

ДОГОВІР № ЗСАН31-5305
про надання гранту

м. Київ

« 9 » червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Воробей Володимир Герсгійович (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань, № 2 415 000 0000 016809 від 05.06.2006 р., з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проекту «Фінансування креативних індустрій» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначеним у розділі XI проектної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проекту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проекту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проекту є день підписання Фондом акта про виконання Проекту.

10 чер 2020

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 896 100 грн. 00 коп. (вісімсот дев'яносто шість тисяч сто гривень 00 коп.) без ПДВ.

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

3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.

4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.

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

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

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

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

5) у разі якщо реалізацію 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;

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації 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, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проекту, 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 та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проекту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

витрати, в результаті курсових різниць;

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

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.

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.

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2020 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:

Аналітичний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.monitor@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Воробей Володимир Георгійович, керівник 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 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

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

додаток 5 – графік платежів.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

ФОП Воробей Володимир Георгійович

Юридична адреса:

79040, Львівська обл., місто Львів,

вулиця Різьб'ярська, буд.3, кв.4

Адреса для листування:

79040, Львівська обл., місто Львів,

вулиця Різьб'ярська, буд.3, кв.4

ЄДРПОУ/ПІН: 2845007151

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA093253210000026009053776729

МФО: 325321

Тел.: +380676700106

Виконавчий директор



Ю.О. Федів

ФОП

В.Г. Воробей

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3CAN31-5305
від «21» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аналітика культури

Лот: ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні
наукові дослідження
Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3CAN31-5305

Назва проекту: Фінансування креативних індустрій

Візитна картка проекту

Конкурсна програма
Аналітика культури

Лот
ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні наукові дослідження

Тип проекту
Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв
культурні та креативні індустрії

Ключові слова за напрямом (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)
наукові дослідження
соціальні, прикладні дослідження

Назва проекту
Фінансування креативних індустрій

Назва проекту англійською мовою
Finance for Creative Industries

Воробей В.І.
16/05/20

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

Основна мета проекту - розширити можливості доступу до фінансування для креативних індустрій завдяки теоретичним та практичним напрацюванням. Основним результатом проекту буде аналітичний звіт про фінансування креативних індустрій, що складатиметься з дослідження думки учасників програми British Council Creative Enterprise та грантоутримувачів УКФ, результатів структурованих інтерв'ю, висновків за результатами робочих візитів. Практична цінність для цільової аудиторії полягатиме у розробці типових документів, моделей фінансування та стратегічних рекомендацій, які допоможуть покращити фінансування ОКІ. Результати проекту будуть доступними онлайн, а також поширеними для широкої аудиторії завдяки комунікації через загальноукраїнські медіа.

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

The project aims to expand access to finance for creative industries through theoretical and practical outcomes. The project will produce an analytical report on the financing of the creative industries, consisting of a survey of the opinions of participants of the British Council Creative Enterprise program and UCF guards, the results of structured interviews, the results of the results of working visits, etc. It will be supported with a package of standard documents for business-angels club and credits for creative interprise, financing models and strategic recommendations. The results of the project will be available online.

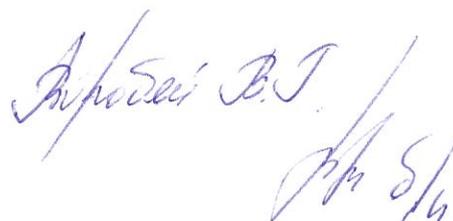
Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
896100.00

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
896100.00

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).
0

Географія реалізації проекту: населений пункт, область (якщо поза межами України — зазначте країну)

Населений пункт
Львів



Населений пункт
Київ

Початок проекту
2020-06-01

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях
5

Партнери проекту

Агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks (м. Львів, www.ppv.net.ua) є базовим партнером для реалізації проекту без формального партнерського статусу. PPV допомагатиме із контактами заінтересованих сторін, слугуватиме базою для поширення інформації про заходи проекту. PPV реалізовувала проект «Стан розвитку ринку дизайну в Україні 2019» у рамках програми «Український культурний монітор». Подавач (ФОП Воробей) є засновником та директором агенції PPV.

Британська Рада в Україні (British Council, <http://www.britishcouncil.org.ua/en>) надаватиме доступ до контактів випускників програми Creative Enterprise в Україні, необхідних для виконання одного із завдань проекту, та підтримуватиме проект комунікаційно. Лист підтримки за посиланням <https://ppv.egnyte.com/dl/NGpi7XBDn>. Подавач є фасилітатором програми Creative Enterprise в Україні, автором дослідження «Потреби у фінансуванні креативних підприємців» 2017 р. та співпрацює з Британською Радою впродовж 5 років.

Ваш основний продукт
Аналітичний звіт

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Воробей Вслодимир Георгійсвич

Телефон

Воробей В.І.
Вс

Електронна пошта

Функції в проєкті

Проектний менеджер

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Фізична особа-підприємець Воробей Володимир Георгійович

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Privat entrepreneur Vorobey Volodymyr

Організаційно-правова форма

Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ

2845007151

**Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут,
Положення тощо)**

385532113278

**Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/
ЛОТУ**

72.20, 70.22

Дата реєстрації організації

2006-06-05

Юридична адреса організації

79040, Львівська обл., місто Львів, вулиця Різьб'ярська, будинок 3, квартира 4

Поштова адреса організації

79040, Львівська обл., місто Львів, вулиця Різьб'ярська, будинок 3, квартира 4

Фактична адреса організації

79040, Львівська обл., місто Львів, вулиця Різьб'ярська, будинок 3, квартира 4

Воробей В.Г.
В.Г.

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

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

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Воробей Володимир Георгійович

Телефон

Електронна пошта

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

Чи має керівник організації судимість/притягнення до адміністративної відповідальності за вчинення правопорушення/злочину у сфері корупційних зловживань, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації

Воробей Володимир Георгійович

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до відповідальності у сфері корупційних зловживань? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

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

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

Воробей В.Г.
08/11

немає

Дохід за звітний період

1258336.56

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Ні

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

Додайте активні посилання на успішно реалізовані проекти за підтримки УКФ, якщо такі були

немає. Проте, агенція економічного розвитку ППВ Мережі Знань, директором якої є заявник (а також був проектним менеджером проекту), реалізовувала у 2019 році прсект "Моніторинг розвитку дизайну в Україні"
http://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Ukrainian_Design_Monitoring_PPV_2019_UA.pdf

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ? Якщо так, назвіть цей проект та додайте активні посилання на інформацію з відкритих джерел на цей проект

Ні

Приклади успішно реалізованих проектів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років

Проект

Проект "Функціональний аналіз Міністерства культура України" (2017 рік) в межах програми ЄС-Східного партнерства "Культура і креативність" на 2015-2018 рр." (фінансований Європейською Комісією)

Проект

Фасилітація в межах програми "Creative Enterprise" (2017 - 2019 рр.)

Проект

Організація 10 зустрічей клубу з розробки стратегічних підходів (політик) з місцевого економічного розвитку у Львові та Києві в межах "Local Economic Development Policy Clubs", що фінансуються Стенфордським центром демократичного розвитку та верховенства права (2019-2020 рр.).

Володимир В. П.
07/05/19

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни

Креативні індустрії (КІ) в Україні (12 індустрій, офіційно визначених постановою КМУ у квітні 2019 р.) активно розвиваються. За останні 6 років була створена інституційна рамка (окремий департамент в Мінкульті, поняття введено в офіційний ужиток), розвиток креативних індустрій є одним з фокусів новостворених інституцій підтримки (УКФ, Український Інститут, Український інститут книги тощо), а міста та навіть регіони активно включають креативні індустрії як пріоритет свого розвитку у стратегіях. Для розвитку операторів культури та креативних підприємців та компаній (оператори креативних індустрій, OKI), які, власне, і формують креативні індустрії, потрібно розуміти їхні потреби та запит у підтримці. Нещодавні дослідження, у т.ч. за підтримки УКФ, певною мірою дозволяють проаналізувати такий запит. Одним з наскрізних істотних для КІ питань є доступ до фінансування. Власне, доступ до фінансування був однією з ключових причин для створення самого УКФ.

У 2017 р. PPV Knowledge Networks провели дослідження випускників програми British Council Creative Enterprise (<http://bit.ly/financial-needs-creatives>), яке показало, що 80% випускників програми, які мають бізнес-модель, планують залучати інвестиції для розвитку свого бізнесу, і що всі респонденти мають потребу у додатковому фінансуванні. Те ж дослідження показало, що лише 17% креативних підприємців мають бізнес-модель. Дослідження 2019 р. PPV Knowledge Networks «Моніторинг розвитку дизайну» (за підтримки УКФ. <http://bit.ly/design-study-2019>) показало, що в індустрії дизайну (графічного та предметного, яке було фокусом дослідження) недостатньо навіть малого бізнесу, - незначна кількість (лише 490 ТОВ та ПП) власне компаній. Це свідчить про недосконалізованість індустрії дизайну. Аналітичний звіт Інституту економічних досліджень (ІЕД) «Економічна привабливість культури» (профінансований УКФ, 2019) дає рекомендацію «розробити систему фінансування розвитку ККІ, яка б органічно включала державне та приватне фінансування та доходи відповідних економічних агентів від власної виробничо-комерційної діяльності». Згідно із дослідженням 2018 р. Центру інформаційної підтримки бізнесу у Львові, створеним програмою EU4Business за підтримки ЄБРР, немає фондів прямих інвестицій або бізнес-янголів, які визначають КІ як сектор інвестування, який вони розглядають.

Потреба у доступі до фінансування, водночас, є недослідженим питанням, оскільки немає даних щодо форматів фінансування, на які є запит

Роберт В.Т.
Роберт В.Т.

