



# РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ГРАНТООТРИМУВАЧІВ УКФ

(у рамках проєкту «Фінансування креативних індустрій» за підтримки УКФ)

Повна версія звіту (із термінологією та скороченнями) доступна за посиланням:

<http://bit.ly/Finance-for-CI>

---

## РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ГРАНТООТРИМУВАЧІВ УКФ

Український культурний фонд (УКФ) – державна установа, створена 2017 року з метою сприяння розвитку національної культури й мистецтва в державі, забезпечення сприятливих умов для розвитку інтелектуального й духовного потенціалу особистості та суспільства, широкого доступу громадян до національних культурних надбань, підтримки культурного розмаїття та інтеграції української культури у світовий культурний простір<sup>1</sup>. Підтримку проектів УКФ здійснює на конкурсних засадах у форматі грантів. Подачачами можуть бути як юридичні особи різних форм власності, так і фізичні особи-підприємці.

Грантоотримувачі одержують грантове фінансування частинами: на початку проекту, впродовж його реалізації у визначені строки та, останню частину суми, після затвердження звіту за результатами проекту. 2020 року була запланована схема надходжень «70 / 30», згідно з якою 70% суми фінансування грантоотримувач мав би одержати на початку проекту після підписання грантової угоди (як правило, це відбувається в кінці травня – на початку червня) та 30% – по завершенню проекту (листопад – грудень).

Однак через секвестр бюджету та зміну плану асигнування 2020 року замість запланованих 70% (на початку проекту) грантоотримувачі одержали тільки 10%<sup>2</sup>. Згодом план асигнувань знову було змінено, і цього разу вже на користь грантоотримувачів: 10% – у червні, 35% – у липні, 33% – у жовтні та 22% – у листопаді – грудні.

Як бачимо, за будь-якої схеми фінансування учасники не отримують усієї суми гранту на початку реалізації проекту. Тож ми припустили, що така методика фінансування загрожує фінансовими розривами, а тому створює незручності для грантоотримувачів, оскільки вони повинні під час виконання проекту або кредитувати його з інших джерел, або ж затримувати виплати підрядникам, постачальникам і команді, яка працює над проектом.

Інше припущення стосовно грантоотримувачів УКФ – небажання комерціалізувати продукти за результатами проектів. Відповідно до умов грантування, дохід, генерований проектом, може бути реінвестованим у сам проект, а це для грантоотримувачів спричинює додаткові адміністративні витрати при коротких термінах реалізації. Проблема може мати й інший, нераціональний вимір, – сприйняття культурних продуктів як «мистецтво для мистецтва», а не як продуктів, що можуть мати економічний потенціал.

---

1. Про нас. Український культурний фонд. URL: <https://ucf.in.ua/p/about>

2. УКФ отримав план асигнувань на 2020 рік. Український культурний фонд. 18.05.2020. URL: <https://ucf.in.ua/news/18-05-2020>.

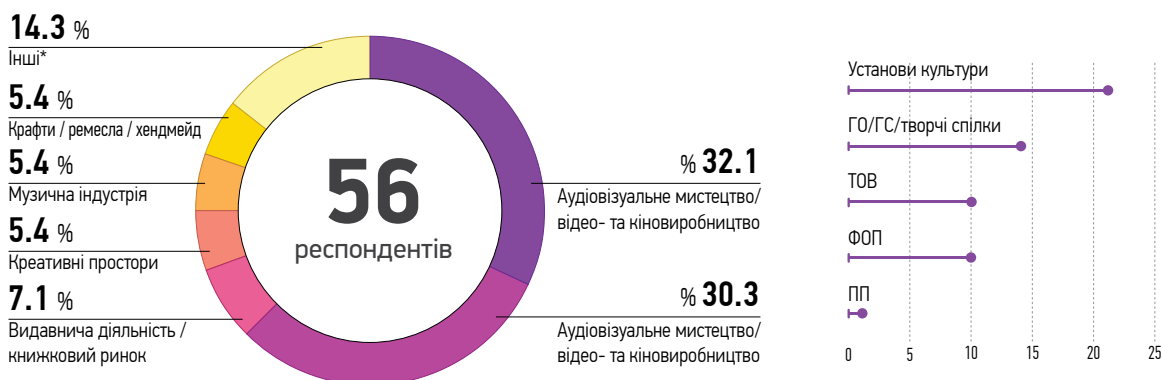
## ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА

Переважно засновник / керівник, який реалізував 2-3 проєкти у сфері культурної спадщини чи аудіовізуального мистецтва.

Фінансування УКФ для грантоотримувачів: важливе для бізнесу, другорядне для культурних установ і основне – для ГО.

Ми сформуваємо анкету-опитувальник таким чином, щоб максимально об'єктивно описати типовий портрет представника креативних індустрій, який залучає фінансування УКФ, та визначити його потреби й проблеми, пов'язані зі специфікою траншів та переговорних процедур. Відповіді на запитання ми розділили за юридичною формою діяльності респондентів: бізнес, ГО / ГС / творчі спілки, установи культури. В основі такого поділу лежить припущення про відмінність можливостей цих груп респондентів залучати фінансування, покривати касові розриви через діючі схеми надходження коштів, про різний рівень їхніх бізнес-компетентностей та перспектив комерціалізації створених за підтримки УКФ продуктів. Результати не можна вважати репрезентативними для всіх грантоотримувачів УКФ через малу вибірку та непропорційну кількість респондентів у виділених нами групах. Проте вони об'єктивно описують загальну картину проблем та переваг фінансування проєктів від УКФ. Згідно з отриманими відповідями, найбільша частка респондентів реалізувала 2-3 проєкти за підтримки УКФ; працює у сфері культурної спадщини; вони є керівниками установ культури.

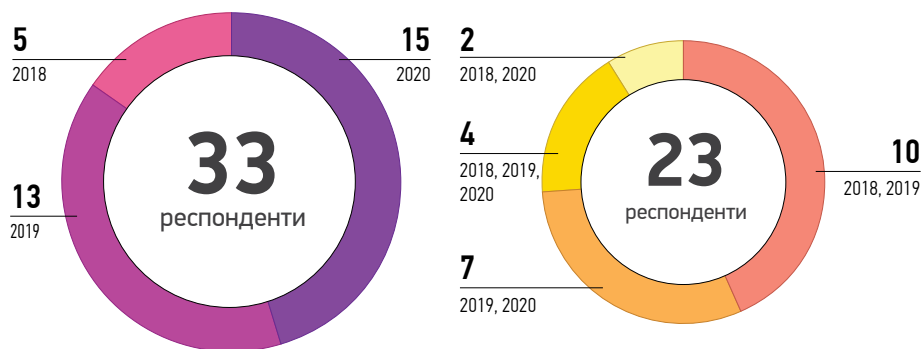
### Структура респондентів за видом та юридичною формою діяльності



\* Перформативне мистецтво, Артринок, Креативні послуги/реклама/комунікації, Мода, Дизайн, Архітектура та урбаністика. Креативні послуги/реклама/комунікації. Культурна спадщина

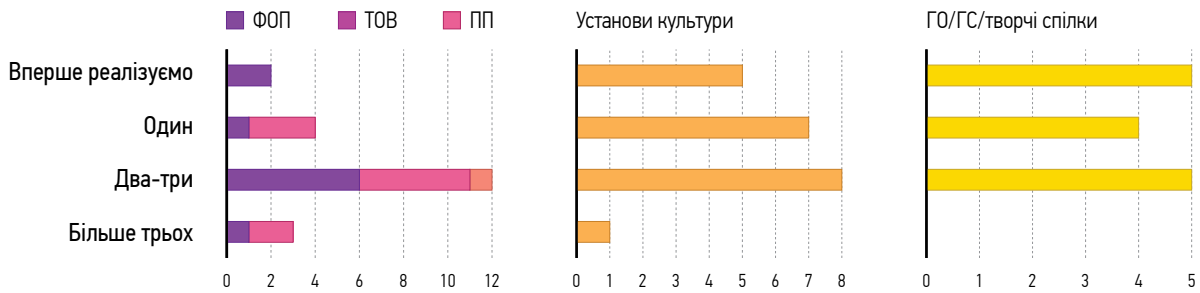
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість респондентів – 56 (на першому графіку респонденти мали можливість обрати декілька варіантів відповіді).

### У якому році ви реалізували проєкт(и) за підтримки УКФ?



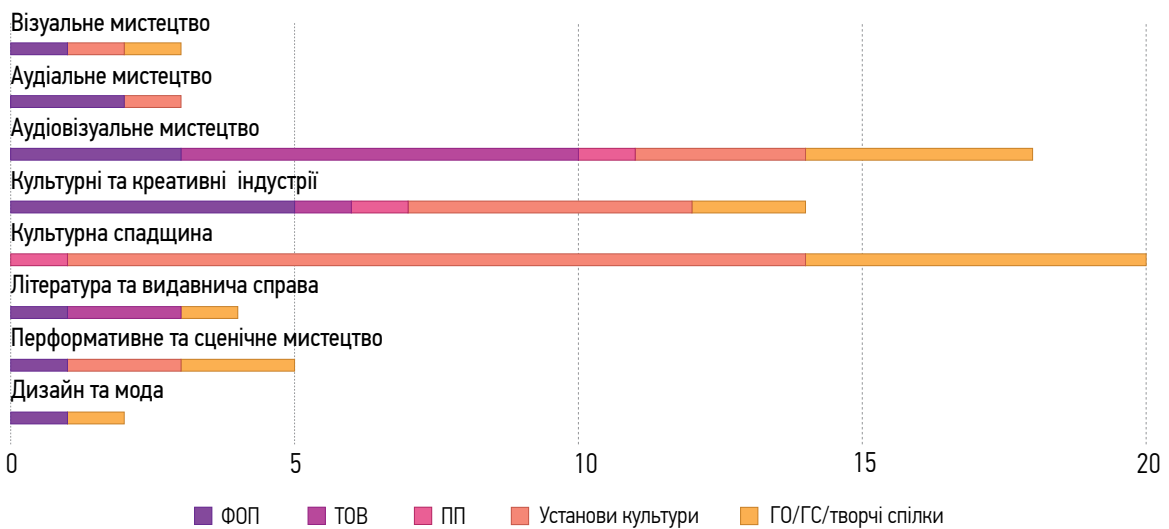
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 83 (можливість вибрати декілька варіантів відповідей); респондентів – 56. Дані – у відсотках.

### Скільки проєктів за підтримки УКФ ви вже реалізували?



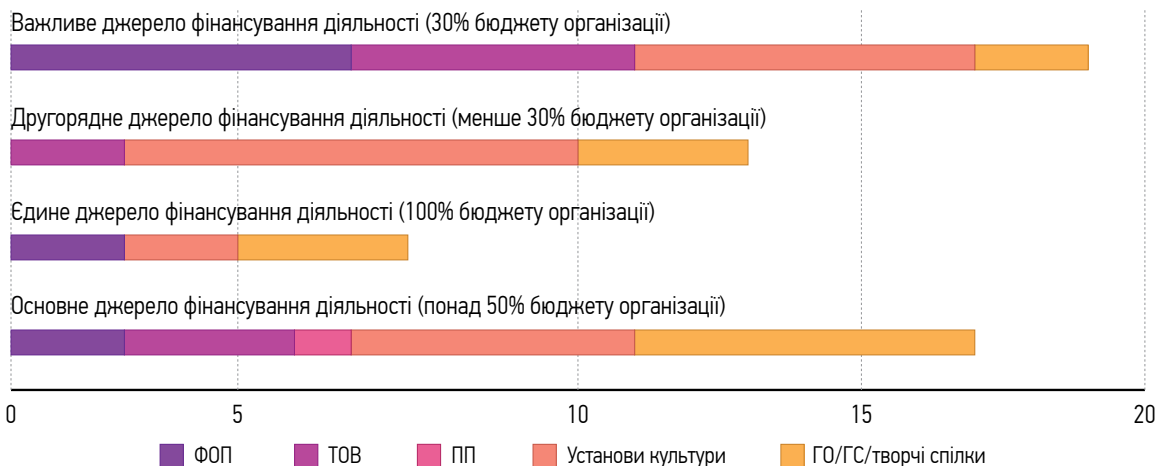
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 56.

