

ДОГОВІР № 320700
про надання гранту

м. Київ

« 31 » липня 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 ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПРОДАКШН №1» (далі – Грантоотримувач) в особі директора Чернюка Андрія Ігоревича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

І. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурного проекту «Сценарна розробка повнометражного художнього фільму «Щедрик» та створення презентаційного пакету майбутнього фільму» (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.

ІІ. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 31 жовтня 2019 року.
2. Проект реалізується поетапно згідно з графіком, визначеним у пункті 11 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.

ІІІ. СУМА ГРАНТУ ТА ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 227 127 грн. 00 коп. (один мільйон двісті двадцять сім тисяч сто двадцять сім гривень 00 копійок) без ПДВ.
2. Попередню оплату від загальної суми гранту Фонд перераховує у таких розмірах та у такі строки:

383 138 грн. 00 коп. (триста вісімдесят три тисячі сто тридцять вісім гривень 00 копійок) без ПДВ не пізніше ніж до 15 серпня 2019 року.

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 кінотовиробництвом);

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 прсмислової 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 торгово-промислові палати в Україні».
2. У разі настання таких обставин кожна зі Сторін має повідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

1. Тлумачення умов цього Договору здійснюється відповідно до норм чинного законодавства України.
2. Усі спори або розбіжності, що 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.kino@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Чернюк Андрій Ігоревич, координатор проекту

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 під час виконання цього Договору.

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати

національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пропорційності, ефективного фінансового управління, рівного ставлення і відсутності дискримінації.

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

- додаток 1 – проектна заявка;
- додаток 2 – 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

Виконавчий директор


М.П.  Ю.О. Федів

Грантоотримувач

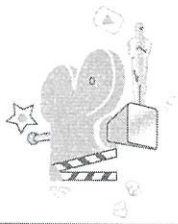
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«ПРОДАКШН №1»

Юридична адреса:
01133, м. Київ, вул. Мечникова, буд. 6
Адреса для листування:
01133, м. Київ, вул. Мечникова, буд. 6
ЄДРПОУ: 38649588
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: АТ КБ
«ПРИВАТБАНК»
Р/р: 26001056235263
МФО: 380269
Тел.: +38 (050) 446 77 10

Директор


 Чернюк А.І.

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД



Заявка на фінансування в рамках програми «Підси- лення потужності українсько- го аудіовізуального сектору»

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: ucf.in.ua
5. Оригінал заявки разом з іншими документами аплікаційного пакету надіслати на адресу: вул. Лаврська 10-12, м. Київ, 01010, Український культурний фонд, програма «Підсилення потужності українського аудіовізуального сектору» (до 18:00 22.03.2019 року)

Розділ I: Візитна картка проектної заявки

1. Конкурсна програма	«Підсилення потужності українського аудіовізуального сектору»
2. Лоти (потрібно обрати один варіант)	<input checked="" type="checkbox"/> Лот 1. Підтримка аудіовізуального сектору на етапі сценарної розробки та препродакшену <input type="checkbox"/> Лот 2. Освітні проекти у аудіовізуальному секторі <input type="checkbox"/> Лот 3. Продакшен і постпродакшен українського телепродукту <input type="checkbox"/> Лот 4. Продакшен і постпродакшен ігрових, неігрових, анімаційних фільмів <input type="checkbox"/> Лот 5. Промоція національного аудіовізуального сектору
3. Тип проекту	<input checked="" type="checkbox"/> індивідуальний проект <input type="checkbox"/> проект національної співпраці <input type="checkbox"/> проект міжнародної співпраці
3. Тип проекту	індивідуальний проект
4. Сектор культури і мистецтв	аудіовізуальне мистецтво

5.1. Назва проекту українською мовою

Сценарна розробка повнометражного художнього фільму «Щедрик» та створення презентаційного пакету майбутнього фільму.

5.2. Назва проекту англійською мовою

Script development of Feature film «Carol of the Bells» and presentation package of the future film.

6.1. Короткий опис проекту українською мовою (до 100 слів)

Кіносценарій «Щедрик» присвячений одній з найвідоміших різдвяних мелодій у світі. Проте, більшість людей не знають історію її походження. Це українська традиційна колядка - «Щедрик», написана Миколою Леонтовичем і вперше виконана в Києві 25 грудня 1916 року. Історія продовжилась 5 жовтня 1921 року, коли український хор Кошиця виконав цю колядку в Карнегі Холл у Нью-Йорку. Через п'ятнадцять років американський композитор Пітер Вільховські написав англійський текст до «Щедрика» і виконав її в 1936 в Madison Square Garden з хором у 1500 американських студентів.

Поряд із захоплюючою історією народження пісні криється легендарна історія її творців, переплетення долі людей по обидва боки океану.

Черненко А.



6.2. Короткий опис проекту англійською мовою (до 100 слів)

«Carol of the Bells» is one of the most famous melodies in the world. However, most people do not know the history of its origin. It's a Ukrainian carol «Shchedryk», written by Mykola Leontovych and performed in Kyiv on December 25, 1916. On October 5, 1921, the Koshets Ukrainian Choir, performed this carol at Carnegie Hall. 15 years later, a choir of 1500 American students performed its English version by Peter J. Wilhousky, at Madison Square Garden.

Along with the fascinating melody birth story, lies the legendary story of its creators, interweaving the fate of people on both sides of the ocean.

7. Загальний бюджет проекту (в гривнях)

1 277 127 гривень

8. Запитувана сума від Українського культурного фонду (в гривнях)

1 277 127 гривень

9. Інші джерела фінансування проекту (окрім гранту Українського культурного фонду)

Наразі йдуть перемовини про партнерство з українськими та зарубіжними компаніями щодо ко-продукції проекту, маємо зацікавленість в проекті англійської компанії Corestar Media PLC.

10. Країна, місто, регіон реалізації проекту

Україна, Київ.

11. Термін реалізації проекту

11.1. Дата початку реалізації проекту
(в рамках фінансування УКФ)
з дати підписання Договору про надання гранту

11.2. Дата завершення
(не пізніше дати подання звітності)
31 жовтня 2019 року

Розділ II: Інформація про координатора проекту

1. Прізвище, ім'я та по-батькові

Чернюк Андрій Ігорович

2. Контактні дані

2.1. Електронна пошта

2.2. Номер телефону

3. Посада в організації (Фахова спеціальність та досвід реалізації проектів у аудіовізуальному секторі)

Директор. Закінчив КНУТКІТ імені І.К. Карпенка-Карого. 2004- 2006 років - головний продюсер та головний редактор Українського Незалежного Радіо в Чикаго. 2006 - 2007 - директор та генеральний продюсер українського телеканалу в США - UATV. 2008-2010- віце-президент Національної телекомпанії України, представник телеканалу Euronews в Україні. Має багаторічний досвід роботи у створенні телевізійного контенту, телефільмів, телестав, документального кіно.

Посилання на сторінку IMDb : <https://www.imdb.com/name/nm9031040/>



Чернюк А.І.