(кредитування чи капіталізація), розмірів такого фінансування, рівня фінансової грамотності та інвестиційної готовності ОКІ (готовність до фінансування), наявності фінансових операторів, заінтересованих у фінансуванні КІ, рівня розуміння фінансовими операторами бізнес-моделей операторів креативних індустрій. Отже, доступ до фінансування як потреба для розвитку креативних індустрій в Україні, на сьогодні є невизначеним поняттям (немає цифр, даних, моделей, форм та форматів фінансування). Відповідно, неможливо визначити, хто і що має фінансувати, якою може бути роль у вирішенні цього питання різних установ, як державних (УКФ, Ukrainian Startup Fund) та комунальних (обласні та міські програми фінансування), так і приватних (банків, фондів інвестування). Відсутність даних про поточний стан потреби у фінансуванні з боку ОКІ блокує доступ приватного капіталу в цей сектор економіки («чорна діра з високими ризиками») та деформує ринки через погано здизайновані програми фінансової підтримки з боку органів влади (замале проектно фінансування, спотворення ринкових умов через надання грантового фінансування, відсутність зв'язку між потребою у фінансуванні та обсягом фінансування, яке закладається у відповідні обласні та міські програми, тощо – «викидання коштів на вітер»). Інформація щодо потреби у фінансуванні є також істотною для формування екосистеми для креативних індустрій, - послуг та продуктів, які можуть надавати існуючі гравці (центри, хаби, школи, фонди – наприклад нові навчальні програми або програми відшкодування кредитних ставок, розроблені саме під потреби ОКІ), та створення інституцій підтримки нового типу (зокрема у гібридній формі за участі приватного та державного капіталу – наприклад акселераційні програми, які вкладають кошти в ОКІ, яких навчають).

Отже, запропоноване дослідження дозволить структурувати потреби у фінансуванні з боку ОКІ та, відповідно, пришвидшити вирішення цієї проблеми, - скресливши реальний попит, вказавши на затребувані форми та формати фінансування, та проаналізувати можливість застосування вже апробованих підходів з країн ЄС в Україні. Дослідження стане основою для фахової дискусії між креативними індустріями як сектором економіки та фінансовим сектором в Україні, який також активно розвивається. Дослідження дозволить виявити та інформаційно підсилити, спричинитись до розблокування можливостей для фінансування ОКІ, де вже є бізнес-кейс. Органи влади (національного та місцевого рівня) зможуть використати результати дослідження для формування політик у сфері розвитку креативних індустрій. Для приватних інвесторів, фондів та банків дослідження відкриє креативні індустрії як сектор (просвітництво).

Обґрунтуйте актуальність проекту для вашої організації (та вашого

партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)

Агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks (директором якої є Володимир Вєробей, подавач заявки) працює з тематикою фінансування для креативних індустрій впродовж останніх 4 років. У 2015 році компанія інвестувала у створення бренду (компанії з 2018 р.) дерев'яних іграшок Iisliis, фактично відігравши роль бізнес-янгола. У 2017 році було проведене вищезгадане дослідження «Потреби креативних підприємців у фінансуванні», перше дослідження подібного роду в Україні. У 2018 р. агенція інвестувала (спільно з «Часопис Rent24») у створення центру розвитку бізнесу Business Hub у Львові (680 кв м, з фокусом на креативні індустрії). PPV також фінансувала комерціалізацію об'єкту інтер'єру grid/спільно з бюро дизайну Носпігау. Як Центр інформаційної підтримки бізнесу у Львові, PPV проводило тренінгові програми та форуми щодо залучення інвестицій та фінансування МСП у 2018-2019 рр. Агенція (та, відповідно, подавач) мають добре розуміння та широку мережу контактів як серед креативних бізнесів, так і серед операторів фінансування (банки, фонди, поодинокі бізнес-янголи, акселераційні програми тощо). Водночас, агенція заінтересована у розширенні мережі контактів серед фахівців, які цікавляться або задіяні у фінансуванні креативних індустрій в Україні, яких є (або має бути) більше, ніж наявних зараз контактів.

Стратегічно, агенція PPV планує розвивати практику янгольського інвестування і заінтересована у формуванні культури інвестицій у креативні підприємства. Пропонований проект відповідає фаховим інтересам та пріоритетам розвитку як експерта та директора агенції PPV Knowledge Networks.

Як актуальність вашого проекту співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу

Проект «Фінансування креативних індустрій» допоможе отримати дані, які використовуватимуться для розробки політик на національному рівні, наприклад програм Ukrainian Startup Fund, EU4Business (зокрема щодо полегшення доступу до фінансування МСП). Проект результуватиме у нових знаннях про стан розвитку креативних індустрій, зокрема про фінансових стан цих індустрій. Проект підсилить сприйняття креативних індустрій як сектору економіки, який можна розглядати для інвестування чи кредитування. Сукупно це відповідає пріоритетам програми «Аналітика культура».

Одним з пріоритетів ЛОТу є «дослідження недержавного сегменту секторів культури та креативних індустрій». Проект «Фінансування креативних індустрій» безпосередньо стосується 7 ключових секторів креативних

Вєробей В.І.
р/м Б/п

індустрій - видавнича діяльність, аудіовізуальне мистецтво, дизайн, мода, нові медіа та ІКТ, архітектура та урбаністика, креативні послуги. У цих секторах є більша кількість компаній (на відміну від неприбуткових ініціатив, як в інших), які мають більший запит на фінансування (зокрема інвестиції у статутний капітал).

Чому ваш проект є унікальним?

Подавачу невідомі інші комплексні дослідження питання доступу до фінансування для креативних індустрій. Подібні дослідження проводяться для ІТ галузей, зокрема технослогічних стартапів (наприклад дослідження команди Unit.city про фінансування маркетингових технологій, фінансових технологій), які є однією з креативних індустрій. Водночас технологічна сфера певною мірою експропріювала саму тему фінансування стартапів та загалом інвестицій. Пропоноване дослідження покликане, у тому числі, розширити сприйняття, що вважається об'єктом фінансування у малий бізнес, включивши інші креативні індустрії (видавничу справу, дизайн, моду, нові медіа, архітектуру, аудіовізуальне мистецтво) до цього дискурсу. Це дозволить привернути увагу до креативних індустрій з боку фінансових інституцій, інвесторів та інших операторів фінансового ринку.

Проект вперше цільово та комплексно розглядатиме питання фінансування креативних індустрій, - економічну суть креативних індустрій. Досі аналітичні матеріали фокусувались на феноменології креативу, - появи нових бізнес-моделей, створенні нових брендів, розвитку нових форматів культури тощо. Питання фінансової спроможності, капіталізації та прибутковості залишаються «незручними», конфіденційними, складними. Водночас без фахової розмови про фінансовий стан креативних індустрій в Україні неможливо очікувати подальшого дозрівання цих індустрій, тим більше перетворення їх на рушії економічного розвитку країни.

Чому ваш проект є інноваційним?

Проект використовує інноваційний підхід до визначення потреб у фінансуванні ОКІ. Більшість операторів використовує спрощену систему оподаткування (материнська структура та пов'язані ФОПи), що ускладнює або навіть унеможлиблює використання даних статистики чи фіскальної служби. Загальні опитування не працюватимуть у питаннях доступу до фінансування через конфіденційність, закритість або «незручність» питань. Відповідно, проектом передбачено використання комбінації дослідницьких методів – аналіз когорти випускників програми Creative Enterprise (фактор довіри, мікро бізнес), аналіз платформ колективного фінансування (виявлений попит на фінансування, доступність інформації у публічному

Роберт В.Т.
10/11

доступі, малий бізнес), аналіз грантоотримувачів УКФ у 2018-2020 роках (виявлений попит на фінансування, мікро, малий та малий+ бізнес) та структуровані інтерв'ю з лідерами ринків у цільових 7 креативних індустріях проєкту (фізично можливо провести, малий+ та середні бізнеси). Сукупно, такий підхід дозволить виявити та структурно описати реальний стан з доступом до фінансування у креативних індустріях.

Новацією проєкту є розробка фінансових інструментів для креативних індустрій, - визначення бізнес-кейсу, розробка моделей та підготовка пакету матеріалів для кредитного інструменту та для інструменту клубів бізнес-янголів. На рівні анекдотичних даних (у спілкуванні з учасниками ринку) виявлена потреба та можливі надавачі таких інструментів, водночас немає аналітичних матеріалів, які б дозволили б приймати обґрунтовані рішення.

Проєкт передбачає вивчення доступу до фінансування для креативних індустрій в країнах ЄС (поїздка в Польщу та участь у конференції мережі European Creative Business Network у Берліні) для порівняння етапів розвитку фінансових інструментів для креативних індустрій в ЄС та Україні та виявлення кращих практик для впровадження в Україні. Впродовж останнього програмного періоду (2014-2020), в країнах ЄС впроваджувалась ціла низка інноваційних фінансових інструментів для креативних індустрій (щорічні форуми ECBN слугують як європейська платформа для фахівців з цієї сфери), - проєкт дозволить виявити ті інновації, які можуть бути репліковані та адаптовані в Україні.

Як ваш проєкт доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?

Проєкт спрямований передовсім на підсилення розвитку креативних індустрій в Україні, на збільшення фінансового ресурсу для креативних підприємств, що дозволить швидше і краще використовувати культурні сенси та інтелектуальну власність, напрацьовані у культурно-мистецькій сфері, для креативних продуктів. Така конверсія сприятиме економічному розвитку та підсилить роль культури в економіці України.

Ключові сектори у фокусі проєкту (видавнича діяльність, аудіовізуальне мистецтво, дизайн, мода, нові медіа та ІКТ, архітектура та урбаністика, креативні послуги) почали свій активний розвиток після Революції Гідності, із створенням цілих нових сегментів, розширенням відповідних ринків, формуванням екосистем (заходів, платформ, осередків, мереж тощо). Поява цих фактично стартап секторів заскочила традиційних економічних акторів неготовими, - від відсутніх КВЕДів (що ускладнює виявлення

Prof. dr. B. J.
10/5/10

секторів), нерозуміння бізнес-моделей, малозначимої присутності у політичних процесах (окрім Президента, який представляє креативні індустрії, і тривалий час очолював одну з комерційно найуспішніших продакшн-студій України) до сгрийняття сектору виключно як громадсько-культурної діяльності (тобто некомерційної). Натомість сектори активно розвиваються (як приклад див «Моніторинг розвитку дизайну» PPV Knowledge Networks 2019 р, автором якого є подавач), формують ринки, де працюють сотні бізнесів, деякі з яких вже є малими+ (понад 20 працівників), з усіма потребами у фінансуванні та підтримки для розвитку, як й інші традиційні сектори економіки.

Робота подавача з креативними підприємцями впродовж останніх 4 років (як фасилітатора 4 програм Creative Enterprise, організатора 3 Днів креативної економіки у Львова, спільної із Всі.Свої (найбільшої платформи для українських фешн-брендів) програми для фешн-підприємців тощо) свідчить про нестачу фінансування у секторі, - як з боку попиту (недостатня фінансова підприємницька грамотність) так і з боку пропозиції (відсутні фонди фінансування, кредитні можливості).