### У якому секторі ви реалізували / реалізовуєте проєкт УКФ?



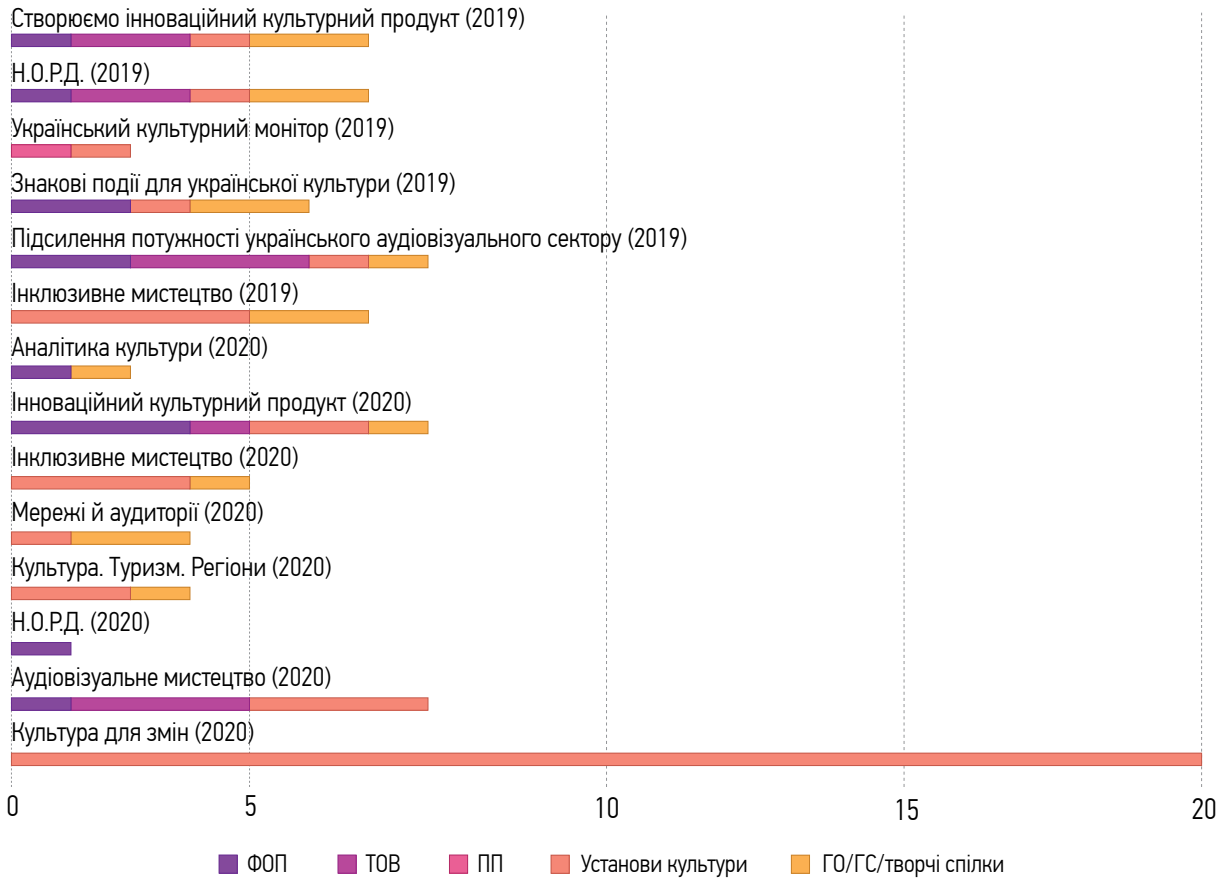
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 69 (респонденти мали можливість обрати декілька варіантів відповідей).

### Для вашої установи грантова підтримка УКФ – це



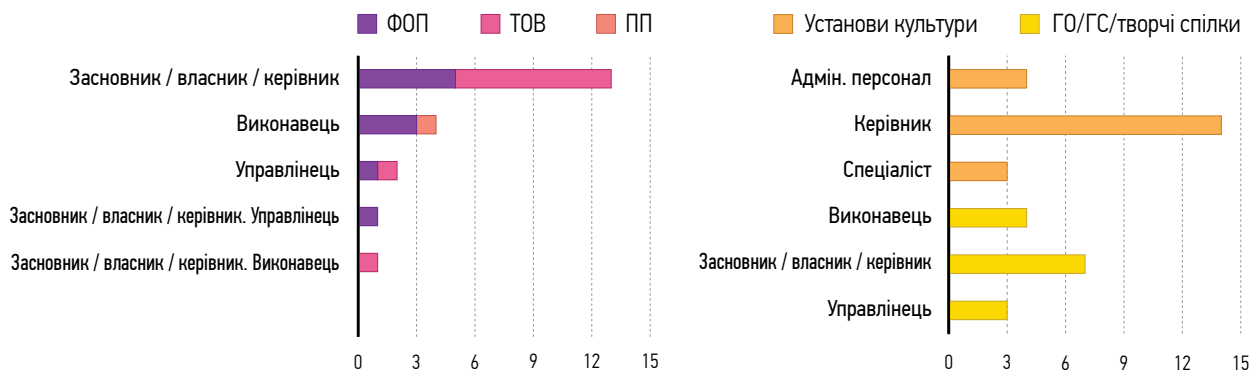
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 56.

**У межах якої програми ви реалізовували / реалізуєте проєкт(и) УКФ?  
[Програмний підхід запровадили тільки 2019 року]**



Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 73 (респонденти мали можливість обрати декілька варіантів відповіді).

**Ваша роль у бізнесі / організації**

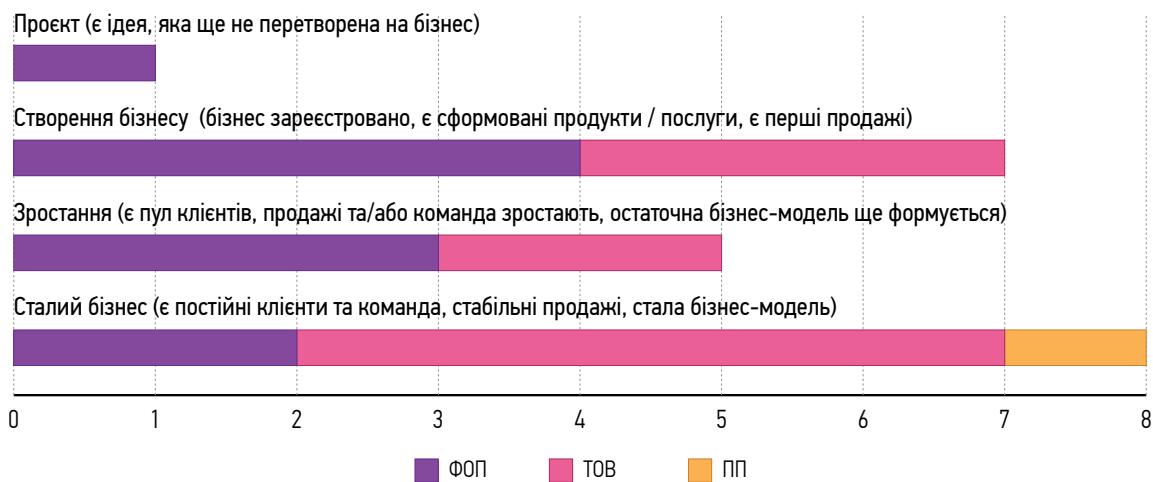


Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 56.

## ДОДАТКОВІ ДАНІ РЕСПОНДЕНТІВ ІЗ БІЗНЕСУ

У цьому дослідженні для нас особливо цікавими є креативні бізнеси, оскільки вони, порівняно з ГО та установами культури, мають більше фінансової свободи і гнучкіші в пошуку зовнішнього фінансування. Як бачимо, по підтримку УКФ найбільше звертаються сталі бізнеси, значна частка й тих, хто перебуває на стадії створення чи зростання. Припускаємо, що на цих етапах розвитку креативні підприємці відчувають більшу внутрішню спроможність до того, щоб пройти переговорні процедури та управляти надходженнями коштів, порівняно з проектами.

### Фаза зрілості бізнесу

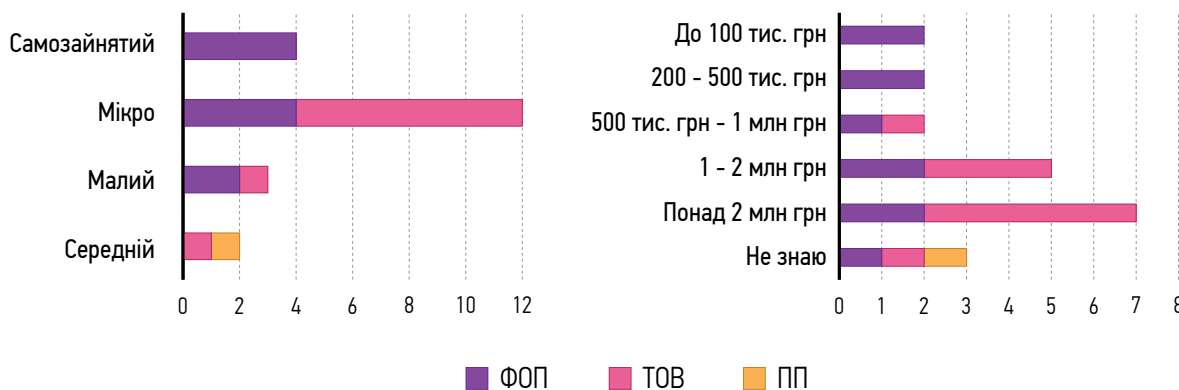


Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 21.

Основними заявниками УКФ серед опитаних є мікробізнеси, проте вказуються переважання річних оборотів у понад 2 млн грн, що значно більше порівняно з респондентами-випускниками СЕР, які зазначали обороти зазвичай до 100 тис. грн. Імовірно, це результат не високих продажів, а значної частки фінансування від гранту УКФ у грошових надходженнях.

У 33% опитаних запас ліквідних коштів становить 1-3 місяці, для 20% опитаних вистачить коштів на термін менше одного місяця. Це говорить про те, що в разі отримання гранту УКФ бізнеси з високою ймовірністю стикнуться з касовими розривами (пов'язаними з траншами коштів) по проєкту й не матимуть достатньо власних коштів для їх покриття. Попри це, респонденти на достатньому рівні оцінюють власні вміння управляти ліквідністю, що є суперечливим (наприклад, один респондент від ПП вказав, що добре володіє компетентністю, водночас не знає, як визначити, на який строк вистачить його бізнесу обігових коштів).

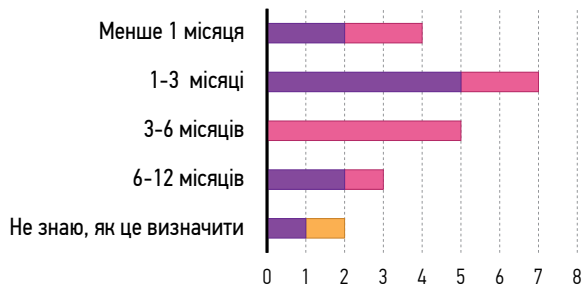
### Розмір бізнесу та річний оборот



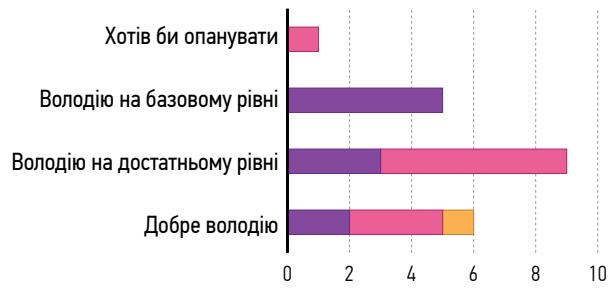
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 21.

## Ліквідність бізнесу

Як ви оцінюєте ліквідність вашого бізнесу?