Розділ IIIа: Інформація про організацію-заявника

1.1. Повна назва організації-заявника українською мовою
Товариство з обмеженою відповідальністю «Продакшн №1»

1.2. Повна назва організації-заявника англійською мовою
Limited liability company Production №1

2. Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Чернюк Андрій Ігорович

3. Контакти керівника

3.1. Електронна пошта

3.2. Номер телефону

4. Правова форма організації

Товариство з обмеженою відповідальністю

5. Код ЄДРПОУ організації

38649588

6.1. Юридична адреса організації

6.2. Фізична адреса організації

6.3. Поштова адреса організації

7. Веб-сайт організації, посилання на офіційні сторінки у соціальних мережах
www.production1.com.ua, <https://www.facebook.com/ProUkraineNo1/>

Розділ IIIб: Інформація про організацію-заявника

1. Основні/стратегічні напрями діяльності організації

Основною діяльністю заявника є виробництво якісного українського аудіовізуального продукту (59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм), що промотує українські традиції та водночас сприяє створенню позитивного іміджу України та посиленню впливу української культури в світі.



Чернюк А. І.

2. Обґрунтування відповідності заявленого проекту стратегічним напрямкам діяльності організації

Заявник є продакшн студією, яка має досвід реалізації кінопроектів, що мали успіх в Україні та були продемонстровані за кордоном. Проект, його тематика та історично-культурна складова є планомірним продовженням творчих наробок заявника. Сценарна розробка та створення презентаційного проекту майбутнього фільму безпосередньо відноситься до робіт і заходів, що у сукупності становлять такий вид діяльності як кіновиробництво - основний стратегічний напрямок діяльності компанії ТОВ «Продакшн №1».

3. Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проектів

ТОВ «Продакшн№1» має необхідне технічне обладнання для підготовки текстової частини проекту. Обладнання для зйомок тизеру залучається на умовах оренди. До виконання робіт з виготовлення пітчінг-буку, пошуку локацій, створення тизеру, постеру, створення ескізів костюмів та сайту проекту заявник залучає кваліфікованих підрядників, залишаючи за собою координацію і контроль.

4. Приклади найбільш успішно реалізованих проектів, попередні гранти

Науково-популярний фільм «Кобзар», що створений ТОВ «Продакшн №1» до 200-річчя від дня народження Тараса Шевченка за державним замовленням згідно Державного контракту, оповідає про життя Т.Г. Шевченка через призму прижиттєвих видань його творів.

Ігровий короткометражний фільм-дебют «Мій Хлопчику» режисера Тараса Денисенка, Short Film Corner Cannes 2016, вироблено за Державним замовленням згідно «Програми створення та розповсюдження національних фільмів на 2013/2014 рр.»

Створення режисерської розробки повнометражного неігрового фільму «Птах», фільм про Богдана Ступку, здобув грант Президента України.

Організація фестивалю класичного українського кіно "Українське поетичне літо", фінансування за рахунок Державного агентства з питань кіно України.

Розділ IV: Інформація про організацію-партнера

1.1. Повна назва організації-партнера українською мовою

1.2. Повна назва організації-партнера англійською мовою

2. Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-партнера

3. Контакти керівника	3.1. Електронна пошта	3.2. Номер телефону
-----------------------	-----------------------	---------------------

4. Правова форма організації

5. Код ЄДРПОУ організації

Черненко А.



6.1. Юридична адреса організації	6.2. Фізична адреса організації	6.3. Поштова адреса організації
----------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

7. Веб-сайт організації, посилання на офіційні сторінки у соціальних мережах

8. Основні/стратегічні напрями діяльності організації

9. Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проєктів

10. Приклади найбільш успішно реалізованих проєктів, попередні гранти

Розділ V: Інформація про партнерство(-а)

1. Обґрунтування вибору організації-партнера (організацій-партнерів)

Чому саме цей(-ці) партнер(-и) був(-ли) обраний(-ими) для реалізації спільного проєкту? Чи співпрацював заявник з ним(-и) раніше? Як реалізований проєкт вплине на розвиток організації-заявника, організації-партнера(-ів) та партнерства в цілому?

2. Розподілення ролей в партнерстві

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

Розділ VI: Детальний опис проєкту



1. Актуальність проекту

Проект «Щедрик» вперше засобами кіно розповість світу про історію створення всесвітньо відомої мелодії, на основі української традиційної колядки. Майбутній фільм представить композитора Миколу Леонтовича та його «Щедрик», як культурний бренд України. Його найвідоміша мелодія слугує поштовхом для відкриття всього пласту творчості Леонтовича. У фільмі буде звучати багато хорової музики та церковні твори композитора. Планується написати окрему сцену в Кирилівській церкві, де Леонтович займається зі студентами і у своїй лекції порівнює фреску Врубеля, де зображено 12 апостолів з дванадцятьма напівтонами, що є основою музики. Музика - це божественна мова. На церковних творах і обробках народних пісень буде зосереджено потужний акцент. У сучасному світі, саме бренд є відображенням національних культурних архетипів. Якщо за країною немає таких брендів, її складно сприймати позитивно.

Тому реалізація нашого проекту сприятиме популяризації української культури, формуванню позитивного іміджу України у світі. А також збереженню, актуалізації і популяризації національного культурного надбання, яким є всесвітньо відомий «Щедрик».

Але культурні бренди потрібні не лише на експорт. Вони необхідні й нам самим: для того, щоби ми самі могли усвідомити, ким ми є.

Шопен є брендом Польщі не тільки назовні, але і всередині Польщі також.

Бо завдяки культурному бренду зникає комплекс меншовартості країни.

Наприклад, бренд Мсцарта приносить близько 20 % прибутку в австрійський бюджет.

На соціоісторичному рівні культурний бренд — це розуміння вартості нації.

Якщо забрати у Франції сто імен — що залишиться від Франції? Країна об'єднується як нація й живе свідомістю своєї культурної спадщини.

У той самий час, ми маємо багато відомих у всьому світі, але прихованих українських культурних брендів.

Наш «Щедрик» дуже відомий у світі бренд, але про те, що він є здобутком української культури, не знає майже ніхто.

Наше завдання виправити цю несправедливу ситуацію і усіма доступними методами, закріпити ставлення у світі до геніальної різдвяної мелодії Миколи Леонтовича, як КУЛЬТУРНОГО БРЕНДУ під назвою УКРАЇНА.

2. Мета, цілі та завдання проекту

Цілі, які ми прагнемо досягнути при реалізації проекту:

1. Провести сценарну розробку фільму українською та англійською мовами. Індикатор - цікавий захоплюючий сценарій художнього фільму, готовий до екранізації.
2. Створити аудіо-візуальну презентацію, а саме трейлер, майбутнього фільму. Індикатор - зацікавленість українських та іноземних інвесторів у фінансуванні створення майбутнього фільму.
3. Розроблення дружеских презентаційних матеріалів. Індикатор - привернення уваги та зацікавленість до проекту інвесторів, сейлз агентів.

Наявність сценарію українською та англійською мовами, повного пакету презентаційних матеріалів дозволить проводити успішні перемовини з потенційними українськими та іноземними інвесторами для досягнення основної мети - створення повнометражного художнього фільму «Щедрик» в міжнародному співробітництві, адже проект спрямовано на промоцію української культури в контексті всесвітнього культурного надбання.

Стратегічна мета нашого проекту - засобами кіно, через показ на міжнародних фестивалях та всесвітньої дистрибуції, представити Миколу Леонтовича та його «Щедрик», як культурний бренд України.

3. Проектні результати, в рамках конкурсу УКФ

Кінцевим результатом реалізації проекту є: створення сценарію, створення англійської версії сценарію майбутнього фільму. Створення пакету презентаційних матеріалів, а саме: створення трейлера майбутнього фільму, створення пітчінг-бука (розробка макета та друк), розробка макету тізера-постера, розробка макету буклетів та їх друк, розробка макету листівки та друк листівок, створення сайту майбутнього фільму, розробка характерів головних героїв для кастингу; підбір локацій для зйомок фільму,

Результат реалізації запропонованого на розгляд УКФ проекту є першим кроком реалізації головної мети - створення повнометражного художнього фільму, а у довгостроковій перспективі - демонстрація фільму в міжнародному просторі, що призведе до змін у сприйнятті української культури в умовах зростаючого світового інтересу до українського соціуму, культури, традицій та його позитивних трансформацій.