Отже, за останні 6 років в Україні сформувались нові сектори економіки у креативних індустріях, яким потрібен доступ до фінансування, як й іншим традиційним секторам економіки. Наявність даних та аналітики щодо такого доступу дозволить пришвидшити вирішення цього істотного питання, тим самим допсвнити процеси, які відбуваються у креативних індустріях.

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект у перспективі кількох років?

Окрім безпосередньо інформаційно-аналітичної, проєкт виконує сигнальну функцію для 7 креативних індустрій у фокусі дослідження. Результати проєкту сигналізуватимуть існуючим та потенційним фінансовим операторам про можливості цих секторів (наявність попиту, розуміння ризиків), стимулюватимуть їх адаптовувати напрацьовані проєктом моделі або розробляти власні, тим самим привернувши увагу сторони пропозиції (supply side) до потреб креативних індустрій. За ідеальним обставин, результати проєкту стимулюватимуть появу кількох кредитних продуктів з боку банківських інституцій, квазі-грантових / гібридних програм у рамках програм ЄС на підтримку МСП в Україні та клубів бізнес-янголів чи просто бізнес-янголів. З іншого боку, ОКІ краще розумітимуть потреби кредиторів та інвесторів, що підсилить процеси дозрівання бізнесів (легалізації, структурування, налаштування бізнес-процесів, прозорості, підзвітності тощо).

Проєкт вплине на формування пріоритетів програм підтримки МСП в Україні з боку міжнародних організацій, зокрема ЄС та проєкту KEU,

Воробей В.Т.
20/10/19

(Конкурентоспроможна економіка України) USAID та державних програм (політик). Без створення умов для доступу до фінансування для ОКІ існує великий ризик зникнення (банкрутств, ліквідації, закриття) значної кількості нових українських брендів, які зараз асоціюються з успіхом креативних індустрій. Проєкт підсилить важливість цього істотного питання для розробки відповідних політик на інструментів (програм). Безпосередньо УКФ ставить собі за мету підвищити інвестиційну привабливість української культури, у т.ч. через розвиток бізнес-янголів та залучення приватного капіталу. Результати даного проєкту інформуватимуть процес стратегування всередині УКФ щодо нових можливих інструментів підтримки креативних індустрій. Дослідження може також виявити потребу у формалізації інструментів кредитування проєктів, фінансових УКФ (для фінансування касових розривів у реалізації таких проєктів).

Цілі проєкту

Ціль

Визначити потреби креативних підприємців у фінансуванні та існуючий на ринку бізнес-кейс фінансування.

Завдання 1

1. [?] Розробити методологію збору даних, вкл. опитник та план комунікації з випускниками програми Creative Enterprise 2015-2019 рр., анкету для грантоотримувачів УКФ 2018-2020 рр. з ключових секторів (та, можливо, розширити на всі комерційні організації або інші сектори), формат підготовки кейсів щодо колективного фінансування, методіку проведення структурованих інтерв'ю з ключовими ОКІ в обраних секторах. 2. [?] Зібрати та опрацювати анкетні відповіді випускників програми Creative Enterprise. 3. [?] Підготувати блок аналітичного звіту за результатами дослідження випускників програми Creative Enterprise. 4. [?] Проаналізувати приклади (кейси) використання платформ колективного фінансування для залучення фінансування, підготувати кейси та звіт за результатами аналізу.

Завдання 2

1. [?] Зібрати та опрацювати анкетні відповіді грантоотримувачів УКФ. 2. [?] Підготувати блок аналітичного дослідження за результатами дослідження потреб у фінансуванні грантоотримувачів УКФ. 3. [?] Провести структуровані інтерв'ю з ключовими ОКІ у фокусі проєкту. 4. [?] Підготувати звіт за результатами структурованих інтерв'ю. 5. [?] Підготувати інфографічні матеріали – 14 шт - 2 для кожного блоку

Воробей В.Т.
10/11/17

дослідження (потреби у фінансуванні випускників Creative Enterprise, кейси використання платформ колективного фінансування, аналіз грантоотримувачів УКФ, структуровані інтерв'ю з ключовими гравцями), по 1 для кожного з 7 секторів дослідження

Індикатори досягнення цілі

1. Розроблена методологія дослідження – 1 (документ). 2. Опитано випускників програми Creative Enterprise – 120 (файл з отриманими відповідями в форматі Excel даними). 3. Опитано грантоотримувачів УКФ – 30 (файл з даними). 4. Підготовлено кейсів використання платформ колективного фінансування – 7 (документи). 5. Проведено структурованих інтерв'ю – 14 (перелік з підтвердженнями). 6. Підготовлено блоків аналітичного дослідження – 4 (документи). 7. Розроблено інфографічних матеріалів – 14 (файли з візуалізацією).

Ціль

Напрацювати нові механізми фінансування креативних підприємців.

Завдання 1

1. Ознайомчий візит в Польщу для вивчення досвіду фінансування креативних підприємців. Подавач має прями контакти з товариством бізнес-янголів Польщі (брали участь у конференції PPV Knowledge Networks «Інвестиції для МСП» у серпні 2019 року) та одним з банків, який запустив програму кредитування ОКІ. 2. Розробка моделі роботи клубу бізнес-янголів. 3. Аналіз можливих форм та форматів роботи клубу бізнес-янголів (напрацьованої бажаної моделі) в умовах українського законодавства. 4. Розробка пакету юридичних документів для роботи клубу бізнес-янголів (створення, поточної роботи). 5. Розробка механізму/механізмів кредитування проєктів ОКІ.

Завдання 2

1. Аналіз можливостей кредитування проєктів ОКІ операторами фінансового ринку (банки, фонди, юридичні та фізичні особи – до визначення) відповідно до українського законодавства. 2. Розробка пакету типових документів для кредитування проєктів ОКІ. 3. Підготувати аналітичний матеріал (блок дослідження) з механізмами. 4. Підготувати інфографічні матеріали розроблені механізми – по 1 на кожний.

Індикатори досягнення цілі

1. Проведено зустрічей у Польщі – 5 (звіт за результатами). 2.

Воробей В.Т.
12/12/19

Розроблено механізмів фінансування ОКІ – 2 (документи). 3.
Підготовлено пакетів документів – 2 (набори документів). 4.
Підготовлено блоків аналітичного дослідження – 1 (документ). 5.
Розроблено інфографічних матеріалів – 2 (файли з візуалізацією).

Ціль

Напрацювати рекомендації щодо покращення доступу креативних підприємців до фінансування

Завдання 1

1. Взяти участь у щорічній конференції європейської асоціації організацій розвитку креативних індустрій (European Creative Business Network, ECBN) у Берліні (Німеччина) у рамках головування Німеччини в Євросоюзі. 2. Підготувати аналітичний матеріал про механізми доступу до фінансування та відповідні політики в країнах ЄС (за матеріалами ознайомчого візиту в Польщу та участі у конференції ECBN). 3. Провести 2 зустрічі з розробки стратегічних підходів для напрацювання можливих підходів (політик) у Києві та Львові.

Завдання 2

1. Підготувати рекомендації щодо покращення доступу креативних підприємців до фінансування в Україні. 2. Підготувати аналітичний звіт «Фінансування креативних індустрій в Україні» із зведеними матеріалами всього проекту.

Індикатори досягнення цілі

1. Організовано поїздку на конференцію ECBN – 1 (звіт за результатами).
2. Підготовлено блоків аналітичного дослідження – 2 (аналітичний матеріал, рекомендації). 3. Проведено круглих столів – 2 з мін. 30 учасниками. 4. Підготовлено аналітичний звіт – 1.

Основна мета проекту

Розширити можливості доступу до фінансування для креативних індустрій.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Оператори креативних індустрій у цільових 7 креативних індустріях – понад 700.

- Зареєстровані юридичні особи (ФОП, ПП, ТОВ).
- Переважно саме юридичні особи створюють попит на фінансові інструменти – пряма цільова аудиторія для проекту.

Володимир В. Т.
В. Т.

• [?] Дослідження ринку дизайну 2019 р. (PPV Knowledge Networks, за підтримки УКФ) виявило 400+ компаній у сфері дизайну (за одним КВЕДОм).

• [?] Дослідження Ukrainian Reading and Publishing Data 2018 (за підтримки УКФ) виявило 100+ активних видавництв.

• [?] Кількість брендів, які беруть участь в ярмарках українських брендів – понад 300.

• [?] Для цілей розрахунку цільової аудиторії приймаємо, що й кожний фокусній індустрії є принаймні 100 бізнесів (юридично оформлених бізнесів, що ведуть активну господарську діяльність).

Випускники програми Creative Enterprise за період 2015-2019 рр. – понад 600 підприємців.

• [?] Переважна більшість (орієнтовно 60%) – мікро підприємці, значна частина працюють без реєстрації.

• [?] Випускники перших наборів програми (2015-2016) – більша частка легальних мікро бізнесів (до 10 осіб).

Грантоотримувачі УКФ за період 2018-2020 рр. з 7 креативних індустрій у фокусі дослідження – 50 організацій.

• [?] Попередня оцінка на підставі реєстрів грантових угод 2018-2019 р., проте точна цифра буде опрацьована під час проекту на підставі ретельного аналізу організацій-грантоотримувачів.

Ключові оператори з 7 креативних індустрій у фокусі дослідження – 35 компаній.

• [?] У кожній з обраних креативних індустрій діє понад 30 компаній з кількістю працівників понад 20 (малі+).

• [?] Для цілей дослідження прямою аудиторію обрано до 5 малих+ компаній для кожного сектора – 35 компаній.

• [?] Цільовою аудиторією обрано саме бізнеси, оскільки переважно бізнеси залучають кредити та інвестиції.

• [?] Цільовою аудиторією обрано малі+ бізнеси, оскільки саме такі бізнеси потребують фінансування для зростання та створення робочих місць.

Компанії, які використовували платформи колективного фінансування – 30.