Вмію управляти ліквідністю бізнесу

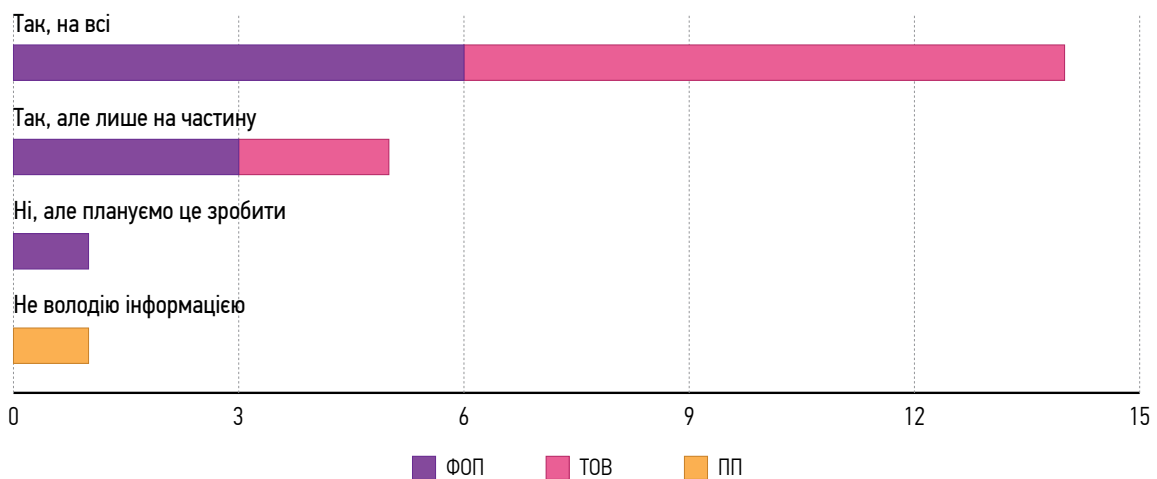


Джерело: результати анкетного опитування, загальна кількість відповідей – 21.

Позитивний фактор у тому, що 67% респондентів із бізнесу мають оформлені права інтелектуальної власності на свою продукцію, тобто це:

- прояв зрілості підходу до управління бізнесом, до загалом роботи на довгострокову перспективу;
- створює додаткові можливості залучення співфінансування (кредитування) у проекти, використовуючи права інтелектуальної власності як джерело застави.

Чи маєте ви юридично оформлені права інтелектуальної власності на свої товари / послуги?



Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 21.

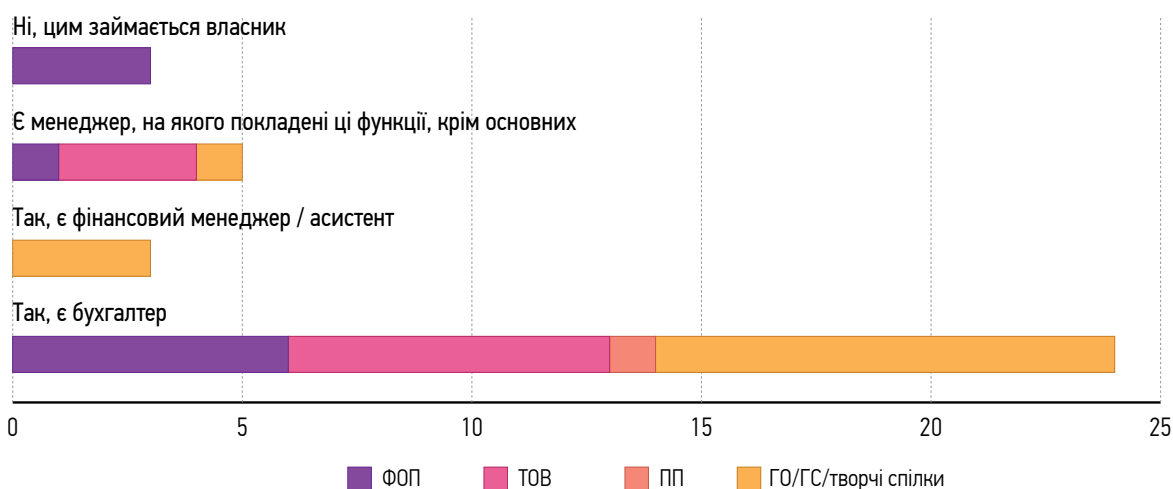
## БІЗНЕС-КОМПЕТЕНТНОСТІ

Респонденти від бізнесів переважно добре або на достатньому рівні володіють бізнес-компетентностями; респонденти від ГО / ГС / творчих спілок та установ культури мають базові знання щодо зовнішнього фінансування, але хочуть краще їх опанувати.

Ми мали на меті встановити рівень бізнес-компетентностей грантоотримувачів УКФ та їхню кореляцію з проблемами фінансування, які можуть виникати під час реалізації проектів.

Як бачимо, у більшості респондентів (69% усіх опитаних) фінансовими питаннями займається бухгалтер, ще 17% поклали цю функцію на фінансових менеджерів. Припускаємо, що залучення профільних фахівців до розрахунків бюджету й грошових потоків за проектами УКФ має позитивний вплив на отримання фінансування, освоєння використаних коштів та звітування по них. Ми не адресували це запитання установам культури, адже традиційно в їхньому штаті є посада бухгалтера, тому отримані відповіді не були б показовими.

**Чи є у вашій організації людина, що відповідає за фінанси?**



Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 35.

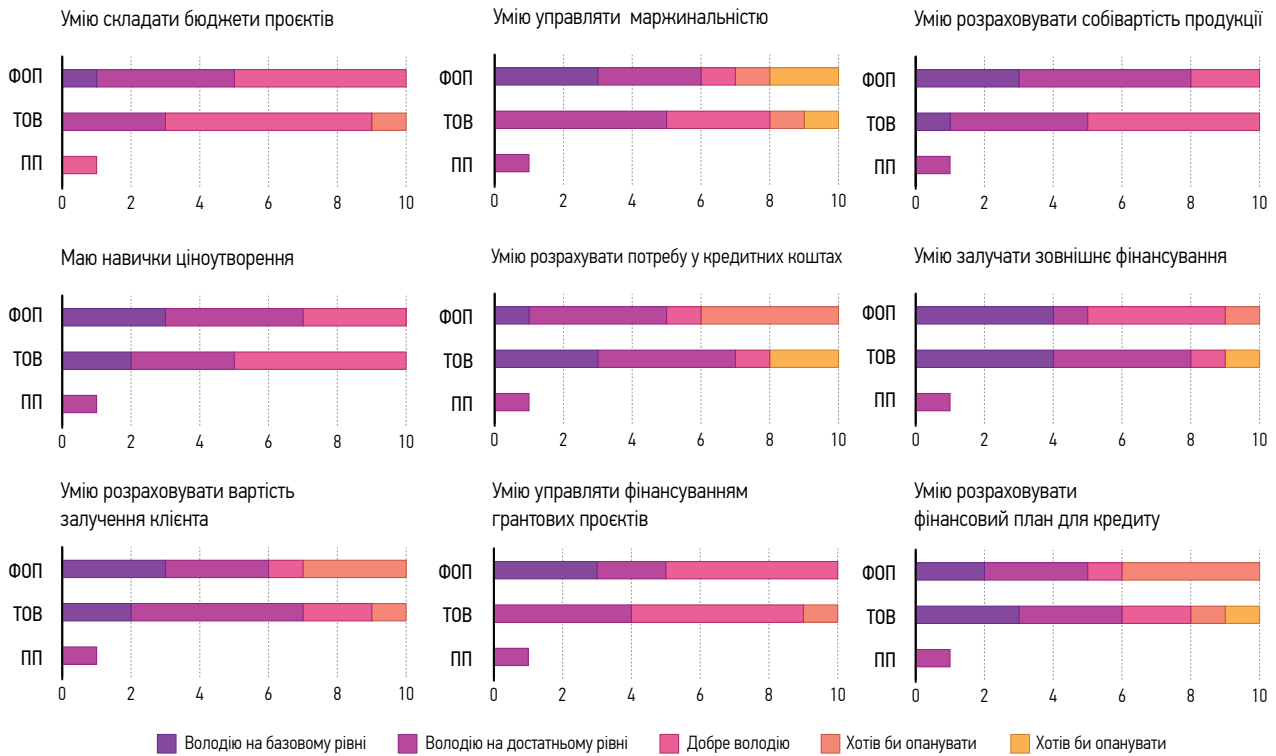
Вважаємо, що від володіння управлінськими компетентностями безпосередньо залежать можливості отримання зовнішнього фінансування та його успішного освоєння. На відміну від опитаних випускників СЕР, грантоотримувачі УКФ оцінили свої компетентності на вищому рівні та переважно вказали, що добре або достатньо ними володіють.

Респонденти від бізнесу найкраще опанували бюджети та фінансування грантових проектів. Важливо, що результати для представників ФОП і ТОВ перебувають на приблизно одному рівні. Трохи гірше креативні бізнеси вміють залучати зовнішнє фінансування та проводити розрахунки по кредитах (порівняно більша кількість респондентів із базовими компетентностями). Ключові цифри:

- респондент від ПП на достатньому рівні володіє управлінськими компетентностями, бюджети вміє складати добре;
- з опитаних респондентів ТОВ: 60% добре вміють складати бюджети; 40% мають базові вміння залучати зовнішнє фінансування; 20% хочуть опанувати методику розрахунку потреб у кредитних коштах;
- з опитаних респондентів ФОП: 50% добре опанували складання бюджетів та фінансування грантових проектів; 50% на достатньому рівні вміють розраховувати собівартість; 40% не вміють розраховувати потребу в кредитних коштах і складати фінансові плани.



## Як ви оцінюєте свої управлінські компетентності? Бізнес



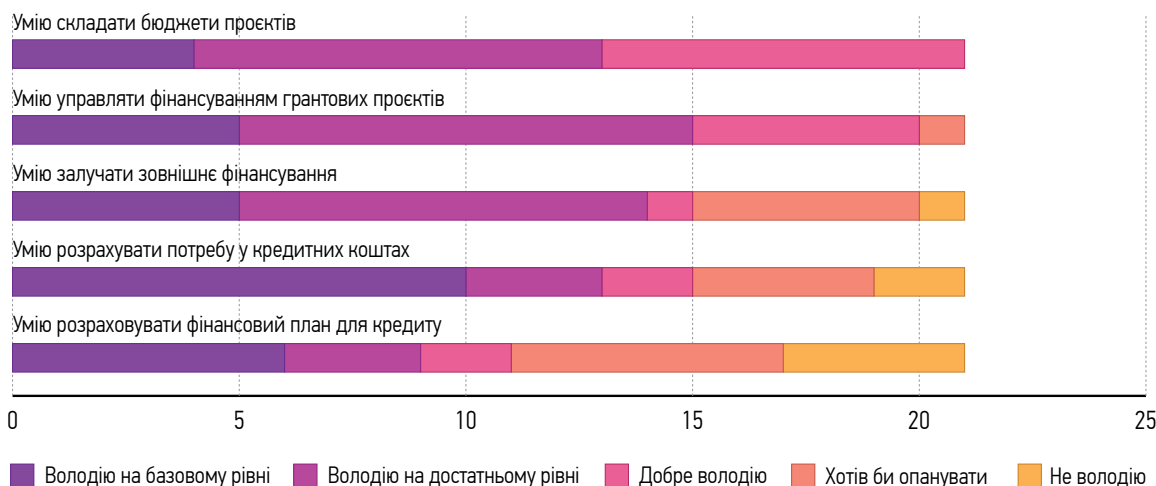
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей на кожне з питань – 21.