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
Гутаревич Лариса Віталіївна	Продюсер. Організація знімального процесу. Організація роботи з підрядниками, робота з перекладачами. Розробка концепції сайту.	2014, "Кобзар", Науково-популярний фільм 2015. "Мій хлопчику", ігровий короткометражний фільм-дебют Тараса Денисенка 2016 "Птах" Документальний фільм 2016 рік - фестиваль українського класичного кіно просто неба "Українське поетичне літо"
Чернюк Андрій Ігорович	Координатор проекту, креативний продюсер проекту. Координація проекту, планування робочого процесу, креативне продюсування. Робота з пошуку локацій.	2006 - 2007 - директор і генеральним продюсер українського телеканалу в США - UATV. 2008-2010- віце-президент Національної телекомпанії України, і представник телеканалу Euronews в Україні. Має багаторічний досвід роботи у створенні телевізійного контенту, фільмів, телевістав, документального кіно. Співорганізатор Днів українського кіно у Чикаго.
Роздобудько Ірен Віталіївна	Сценарист. Доробка сценарію.	Автор сценарію фільмів: 1. „Гудзик” 2008 2. „Почати спочатку. Марта” (4 серії). 2009 3. „Осінні квіти” (4 серії) 2009 4. „Таємничий острів” 2009 5. «Пастка» (4 серії) 2010 6. «Поводир» (у співавторстві з Олесем Саніним та Олександром Ірванцем) 7. «Особистий інтерес» 8. «Жереб долі» 9. «Вирок ідеальній парі»

Чернюк



Гостева Тетяна Олександрівна	Менеджер проекту з просування. Просування та маркетинг проекту у соціальних мережах та традиційних медіа; організація заходів з просування. Розробка концепції сайту.	PR координатор: вересень 2018 – лютий 2019 - Експо-форум “Бізнес для розумних міст” (https://businessforsmartcities.com/) вересень 2018 – грудень 2018 - Соціальний проект «Артефакт» (http://artefact.live/) вересень 2018 – грудень 2018 - Olerom forum one (http://forumone.olerom.com/) липень 2018 – вересень 2018 - Форум креативних індустрій (http://creativitydays.in.ua/) Начальник PR відділу: 2013 - теперішній час - НСК Олімпійський (http://www.nsc-olimpiyskiy.com.ua)
------------------------------	---	---

5. Робочий план та терміни реалізації проекту

Просимо заповнити Додаток 1 до Проектної заявки.

6. Цільові аудиторії

Запропонований УКФ проект націлено на фахівців кінематографічної галузі та потенційних інвесторів майбутнього фільму: українські та міжнародні продюсери, фонди, дистрибутори, сейлз-агенти.

Майбутній фільм "Щедрик" розраховано на широке коло глядачів в Україні та світі. Через поєднання різних сюжетних ліній та цікавої історії створення всесвітньовідомої мелодії «Щедрик» фільм охопить глядачів віком від 14 до 70 років, 40%-чоловіки, 60%- жінки, що цікавляться історичними фільмами та історією музики. Формування "портрета" та визначення основних соціально-демографічних характеристик зроблено виходячи із оцінки потенційних глядацьких симпатій (історичне кіно, історія кохання, детектив) та аналізу аудиторій "фільмів-аналогів" ("Доктор Живаго" "Щоденник пам'яті"). Слід зазначити, що сучасний підхід до оцінки цільової аудиторії фільму потребує проведення спеціального якісного дослідження на етапі написання сценарію із залученням фахівців в галузі маркетингу, що передбачено в проекті. Робота з визначення цільової аудиторії вже ведеться. Нам у цьому допомагають українські громадські організації за кордоном та ініціативні групи в Україні. Ми це вже робимо власним коштом.



Чернон А.

7. Управління проектом та проектні ризики

Команда проекту та залучені до проекту на договірних підставах підрядники мають необхідні для реалізації проекту знання та досвід. Матеріально-технічне забезпечення проекту здійснюється за рахунок оренди необхідного обладнання. Перелік необхідних етапів і заходів реалізації проекту сформовано з точки зору ефективного та раціонального використання фінансових та людських ресурсів. Робочий план реалізації проекту є ефективним та зрозумілим для команди проекту.

Оцінка ефективності управління проектом здійснюватиметься шляхом поточного моніторингу та контролю координатором проміжних результатів проекту та складання фінансових звітів директором, а також планування поточної діяльності проекту та роботи з підрядниками виходячи із найбільш оптимальних витрат.

Ми плануємо дослідження та моніторинг зацікавленості аудиторії до кінострічки впродовж всього періоду підготовки та реалізації проекту шляхом аналізу аудиторії у соціальних мережах та медіа ресурсах.

Крім форс-мажорних обставин, враховуючи нестабільний соціально-економічний стан країни, можливий ризик зростання вартості проекту. Цей ризик може бути зменшено за рахунок можливої диверсифікації наповнення бюджету проекту через залучення широкого кола партнерів в тому числі іноземних, фондів, культурних інституцій, власних коштів продюсера тощо.

8. Інформаційний супровід та комунікативна стратегія проекту

Отримавши фінансову підтримку УКФ ми об'єднаємо наші зусилля для здійснення стратегічної цілі УКФ, а саме : створення потужного культурного середовища у країні шляхом популяризації українського культурного продукту, а також підсилення ролі культури у розвитку нашого суспільства.

Запланована медіа-підтримка на різних комунікаційних рівнях у виданнях, що висвітлюють культурне життя країни, а також медіа-ресурси української діаспори США, Європи та Австралії (друковані видання, медіа портали та радіостанції).

Варто також згадати, що ми будемо активно використовувати канали промоції у соціальних мережах Facebook та Instagram.

Основні канали промоції та комунікації:

- Соціальні медіа (Facebook, Instagram, YouTube; колаборація з блогерами та лідерами думок)
- Традиційні медіа: онлайн та друковані ЗМІ (новини, статті, інтерв'ю, коментарі тощо), радіо та ТВ (гостьові ефіри, тематичні сюжети тощо)
- Події (Кінофестивалі)

Ключові слова та повідомлення:

- за підтримки Українського культурного фонду;
- Створення якісного українського культурного продукту;
- Українське історичне кіно;
- "Щедрик" -культурний бренд України;
- Микола Леонтович та його "Щедрик";
- Геніальна різдвяна колядка Миколи Леонтовича;
- Культурний бренд Україна.

Комунікативна кампанія

Визначення проблеми

Кажуть, народ з нелегкою долею породжує генія. Українська земля багата на геніїв, але у народній ментальності, на жаль, не закладено його пам'ятати. Миколі Леонтовичу для створення шедевру знадобилося тільки три ноти та чотири звуки – до-сі-до-ля -. Українська пісня сягнула свого апогею і знайшла відгук у серцях мільйонів людей у різних кутках планети, бо найщиріші почування не потребують слів: музика – ось мова, зрозуміла для всіх націй світу.

