просування																	
Пункт:	а	фото-, відеореєстрація протягом трьох днів на 4-х паралельних тематичних потоках	послуга	2,00	19 000,00	38 000,00												38 000,00	
Пункт:	б	рекламні витрати				-												-	
Пункт:	в	SMM, SO (SEO) ФОП Краченко	місяців	3,00	7 800,00	23 400,00												23 400,00	
Пункт:	г	Створення текстового і мультимедійного контенту з просування події та її результатів на сайті http://lvivmediatour.com/2019/ ФОП Довженко	місяців			-		3,00	19 000,00	57 000,00								57 000,00	
Всього по підрозділу 10 "Послуги з просування":				5,00	23 800,00	59 400,00		3,00	19 000,00	57 000,00		-	-	-	-	-	-	116 400,00	
Підрозділ:	11	Створення web-ресурсу																	
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту				-												-	



Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум

Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіаефекти цифрової ери"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКО				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	6	Кількість/Період	Вартість за одиницю, (=7*8)	9	10	11	12	13	14		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6		7	8	9							17
Пункт:	6	Витрати з обслуговування сайту http://lvivmediaforum.com/2019/	місяців	3,00	6 000,00	18 000,00										13 000,00	
Всього по підрозділу 11 "Створення веб-ресурсу":				3,00	6 000,00	18 000,00										13 000,00	
Підрозділ:	12	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації															
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт														
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт														
Всього по підрозділу 12 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":																	
Підрозділ:	13	Послуги з перекладу															
Пункт:	а	Усний переклад 1 день - 3 год перекладу на загальному потоці, 2 та 3 день - по 6 годин на 4-х паралельних потоках	година	51,00	1 400,00	71 400,00										71 400,00	
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка														
Пункт:	в	Письмовий переклад програми та інформаційних повідомлень на сайті http://lvivmediaforum.com/2019/	сторінка	30,00	200,00	6 000,00										6 000,00	
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка														
Всього по підрозділу 13 "Витрати з перекладу":				81,00	1 600,00	77 400,00										77 400,00	
Підрозділ:	14	Адміністративні витрати															
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги ФОП Христина	місяців	4,00	10 000,00	40 000,00										40 000,00	
Пункт:	б	Юридичні послуги ФОП Гордійський	консультація	30,00	600,00	18 000,00										18 000,00	
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	24 300,00	24 300,00										24 300,00	



*Група медіа-агентств
«Медіафорум»
Львівський медіафорум
Мирнов О.В.*

Додаток № 6

до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум

Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіаефекти цифрової ери"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УОФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки					
				Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн.	Загальна сума, грн. (=7*8)	Кількість /Період	Вартість за одиночку, грн.	Загальна сума, грн. (=10*11)	Кількість /Період	Вартість за одиночку, грн.	Загальна сума, грн. (=13*14)		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Пункт:	г	Послуги з організації події ФОП Подольак, ФОП Голубовська, ФОП Клінова	послуга	3,00	20 000,00	60 000,00										60 000,00	
Пункт:	д	Консультаційні послуги з управління проектом ФОП Липинська	місяць	3,00	9 500,00	28 500,00										28 500,00	
Пункт:	е	Консультаційні послуги з формування цілісної концепції програми Форуму та окремих тематичних потоків ФОП Палаукайте	послуга	1,00	16 000,00	16 000,00			-			-			-	16 000,00	
Всього по підрозділу 14 "Адміністративні витрати":				42,00	80 400,00	186 800,00			-		-		-		-	186 800,00	
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати															
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення			51,00	25 180,00			-		-		-		-	34 000,00	
Пункт:	а	Монтаж проморолика LMF (анімація)	шт.	1,00	25 000,00	25 000,00			-		-		-		-	25 000,00	
Пункт:	б	Монтаж ролика	шт.						-		-		-		-	-	
Пункт:	в	Створення графіки (заставки) для панельних дискусій та виступів ФОП Васьків-Кукул	шт.	50,00	180,00	9 000,00			-		-		-		-	9 000,00	
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування			-				-		-		-		-	-	
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.						-		-		-		-	-	
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт.						-		-		-		-	-	
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.						-		-		-		-	-	
Стаття:	14.3	Видані послуги			-				-		-		-		-	-	
Пункт:	а	Послуги коректора	екземпляр						-		-		-		-	-	
Пункт:	б	Послуги верстки	екземпляр						-		-		-		-	-	

Державна організація



Додаток № 6
до Договору про надання гранту № _____
від _____ 2019 р.

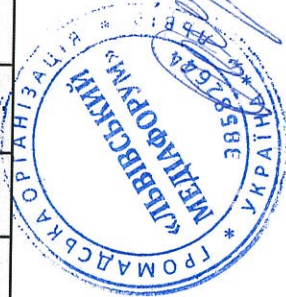
Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ГО Львівський медіафорум

Назва проекту: VII Львівський медіафорум "Медіафакти цифрової ери"

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УОФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ				
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки									
				Кількість/Період		Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/Період		Вартість за одиницю, грн. (=7*8)	Загальна сума, грн. (=7*8)	Кількість/Період		Вартість за одиницю, грн. (=10*11)	Загальна сума, грн. (=10*11)			Кількість за період		Вартість за одиницю, грн. (=13*14)	Загальна сума, грн. (=13*14)
				4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15						
Стовпці:	1	2	3																		
Пункт:	в	Друк книг	екземпляр			-															
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр			-															
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр			-															
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		290,00	24 021,00	122 810,00	120,00	230,00	27 600,00	138,00	1 180,00	162 840,00	-	-	-	-	-	-	313 250,00		
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-															
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)				-															
Пункт:	в	Банківська комісія за перекази	переказ	150,00	1,00	150,00													150,00		
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування				-															
Пункт:	д	Інші банківські послуги	закриття рахунку	1,00	300,00	300,00													300,00		
Пункт:	е	Послуги з виготовлення сувенірних наборів для спікерів та гостей LMF	набір				120,00	230,00	27 600,00										27 600,00		
		Послуги з тимчасового розміщення спікерів та гостей LMF, а саме послуги з організації проживання 48 осіб на 3 доби	доба	138,00	720,00	99 360,00				138,00	1 180,00	162 840,00							262 200,00		
		Послуги з прибирання території та приміщення для проведення LMF	послуга	1,00	23 000,00	23 000,00													23 000,00		
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				341,00	49 201,00	156 810,00	120,00	230,00	27 600,00	138,00	1 180,00	162 840,00	-	-	-	-	-	-	347 250,00		
Всього по розділу II "Витрати":						908 100,00			144 000,00			162 840,00						-	1 214 940,00		

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ



Згодом Юрій
Ю. Лавренко
Директор Д.В.