Серед представників установ культури та ГО / ГС / творчих спілок переважає достатній рівень володіння управлінськими компетентностями. Загалом це позитивний результат, урахувавши більшу складність доступу до нових управлінських знань цієї групи респондентів порівняно з бізнесами. Припускаємо, що отримання гранту від УКФ є одним із головних стимулів підвищення компетентностей для успішного формування заявки, реалізації проєкту й звітування. Ключові цифри:

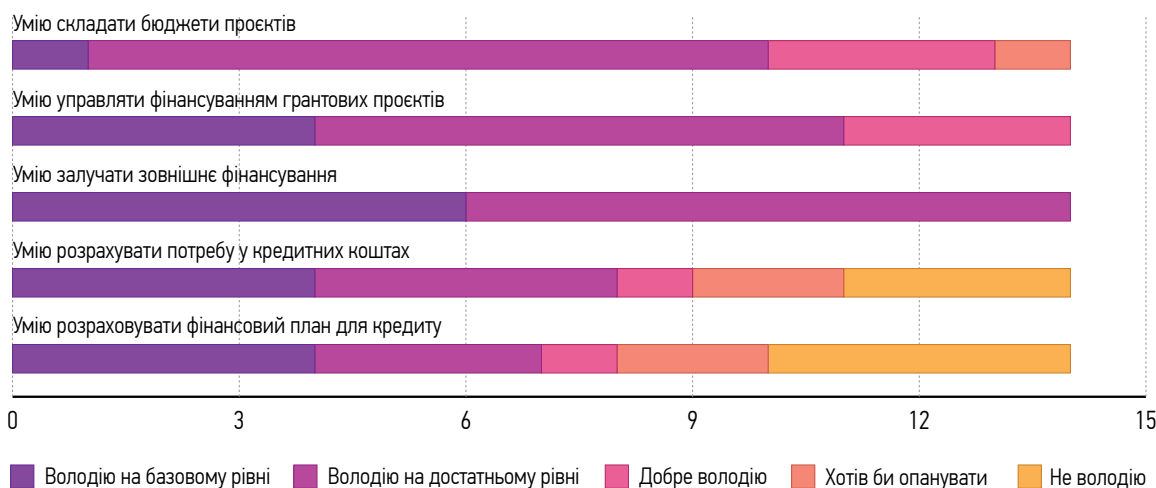
- з опитаних представників ГО / ГС / творчих спілок: 64% на достатньому рівні вміють складати бюджети проєктів; 43% вказали базовий рівень умінь залучати зовнішнє фінансування; 29% не знають, як формувати фінансовий план по кредиту; 15% хочуть навчитися розраховувати потребу в кредитних коштах;
- з опитаних респондентів від установ культури: 48% мають достатні знання, щоб управляти фінансуванням грантових проєктів; 38% добре вміють складати бюджети; 48% мають базові знання з розрахунку потреб у кредиті; 29% хочуть опанувати методику розрахунків фінансових планів по кредитах.

**Як ви оцінюєте свої управлінські компетентності? Установи культури та ГО / ГС / творчі спілки**

**Установи культури (комунальні та державні установи різного рівня)**



**ГО/ГС/творчі спілки**



Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей на кожне з питань: установи культури – 21; ГО / ГС / творчі спілки – 14.

Отже, рівень компетентностей грантоотримувачів УКФ можна вважати порівняно високим серед представників креативних індустрій. Вважаємо, що існує пряма позитивна кореляція між досвідом написання заявок й отримання грантів УКФ та розвитком компетентностей управління проєктами і їхнім фінансуванням.

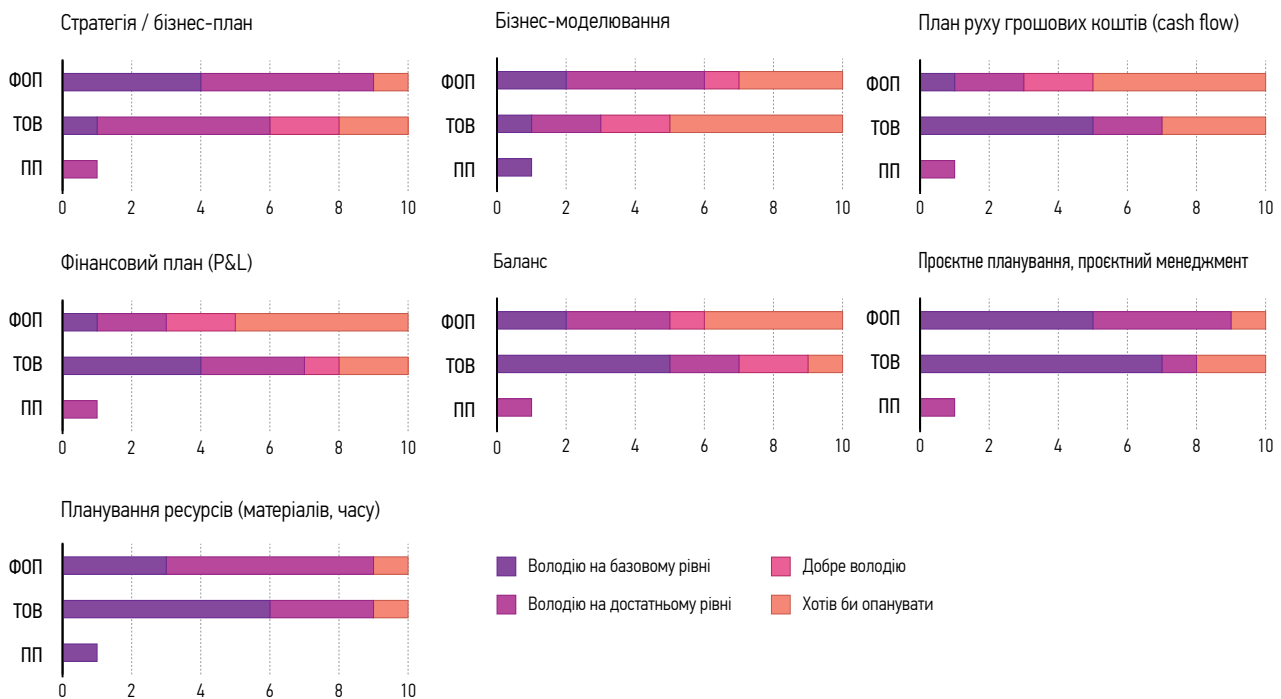
## УПРАВЛІНСЬКІ ІНСТРУМЕНТИ БІЗНЕСІВ

Інструменти управління бізнесом серед грантоотримувачів УКФ переважно лише почали впроваджуватися й розширюватися, що типово для представників креативних індустрій. Позитивний фактор у тому, що кількість опитаних, які не використовують ці інструменти, не перевищує 20% по кожному з питань.

### Ключові цифри:

- ПП найактивніше застосовують бізнес-моделювання та планування ресурсів;
- з опитаних ТОВ: 70% активно використовують проєктний менеджмент; 50% лише сформували стратегію; 50% розглядають можливість розробки бізнес-моделі; план руху грошових коштів і планування ресурсів фактично використовують (або збираються це робити) всі опитані;
- з опитаних ФОП: кожен другий активно використовує проєктний менеджмент; 60% почали планувати ресурси; 20% не використовують фінансовий план і план руху грошових коштів.

### Якими інструментами управління бізнесом / справою ви користуєтесь?



Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей на кожне з питань – 21.

## ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ УКФ

У респондентів виникають труднощі в оплаті підрядникам та команді, діюча схема фінансування є для них незручною й змушує шукати додаткові кошти для вчасних оплат (через особисті контакти).

Грантоотримувачі не готові комбінувати грантове фінансування з кредитами і не вміють комерціалізувати створені проектом продукти.

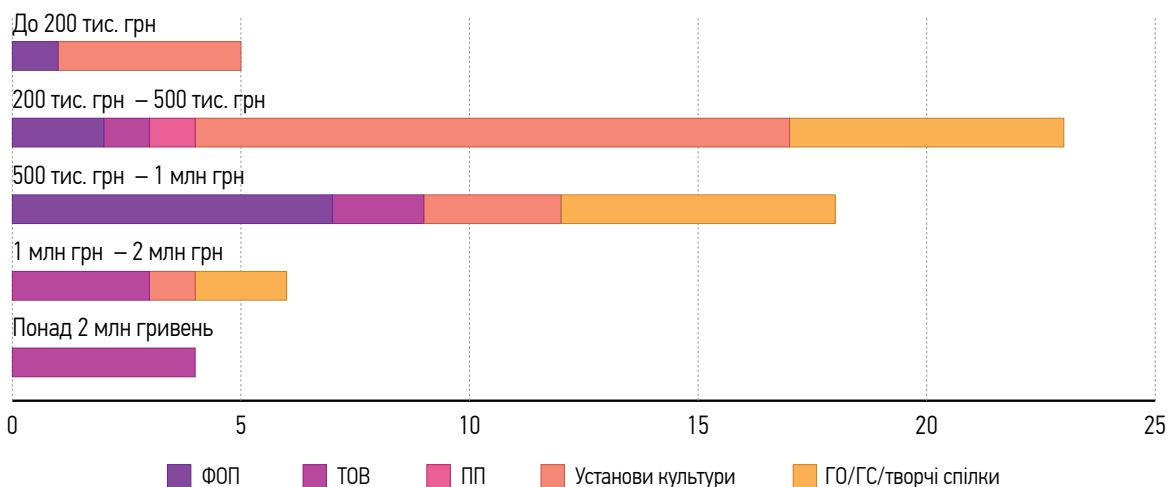
Інформація про досвід грантоотримувачів УКФ дає нам змогу узагальнити проблеми, з якими вони стикаються при отриманні фінансування, і визначити можливі шляхи диверсифікації джерел отримання коштів для реалізації проектів за підтримки УКФ.

Розміри отриманих респондентами грантових коштів відрізняються залежно від юридичної форми заявників:

- з опитаних респондентів ФОП: 70% одержували на проєкт від 500 тис. грн до 1 млн грн;
- з опитаних респондентів ТОВ: 40% залучали від УКФ понад 2 млн грн на проєкт;
- з опитаних респондентів установ культури: 62% отримували від 200 тис. грн до 500 тис. грн на проєкт;
- з опитаних респондентів ГО / ГС / творчих спілок: 43% залучали на проєкт від 200 тис. грн до 500 тис. грн; 43% – від 500 тис. грн до 1 млн грн.

Отже, бізнес (і навіть ФОП) подається на гранти УКФ із масштабнішими проєктами порівняно з установами культури; громадські ж об'єднання балансують між ними. Припускаємо, що грантоотримувачі УКФ від креативного бізнесу є більш відкритими для залучення зовнішнього фінансування, ніж випускники СЕР, які переважно залучали до 100 тис грн зовнішніх коштів.

### Середній розмір гранту на один проєкт



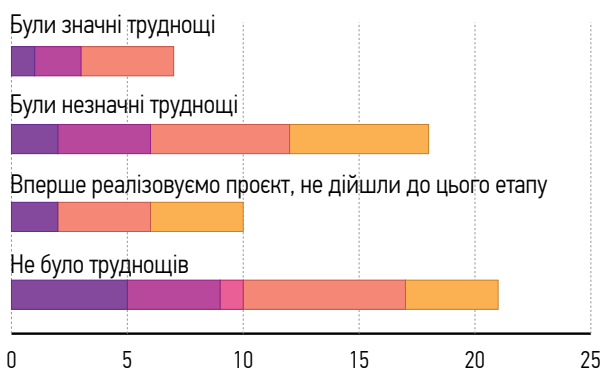
Джерело: результати анкетного опитування, загальна кількість відповідей – 56.