Кількісні показники цільової аудиторії:

1) 120 випускників програми Creative Enterprise, яких опитано в рамках проекту

2) 30 грантоотримувачів УКФ, яких опитано в рамках проекту

3) 14 респондентів структурованих інтерв'ю (представники ключових ОКІ)

4) 10 заінтересованих сторін, залучених до розробки моделі роботи клубу бізнес-янголів

5) 10 заінтересованих сторін, залучених до розробки механізму

кредитування проектів ОКІ 6) 30 учасників круглих столів

Вікторія В. І.
Р/м 5/14

7) 20 осіб, залучених до формулювання рекомендацій

8) 100 переглядів/скачувань звіту на сайті prv.net.ua та в соц.мережах

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

Ширше коло операторів креативних індустрій з 7 фокусних індустрій (які на даний момент надто малі для активного розвитку або мають непевну бізнес-модель) – 1500

Культурні оператори та креативні підприємці з інших секторів культури та креативних індустрій (які також зацікавлені у питаннях доступу до фінансування) – 2000

Оператори фінансового ринку (банківські установи, індивідуальні інвестори, фонди прямих інвестицій, потенційні інвестори) - 50

Міжнародні програми та проекти (EU4Business, проекти USAID «Покращення доступу до фінансових послуг» та «Конкурентоспроможна економіка України», House of Europe, British Council etc.) – 15 організацій.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Наразі дослідження 2017 р. «Потреби креативних підприємців у фінансуванні», проведене агенцією PPV Knowledge Networks (автором якого є подавач), залишається єдиним аналітичним матеріалом щодо тематики фінансування для креативних підприємців. Дослідження передбачало використання когорти випускників програми Creative Enterprise 2016-2017 рр. (яке планується повторити, із доповненою та покращеною методологією, у пролонгованому проекті на когорті випускників програми 2016-2019 рр.) та засвідчило високу потребу у фінансуванні серед креативних підприємців – 80% компаній, які мають бізнес-модель, планують залучати інвестиції у найближчі роки (<http://bit.ly/financial-needs-creatives>).

Питання доступу до фінансування регулярно озвучуються під час заходів PPV до організації та проведення яких залучений подавач. Наприклад, впродовж останніх 3 років PPV організовує Creative Economy Day – захід, націлений на формування відносин між предметними дизайнерами та виробниками – за підтримки програми EU4Business. Кожного року учасники пленарних засідань (найбільші бренди та дизайнери України) та учасники заходу ставлять питання про відсутність доступу до фінансування (особливо довгих коштів) для розробки нових видів продукції (з використанням дизайнерів) та її впровадження на ринок, особливо ринки ЄС, що вимагає мін трьох років присутності на ринку для формування довіри до нового бренду. У листопаді 2018 р.у рамках Creative Economy Day прозодився воркшоп британським бізнес-янголом John Holmes, в якому також брав участь подавач. Воркшоп засвідчив відсутність знань серед креативних

Розробка В. Т. 8/11

підприємців щодо різних форм та форматів залучення фінансування, вміння розраховувати потребу у фінансуванні та планувати залучення фінансування (наприклад, вартість використання платформ колективного фінансування – юридичне оформлення, відсоток, які беруть платформи, вартість маркетингової кампанії тощо).

Подавач є сертифікованим тренером програми Creative Enterprise, - спільної програми для креативних підприємців British Council та агенції з інновацій Nesta. Подавач провів 4 тренінгові програми Creative Enterprise у 2018-2019 роках, в яких взяло участь понад 80 креативних підприємців (вкл. окрему програму для фешн-брендів, спільно з Всі.Свої). Під час тренінгової програми найбільше питань виникає щодо питань фінансування, - від базових питань щодо фінансових показників, до відкриття поняття «капітал» та можливості його залучення. Навіть комерційно-успішні бренди не можуть чітко сказати, скільки саме та чому їм потрібно фінансування і в якій формі (позика чи капітал), незважаючи на артикуляцію потреби у коштах в принципі.

Подавач неодноразово отримував запити на позики від грантоотримувачів УКФ від знайомих креативних бізнесів, які отримали гранти УКФ, через їхню неспроможність забезпечити грошовий потік для фінансування проєкту після використання коштів перших траншів. Натомість участь в конференції ECBN у Хельсінкі у вересні 2019 р. показала, що в країнах ЄС проблема з кредитуванням ОКІ або вирішена (банки розуміють бізнес-кейс надання кредитів) або активно вирішується.

Аналіз пріоритетів програм донорів та державних фінансових устанств (Ukrainian Startup Fund, власне УКФ) засвідчив опосередкований інтерес у питаннях фінансування для креативних індустрій (наприклад у розмові з менеджерами програми USAID Конкурентоспроможна економіка України на 40 млн дол, висловлений інтерес та потреба у даних, оскільки формально немає зведеного запиту на фінансування та немає прописаних особливостей саме для ОКІ, вони проходять на загальних підставах для грантових програм, конкуруючи з виробниками сільськогосподарської продукції та текстильними фабриками тощо). Наявність даних спонукатиме такі програми підходити диференційовано до креативних індустрій під час програмування власних інтервенцій (програм, націлених на підтримку МСП).

Отже, на рівні прямого (безпосереднього) вибіркового дослідження цільової аудиторії виявлено потребу та інтерес у питанні фінансування креативних індустрій.

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

Воробей В. І.
Вісн 6/11

Результати проєкту підсилять процеси створення нових програм фінансування для креативних підприємців та створення нових фондів (посівного фінансування, янгольських інвестицій та прямих інвестицій) з фокусом саме на креативних індустріях. Проєкт не ставить на меті створення таких фінансових інструментів, але проєкт має винести питання фінансування для креативних індустрій на ширший загал, особливо серед фінансових операторів, що прямо вплине на процес вирішення цього істотного для креативних індустрій питання.

Проєкт матиме (можливо навіть сильніший) опосередкований ефект на інвестиційну привабливість та фінансову грамотність креативних підприємців. Планований аналітичний звіт та комунікація під час проєкту приверне увагу креативних підприємств та підприємців до питання доступу до фінансування та стимулюватиме їхню зацікавленість у набутті відповідних компетентностей та навичок, підсилить увагу до розвитку фінансового планування всередині своїх організацій, поставить питання щодо потреби у фінансуванні – та, відповідно, формату залучення такого фінансування. Відповідно, фінансова зрілість ОКІ зростатиме.

Матеріали проєкту будуть використані для створення нових тренінгових програм для підвищення інвестиційної та фінансової грамотності власників креативних підприємств та для потенційних бізнес-янголів.

Хто є зацікавленою стороною (-ами) проєкту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проєкт чи бути під впливом проєкту).

Серед ОКІ можна виділити кілька ключових заінтересованих сторін:

- Малі+ та середні компанії – переважно саме компанії з кількістю персоналу понад 20 осіб мають усталену бізнес-модель та потребують доступу до капіталу для розширення / розвитку бізнесу тощо. Вони заінтересовані у розвитку екосистеми для фінансування креативних індустрій.

- Індивідуальні підприємці, мікро підприємства (до 10 зайнятих) та малі підприємства (до 20 осіб) – переважно ще мають неусталені бізнес-моделі, високу потребу у фінансуванні, високі ризики у діяльності, низьку фінансову грамотність та інвестиційно неготові / непривабливі.

Оператори фінансового ринку:

- Банківські установи – досвід роботи з банківськими інституціями у Львівській області у програмі відшкодування відсоткових ставок (один з проєктів агенції PPV Knowledge Networks у 2019 р.) засвідчує, що банківські установи проявляють активність у випадках, коли є зрозумілий бізнес-кейс для банківського кредитування за діючих на ринку умов (високі відсоткові ставки). Саме тому проєктом передбачено дослідження потреб у

Воробей В.Т.
ММ 5/19

фінансування грантоотримувачів УКФ, для підтвердження (або спростування) гіпотези щодо можливого бізнес-кейсу кредитування виконання грантових проєктів.

• Потенційні бізнес-янгели та інвестори – кількісно найменша, але за впливом найбільша заінтересована сторона. Заінтересовані у розумінні готовності ринку (креативних підприємств) отримувати капітал та можливих напрямків інвестування (сектори, форми та формати інвестування), заінтересовані в інформації щодо правових моделей інвестування в Україні. Ця група представлена успішними підприємцями з інших секторів економіки з інтересом до креативного сектору, інвесторами з інакшим профілем ризику (венчурні інвестиції з меншими масштабами та довшим інвестиційним горизонтом), інвесторами впливу (націленими на робочі місця, пожвавлення місцевої економіки, а не виключно на прибутковість та/ або зростання) тощо.

Державні установи, програми міжнародних донорів та інші учасники екосистеми:

• Державні органи влади, зокрема на регіональному рівні (департаменти економічного розвитку, розвитку МСП) є заінтересованими сторонами, оскільки можуть впроваджувати цільові програми фінансування для креативних і-дустрій;

• УКФ є прямою заінтересованою стороною для подальшого розвитку власних програм, зокрема зафіксованого у стратегії напрямку роботи з бізнес-янгелами;

• Представництво ЄС, проєкт USAID Конкурентоспроможна економіка України можуть адаптувати існуючі або включити рекомендації аналітичного звіту у планування наступних програм підтримки МСП в Україні, зокрема у креативних індустріях;

• Програми розвитку креативних індустрій, креативні хаби та інкубаційні програми заінтересовані у результатах проєкту для створення нових навчальних програм, підсилення можливих пропозицій продуктів для своїх резидентів або створення клубів бізнес-янгелів на своїй базі на основі моделей, запропонованих проєктом.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проєкту.

Проєкт підсилить питання доступу до фінансування для креативних підприємств у суспільному дискурсі, що спонукає заінтересовані сторони та суспільство загалом сприймати креативні індустрії як економічного суб'єкта, відмінного від традиційного сприйняття культури як об'єкта утримання. Фінансування, інвестиції, кредити, бізнес-моделі тощо – категорії та поняття бізнесу, економічні категорії – увійдуть у суспільний дискурс та підсилять суспільне значення креативних індустрій як чинника економічного

Вікторія В. Т.
20/05/11

розвитку, - для створення доданої економічної вартості, робочих місць та суспільного багатства. Введення ключових для капіталізму понять в обґрунтованій прив'язці до креативних індустрій у суспільний дискурс стане ключовою довгостроковою цінністю проєкту.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проєкту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

1). Визначити потреби креативних підприємців у фінансуванні та існуючий на ринку бізнес-кейс фінансування.

1. Розроблена методологія дослідження – 1 (документ).

2. Розроблено опитувальних анкет – 2.

2. Зібрати та опрацювати анкетні відповіді випускників програми Creative Enterprise.