Коли наближаються різдвяні свята, обов'язковим атрибутом яких є колядки та щедрівки. Український народ ще у передхристиянських сутінках почав творити свої новорічно-різдвяні пісні. Термін "колядка" співзвучний із латинським словом "calenda", що означає свято нового року. Ця запозичена назва, яка тісно сплелася із старослов'янським святом зимового повороту сонця, пізніше перейшла на наше зимове новоріччя. З приходом християнства обряд колядування було приурочено до Різдва Христового. На той час припадає створення колядок релігійного змісту, з біблійними образами, які також набули великої популярності. Щедрівки, так само, як і колядки, беруть свій початок дуже давно. Вони оспівують величання господаря і його родини, висловлюють гобажання великого врожаю і достатку.

Чернюк А.



Успішним збирачем колядок і щедрівок був Микола Леонтович – український композитор, хоровий диригент, громадський діяч та педагог. Завдяки його клопітким старанням була видана збірка під назвою “Щедрик”, в яку увійшла й однойменна відома кожному українцю, мелодія. Всесвітньо відома обробка “Щедрика” належить до тих, над якими композитор працював майже все життя. Перша її редакція була написана до 1901—1902 рр., а остання, п’ята — у 1919 році.

Українська культура у світі заявила про себе у період першої масової еміграції українців, а саме, у 1890-х роках. Уперше «Щедрик» був виконаний хором Київського Університету в 1916 році, а 5 жовтня 1921 року мелодію почув Нью-Йорк. Пісня звучала у відомому залі “Карнегі-Холл”. Її виконав хор під керівництвом Олександра Кошиця. Видно, мелодія припагла до душі слухачам уже тоді, бо у 1936 році американець українського походження Петро (Пітер) Вільговський (Peter Wilhousky), створив англійську версію слів до “Щедрика”.

Сьогодні колядка Carol Of The Bells (“Колядка дзвонів” – англійська версія українського “Щедрика”) звучить у Штатах, Канаді, Європі, Австралії, в Японії та Китаї на радіостанціях і телеканалах, на вулицях і у супермаркетах. Мелодія стала візитною картою різдвяних свят і за останні десятиліття успішно витісняє славнозвісну Jingle Bells. Carol Of The Bells часто звучить у багатьох відомих фільмах і рекламних роликах.

Український живописець та майстер декоративної графіки, не заслужено забутий митець у еміграції, Микола Бутович у 1953 році написав полотно під назвою “Щедрик”. На ньому зображено те, про що співається у “Щедрику” – і ластівка, і кошара з вівцями та ягнятами, і господиня з коромислом. До мелодії “Щедрика” в англійському варіанті додані слова зовсім іншого змісту, ніж у автентичному тексті: “Дзвенить срібні дзвони, веселі різдвяні дзвони, Христос народився...” Українські щедрівки є новорічними піснями, їхня тематика інша, ніж у колядок. Прикметно, що щедрівки є суто слов’янським атрибутом свят.

Тепер майже ніхто, крім людей із музичною освітою, не знає, що мелодія Carol Of The Bells припливла в Америку разом із українськими емігрантами. Ім’я Миколи Леонтовича закордонні музикознавці навряд чи пов’яжуть із всесвітньо відомою колядкою... Національне коріння музичного твору розчинилося в його геніальності. Чи такої долі ми, українці, хочемо для своїх святинь?..

Мета

Мета всієї комунікативної кампанії – висвітлення українського походження мелодії “Щедрик”, вшанування її геніального творця – Миколи Леонтовича, популяризація культурного бренду Україна через неперевершену музику “Щедрика”, не тільки в Україні, а й в усьому світі.

Мета проекту “Щедрик” - це подолання стереотипу про те, що “Щедрик” / “Carol of the Bells” – це суто англомовний продукт США чи Великобританії, адже всім відома різдвяна мелодія була написана Миколою Леонтовичем і є шедевром українського музичного мистецтва.

Актуальність

Проект “Щедрик” - вперше засобами кіно розповісти світу про історію створення всесвітньо відомої мелодії, на основі української традиційної колядки. Майбутній фільм представить композитора Миколу Леонтовича та його “Щедрик”, як культурний бренд України. У сучасному світі, саме бренд є відображенням національних культурних архетипів. Якщо за країною немає таких брендів, її складно сприймати позитивно.

Тому реалізація нашого проекту сприятиме популяризації української культури, формуванню позитивного іміджу України у світі. А також збереженню, актуалізації і популяризації національного культурного надбання, яким є всесвітньо відомий “Щедрик”.

Але культурні бренди потрібні не лише на експорт. Вони необхідні й нам самим: для того, щоби ми самі могли усвідомити, ким ми є.

Шопен є брендом Польщі не тільки назовні, але і всередині Польщі також. Бс завдяки культурному бренду зникає комплекс меншовартості країни. Наприклад, бренд Моцарта приносить близько 20 % прибутку в австрійський бюджет.

На соціоісторичному рівні культурний бренд — це розуміння вартості нації.

Якщо забрати у Франції сто імен — що залишиться від Франції? Країна об’єднується як нація й живе свідомістю своєї культурної спадщини.

У той самий час, ми маємо багато відомих у всьому світі, але прихованих українських культурних брендів. Наш дуже відомий у світі бренд, але про те, що він є здобутком української культури, не знає майже ніхто.

Наше завдання виправити цю несправедливу ситуацію і усіма доступними методами, закріпити ставлення у світі до геніальної різдвяної мелодії Миколи Леонтовича, як КУЛЬТУРНОГО БРЕНДУ під назвою УКРАЇНА.



Черноч А

Цільові аудиторії

Проект "Щедрик", представлений на розгляд Українського Культурного Фонду, націлено на фахівців кінематографічної галузі та потенційних інвесторів майбутнього фільму: українські та міжнародні продюсери, фонди, дистрибутори, сейлз-агенти.

Майбутній фільм "Щедрик" розраховано на широке коло глядачів в Україні та світі. Через поєднання різних сюжетних ліній та цікавої історії створення всесвітньовідомої мелодії "Щедрика" фільм охопить глядачів віком від 14 до 70 років, 40%-чоловіки, 60%- жінки, що цікавляться історичними фільмами та історією музики. Формування "портрета" та визначення основних соціально-демографічних характеристик зроблено виходячи із оцінки потенційних глядацьких симпатій (історичне кіно, історія кохання, детектив) та аналізу аудиторій "фільмів-аналогів" ("Доктор Живаго", "Щоденник пам'яті").

Стратегія

Проект "Щедрик" – це перш за все музика. Неперевершена незбагнена музика Миколи Леонтовича, де окремим персонажем стає всесвітньовідома мелодія "Щедрика", що заповонила серця сотень мільйонів людей на планеті. Майбутній фільм з ко-продукцією Канади – України – Великої Британії і розрахований на широке коло глядачів в Україні та світі. Різдвяна історія... Різдвяна колядка... Драма та детектив...

Стратегія комунікативної кампанії "Щедрик" це набір комплексних заходів для популяризації проекту, донесення інформації про проект до широкого кола осіб, розкриття світу захоплюючої історії "Щедрика" через сучасні методи комунікації та просування.

Стратегія комунікативної кампанії містить перелік завдань:

1. Створення потужного культурного середовища у країні шляхом популяризації українського культурного продукту, а також підсилення ролі культури у розвитку нашого суспільства.
2. Медіа-підтримка на різних комунікаційних рівнях у виданнях, що висвітлюють культурне життя країни, а також мед а-ресурси української діаспори США, Європи та Австралії (друковані видання, медіа портали та радіостанції).
3. Активне використання каналів промоції у соціальних мережах Facebook, Instagram і т.д..