Найменшими проблемами респонденти вважають процедури аудиту й затримку з оплатою праці внутрішніх команд. У групі ГО / ГС / творчі спілки значна частка тих, хто реалізовує проекти УКФ уперше, тому наразі не можуть оцінити всю їхню складність. Найактуальнішими проблемами є: для бізнесу – вчасне отримання траншів та касові розриви; для установ культури – звітування й часові межі проекту; для ГО / ГС / творчих спілок – оплата зовнішнім підрядникам і вчасні транші. Ключові цифри:

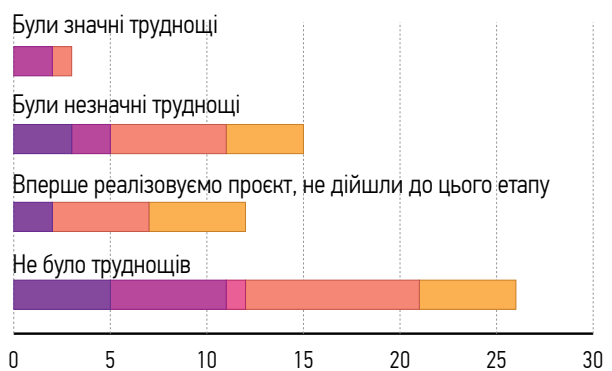
- 70% опитаних представників ТОВ зазначили, що мали незначну проблему, пов'язану із вчасним отриманням траншів; 20% вказали на значні труднощі в оплаті підрядникам;
- касові розриви та звітування викликали незначні труднощі у 40% опитаних ФОП; 50% не мали проблем із отриманням траншів; 20% мали значні труднощі з дотриманням термінів виконання проекту;
- 38% мали незначні проблеми зі звітуванням по проекту; 33% опитаних установ культури мали проблеми з дотриманням термінів; 57% не мали жодних проблем з касовими розривами та аудитом; значні труднощі для 19% пов'язані з оплатою зовнішнім підрядникам та отриманням траншів;
- незначні проблеми для 43% респондентів від ГО / ГС / творчих спілок викликані невчасною оплатою підрядникам і затримками траншів; часові рамки проектів зумовили значні труднощі для 21% опитаних.
- 50% ТОВ не мали проблем зі звітуванням; 40% ФОП мали незначні проблеми; 38% опитаних установ культури мали незначні проблеми зі звітуванням по проекту.

### З якими труднощами ви стикалися / стикаєтеся під час реалізації проекту УКФ?

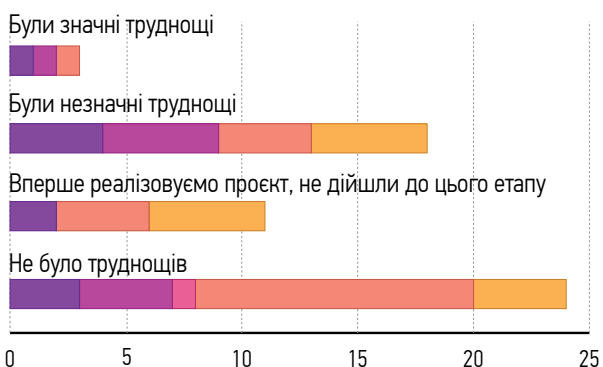
#### Вчасна та повна оплата зовнішнім підрядникам



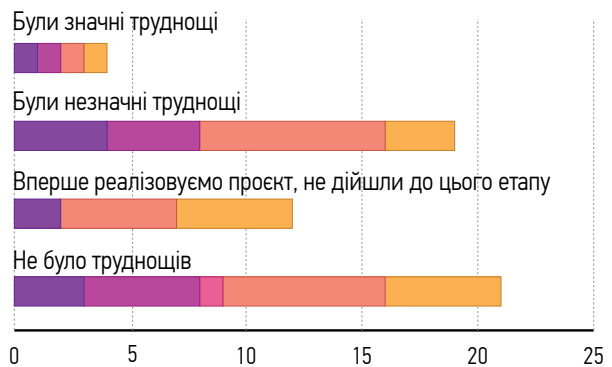
#### Вчасна оплата роботи членів проєктної команди



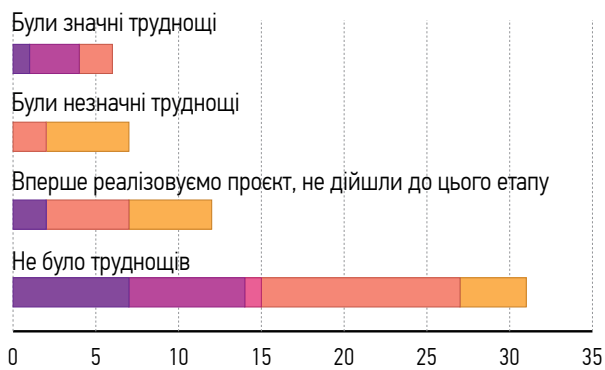
#### Касові розриви



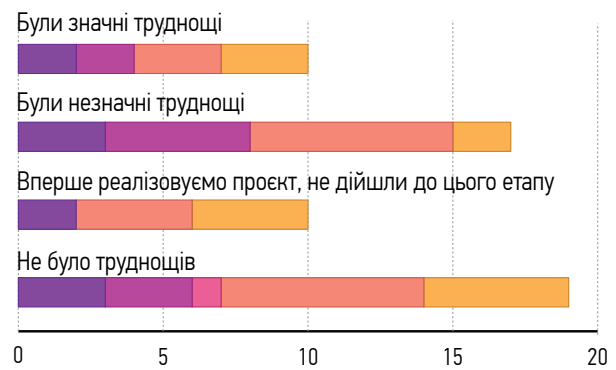
#### Звітування



### Аудит



### Часові рамки проєкту



### Вчасне отримання траншів від УКФ



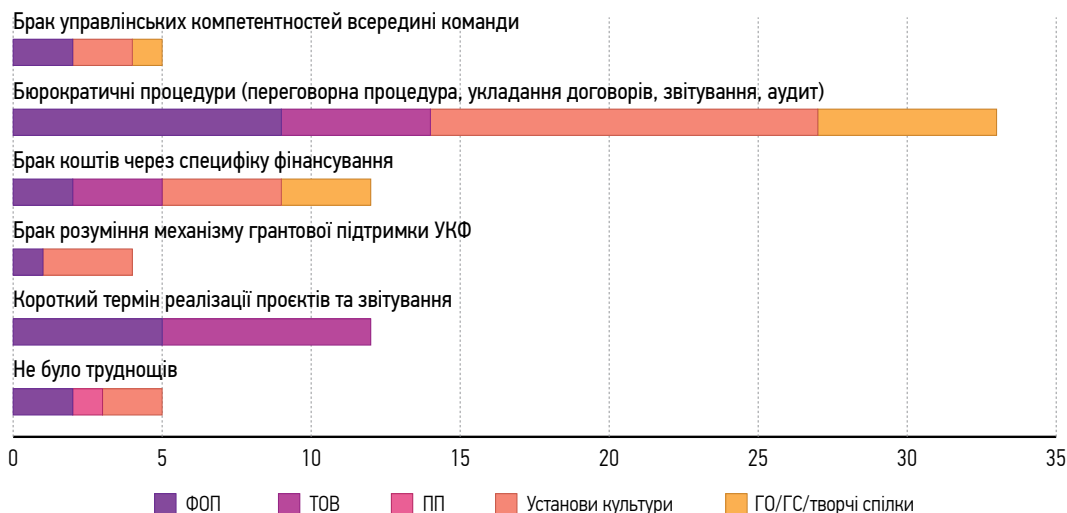
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей на кожне з питань – 56.

Серед причин виявлених проблем грантоотримувачі УКФ назвали переважно бюрократичні процедури, при цьому вважають, що їм вистачає управлінських компетентностей і вони не мали значних труднощів зі звітуванням й аудитом. Важливо, що попри вказані труднощі з отриманням траншів, респонденти не вважають брак коштів причиною виникнення цих проблем. Отже, можемо стверджувати, що **представники креативних індустрій ще не мають достатнього досвіду взаємодії з фінансовими донорами, і це зумовлює для них складнощі з освоєнням грантів та дотриманням регламентованих ними умов.**

Ключові цифри:

- з опитаних респондентів ТОВ: 7% причину проблем вбачають у коротких термінах реалізації проєктів (припускаємо, що через переважання більш масштабних проєктів порівняно з іншими та великі бюджети);
- для 40% ФОП, 42% культурних установ і 30% ГО / ГС / творчих спілок причинами проблем назвали бюрократію (брак досвіду і навиків для дотримання процедур).

### Що стало причиною виникнення труднощів у реалізації проєкту(ів) УКФ?

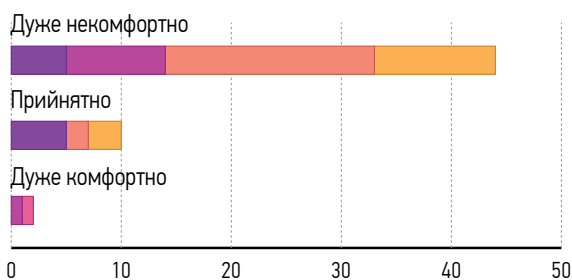


Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 87 (респонденти мали можливість обрати декілька варіантів відповідей).

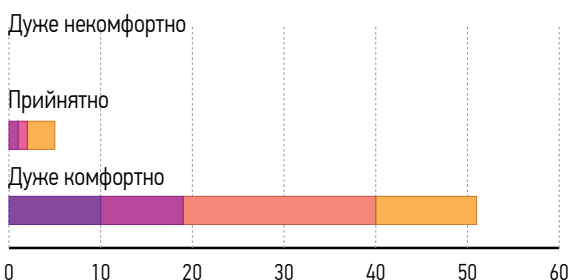
Попри те, що респонденти не бачили великих проблем у касових розривах, вчасних траншах й оплатах підрядникам, значна більшість вказала, що діюча схема надходжень коштів від УКФ є для них дуже некомфортною. 90% опитаних бізнесів, 100% установ культури й 79% ГО хотіли б отримати кошти за схемою «70% на початку, 30% наприкінці». Прийнятним фінансуванням опитані вважають схему «40% на початку, 30% усередині, 30% наприкінці» проєкту. Вважаємо, що такі відповіді не пов'язані з реальними серйозними фінансовими проблемами грантоотримувачів (виходячи з попередніх відповідей), а пов'язані з логічним бажанням отримати якомога більше коштів одразу, щоб застрахувати себе від ризиків неотримання грошей від УКФ (через коригування бюджетів і фінансування на рівні органів державної влади) чи невчасних проплат підрядникам.

### Найзручніша схема надходжень грантових коштів з огляду на фінансове планування проєкту

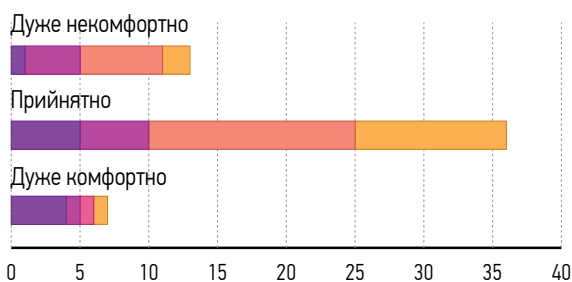
30% на початку реалізації проєкту, 70% наприкінці



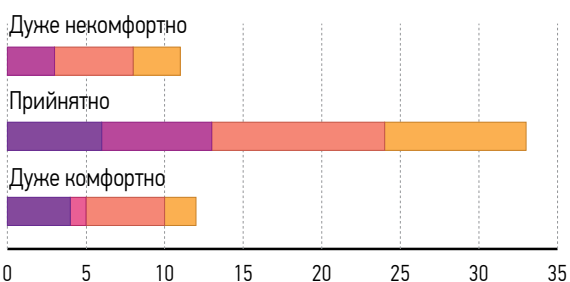
70% на початку реалізації проєкту, 30% наприкінці



50% на початку реалізації проєкту, 50% наприкінці



40% на початку реалізації проєкту, 30% всередині, 30% наприкінці



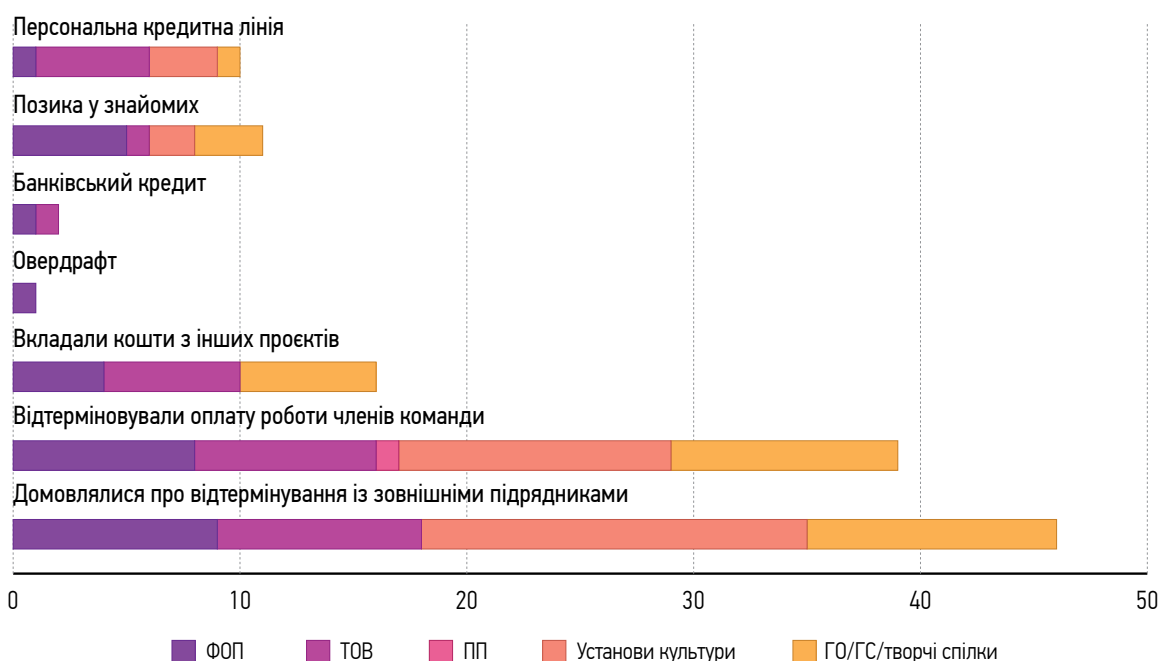
ФОП ТОВ ПП Установи культури ГО/ГС/творчі спілки

Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей на кожне з питань – 56.