1. Опитано випускників програми Creative Enterprise – 120 (файл з даними).

2. Охоплено випускників програми для потреб збору анкет – 400.

3. Підготувати аналітичний матеріал за результатами дослідження випускників програми Creative Enterprise.

1. Підготовлено блоків аналітичного дослідження – 1 документ (мінімум 30 тис. знаків)

4. Проаналізувати приклади (кейси) використання платформ колективного фінансування для залучення фінансування, підготувати кейси та звіт за результатами аналізу.

1. Виявлено можливих кейсів – 50.

2. Підготовлено кейсів – 7 (мінімум 3600 знаків)

3. Підготовлено блок аналітичного дослідження – 1 документ (мінімум 30 тис. знаків)

5. Зібрати та опрацювати анкетні відповіді грантоотримувачів УКФ.

1. Виявлено грантоотримувачів УКФ для опитування – 90.

2. Опитано грантоотримувачів УКФ – 30.

6. Підготувати аналітичний матеріал за результатами дослідження потреб у фінансуванні грантоотримувачів УКФ.

1. Підготовлено блоків аналітичного дослідження – 1 документ (мінімум 30 тис. знаків)

7. Провести структуровані інтерв'ю з ключовими ОКІ у фокусі проєкту.

1. Виявлено ОКІ для цілей проведення структурованих інтерв'ю – 35.

2. Проведено структурованих інтерв'ю – 14.

8. Підготувати звіт за результатами структурованих інтерв'ю.

1. Підготовлено блок аналітичного дослідження – 1 документ (мінімум 30

Ворожей Р.Т.
Р.Т. Ворожей

тис. знаків)

9. Підготувати інфографічні матеріали

1. Підготовлено інфографічних матеріалів – 14 шт.

2). Напрацювати нові механізми фінансування креативних підприємців.

1. Вивчення досвіду фінансування креативних підприємців ЄС .

1. Кількість проведених інтерв'ю – мін 5.

2. Розробка моделі роботи клубу бізнес-янголів.

1. Кількість залучених до розробки моделі заінтересованих сторін – мін.

10

2. Розроблена модель – 1.

3. Аналіз можливих форм та форматів роботи клубу бізнес-янголів (напрацьованої бажаної моделі) в умовах українського законодавства.

1. Кількість проведених консультацій – мін. 7.

2. Аналітичний матеріал (у т.ч. ТЗ для розробки пакету) - 1.

4. Розробка пакету юридичних документів для роботи клубу бізнес-янголів (створення, поточної роботи).

1. Кількість ітерацій підготовки пакету документів – мін. 2.

2. Кількість документів у пакеті (типові договори, положення, статuti, тощо) – мін. 5.

5. Розробка механізму/механізмів кредитування проєктів ОКІ.

1. Кількість залучених до розробки моделі заінтересованих сторін – мін.

10

2. Розроблена модель – 1.

6. Аналіз можливостей кредитування проєктів ОКІ операторами фінансового ринку (банки, фонди, юридичні та фізичні особи – до визначення) відповідно до українського законодавства.

1. Кількість проведених з операторами фінансового ринку консультацій (офлайн, онлайн) – мін. 5.

2. Аналітичний матеріал за результатами – 1 документ (мінімум 30 тис. знаків)

7. Розробка пакету типових документів для кредитування проєктів ОКІ.

1. Кількість ітерацій підготовки пакету документів – мін. 2.

2. Кількість документів у пакеті (типові договори, положення, статuti, тощо) – мін. 5.

8. Підготувати аналітичний матеріал (блок дослідження) з механізмами.

1. Підготовлено блок аналітичного дослідження – 1 документ (мінімум 30 тис. знаків)

9. Підготувати інфографічні матеріали розроблені механізми – по 1 на кожний.

1. Підготовлено інфографічних матеріалів – 2 шт.

3). Напрацювати рекомендації щодо покращення доступу креативних

Воробей В.І.
Р.П. 5/11

підприємців до фінансування.

1. Підготувати аналітичний матеріал про механізми доступу до фінансування та відповідні політики в країнах ЄС
1. Проаналізовано механізмів фінансування – мін. 10
2. Підготовлено аналітичний матеріал – 1 документ (мінімум 30 тис. знаків)
2. Провести 2 зустрічі з розробки стратегічних підходів для напрацювання можливих підходів (політик)
1. Проведено 2 круглих столи по 15 учасників (в онлайн режимі через Zoom)
3. Підготувати рекомендації щодо покращення доступу креативних підприємців до фінансування в Україні.
1. Залучено заінтересованих сторін до розробки рекомендацій – мін. 20.
2. Підготовлено рекомендації – 1.
4. Підготувати аналітичний звіт «Фінансування креативних індустрій в Україні» із зведеними матеріалами всього проєкту.
1. Підготовлено аналітичний звіт – 1 (в електронному форматі, обсягом 6 авторських аркушів (135 сторінок))

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проєкту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

Завдання 1. Визначити потреби креативних підприємців у фінансуванні та існуючий на ринку бізнес-кейс фінансування.

- Результати дослідження взято до уваги під час планування заходів (програмування) наступних програм підтримки розвитку МСП в Україні - мінімум 2 програми

- Доступ до фінансування креативними підприємствами включено як істотне питання у відповідних політиках (розвитку МСП, розвитку культури та креативних індустрій, регіонального розвитку, розвитку фінансового сектору) - мінімум для 2 міністерств

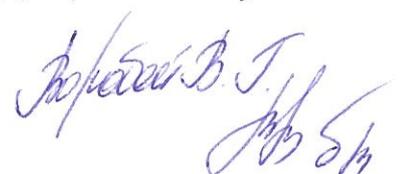
Завдання 2. Напрацювати нові механізми фінансування креативних підприємців.

- Оператори фінансового ринку взяли в роботу напрацьовані проєктом результати (механізми) - мінімум 3

- Створено кілька пілотних клубів бізнес-янголів на основі пакетів матеріалів, розроблених проєктом - мінімум 2 клуби

Завдання 3. Напрацювати рекомендації щодо покращення доступу креативних підприємців до фінансування.

- На ринку з'явилися фінансові продукти для креативних індустрій - мінімум 2



- Відомо про нові кейси залучення приватного капіталу операторами креативних індустрій в Україні - мінімум 10 кейсів

Воробей В. Т.
10/5/11

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

Відсутність повної інформації про фінансовий стан та фінансові потреби. Дослідження не є репрезентативним за охопленням всіх секторів (немає так званого універсу – даних про фактичну кількість МСП у відповідних секторах, та не є можливим охопити усі сектори за невеликий період). Методологія дослідження не передбачає витребування у компаній усієї фінансової інформації (нереально і неможливо). Відповідно, є високий ризик отримати клаптикові дані, які не будуть репрезентативними чи корисними. З метою мінімізації цього ризику проектом передбачається використовувати методи, що базуються на довірі, - випускників програми до організатора (British Council), до грантодавця (УКФ) або в особистих зустрічах. Такий підхід дозволить з більшою ймовірністю отримати кращі / повніші дані. Методологія дослідження також вибудована таким чином, щоб

Зверодасі В.І. 2/10

вийти на можливі моделі фінансування, не надати повний зріз фінансових потреб. Це також враховуватиметься під час комунікації проєкту.

Складність зведення окремих блоків дослідження в єдиний аналітичний звіт, зважаючи на роботу різних аналітиків. Це може призвести до затягування процесу, можливих затримок у підготовці власне кінцевого зведеного аналітичного звіту, його підготовці до друку та публічної комунікації. Для мінімізації цього буде впроваджено практику регулярних (раз на 2 тижні) зустрічей команди авторів дослідження, - усіх задіяних в аналітичну роботу, - з метою координації роботи, зокрема уможливлення роботи над кінцевим звітом це на етапі отримання перших даних (кількісних та якісних) за окремими блоками дослідження (випускники програми Creative Enterprise, грантоотримувачі УКФ, автори кампаній на платформах колективного фінансування, досвід ЄС).

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

Небажання цільових груп надавати інформацію про фінансові потреби. Питання щодо фінансових результатів діяльності досі залишаються напівтабу серед креативних підприємців. Відповідно, існує високий ризик небажання респондентів брати участь в опитуваннях, надавати правдиву та повну інформацію, або розкривати інформацію про свій бізнес загалом. Для мінімізації таких ризиків буде адаптована методологія (наприклад, можливість вказувати діапазон своїх доходів / річних оборотів замість конкретної цифри), підключені партнери (наприклад British Council Ukraine) для збільшення довіри до проведеного дослідження, використовуватимуться напрацьовані PPV прямі контакти.

Нерозуміння респондентами / цільовими групами питань або їх невірна інтерпретація. Є високий ризик нерозуміння поставлених питань щодо фінансування (наприклад, нерозуміння відмінності між грантами та інвестиціями, кредитами та інвестиціями, перепродажами та грантами на платформах колективного фінансування тощо). Це може істотно вплинути на вірогідність та достовірність отриманих даних. З метою мінімізації цього ризику передбачено включити просвітницьку частину до опитників (пояснення термінів), адаптувати мову опитників, передбачається проведення інтерв'ю з лідерами відповідних секторів з метою отримання прямої інформації.

Відсутність інтересу до теми з боку фінансових операторів, зокрема банків. Є ризик відсутності інтересу серед банків та / або існуючих відомих бізнес-янголів та фондів прямого інвестування до тематики дослідження та, відповідно, складність залучення цільових аудиторів до розробки моделей фінансування та до проведення круглих столів. Цей ризик

Воробей В. Т.
18/05/16

мінімізуватиметься задіяннями прямих особистих контактів серед відповідних цільових аудиторій, задіянням цих аудиторій на ранніх стадіях проєкту – ще до початку розробки моделей та проведення заходів (особисті зустрічі, встановлення прямих контактів).

Викривлення інформації журналістами та/або медіа, задіяними до проєкту. Низький рівень економічної та фінансової грамотності українських журналістів може накластись на тему дослідження та призвести до появи галасних загсловків, які не відповідатимуть суті проведеної аналітичної роботи (перекручування інформації, пошук надзвичайних фактів тощо). З метою мінімізації цього ризику передбачається обрати медіа партнера для тіснішої роботи з журналістами, перевіркою текстів перед їх оприлюдненням, спільного занурення в контекст результатів проєкту.