Основні канали промоції та комунікації:

- Соціальні медіа (Facebook, Instagram, YouTube; колаборація з блогерами та лідерами думок);
- Традиційні медіа: онлайн та друковані ЗМІ (новини, статті, інтерв'ю, коментарі тощо), радіо та ТВ (гостьові ефіри, тематичні сюжети тощо).
- Кінофестивалі;
- Тематичні вечірки з зірками та акторами фільму "Щедрик" для підвищення зацікавленості у проекті.

Ключові слова та повідомлення:

- за підтримки Українського культурного фонду;
- Створення якісного українського культурного продукту;
- Українське історичне кіно;
- "Щедрик" -культурний бренд України;
- Микола Леонтович та його "Щедрик";
- Геніальна різдвяна колядка Миколи Леонтовича;
- Культурний бренд Україна.

Очікувані результати

Першочерговою ціллю комунікативної кампанії є розповідь про життя і творчість видатного українського композитора Миколи Леонтовича і його найвідомішу різдвяну мелодію у світі "Щедрик", яка поєднала долі людей на двох континентах.

Важливим здобутком стане промоція української культури в контексті всесвітнього культурного надбання. Популяризація культурного бренду Україна через неперевершену музику "Щедрика", не тільки в Україні, а й в усьому світі безперечно стане можливим завдяки проекту "Щедрик".

Проект буде сприяти позитивному представленню в світі української культури та історії. Головний акцент буде зроблено на ознайомлення глядачів з історією України, культурою та талантом нашого народу, через призму незвичної історії створення «Щедрика», а також долі людей пов'язаних із твором.

У довгостроковій перспективі - демонстрація фільму в міжнародному просторі, що призведе до змін у сприйнятті української культури в умовах зростаючого світового інтересу до українського соціуму, культури, традицій та його позитивних трансформацій.

Оцінка ефективності комунікативної кампанії

Оцінка комунікаційної кампанії буде відбуватись в 3 етапи:



Черненко А. В.

1. Оцінка підготовки комунікаційної кампанії.

Аналізуватиметься адекватність вихідної інформації комунікаційної кампанії відповідність змісту контенту здійснюваної комунікаційної кампанії проекту "Щедрик" та якість подачі контенту здійснюваної комунікаційної кампанії.

2. Оцінка реалізації комунікаційної кампанії.

Буде спрямована на збір кількості повідомлень, переданих ЗМІ, розміщених у соціальних мережах постів та всіх запланованих комунікаційних дій; людей, які отримали повідомлення і охоплених комунікаційними-діями; людей, котрі звернули увагу на повідомлення і комунікаційні- дії.

3. Оцінка впливу комунікаційної-програми.

Проводиметься аналіз кількості людей, які вивчили зміст повідомлень, людей які сприйняли інформацію, людей які змінили своє ставлення, членів цільової аудиторії, які позитивно сприйняли проект "Щедрик" тощо.

Якісні та кількісні показники ефективності будуть отримані за допомогою імпрічного дослідження цільових груп, а саме: проведення опитувань з відкритими та закритими питаннями, інтерв'ю, фокус групи і т.д. (до та після проведення кампанії).

9. Сталість проекту.

Проект представляє собою розробку сценарію та підготовку "біблії" проекту до пошуку фінансування для зйомок майбутнього кінофільму. Ми плануємо відкрити світу історію створення найвідомішої мелодії універсальною мовою кінематографа, представити композитора Миколу Леонтовича і його «Щедрик», як позитивний, успішний культурний бренд України. Про сталість проекту також свідчить зацікавленість до участі в проекті англійської компанії, яка надіслала лист про наміри фінансової участі в проекті (лист наведений в Додатку 2).

В подальшому планується, що фільм буде знято та показано широким прокатом у кінотеатрах України, продемонстровано на міжнародних фестивалях та матиме широку міжнародну дистрибуцію. Просування проекту на території США заплановано в партнерстві з українськими громадськими організаціями США, зокрема - Українським Конгресовим Комітетом Америки та Союзом Українок США.

10. Інша інформація

Просимо заповнити Додаток 2 до Проектної заявки.

Додатково заявник може надати будь-яку іншу важливу, на його думку, інформацію про зміст, реалізацію або виконавців проекту.



Декларація доброчесності та підпис керівника організації-заявника

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників «КОНКУРСНА ПРОГРАМА «ПІДСИЛЕННЯ ПОТУЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО АУДІОВІЗУАЛЬНОГО СЕКТОРУ»», 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 у 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)

Чернюк Андрій Ігорович

Дата заповнення

Підпис



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)

Чернюк Андрій Ігорович

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

Чернюк Андрій Ігорович

Підпис та дата



Підпис та дата

Чернюк Андрій Ігорович



Додаток 1. РОБОЧИЙ ПЛАН ТА ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Інструкція для заявника:

1. Робочий план та терміни реалізації проекту є обов'язковим Додатком до Заявки.
2. Жовтим просимо відмітити учасників проектної команди (штатні / ЦПХ). Синім – послуги, які будуть надаватися зовнішніми контрагентами (ФОП).
3. Заповнюється відповідно до потреб проекту, що подається на грант від УКФ.

	Серпень	Вересень	Жовтень
Конкретні заходи			
1. Переробка драфту сценарію.	Ірен Роздобудько	Ірен Роздобудько	
2. Переклад сценарію англійською мовою.	Андрій Чернюк	Андрій Чернюк	
3. Переклад сценарію українською мовою.		Андрій Чернюк	
4. Створення трейлера:			
4.1. Розробка концепції та сценарію трейлера.	Андрій Чернюк		
4.2. Підготовка до зйомок трейлера: – Підбір локацій для трейлера; – Підбір команди; – Підготовка реkvзиту; – Підбір акторів; – Підбір костюмів; – Замовлення обладнання.	Лариса Гутаревич		
4.3. Зйомки трейлера майбутнього фільму.		Андрій Чернюк	
4.4. Монтаж.		Андрій Чернюк	Андрій Чернюк
4.5. Кольорокорекція.		Андрій Чернюк	Андрій Чернюк
4.6. Зведення звуку.		Андрій Чернюк	Андрій Чернюк
5. Створення пакету презентаційних матеріалів:			
5.1. Розробка макетів: – Пітч-буку; – Буклету; – Листівок.	Лариса Гутаревич	Лариса Гутаревич	
5.2. Друк: – Пітч-буку; – Буклету; – Листівок.		Лариса Гутаревич	
6. Розробка тізеру-постеру.			ФОП Гребінко С.В.
7. Розробка сайту.	Андрій Чернюк	Лариса Гутаревич	Тетяна Гостева
8. Підбір локацій для майбутнього фільму.	Андрій Чернюк	Андрій Чернюк	

Чернюк А.І.



9. Інформаційна кампанія проекту.	Тетяна Гостева	Тетяна Гостева	Тетяна Гостева
10. Публічна презентація результатів проекту.			Лариса Гутаревич
11. Звітування.			Андрій Чернюк



Чернюк А. З.



Додаток № 6

до договору про надання гранту

з 30.07.2019 від 31.08.2019 2019р.

Програма «Підсилення потужності українського аудіовізуального сектору»

Назва заявника: ТОВ "Продакшн №1"

Назва проекту: Сценарна розробка повнометражного художнього фільму "Щедрик" та створення презентаційного пакету майбутнього фільму.