Ураховуючи актуальну схему надання коштів від УКФ, отримувачі гранту мають високу ймовірність виникнення проблем з платежами залученим виконавцям. Опитування показало, що для всіх груп респондентів головним способом вирішення цієї проблеми є домовленість із підрядниками про відтермінування (підвищує ризик обирати не тих підрядників, які найкраще виконують роботу, а тих, із ким легше домовитися й отримати певні поступки. Як результат, може страждати якість виконання проекту). Важливим фактом є те, що для реалізації проекту більшість «жертвує» командою, не оплачуючи вчасно їй роботу. Це, безперечно, формуватиме негативне ставлення серед виконавців до проектів УКФ і може надалі стримувати організації та бізнеси від подачі на гранти. Також бачимо, що **грантоотримувачі, за виключенням окремих опитаних від бізнесу, майже не використовують кредитні можливості для перекриття нестачі коштів, а звертаються в разі потреби до знайомих.** Як і для випускників СЕР, особисті контакти залишаються головним способом вирішення фінансових питань. Знову виявляється проблема: відсутня сформована екосистема підтримки креативних індустрій. Особливо такі можливості зовнішнього фінансування удуть актуальними для установ культури й громадських об'єднань, фінансова діяльність яких є суворіше регламентована, і вони мають обмеження щодо перекидання коштів по активностях та не є об'єктами інтересу кредиторів. Ключові цифри:

- з опитаних респондентів ТОВ: 30% відтермінували оплати зовнішнім підрядникам; 20% вкладали кошти з інших проектів; лише 3% використали банківський кредит;
- з опитаних респондентів ФОП: кожен третій домовлявся з підрядниками про відтермінування, 28% вчасно не оплатили роботу команди, а 17% позичали кошти в знайомих;
- жодна з опитаних установ культури не залучала банківський кредит чи овердрафт, не перерозподіляла кошти з інших проектів; лише 18% мали досвід використання персональної кредитної лінії; половина респондентів відтягувала оплати підрядникам;
- опитані ГО / ГС / творчі спілки вирішують питання оплат переважно через відтермінування розрахунків із підрядниками (35%) та командою (32%).

#### Як ви вирішували / вирішуєте проблему оплат за активностями проекту(тів) УКФ?



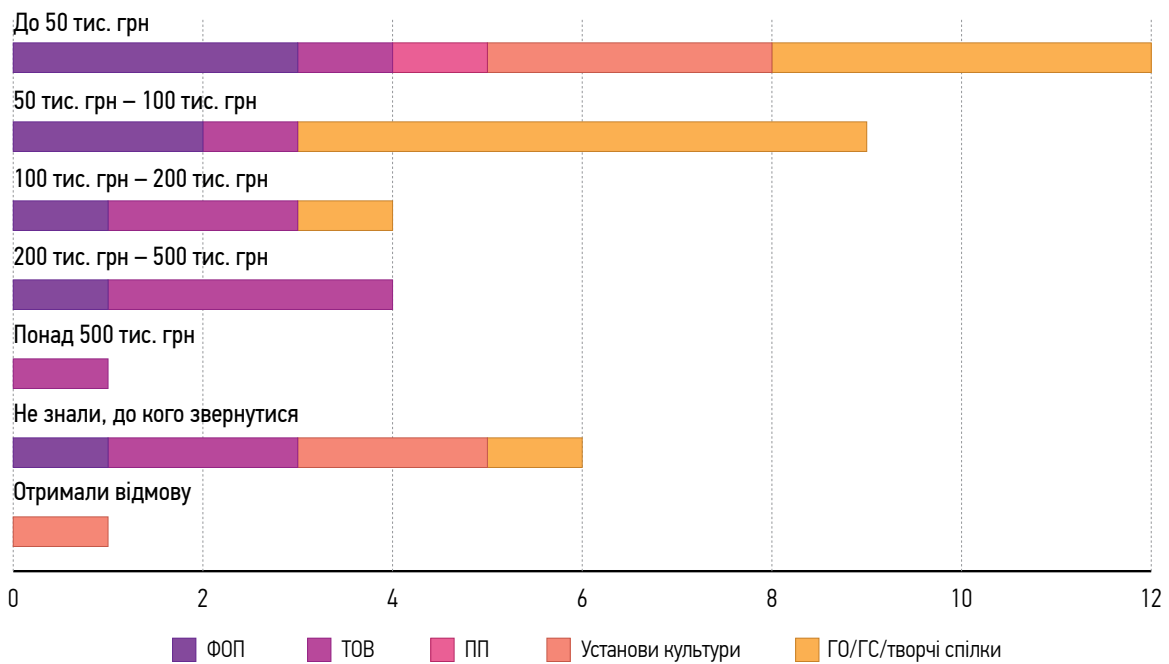
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 125 (респонденти мали можливість обрати декілька варіантів відповідей).



Із відповідей респондентів бачимо, що вони мали досвід додаткового пошуку коштів під час реалізації проектів УКФ. За виключенням ТОВ, домінують суми до 50 тис. грн та 50-100 тис. грн. Ці кошти були позичені переважно на 1-3 місяці без сплати відсотків. Тобто можемо стверджувати, що проблеми з фінансуванням вирішуються представниками креативного сектору через особисті контакти й отримання коштів від знайомих. Лише чотири респонденти серед 37 не знали, до кого звернутися по фінанси, а одна з культурних установ отримала відмову у видачі позики. Таким чином, вкотре **виявляються системні проблеми, пов'язані з неналагодженою взаємодією «креативна індустрія – фінансовий ринок»**. Лише опитані бізнеси у формі ТОВ більшою мірою використовують можливості кредитування та диверсифікують джерела додатково залучених коштів для проектів УКФ. Ключові цифри:

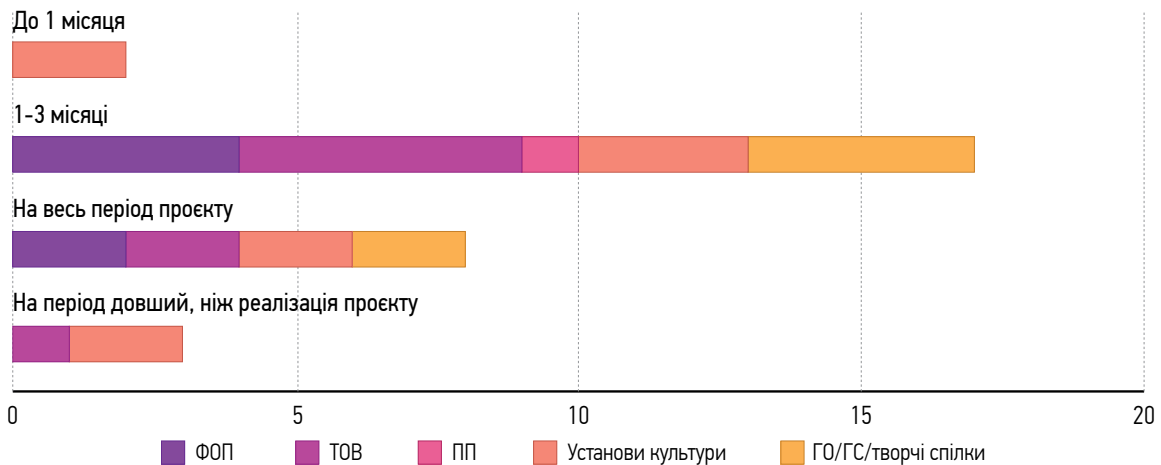
- з опитаних респондентів ТОВ: 30% залучали від 200 тис. грн до 500 тис. грн; 63% – на термін 1-3 місяці; 60% не платили за це відсотки;
- з опитаних респондентів ФОП: 38% дофінансовували проекти на суму до 50 тис. грн; 86% не сплачували відсотків; лише 33% позичали кошти на весь період проекту;
- з опитаних респондентів установ культури: 50% шукали для проектів від 50 тис. грн до 100 тис. грн, 22% з них – на період довший, ніж утілення проекту; у 80% – без відсотків;
- з опитаних респондентів ГО / ГС / творчих спілок: 67% отримували додатково до 50 тис. грн, третина з них – на весь період проекту; жоден респондент не сплачував відсотків.

**У разі, якщо ви мали потребу залучити зовнішнє фінансування, які суми позичали?**



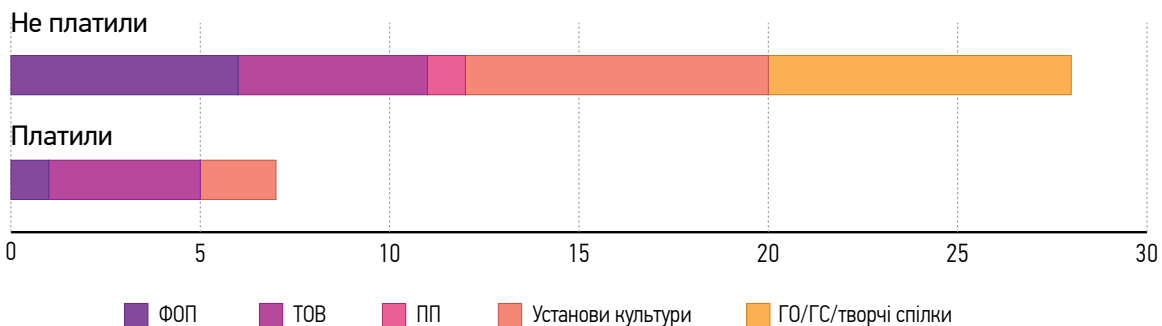
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 37.

### У разі, якщо ви залучали зовнішнє фінансування, на який термін позичали кошти?



Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 37.

### Чи платили ви відсотки за позиками / кредитами, які брали для реалізації проєктів УКФ?



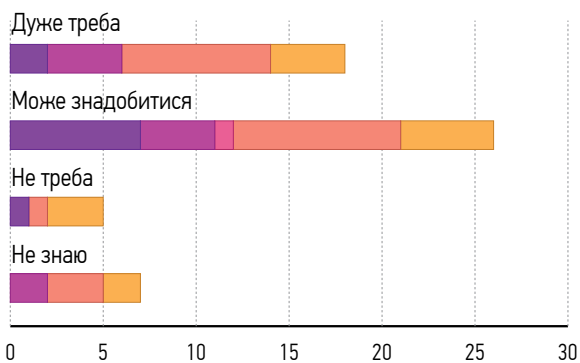
Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 35.