У зв'язку з ситуацією в країні щодо поширення COVID-19 ризиком є відміна проведення круглих столів, робочих зустрічей команди та зустрічей із підрядниками, поїздок до Польщі та Берліну. З метою мінімізації цих ризиків круглі столи і робочі зустрічі переведено в онлайн-режим, поїздку в Польщу замінили на інтерв'ювання в онлайн режимі. Онлайн заходи відбуватимуться через програму ZOOM. Поїздку до Берліну скасували так як конференція не відбудеться.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проєкту ви будете застосовувати?

Прописання процесуальних цілей проєкту та таймінгу їхньої реалізації.

Регулярні перевірки відповідності графіку за – за потреби – корегування графіку чи пришвидшення відповідних процесів.

Регулярні робочі зустрічі команди проєкту (підрядників). Моніторинг проміжних результатів роботи підрядників для раннього виявлення можливих ризиків, проблемних моментів або цікавої інформації, що потребує додаткового або особливого фокусу.

Регулярні зустрічі авторів аналітичного звіту для узгодження / координації розробки різних блоків аналітичного звіту. Поточне корегування процесу дослідження на підставі результатів зустрічей.

Контроль з боку адміністратора, менеджера та бухгалтера проєкту наявності/відсутності/браку відповідних договорів, актів та оплат за зобов'язаннями.

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

Для прямої цільової аудиторії

- Фінанси важливі для розвитку креативної економіки.

Воробей В. Т.
05/10

o? Без нормального доступу до капіталу креативні підприємці обмежені у своєму розвитку.

o? Креативні індустрії – це такий самий сектор, як й інші, і потребує аналогічного доступу до фінансових ресурсів. Має функціонувати нормальна фінансова екосистема, а банківський сектор має розуміти потреби креативних підприємств.

o? Оператори фінансового ринку мають мати інформацію про потреби у фінансуванні креативних підприємств. Немає інформації – немає підтвердженого попиту та запиту.

o? Якщо сектор не говорить, яке та скільки фінансування потребує – ці кошти ніколи не придуть в сектор.

-? Капітал потрібно примножувати, не всі гроші – гранти.

o? Власники капіталу можуть бути партнерами у розвитку креативних підприємств, - не завжди доцільно розвивати власний бізнес лише власними ресурсами.

o? Інвестиції в капітал, кредитний ресурс, передплата за продукти та гранти – це різні підходи та формати фінансування. Маємо розуміти різницю і розуміти, що саме нам потрібно.

o? Рентабельність та прибутковість – важливі показники, на які має орієнтуватись креативний бізнес. Капітал треба примножувати, балансуючи інші капітали (творчо-креативного, людського, соціального тощо) на різних стадіях розвитку справи.

-? Фінансова та інвестиційна грамотність – важливі.

o? Для роботи з кредиторами важливо мати певний рівень розуміння фінансових операцій та процесів, володіти навичками фінансового менеджменту.

o? Для роботи з інвесторами потрібно розуміти потреби у капіталі, розуміти інтереси інвесторів, - мати певний рівень інвестиційної готовності та інвестиційної грамотності.

Для опосередкованої аудиторії та потенційних партнерів

-? Креативні індустрії варто розглядати як потенційних клієнтів для фінансування.

o? Активний розвиток креативних індустрій створює новий клас потенційних клієнтів для фінансових та інвестиційних продуктів, на які варто звернути увагу.

o? Компанії мають різні бізнес-моделі, часто відмінні від традиційних секторів економіки. В Україні вже є десятки успішних бізнесів у кожному з секторів креативних індустрій, які довели життєздатність своїх бізнес-моделей і можуть досягти значно більших результатів за кращого фінансування.

-? Креативні індустрії мають свої особливості для фінансових операторів.

Воробей В. Т.
03/01/16

o? Креативні індустрії мають мало матеріальних активів, і багато – нематеріальних. Будь-яке кредитування або інвестування вимагає розуміння правил оцінки майна, тобто оцінки нематеріальних активів.

o? Значна частина компаній-операторів креативних індустрій використовують грантове фінансування. Фінансовим операторам потрібно розуміти правила роботи донорів / грантодавців.

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

Етапи:

1. Підготовка та старт комунікації:

•? Вивчення цільової аудиторії для формування якісного і змістовного позиціонування проекту;

•? Позиціонування (практична користь продукту) + формування ключових повідомлень і tone of voice;

•? Формування пулу потенційних медіа, інфопартнерів.

2. Активна фаза комунікації:

•? Висвітлення інформації на ресурсах агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks (сайт, соц. мережі, блог) та British Council Ukraine (група випускників Creative Enterprise. facebook паблік, розсилка);

•? Пітчінг (просування) проекту і його результатів для цільової аудиторії, заінтересованих сторін, медіа;

•? Підготовка та оприлюднення матеріалів (тексти, візуалізації/інфографіки) у медіа.

3. Моніторинг + звіт:

•? Збір та аналіз згадок про проєкт і його активності через опитування тих, хто долучався як учасники інтерв'ю, органічні охоплення в медіа.

Типи каналів комунікації комунікації:

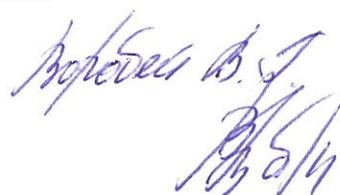
Owned (партнерами проекту): сайт <http://www.ppv.net.ua/uk>, блог medium PPV KN <https://medium.com/ppv-knowledge-networks>, Facebook PPV KN <https://www.facebook.com/ppvknowledgenetworks/>.

Планується налагодити партнерську інформаційну співпрацю з програмою Creative Enterprise Ukraine від British Council Ukraine. Комунікувати проєкт серед учасників групи Creative Enterprise в facebook - <https://www.facebook.com/groups/1238888171255269/>.

Paid: реклама в соцмережах, рекламні публікації в медіа.

Earned: органічні публікації в медіа, поширення контенту з соцмереж, відгуки учасників інтерв'ю, думки лідерів думок про проєкт.

Робота з заінтересованими сторонами:



Воробей В. І.
12/14

Учасники інтерв'ю та опитувань у рамках дослідження можуть бути зацікавлені у розміщенні інформації щодо тематики проєкту на своїх ресурсах (facebook, twitter, блоги).

Активності проєкту можна буде відслідковувати за міткою у facebook #фінансикреативу, який активно просуватиметься впродовж цілої тривалості проєкту.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проєкту?

Не менше 5-ти публікацій про результати проєкту в Медіа, тому що тема може бути незатребувана медіа або не актуальна для порядку денного під час інформаційної кампанії, відповідно для гарантованого досягнення результатів необхідні фінансові ресурси для реалізації спецпроєктів з медіа. Вартість публікації 20 тис. грн (не менше 100 тис. в цілому на комунікації проєкту в Медіа).

Аргументація вартості публікацій в Медіа.

Вартість публікацію в медіа оцінюємо за тими цінами, які вказують у своїм Media Kit різні ресурси. Ціна варіюється від 10 до 30 тисяч за публікацію, тому ми беремо середню вартість. Звісно, що якщо ціни на публікації будуть нижчі, то ми зможемо досягти більше кількості публікацій в потрібних виданнях. Важливо зазначити, що через Covid-19 медіа просять про додаткову фінансову підтримку від аудиторії. А це означає, що медіа також шукають альтернативні можливості для генерування доходу.

Нижче перелік медіа, яким ми будемо підчити результати і напрацювання нашого дослідження. І тільки під час пітчінгу і пропонування рекламної співпраці ми знатимемо, які редакції погодились співпрацювати та умови такої співпраці. Редакції можуть запропонувати нам три варіанти підготовки контенту:

1 – наша команда і копірайтер робить матеріал і ми платимо за публікацію (читайте «доступ до аудиторії медіа»);

2 – наша команда і копірайтер робить матеріал, який є інформаційно цінним і цікавим для медіа і публікують, бо це важлива тема;

3 – медіа отримує від нас вихідні дані і самостійно працюють над матеріалом.

Орієнтовна кількість знаків в одній публікації 3 тис. і більше, тому що подібні тематичні матеріали потребують змістовної інформації.

Потенційні для співпраці медіа економічного та бізнес профілю:

epravda.com.ua, mind.ua, thepage.com.ua, delo.ua, finance.ua та інші.

Воробей В.Т.
10/10

Потенційні для співпраці медіа які пишуть про креативні індустрії: mc.today, ain.ua, vctr.media, nachasi.com та про фінанси (finance.ua, minfin.com.ua тощо).

Потенційний інформаційний партнер: Culture and Creativity <http://www.culturepartnership.eu/>, який стабільно висвітлює теми культурних і креативних індустрій в Україні та Європі (ресурс British Council Ukraine).
Налагодити партнерство з командою Культура і Креативність.

Пропонуватимемо ключові висновки дослідження і рекомендації про «Доступну фінансову підтримку малого та середнього бізнесу в креативних індустріях» на державний портал ДІЯ.Бізнес. (За умови, що Мінцифри не ліквідують і ДІЯ бізнес збиратиме експертні думки щодо розвитку та підтримки підприємництва).

Ключові теми:

Матеріали включатимуть інформацію про базові поняття фінансування (кредитування, інвестиції, гранти, колективне фінансування) та фінансовий менеджмент (управлінський облік, рентабельність, прибутковість, маржа тощо), зведені проміжні дані дослідження, цитати / думки лідерів секторів креативних індустрій у фокусі дослідження, описи моделей фінансування, розроблених у рамках проекту, особливості бізнес-моделей креативних індустрій тощо.

Ключові слова і повідомлення:

Формування екосистеми для креативних індустрій, фінансування креативних індустрій, формування політик у сфері розвитку креативних індустрій, креативні індустрії як сектор української економіки, формуванні культури інвестицій у креативні підприємства, економічна суть креативних індустрій, розробка фінансових інструментів для креативних індустрій бізнес-янголи для креативних індустрій, хто такі бізнес-янголи, потреби креативних підприємців у фінансуванні.

З якими лідерами думок планується співпраця?

Планується співпраця з лідерами думок, які самі є підприємцями та допомагають іншим креативним бізнесам в розвитку, - Альона Калібаба (Часопис Rent24), Ірина Соловей (Спільнокошт), Максим Яковер (Бабин Яр, перед тим – UNIT.city), Наталія Березовська (UAngel) та інші, яких буде визначено під час аналізу 7 ключових секторів креативних індустрій, на які буде фокусуватись дослідження (визначено лідерів думок у відповідних

Володимир В. Т.
В. Т.