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ			
1	Український культурний фонд	100%	1 277 127,00
2	Співфінансування* :		-
2.1.	Кошти організації-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
2.6.	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього	100%	1 277 127,00



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

Чернога А.І.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ТОВ "Троекшин №1"

Назва проекту: Сценарна розробка повнометражного художнього фільму "Щедрик" та створення презентаційного пакету майбутнього фільму.

Розділ: Підозділ: л: Стаття: Пункт:	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ		за рахунок Співфінанс за рахунок Співфінанс			за рахунок Співфінанс за рахунок Співфінанс			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ				
			Планові витрати відповідно до заявки	Вартість за одиницю, грн (=4*5)	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн			Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Розділ II Витрати:																
Підрозділ 1 Гонорари та авторські винагороди																
Стаття: 1.1	Гонорари		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: а	Авторська винагорода															
Пункт: б	Авторська винагорода															
Всього по підрозділу 1 "Гонорари та авторські винагороди":																
Підрозділ 2 Оплата праці																
Стаття: 2.1	Штатні працівники		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: а	Повне ПІБ, посада	місяців														
Пункт: б	Повне ПІБ, посада	місяців														
Пункт: в	Повне ПІБ, посада	місяців														
Стаття: 2.2	За трудовими договорами		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: а	Повне ПІБ, посада	місяців														
Пункт: б	Повне ПІБ, посада	місяців														
Пункт: в	Повне ПІБ, посада	місяців														
Стаття: 2.3	За договорами ЦПХ		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: а	Повне ПІБ, посада															
Пункт: б	Повне ПІБ, посада															
Пункт: в	Повне ПІБ, посада															
Всього по підрозділу 2 "Оплата праці":																
Підрозділ 3 Соціальні внески																
Стаття: 3.1	Соціальні внески з оплати праці		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: а																
Всього по підрозділу 3 "Соціальні внески":																
Розділ 4 Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)																
Стаття: 4.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
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.														



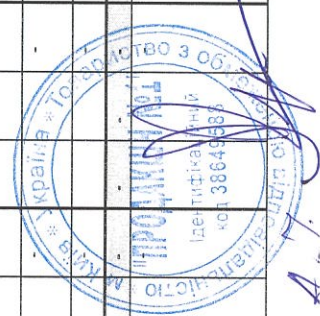
Синчук А.Г.

Стаття: 4.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		0																	
Пункт: а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвисьцем відрадженої особи)	доба																		
Пункт: б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвисьцем)	доба																		
Пункт: в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвисьцем)	доба																		
Стаття: 4.3	Добові (для штатних працівників)		0																	
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":			0																	
Підрозділ 5																				
Стаття: 5.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача		0																	
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		0																	
Пункт: а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)	шт.																		
Пункт: б	Право використання (ліцензія)	шт.																		
Пункт: в	Інші нематеріальні активи	шт.																		
Всього по підрозділу 5 "Обладнання і нематеріальні активи":			0																	
Підрозділ 6																				
Стаття: 6.1	Оренда приміщення		200																	
Пункт: а	Адреса орендованого приміщення	кв. м	200	366,00																
				255,00																
Стаття: 6.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		105	58 825,00																
Пункт: а	Оренда освітлювального обладнання:																			
1	ARRIMAX 18/12 (18kW)	змін. день	1	5 070,00																
2	ARRIMAX M90/60	змін. день	4	3 900,00																
3	KinoFLO 4/4 (комплект 2 шт.)	змін. день	4	1 040,00																
4	Batterfly Frame 20x20 (з комплектом тканин)	змін. день	1	2 600,00																
5	Super Wind UP on wheels/В150 (комплект 2 шт.)	змін. день	4	1 040,00																
				4 160,00																
				5 070,00																
				15 600,00																
				4 160,00																
				10 400,00																
				4 160,00																
				220 090,00																
				51 000,00																
				51 000,00																



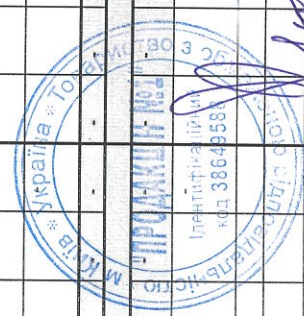
Чорноу А

6	Комплект грипу	знім. день	4	700,00	10 800,00	-	-	-	-	-	-	-	10 800,00							
7	Комплект комутації	знім. день	4	1 500,00	6 000,00	-	-	-	-	-	-	-	6 000,00							
Пункт: 6	Оренда кінознімального та супутнього обладнання:																			Перелік кінознімального та супутнього обладнання наданий згідно попереднього операторського райдела
1	Камера ARRI Alexa PLUS DTE-SxS ProSET Digital Camera PL-mount	знім. день	4	18 900,00	75 600,00	-	-	-	-	-	-	-	75 600,00							
2	Комплект фільтрів для камери 4x5.6	знім. день	4	195,00	780,00	-	-	-	-	-	-	-	780,00							
3	Накамерний монітор TV Logik 5.6 VFM-056W LCD Monitor	знім. день	4	520,00	2 080,00	-	-	-	-	-	-	-	2 080,00							
4	Easyrig	знім. день	4	780,00	3 120,00	-	-	-	-	-	-	-	3 120,00							
5	Additional 4x V-lock batteries with 4xV	знім. день	4	780,00	3 120,00	-	-	-	-	-	-	-	3 120,00							
6	ARRI Matte Box 4x4 4x5.6 MB-16 (19mm rod)	знім. день	4	650,00	2 600,00	-	-	-	-	-	-	-	2 600,00							
7	ARRI Follow Focus FF-3	знім. день	4	650,00	2 600,00	-	-	-	-	-	-	-	2 600,00							
8	Голова для камери O'Соллог 2575 B/C/D	знім. день	4	1 170,00	4 680,00	-	-	-	-	-	-	-	4 680,00							
9	Комплект штативів (великий, середній, малий)	знім. день	4	650,00	2 600,00	-	-	-	-	-	-	-	2 600,00							
10	Монітор Vop 171L3G 17"	знім. день	4	1 040,00	4 160,00	-	-	-	-	-	-	-	4 160,00							
11	Об'єктиви Ultra Prime (3 шт)	знім. день	4	5 850,00	23 400,00	-	-	-	-	-	-	-	23 400,00							
12	Обладнання відеоконтролю зображення (Play Back)	знім. день	4	1 300,00	5 200,00	-	-	-	-	-	-	-	5 200,00							
Пункт: в	Оренда звукозаписувальної та іншої техніки:																			Перелік звукозаписувальної техніки наданий згідно попереднього операторського райдера
1	Рекордер Sound Devices 788	знім. день	4	1 500,00	6 000,00	-	-	-	-	-	-	-	6 000,00							
2	Радіосистема Lectrosonic's 211 (5шт.) (рація)	знім. день	4	3 150,00	12 600,00	-	-	-	-	-	-	-	12 600,00							
3	Мікрофон-пушка Sennheiser MKH 418	знім. день	4	800,00	3 200,00	-	-	-	-	-	-	-	3 200,00							
4	Plug-on Lectrosonics	знім. день	4	990,00	3 960,00	-	-	-	-	-	-	-	3 960,00							
5	вудка Ambient QX5100	знім. день	4	250,00	1 000,00	-	-	-	-	-	-	-	1 000,00							
6	Радіосистема Sennheiser 500 (2шт.) петлички	знім. день	4	1 200,00	4 800,00	-	-	-	-	-	-	-	4 800,00							
7	Навушники Beyerdynamic 770	знім. день	4	100,00	400,00	-	-	-	-	-	-	-	400,00							
8	Комутація, електричне живлення	знім. день	4	500,00	2 000,00	-	-	-	-	-	-	-	2 000,00							
Стаття: 6.3	Оренда транспорту		38	6 100,00	63 400,00								63 400,00							
Пункт: а	Оренда легкового автомобіля (з зазначенням кілометражу або кількості годин), 1 зміна = 12 год.	зміна	30	1 500,00	45 000,00								45 000,00							



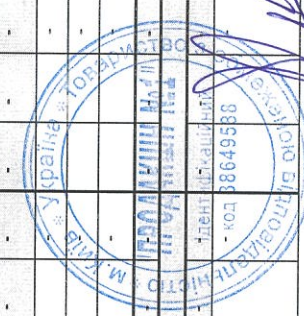
Уржало А. П.