**Грантоотримувачі УКФ зазначили, що загальний рівень потреби в зовнішніх коштах по проєктах не є критичним, але вони переважно можуть знадобитися.** Дуже потрібні кошти для оплат зовнішнім підрядникам – для більшості ФОП (70%), установам культури (55%) та громадським об'єднанням (50%). Останні ще вказали значну потребу для оплати роботи команди (43%). Ключові цифри:

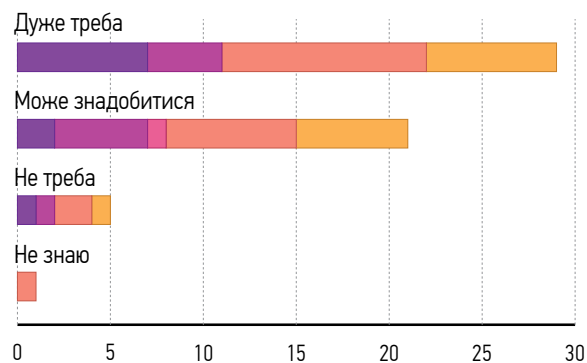
- з опитаних респондентів ФОП: для 70% може знадобитися зовнішнє фінансування на проєкт загалом, для 60% – на витратні матеріали, третина респондентів не потребує коштів додатково на комунікацію й розрахунки з іноземними партнерами;
- з опитаних респондентів ТОВ: 60% можуть потребувати додаткові кошти для оплат іноземним партнерам; 30% самостійно можуть покрити всі витратні матеріали; 20% не знають, чи знадобиться їм на проєкт зовнішнє фінансування загалом;
- з опитаних респондентів установ культури: для 60% можуть знадобитися додаткові кошти, щоб покрити витрати на матеріали; третина не залучатиме зовнішні кошти для комунікації, оплати роботи команди й не знає, чи вони знадобляться для розрахунків з іноземними партнерами;
- з опитаних респондентів ГО / ГС / творчих спілок: для 43% може знадобитися зовнішнє фінансування на виплати іноземним партнерам, а для 50% – на матеріали; 29% не шукатимуть коштів для комунікаційних витрат; 14% не знають, чи кошти ззовні будуть потрібні для проєкту загалом.

## На що вам потрібне зовнішнє фінансування проєктів УКФ?

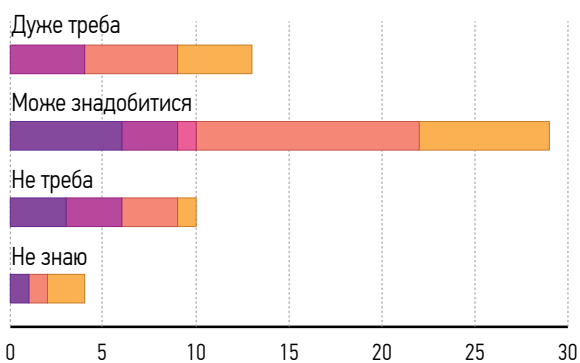
На проєкт загалом (без розбивки на окремі статті)



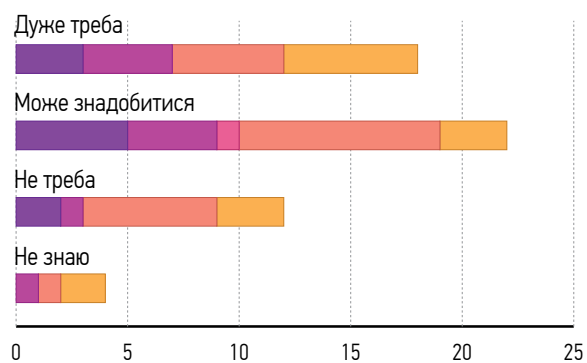
Оплата критично важливим зовнішнім підрядникам



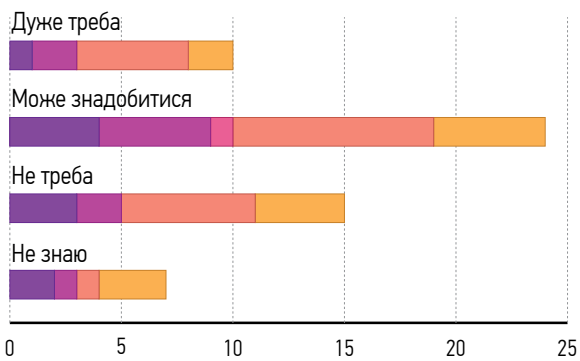
Витратні матеріали для проєкту



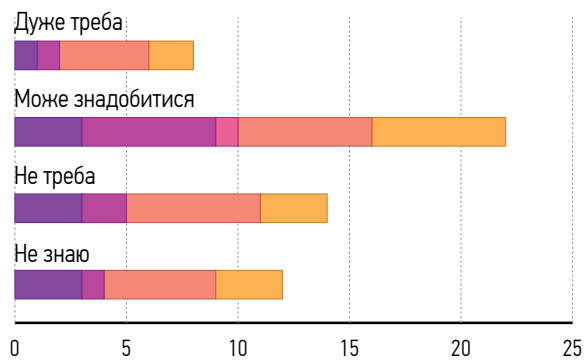
Оплата команді проєкту



Комунікація



Оплата іноземним партнерам



ФОП
  ТОВ
  ПП
  Установи культури
  ГО/ГС/творчі спілки

Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей по кожному питанню – 56.

Грантоотримувачі УКФ мають незначний досвід залучення кредитів (переважно бізнес) для дофінансування проєктів. Респонденти в більшості не готові розглядати кредити, окрім тих, які передбачають грант у якості застави, також вони порівняно прихильні до кредитів з особистою порукою. Тобто **умова застави для представників креативних індустрій є головним стримуючим фактором, вони бояться ризиків та не мають достатньо матеріальної бази для надання гарантій повернення позики.**

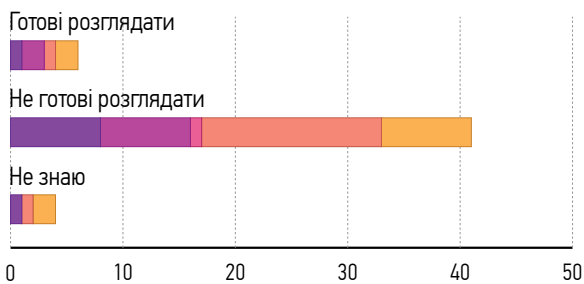
Ключові цифри:

- з опитаних ТОВ: 40% готові розглядати можливості кредитів під особисту поруку, заставу особистого майна керівника та гранту; 80% не готові надавати в заставу майно організації; 30% не знають про факторинг;

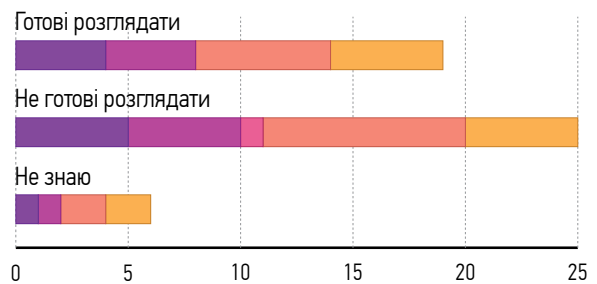
- з опитаних ФОП: 30% готові розглядати факторинг як форму залучення коштів; 80% проти застави майна організації та особистого майна керівника;
- респондент від ПП вказав на неготовність розглядати будь-які з перелічених варіантів;
- з опитаних установ культури: 89% не готові брати кредити під заставу майна організації; 39% готові до гранту в якості застави; 24% не знають про факторинг;
- з опитаних ГО / КС / творчих спілок: 75% проти позики під заставу майна керівника; 60% не готові до факторингу; кожна друга організація позитивно ставиться до застави у формі гранту.

### Під заставу чого ви за потреби готові взяти кредит для проєктів УКФ?

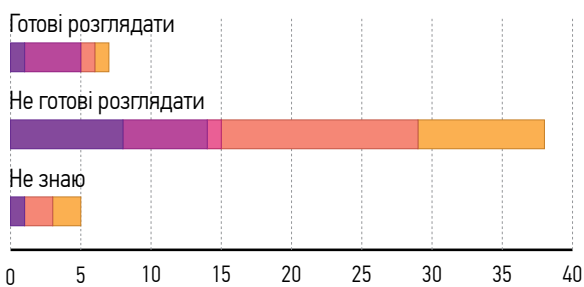
#### Майно організації



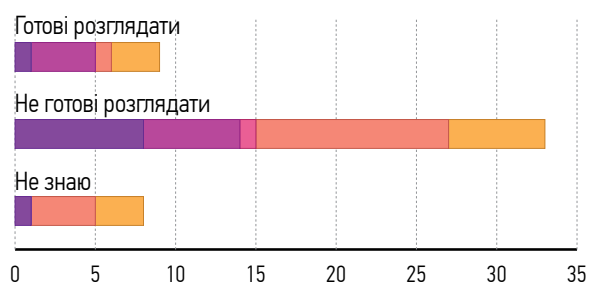
#### Кредит з особистою порукою



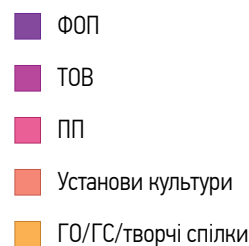
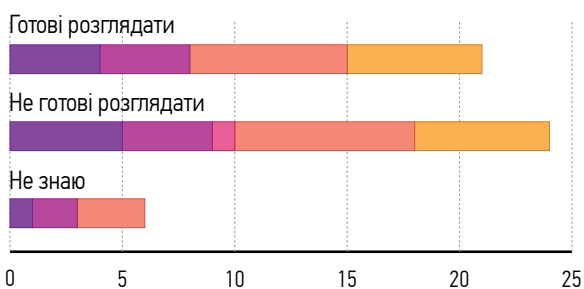
#### Кредит під заставу особистого майна керівника



#### Кредит під заставу прав вжиття за проєктом



#### Кредит під заставу гранту

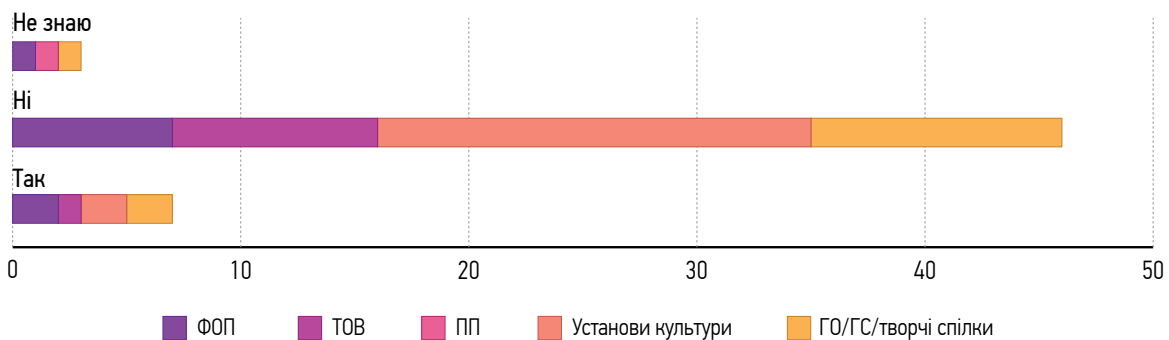


Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей по кожному питанню – 56.