індустріях).

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?

Кількісні

Мінімальна кількість згадок про проєкт і його активності в Медіа – 3+
Аналітичний звіт опубліковане на сайті <http://www.ppv.net.ua/uk> і поширено на
Facebook PPV KN – 2. 923 підписники сторінки.

Проінформовано про проєкт:

- Під час круглих стол-ів мін. 30 учасників (Львів/Київ).
- Випускники програми Creative Enterprise за період 2015-2019 рр. – близько 600 підприємців.
- Грантоотримувачі УКФ за період 2018-2020 У фокусі представники з 7 креативних індустрій – близько 50 організацій.

Якісні:

Проінформовано про проєкт:

- Малі+ бізнеси, оскільки саме такі бізнеси потребують фінансування для зростання та створення робочих місць. У фокусі представники з 7 креативних індустрій (видавнича діяльність, аудіовізуальне мистецтво, дизайн, мода, нові медіа та ІКТ, архітектура та урбаністика, креативні послуги).
- Креативні підприємці - випускники програми Creative Enterprise Ukraine (2015-2019)
- Грантоотримувачі УКФ за період 2018-2020 У фокусі представники з 7 креативних індустрій.
- Медіа (бізнес, економіка, креативні індустрії), лідери думок.

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

Усі напрацювання проекту – аналітичний звіт та аналітичні матеріали проекту (див індикатори цілей) будуть доступні на сайті агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks (www.ppv.net.ua) – партнера проекту (див вище).

Фотоматеріали з заходів проекту будуть оприлюднюватись на пабліку агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks в facebook.

Подавач звертатиметься до European Creative Business Network (ECBN, Нідерланди) з запитом про можливість розміщення результатів проекту на їхній сторінці ecbnetwork.eu. Водночас на цьому етапі неможливо гарантувати розміщення результатів проекту саме на цьому порталі.

*Воробей В. П.
ММ 9/17*

Звіт буде розміщено у форматі PDF на сайті ppv.net.ua. Внутрішня система аналітики покаже число переглядів та завантажень звіту.

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з бюджету, грантової підтримки і т.д)?

Можливим (за оптимістичним сценарієм) результатом проекту стане інтерес фінансових операторів (банків, приватних фондів, індивідуальних інвесторів) у використанні одного або двох механізмів, напрацьованих проектом, для запуску кредитних продуктів або створення клубу бізнес-янголів для інвестування у креативні бізнеси. За реалістичним сценарієм, аналітичний звіт та комунікаційні активності проекту привернуть увагу до теми креативних індустрій серед організацій підтримки бізнесу та операторів фінансових ринків та безпосередньо самих креативних бізнесів та спонукають до ширшого використання фінансових інструментів креативними підприємствами.

Агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks заінтересована у створенні клубу бізнес-янголів у Львові. Якщо дослідження виявить бізнес-кейс для інвестування та напрацює механізм роботи таких фондів в Україні, це стане доброю основою для продовження роботи у 2021 для пілотування клубу бізнес-янголів.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Плануємо долучатись до круглих столів, семінарів, пленарних дискусій на заходах відповідного профілю. наприклад звітних заходах УКФ (досвід 2019 року), конференції Creative Ukraine (якщо буде організовано), Creative Spark Policy Forum 2021 (лютий 2021), заходах Мережі Центрів інформаційної підтримки бізнесу (www.bisc.org.ua) з фокусом на креативні індустрії та питання доступу до фінансування.

Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

Подавач та партнери розглянуть можливість співпраці з Unit.city, зважаючи на досвід проведення ними секторальних досліджень (проект працює з тематичним дослідженням). Можливими партнерами (особливо на рівні комунікаційної підтримки) розглядаються Офіс з просування експорту (зважаючи на досвід проведення програм для експортерів з креативних індустрій) та програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України».

Моніторингова інформація

Воробей В.Т.
В.Т.

Кількість чоловіків у команді проекту

3

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

2

Кількість людей віком від 35 до 50

3

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

1

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

1

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Ні

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО?

ні

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб?

ні

Воробей В.Т.
27/5/16

**Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із
малозабезпечених сімей, дітей-сиріт?**

ні

**Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з
інвалідністю?**

важко відповісти

**Чи враховуватимуть меседжі вашого проекту принципи толерантності
відповідно до Декларації принципів толерантності ЮНЕСКО**

так

Ігор Шевченко
Ігор Шевченко

Декларація доброчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

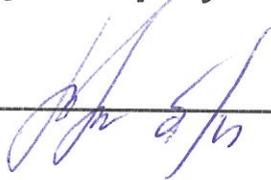
Дата заповнення

Воробей В.Т.



Фонд:

Грантоотримувач:

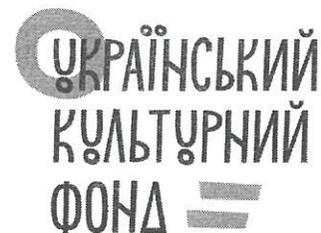


Додаток № 2

до Договору про надання гранту

№ ЗСАМ/31-5305

від "01" червня 2020 року



Назва конкурсної програми: Аналітика культури

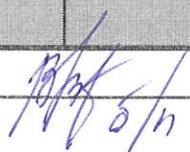
Назва ЛОТ-у: ЛОТ 3. Прикладні секторальні/міжсекторальні наукові дослідження

Назва Заявника: ФОП Воробей В.Г.

Назва проекту: Фінансування креативних індустрій

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ			
1	Український культурний фонд	100,00%	896 100,00
2	Співфінансування* :		-
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього		896 100,00

Керівник
(посада)


/Воробей Володимир Георгійович
(печатка, підпис, ПІБ)

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)
 Назва заявника: ФОП Воробей В.Г.
 Назва проекту: Фінансування креативних Індустрій

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКО			Загальна планова сума витрат по проекту, грн (=0+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількіст ь/Період	Вартість за одержу, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)		
Розділ:	II	Витрати:						
Підрозділ:	1	Оплата праці						
Стаття:	1.1	Штатні працівники			-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Стаття:	1.3	За договорами ЦІТХ			-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-	Збір, витребування даних, структурування інформації, виконання доручень аналітика	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				-	-	0,00		
Підрозділ:	2	Соціальні внески						
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці			-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-		
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				-	-	-		
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)						
Стаття:	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)			-	-	-	

Керівник _____
 (посада)



/Воробей Володимир Георгійович
 (печатка, підпис, ПІБ)

Пункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.				-	-	
Пункт:	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.				-	-	
Пункт:	в	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.				-	-	
Стаття:	3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)					-	-	
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба				-	-	
Пункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба				-	-	
Пункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба				-	-	
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)					-	-	
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба				-	-	
Пункт:	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба				-	-	
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба				-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженням"							-	-	
Підрозд	4	Обладнання і нематеріальні							
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача					-	-	
Пункт:	а	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.				-	-	
Пункт:	б	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт				-	-	
Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту грантоотримувача					-	-	
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)					-	-	
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)					-	-	

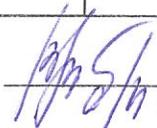
Керівник
(посада)



/Воробей Володимир Георгійович
(печатка, підпис, ПІБ)

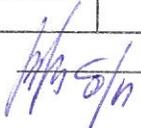
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо							
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.				-		
Пункт:	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.				-		
Пункт:	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.				-		
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої":							-		
Підрозд	7	Матеріальні витрати							
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина							
Пункт:	а	Найменування	шт.				-		
Пункт:	б	Найменування	шт.				-		
Пункт:	в	Найменування	шт.				-		
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі							
Пункт:	а	Найменування	шт.				-		
Пункт:	б	Найменування	шт.				-		
Пункт:	в	Найменування	шт.				-		
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати							
Пункт:	а	Найменування	шт.				-		
Пункт:	б	Найменування	шт.				-		
Пункт:	в	Найменування	шт.				-		
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":							-		
Підрозд	8	Поліграфічні послуги							
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:							
Пункт:	а	Виготовлення макетів	шт.				-		
Пункт:	б	Нанесення логотипів	шт.				-		
Пункт:	в	Друк брошур	шт.				-		
Пункт:	г	Друк буклетів	шт.				-		
Пункт:	д	Друк листівок	шт.				-		
Пункт:	е	Друк плакатів	шт.				-		
Пункт:	є	Друк банерів	шт.				-		
Пункт:	ж	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.				-		
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":							-		
Підрозд	9	Послуги з просування							
Пункт:	а	Розробка та супровід інформаційної кампанії (ФОП Лісний І.)	послуга	1,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	27 000,00	Комунікаційний супровід проектуПідготовка: вивчення теми дослідження та пропрацювання потенційних ідей, повідомлень для комунікації. Базовий аудит медіа і суміжних тем, ЦА для створення стратегії Розробка комунікаційної стратегії

Керівник
(посада)

 /Воробей Володимир Георгійович
(печатка, підпис, ПІБ)

Пункт:	б	Публікації в медіа	шт.	5,00	20 000,00	100 000,00	100 000,00	Публікації у профільних медіа Вартість публікації обґрунтована цінами за послуги з публікацій в різних медіа. Мінімум 5 публікацій в медіа зі згадкою «За підтримки УКФ» ми досягнемо за рахунок рекламних публікацій.
Пункт:	в	Послуги копірайтера	шт.	5,00	1 000,00	5 000,00	5 000,00	Написання текстів 5 публікацій у медіа. Оплата за послугу 1 текст з мінімум 1 ключовим повідомленням – ми закладаємо 1000 грн. Текст від 1500 знаків.
Пункт:	г	Створення інфографіки	шт.	1,00	17 000,00	17 000,00	17 000,00	16 візуалізацій, у тому числі адаптованих для соцмереж, кожна у трьох варіантах - без логотипів українською, з логотипами українською, перекладені англійською мовою - по 1 тис +консультація стосовно найкращого формату викладу інформації залежно від типу та цілей візуалізації/інформації за адресою 0940 вул. Миї 2-а
Пункт:	д	Платна реклама	шт.	1,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	Реклама на фейсбук наступних матеріалів (зазначено в контент плані) промоція опитування 1: 1500 грн 30 тис. охоплення ЦА /
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				13,00	70 000,00	154 000,00	154 000,00	
Підрозд	10	Створення web-ресурсу						
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту				-	-	
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту				-	-	
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				-	-	-	-	
Підрозд	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації						
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт			-	-	
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт			-	-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних"				-	-	-	-	
Підрозд	12	Послуги з перекладу						
Пункт:	а	Усний переклад	година			-	-	
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка			-	-	
Пункт:	в	Письмовий переклад	сторінка			-	-	
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка			-	-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":				-	-	-	-	
Підрозд	13	Адміністративні витрати						
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	послуга	1,00	25 500,00	25 500,00	25 500,00	Ведення бухг. обліку, допомога у підготовці фінансового звіту.
Пункт:	б	Юридичні послуги	послуга				-	
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Проведення аудиту проекту