Пункт:	6	Оренда спеціального автомобіля Камервагена (з зазначенням кілометражу або кількості годин), 1 зміна=12 год.	зміна	4	600,00	10 400,00	-	-	-	-	10 400,00	Транспортне обслуговування знімальної групи під час зйомок тизеру
Пункт:	в	Оренда мікроавтобуса (з зазначенням кілометражу або кількості годин), 1 зміна=12 год.	зміна	4	2 000,00	8 000,00	-	-	-	-	8 000,00	Транспортне обслуговування групи проекту, а саме, пошук та перевезення деталей та конструкцій декорацій, ревізиту, костюмів, париків, гримувальних і пастижерських приладів та інструментів
Стаття:	6.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		16	15 150,00	63 050,00	-	-	-	-	63 050,00	
Пункт:	а	Сценічні костюми для зйомок тизеру	шт.	4	4 000,00	16 000,00	-	-	-	-	16 000,00	Сценічні костюми на період зйомок тизеру для орієнтовної кількості акторів (4 чол.) на 4 знімальні дні
Пункт:	б	Ревізит для зйомок тизеру	комп.	3	4 000,00	12 000,00	-	-	-	-	12 000,00	Ревізит (меблі, рояль, стол, прибори, штори) на період зйомок тизеру з розрахунку на 4 знімальні дні
Пункт:	в	Декорації для зйомок тизеру	комп.	5	6 450,00	32 250,00	-	-	-	-	32 250,00	Декорації (декораційно-технічне оформлення знімальних об'єктів) на період зйомок тизеру з розрахунку на 4 знімальні дні
Пункт:	г	Пастижерські прилади для зйомок тизеру	комп.	4	700,00	2 800,00	-	-	-	-	2 800,00	Пастижерські прилади (парики, шиньони, коси) на період зйомок тизеру з розрахунку на 4 знімальні дні
Стаття:	6.5	Інші об'єкти оренди		0	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)										
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)										
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)										
Всього по підрозділу 6 "Витрати пов'язані з орендою":				359	80 330,00	397 540,00	-	-	-	-	397 540,00	
Підрозд.	7	Витрати на харчування та напої										
Стаття:	7.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо		0	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.									
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":				0	-	-	-	-	-	-	-	
Підрозд.	8	Матеріальні витрати										
Стаття:	8.1	Основні матеріали та сировина		64	633,34	2 487,00	-	-	-	-	2 487,00	
Пункт:	а	Канцелярські товари та папір:										
Пункт:	б	Лінійка 30 см, з тримачем	шт.	1	8,00	8,00	-	-	-	-	8,00	Канцелярські товари для адмін роботи творчої та знімальної групи
Пункт:	в	Набір 6 текстових маркерів ОРТІМА в блістері	шт.	1	69,55	69,55	-	-	-	-	69,55	



Челюк А. І.

Пункт: г	Блок для нотаток з клейким шаром 75x75 мм, Optima, 100 арк., неон поламацельний	шт.	1	5,34	5,00													5,00
Пункт: д	Папка-регистратор А4 Есополіх, 70 мм, бірюзова	шт.	5	50,00	250,00													250,00
Пункт: е	Ножиці 20 см Optima, пласт., ручки з гум. вставками	шт.	1	45,00	45,00													45,00
Пункт: є	Папка-швидкозшивач А4 Есополіх без левоборазі, фактура "помаванч", зелена	шт.	5	5,00	25,00													25,00
Пункт: ж	Коректор-ручка Есополіх, метал., кінчик, 10 мм	шт.	1	14,95	14,95													14,95
Пункт: з	Блок для нотаток з клейким шаром 75x75 мм, Есополіх, 100 арк., блакитний	шт.	1	9,00	9,00													9,00
Пункт: и	Папка-куточок А5 Есополіх, 180 мм, фактура "дianeць", асорті	шт.	1	4,50	4,50													4,50
Пункт: і	Роздільний аркушів 240*105мм Есополіх, картон, кольоровий, 100 шт.	шт.	2	79,00	158,00													158,00
Пункт: ї	Папка-швидкозшивач паперовий "Справа" А4, Україна	шт.	10	5,00	50,00													50,00
Пункт: й	Гумка для оліяця в індивідуальній упаковці	шт.	2	8,00	16,00													16,00
Пункт: к	Скріпка 25 мм кругла Есополіх, 100шт.	шт.	2	7,00	14,00													14,00
Пункт: л	Скріпка 28 мм трикутна Есополіх, 100шт.	шт.	2	7,00	14,00													14,00
Пункт: м	Скріпка 28 мм кругла Есополіх, 100шт.	шт.	2	7,00	14,00													14,00
Пункт: н	Конверт С5 100шт (0+1) скл., 80г/м2	шт.	10	85,00	850,00													850,00
Пункт: о	Папір MAESTRO Standard А4 80г/м2, 500арк.	пач.	8	98,00	784,00													784,00
Пункт: п	Клей-олівець Есополіх, основа PVA, 15г	шт.	2	8,00	16,00													16,00
Пункт: р	Ручка кульова автомат. ECONOMIX VOLICE 0,5 мм. Колір: чорний/срібній. Листе	шт.	1	20,00	20,00													20,00
Пункт: с	Біндери для паперу 51 мм Есополіх, 12 шт.	шт.	1	21,00	21,00													21,00
Пункт: т	Біндери для паперу 32 мм Есополіх, 12 шт.	пач.	2	22,00	44,00													44,00
Пункт: у	Біндери для паперу 25 мм Есополіх, 12 шт.	шт.	1	24,00	24,00													24,00
Пункт: ф	Диспенсер для скріпок магнітний (вміщує 100скріпок) срібній, Optima	шт.	1	25,00	25,00													25,00
Пункт: х	Скоби №24/6 Есополіх, 1000 шт.	пач.	1	6,00	6,00													6,00
Стаття: 0.2	Нолі, наклеювачі		3	7 250,00	12 000,00													12 000,00
Пункт: а	Жорсткі диски (3Тб) для віднятого матеріалу	шт.	2	4 750,00	9 500,00													9 500,00
Пункт: б	Жорсткі диски (1Тб) для віднятого матеріалу	шт.	1	2 500,00	2 500,00													2 500,00
Пункт: в	Найменування	шт.																
Стаття: 8.3	Інші матеріальні витрати		0															
Пункт: а	Найменування	шт.																
Пункт: б	Найменування	шт.																
Пункт: в	Найменування	шт.																
Всього по підрозділу в "Матеріальні витрати":			67	7 883,34	14 487,00													14 487,00
Підрозд. 9	Поліграфічні послуги																	
Стаття: 9.1	Послуги із виготовлення:		317	46 560,00	66 000,00													66 000,00
Пункт: а	Виготовлення макетів підгичн-бука	шт.	1	18 000,00	18 000,00													18 000,00
Креатив та підготовка до друку підгичн-буків для рекламування презентаційного пакету																		



Чирнон А.І.