Можливість проєктів із грантовим фінансуванням генерувати дохід є їхньою важливою позитивною ознакою. По-перше, це створює додатковий напрям отримання доходів організаціями й стимулює їх підтримувати проєкт після офіційного звітування. По-друге, це створює можливості диверсифікувати фінансову підтримку проєкту іншими джерелами, зокрема залучити кредити й полегшити їхнє погашення та сплату відсотків за рахунок цих додаткових доходів. По-третє, це мотивує грантоотримувачів активніше реалізовувати проєкт і шукати додаткове фінансування, адже робить проєкт привабливішим в очах партнерів та підрядників. Однак, як бачимо з опитування, лише 13% респондентів зазначили,

що результати їхніх проєктів за підтримки УКФ (наприклад, аудіовізуальний твір, вистава, фестиваль) можуть створювали доходи. Вважаємо, що такий невисокий відсоток – це негативна тенденція, особливо ж для бізнесів, які насамперед повинні орієнтуватися на генерування доходів і прибутків від своєї діяльності. Спираючись на відповіді в попередніх питаннях, можемо припустити, **що проєкти УКФ для бізнесу є радше способом гарантовано отримати кошти без докладання зусиль у пошуку споживача, позиціонування й конкуренції**. Іншим (на нашу думку, менш імовірним) варіантом може бути бажання реалізувати певну ідею, яка не має прямого стосунку до бізнесу чи комерційних перспектив, однак посилила репутацію та соціальний капітал (для успішних сталих бізнесів). Щодо ГО / ГС / творчих спілок та установ культури, то генерування додаткових доходів у проєктах може сприйматися командою більше як проблема, ніж перевага, через особливості фінансування й звітування. Загалом серед опитаних 70% ФОП, 90% ТОВ, 90% установ культури і 79% громадських об'єднань не отримували доходів від проєктів УКФ, окрім прямих трансів.

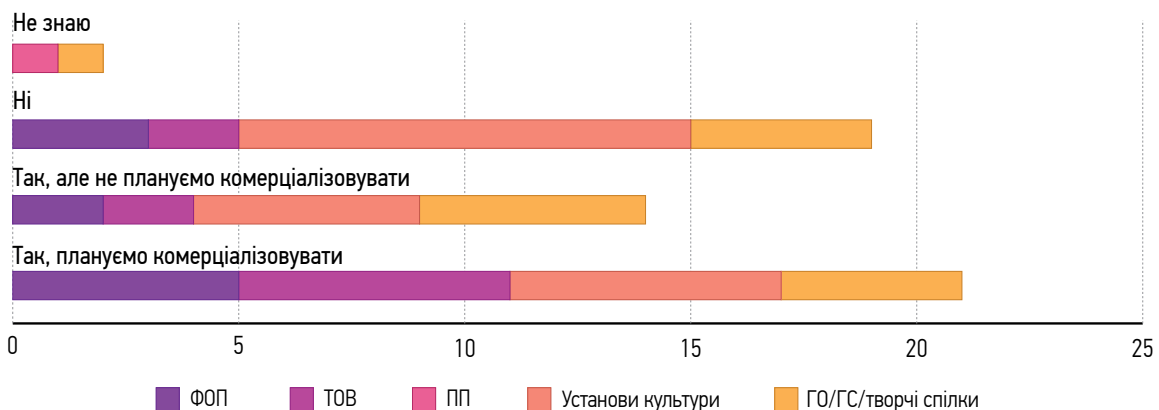
**Чи проєкт(и) УКФ під час реалізації генерував(ли) дохід (прямі грошові надходження, не від УКФ – квитки, продаж книг тощо)?**



Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 56.

Також комерціалізація культурного чи креативного продукту свідчить про конкурентоспроможність і життєздатність проєкту, є роботою на перспективу. Саме цього часто бракує грантовим проєктам в Україні, а їхній (продуктів) життєвий цикл завершується звітуванням виконавців. Опитування показало, що 60% ТОВ, 50% ФОП, 29% установ культури, ГО / ГС / творчих спілок планують комерціалізувати продукт, створений у проєкті за підтримки УКФ. Водночас існує значна частка респондентів, які не планують цього робити або ж не мають продукту з перспективами заробляти на його використанні. Таким чином, можна стверджувати, що **представники креативних індустрій значною мірою діють ситуативно в пошуку фінансування й не мають стратегічного бачення того, як грантовий проєкт може стати хорошим стартовим майданчиком для комерціалізації їхніх продуктів за результатами цього проєкту**.

**Чи проєкт(и) УКФ генерував(ли) продукти / послуги, що можуть бути комерціалізовані?**

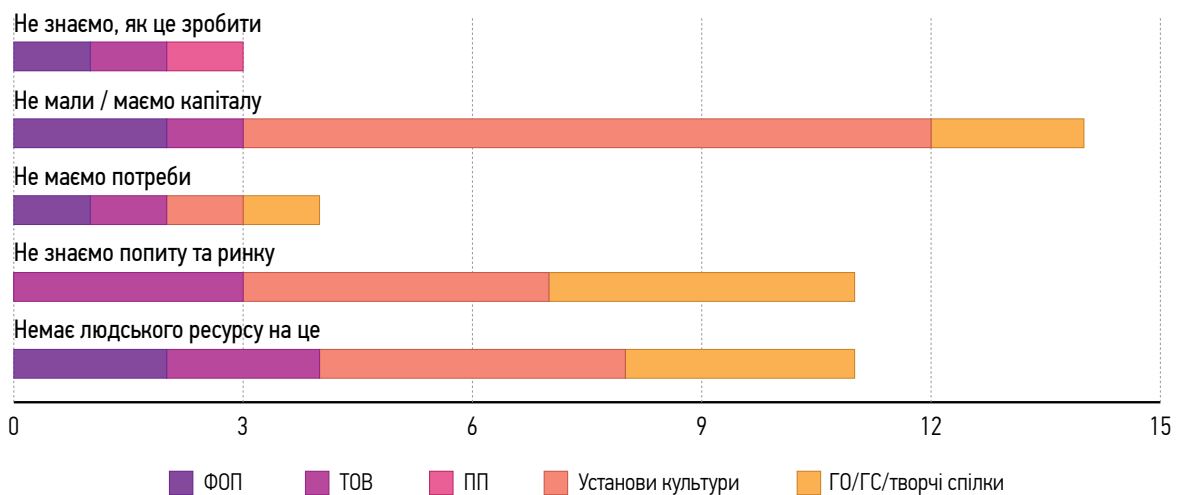


Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 56.

Серед причин відмови від комерціалізації продукту, створеного в проєкті за підтримки УКФ, респонденти переважно вказали, що не знають попиту й ринку, а також не мають для цього капіталу. Ключові цифри:

- з опитаних респондентів ТОВ: 38% вказали, що не знають попиту й ринку; 25% зазначили, що не мають людського ресурсу на комерціалізацію продукту;
- з опитаних респондентів ФОП: для 43% головна причина відмови від комерціалізації – брак капіталу; 14% не мають потреби й не знають, як комерціалізувати продукт;
- з опитаних респондентів установ культури: 50% не мають капіталу для того, щоб заробляти на створеному продукті; лише 6% не мають потреби в комерціалізації;
- з опитаних респондентів ГО / ГС / творчих спілок: 40% основною проблемою вказали незнання попиту й ринку; 20% опитаних не мають капіталу чи людського ресурсу на комерціалізацію.

**Якщо проєкт генерував продукт, який можна комерціалізувати, чому ви цього не зробили / не хочете зробити?**



*Джерело: результати анкетного опитування. Загальна кількість відповідей – 44 (респонденти мали можливість обрати декілька варіантів відповідей).*

Отже, **нерозуміння, для кого створювати продукт і де знайти кошти для його комерціалізації, є важливою проблемою для грантоотримувачів УКФ. Розробляючи грантовий проєкт, бізнеси, установи й громадські об'єднання не мають чіткого портрета кінцевого споживача, який зміг би придбати товари чи послугу від проєкту, і через це втрачають можливості заробляти на них.** Тому актуальним є:

- для грантоотримувачів: розвивати компетентності бізнес-моделювання; упроваджувати стратегічний підхід до розроблення грантових проєктів з можливістю їхньої інтеграції в основну діяльність на термін мінімум 1-3 роки;
- для УКФ: при відборі заявок на фінансування прописати більш вимогливі й чіткі критерії довгострокових результатів проєктів.

## УЗАГАЛЬНЕНІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ

1. Представники креативних індустрій активно використовують грантову підтримку УКФ; за виключенням культурних установ, фінансування від УКФ становить значну частку їхніх бюджетів.
2. Респонденти від бізнесів переважно добре або на достатньому рівні володіють бізнес-компетентностями; респонденти від ГО / ГС / творчих спілок та установ культури мають базові знання механізмів зовнішнього фінансування й хочуть краще їх опанувати.
3. Грантоотримувачі УКФ стикаються переважно з незначними труднощами в реалізації своїх проєктів, тобто умови фінансування УКФ є загалом прийнятними для представників креативних індустрій.
4. Найактуальнішими проблемами є: для бізнесу – вчасне отримання траншів та касові розриви; для установ культури – звітування й часові рамки проєкту; для ГО / ГС / творчих спілок – оплата зовнішнім підрядникам і вчасне отримання траншів.
5. Серед причин виявлених проблем грантоотримувачі УКФ назвали переважно бюрократичні процедури.
6. Головним способом вирішення проблем із нестачею коштів через схему фінансування «30% / 70%» є домовленості про відтермінування оплат.
7. Грантоотримувачі (за виключенням лише окремих опитаних від бізнесу) майже не використовують кредитних можливостей для перекриття нестачі коштів, і в разі потреби такого перекриття звертаються насамперед до знайомих.
8. Грантоотримувачі вказали, що загальний рівень потреб у зовнішніх коштах по проєктах не є критичним, однак вони (переважно) можуть знадобитися.
9. Для представників креативних індустрій питання застави є найістотнішим стримуючим фактором в оформленні кредиту по проєктах УКФ; вони бояться ризиків та не мають достатньої матеріальної бази, щоб надати гарантії повернення позики.
10. Проєкти УКФ є для бізнесу радше способом гарантовано отримати кошти без докладання зусиль у пошуку споживача, позиціонуванні й конкуренції.
11. Грантоотримувачі УКФ діють переважно ситуативно в пошуку фінансування й не мають стратегічного бачення того, як грантовий проєкт може стати хорошим стартовим майданчиком для комерціалізації їхніх продуктів за результатами цього проєкту.

## КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ГРАНТООТРИМУВАЧІВ УКФ

1. Представники креативних індустрій ще не мають достатнього досвіду взаємодії з фінансовими донорами, і це зумовлює труднощі в освоєнні грантів та дотриманні регламентованих ними умов.
2. Неналагоджена взаємодія в площині «креативні індустрії – фінансовий ринок», брак знань і досвіду, як поєднувати різні типи фінансування у грантових проєктах.
3. Відсутність портрета кінцевого споживача продуктів (товарів чи послуг), які створюються за результатами реалізації грантових проєктів, через що втрачаються можливості заробляти на них.

## ПРО ПРОЄКТ

Проєкт «Фінансування креативних індустрій» мав на меті дослідити потребу креативних індустрій у фінансуванні та готовність надавачів фінансування (банків, фондів, інвесторів, клубів бізнес-янголів) цю потребу задовольнити, знайти потенційні точки дотику.

Практична цінність проєкту полягає у розробці типових документів для інвестування у креативні індустрії та кредитування операторів креативних індустрій, розробці моделей фінансування та стратегічних рекомендацій, які допоможуть покращити залучення капіталу для операторів креативних індустрій.

### **Партнером проєкту є агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks.**

PPV Knowledge Networks – агенція економічного розвитку. PPV Knowledge Networks займається розвитком бізнесів та міжсекторних зв'язків. Практики: креативна економіка, зелена економіка, розвиток МСП, місцевий економічний розвиток, бізнес-консалтинг, грантовий менеджмент. Агенція надає послуги з проєктного менеджменту, консалтингу, аналітики для бізнесу та організацій. Працює у Львові з 2008 року.

### **Проєкт реалізувався за підтримки Українського культурного фонду.**

Український культурний фонд (УКФ) — державна установа, заснована у 2017 році. Діяльність Фонду орієнтована на розвиток національної культури всередині країни та її популяризацію за кордоном. Фонд забезпечує сприятливі умови для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості і суспільства, широкий доступ громадян до національного культурного надбання, підтримує культурне розмаїття та інтеграцію української культури у світовий культурний простір.

**Автори:** Володимир Воробей, Марта Кобринович, Лілія Кривецька, Назар Гудз, Марія Кравченко, Ігор Лісний, Ольга Гуцол, Володимир Крижанівський

**Юридична складова:** Анна Мацюк, Микола Костюк, Тетяна Шиманська

Фінансування креативних індустрій. Аналітичний звіт — Львів., 2020.