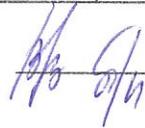
Керівник
(посада)



/Воробей Володимир Георгійович
(печатка, підпис, ПІБ)

Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)			-	-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати"				2,00	45 500,00	45 500,00	45 500,00
Підрозд:	14	Інші прями витрати					
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення			-	-	
Пункт:	а	Найменування послуги	шт.		-	-	
Пункт:	б	Найменування послуги	шт.		-	-	
Пункт:	в	Найменування послуги	шт.		-	-	
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування			-	-	
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.		-	-	
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт.		-	-	
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.		-	-	
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		2,00	39 000,00	39 000,00	39 000,00
Пункт:	а	Послуги коректора (аналітичний звіт, 135 ст), ФОП Кондур Н.	послуга	1,00	6 600,00	6 600,00	6 600,00
Пункт:	б	Послуги верстки (аналітичний звіт, 135 ст)	послуга	1,00	32 400,00	32 400,00	Підрядник буде обраний по тендерній процедурі.
Пункт:	в	Друк книг	екземпляр		-	-	
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр		-	-	
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр		-	-	
Стаття:	14.4	Інші прями витрати		35,00	541 920,00	657 600,00	657 600,00
Пункт:	а	Послуги проектного менеджера (ФОП Воробей В.)	місяць	5,00	15 000,00	75 000,00	75 000,00
Пункт:	б	Послуги асистента проектного менеджера (ФОП Мочарська Л.)	послуга	1,00	27 500,00	27 500,00	Документальний супровід проекту, проведення тендерів, допомога у підготовці звітів. Послуга надаватиметься протягом 5 місяців
Пункт:	в	Оплата акаунта в ZOOM	місяць	5,00	420,00	2 100,00	Оплата акаунта для проведення онлайн зустрічей: - 2 круглих столів з розробки стратегічних підходів для напрацювання можливих підходів (політик), по 15 осіб на кожному - інтерв'ю - робочих зустрічей (дзвінків) із командою та підрядниками
Пункт:	г	Розробка методології дослідження (ФОП Кравченко М)	послуга	1,00	18 000,00	18 000,00	Методологія згідно якої проводитимуться усі дослідження проекту, 1 документ формулювання ключового дослідницького питання та підпитань (research question та subquestions) - 2 тис визначення остаточних методів проведення дослідження (на основі запропонованих у заявці) - 2 тис

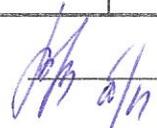
Керівник
(посада)



/Воробей Володимир Георгійович
(печатка, підпис, ПІБ)

Пункт:	д	Послуги із проведення опитування випускників програми Creative	послуга	1,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	У вартість включено розробку анкети, проведення опитування, опрацювання анкет-відповідей. Опитано 120 випускників.
Пункт:	е	Блок дослідження №1 (ФОП Кобринович М.)	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Аналітичний матеріал, підготовлений на основі опитування випускників програми Creative Enterprise (1 документ). Розрахунок вартості: Формування остаточного питальника - 2 тис Контроль заповнення, моніторинг динаміки відповідей, за потреби комунікація з респондентами з боку аналітика - 3 тис
Пункт:	є	Блок дослідження №2 (ФОП Кобринович М.)	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Аналітичний матеріал підготовлений на основі аналізу прикладів використання платформ колективного фінансування для залучення фінансування (1 документ). Розрахунок вартості: Визначення принципу відбоку - 1 тис Аналіз прикладів використання платформ - 14
Пункт:	ж	Підготовка кейсів	шт	7,00	9 000,00	63 000,00	63 000,00	Підготовка 7 кейсів використання платформ колективного фінансування для залучення фінансування. В ході реалізації проекту буде обрано 3 виконавців, що готуватимуть кейси під різні сектори. Розрахунок вартості: Визначення бізнесів, що будуть описані у кейсах, комунікація з ними - по 1 тис (всього 7 тис)
Пункт:	з	Опитування грантоотримувачів УКФ	послуга	1,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	У вартість включено розробку анкети, проведення опитування, опрацювання анкет-відповідей. Опитано 30 грантоотримувачів. Розрахунок вартості: Формування остаточного опитника - 2 тис Формування бази для поширення питальника - 3 тис Комунікація та поширення опитника - 2 тис
Пункт:	и	Блок дослідження №3 (ФОП Гудз Н.)	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Аналітичний матеріал за результатами дослідження потреб у фінансуванні грантоотримувачів УКФ (1 документ) Розрахунок вартості: Контроль заповнення, моніторинг динаміки відповідей, за потреби комунікація з респондентами з боку аналітика - 3 тис Збір та очистка даних - 3 тис
Пункт:	і	Проведення інтерв'ю	послуга	1,00	43 000,00	43 000,00	43 000,00	Структуровані інтерв'ю з 14 ключовими ОКІ у фокусі проекту. У вартість включено: Розшифровка інтерв'ю - 14 год * на 1000 грн розшифровки = 14 тис Проведення інтерв'ю (час журналіста) - 14 тис Написання текстових матеріалів за результатами інтерв'ю - 14 тис
Пункт:	ї	Блок дослідження №4 (ФОП Кобринович М.)	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Аналітичний матеріал підготовлений на основі результатів структурованих інтерв'ю (1 документ). Розрахунок вартості: Остаточна розробка списку питань - 1 тис Визначення списку респондентів, погодження їхньої участі - 2 тис Інструктаж для журналіста - 1 тис
Пункт:	й	Розробка моделі роботи клубу бізнес-янголів та аналіз можливих форм та форматів роботи клубу бізнес-янголів	послуга	1,00	29 000,00	29 000,00	29 000,00	Модель роботи клубу бізнес-янголів, 1 документ. Аналітичний матеріал підготовлений на основі аналізу можливих форм та форматів роботи клубу бізнес-янголів (напрацьованої бажаної моделі) в умовах українського законодавства (1 документ). Розрахунок вартості: Збір інформації - 6 тис
Пункт:	к	Розробка пакету юридичних документів	послуга	1,00	85 000,00	85 000,00	85 000,00	Розробка пакету юридичних документів для роботи клубу бізнес-янголів (створення, поточної роботи), (типові договори, положення, статuti, тощо). Розрахунок вартості: Пакет документів для роботи клубу бізнес-янголів – робочий день юриста – мінімум 4000 грн (500 грн за годину) Положення про умови фінансування проектів, -10 робочих днів - 40 тис. грн
Пункт:	л	Аналіз можливих механізмів кредитування проектів ОКІ операторами фінансового ринку та розробка таких механізмів	послуга	1,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	Визначення організаційної форми кредитування ОКІ вимагає розуміння механізмів та юридичної бази діяльності банківських інституцій, фондів прямих інвестицій (зокрема механізмів КІФ - корпоративних інвестиційних фондів, режиму ліцензування фінансової діяльності тощо) та інститут кредитних спілок. Отже, робота передбачає аналіз мін 4 механізмів
Пункт:	н	Розробка пакету типових документів для кредитування проектів ОКІ	послуга	1,00	85 000,00	85 000,00	85 000,00	Кількість документів у пакеті (типові договори, положення, статuti, тощо) – мін. 5. Розрахунок вартості. Розробка пакету типових документів для кредитування проектів ОКІ може включати такі документи – робочий день юриста – мінімум 4000 грн Положення про механізми фінансування проектів ОКІ - 6 робочих днів - 24 тис

Керівник
(посада)



/Воробей Володимир Георгійович
(печатка, підпис, ПІБ)

Пункт:	о	Блок дослідження №5 (ФОП Гудз Н.)	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Аналітичний матеріал "Неявні механізми фінансування ОКІ" (блок дослідження) з механізмами. Розрахунок вартості: Опрацювання інформації від підрядників - 10 тис Опис ключових елементів механізмів фінансування - 5 тис Написання текстової частини - 5 тис
Пункт:	п	Аналіз механізмів доступу до фінансування та відповідних політик в країнах ЄС (ФОП Гудз Н.)	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	Аналітичний матеріал про механізми доступу до фінансування та відповідні політики в країнах ЄС. 1 документ. Розрахунок вартості: Визначення критеріїв вибірки - 2 тис Збір інформації - 8 тис Опрацювання інформації - 4 тис Написання текстової частини - 4 тис
Пункт:	р	Розробка рекомендацій щодо покращення доступу креативних підприємств до фінансування в Україні (ФОП Кривецька Л.)	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	Підготовлено рекомендації (1 документ). Розрахунок вартості: Опрацювання зведеного варіанту звіту - 5 тис Опрацювання вихідних матеріалів для звіту - 2 тис Визначення ключових проблем - 5 тис Розробка рекомендацій - 10 тис Написання текстової частини - 3 тис
	с	Організація ознайомчих візитів в Польщу	послуга	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	Підготовка остаточного переліку організацій для проведення інтерв'ю - 3 тис. грн Комунікація з респондентами (підтвердження участі, узгодження часу, переліку питань, верифікація інформації) - 2 тис. грн Проведення інтерв'ю - 4 тис Розшифровка ключових тез - 2 тис
Пункт:	т	Зведення аналітичного звіту (ФОП Кобрилювич М.)	послуга	1,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	Зведення усіх блоків дослідження у фінальний файл аналітичний звіт (1 документ). Розрахунок вартості: Компіляція усіх частини звіту 3 тис Написання висновків, вступу, формування словника термінів, додатків (за потреби) - 6 тис Технічне оформлення кінцевого документу - 1 тис
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				37,00	580 920,00	696 600,00	696 600,00	
Всього по розділу II "Витрати":						896 100,00	896 100,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ								

Керівник
(посада)



/Воробей Володимир Георгійович
(печатка, підпис, ПІБ)