Пункт: б	Виготовлення макетів буклетів	шт.	1	3 000,00	3 000,00	-	-	-	-	3 000,00	Креатив та підготовка до друку буклетів для рекламування презентаційного пакету
Пункт: в	Виготовлення макетів листівок	шт.	1	3 000,00	3 000,00	-	-	-	-	3 000,00	Креатив та підготовка до друку листівок для рекламування презентаційного пакету
Пункт: г	Нанесення логотипів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: д	Друк підчінг-бука	шт.	10	500,00	5 000,00	-	-	-	-	5 000,00	-
Пункт: е	Друк буклетів	шт.	100	50,00	5 000,00	-	-	-	-	5 000,00	-
Пункт: є	Друк листівок	шт.	200	10,00	2 000,00	-	-	-	-	2 000,00	-
Пункт: ж	Друк плакатів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: з	Друк банерів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: и	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт: ї	Послуги копірайтера	шт.	3	4 000,00	12 000,00	-	-	-	-	12 000,00	-
Пункт: й	Послуги з створення тізеру-постеру	послуга	1	18 000,00	18 000,00	-	-	-	-	18 000,00	-
Всього по підрозділу 9 "Поліграфічні послуги":											
Підрозділ 10	Послуги з просування		317	46 560,00	66 000,00	-	-	-	-	66 000,00	
Пункт: а											
Пункт: а	Фото та відеофіксація під час зйомок та/або	знім. день	4	5 000,00	20 000,00	-	-	-	-	20 000,00	
Пункт: б	рекламні витрати					-	-	-	-		
Пункт: в	SMM, SO (SEO)					-	-	-	-		
Пункт: г	Інші					-	-	-	-		
Всього по підрозділу 10 "Послуги з просування":											
Підрозділ 11	Створення веб-ресурсу										
Пункт: а	Витрати зі створення сайту проекту	послуга	1	35 000,00	35 000,00	-	-	-	-	35 000,00	
Пункт: б	Витрати з обслуговування сайту					-	-	-	-		
Всього по підрозділу 11 "Створення веб-ресурсу":											
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		0								
Пункт: а	Усний переклад	година				-	-	-	-		
Пункт: б	Редагування усного перекладу	сторінка				-	-	-	-		
Пункт: в	Письмовий переклад оригінального сценарію з української мови на англійську мову	сторінка	95	270,00	25 650,00	-	-	-	-	25 650,00	Переклад оригінального сценарію з української мови на англійську мову для подачі скрипті-доктору
Пункт: г	Послуги з редагування сценарію (англійська мова)	послуга	1	75 000,00	75 000,00	-	-	-	-	75 000,00	



Черняк А.І.

Пункт:	Д	Письмовий переклад фінальної версії сценарію з англійської мови на українську мову	сторінка	95	270,00	25 650,00							Письмовий переклад фінальної версії сценарію після редагування скрипт-доктором
													25 650,00
		Всього по підрозділу 13 "Витрати з перекладу":		191	75 540,00	126 300,00							126 300,00
Підрозділ 14		Адміністративні витрати											
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	послуга	1	15 000,00	15 000,00							15 000,00
Пункт:	б	Юридичні послуги	послуга	1	30 000,00	30 000,00							30 000,00
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1	15 000,00	15 000,00							15 000,00
		Всього по підрозділу 14 "Адміністративні витрати":		3	60 000,00	60 000,00							60 000,00
Підрозділ 14		Інші прямі витрати											
Стаття: 14.1		Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення звуку		33	51 400,00	70 750,00							70 750,00
Пункт:	а	Нелінійний чорновий монтаж зображення тизеру	зміна	4	3 700,00	14 800,00							14 800,00
Пункт:	б	Корекція кольору "Autodesk Lustre" (проектор Bangs DP90P)	зміна	1	12 500,00	6 250,00							6 250,00
Пункт:	в	Підготовка відеофайлів після корекції кольору Lustre/годин	година	2	1 000,00	2 000,00							2 000,00
Пункт:	г	Ретуш зображення	сек	10	1 000,00	10 000,00							10 000,00
Пункт:	д	Запис музики	шт.	1	5 000,00	5 000,00							5 000,00
Пункт:	е	Зведення звуку Dolby Atmos	шт.	1	18 000,00	18 000,00							18 000,00
Пункт:	є	Запис шумів, репліки	шт.	1	2 000,00	2 000,00							2 000,00
Пункт:	ж	Компоновка зображень	шт.	10	500,00	5 000,00							5 000,00
Пункт:	з	Цифрова мастер-копія DCDM	шт.	1	5 000,00	5 000,00							5 000,00
Пункт:	і	Виготовлення субтитрів	послуга	1	1 200,00	1 200,00							1 200,00
Пункт:	ї	Накладання субтитрів	послуга	1	1 500,00	1 500,00							1 500,00
Стаття: 14.2		Витрати на послуги страхування		0	-	-							-
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.										
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт.										
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.										
Стаття: 14.3		Видавничі послуги		0	-	-							-
Пункт:	а	Послуги коректора	екземп.										
Пункт:	б	Послуги верстки	екземп.										



Шановні А. З.

Пункт:	в	Друк книг	екзмп.																			
Пункт:	г	Друк журналів	екзмп.																			
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екзмп.																			
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		32	304 650,00	487 050,00														487 050,00		
Пункт:	а	Інтернет-телефонія (вказати період)																				
Пункт:	б	Послуги Іnternet (вказати період)																				
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ																				
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування	місяців	3	150,00	450,00															450,00	
Пункт:	д	Інші банківські послуги																				
Пункт:	е	Послуги з пошуку локацій для майданцю фільму	послуга	1	65 100,00	65 100,00																65 100,00
Пункт:	є	Послуги з створення ескізів костюмів	послуга	1	50 000,00	50 000,00																50 000,00
Пункт:	ж	Послуги режисера тизеру	місяців	2	19 400,00	38 800,00																38 800,00
Пункт:	з	Послуги редактора	місяців	1	12 000,00	12 000,00																12 000,00
Пункт:	и	Послуги художника-постановника	місяців	1	18 000,00	18 000,00																18 000,00
Пункт:	і	Послуги художника-постановника костюмів	місяців	2	15 000,00	30 000,00																30 000,00
Пункт:	ї	Послуги директора знімальної групи	місяців	3	17 500,00	52 500,00																52 500,00
Пункт:	й	Послуги оператора	місяців	1	18 800,00	18 800,00																18 800,00
Пункт:	к	Послуги звукооператора	знім. день	4	1 800,00	7 200,00																7 200,00
Пункт:	л	Послуги звукорежисера	знім. день	4	3 500,00	14 000,00																14 000,00
Пункт:	м	Послуги креативного продюсера	місяців	3	18 400,00	55 200,00																55 200,00
Пункт:	н	Послуги девелопмент продюсера	місяців	3	20 000,00	60 000,00																60 000,00
Пункт:	о	Послуги історичного консультанта	місяців	2	20 000,00	40 000,00																40 000,00
Пункт:	п	Послуги з створення комп'ютерної графіки	послуга	1	25 000,00	25 000,00																25 000,00
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				65	356 050,00	557 800,00															557 800,00	
Всього по розділу ІІ "Витрати":						1 277 127,00																1 277 127,00

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ



Черноба
[Signature]