



ІНВЕСТУВАННЯ

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

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

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

ІНВЕСТУВАННЯ

КЛЮЧОВІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ

Проведені опитування та інтерв'ю з креативними підприємцями й учасниками екосистеми дали змогу вийти на таких вісім ключових спостережень щодо готовності ОКІ залучати капітал, а також зробити відповідні висновки для подальшої розробки моделі діяльності клубу бізнес-янголів і механізмів інвестування.

1. Важливість клубів бізнес-янголів

- Креативні підприємці не знають, до кого можна звертатися, коли їм потрібні інвестиції для масштабування діяльності.
- Кілька клубів бізнес-янголів, які існують в Україні, фокусуються переважно на технологічних стартапах.
- На ринку немає бізнес-янголів, до яких можуть звертатися бізнеси, що не планують швидкісного зростання (у рази щороку), не планують виходу на міжнародні ринки, однак які мають перевірену ринком бізнес-модель та швидкі темпи зростання (до 100% на рік).
- Бізнеси, які є цікавими для інвестування бізнес-янголів у країнах ЄС, в Україні не мають інтересу з боку існуючих мереж бізнес-янголів.
- Бізнес-янгולי (особливо потенційні) не мають доступу до джерела бізнесів з інвестиційним потенціалом через відсутність мереж та платформ бізнес-янголів із різними інвестиційними профілями.
- Існуючі мережі бізнес-янголів не спеціалізуються на креативних індустріях, незважаючи на де-юре належність компаній з інвестиційних портфелів янголів до креативних індустрій. Немає янголів з чіткими профілями на дизайн, моду, кіноіндустрію тощо.

2. Немає практики створення синдикатів

- Кілька об'єднань бізнес-янголів в Україні, інформацію про які можна знайти в публічному доступі, працюють фактично як клуби – платформи для зустрічей янголів та підприємців.
- Водночас немає інформації про сформовані синдикати бізнес-янголів – де-факто фонди, сформовані кількома бізнес-янголоми з визначеними профілями інвестування – типами бізнесів для інвестування (галузь, етап розвитку, обсяг інвестицій, профіль ризику тощо).
- Такі синдикати можуть формуватись усередині клубів бізнес-янголів, гуртуючи інвесторів подібного профілю.

3. Розрив в очікуваннях

- Більшість реальних чи потенційних інвесторів, які готові розглядати креативні індустрії для інвестування, мають хибні уявлення про стан ринку в Україні. Їхнє сприйняття й уявлення базується на американських та (частково) західноєвропейських практиках янгольських інвестицій, коли кінцевою метою є створення великого бізнесу світового масштабу, з відповідними раундами інвестицій (приватні, венчурні фонди, вихід на регульовані ринки чи продаж бізнесу). Досвід (обмежений, але реальний) створення продуктивних технологічних стартапів (які теж є креативними індустріями) в Україні також формує культуру саме венчурних інвестицій, спрямованих на швидке (навіть агресивне) зростання та вихід на міжнародні ринки в максимально стислі терміни.

- Лише незначна частка українських креативних бізнесів підпадає під визначення швидкозростаючих стартапів чи венчурних проєктів. Більшість бізнесів – це мікро- або малі бізнеси з потенціалом швидкого (але не швидкісного) органічного зростання, з потребами у фінансуванні на рівні 1 млн грн – 5 млн грн, часто з усвідомлено стриманим підходом до масштабування.
- Ключовими потребами креативних бізнесів залишаються управлінські компетентності: набуття через найм менеджерів, розвиток таких компетентностей у засновників чи діючого менеджменту, або ж включення інвесторів в операційну діяльність бізнесу для розвитку цих компетентностей. Креативні бізнеси мають значно більше очікувань щодо нефінансових внесків інвесторів, ніж готовність інвесторів та їхні очікування.
- У країнах ЄС функцію фінансування креативних бізнесів (але не венчурних проєктів) виконують спеціалізовані акселератори (часто при університетах) чи спеціалізовані грантові програми (урядові й державні). Органічне зростання також фінансується банківською системою. Проте в Україні ці можливості для нетехнологічних або малотехнологічних бізнесів практично відсутні.

4. Відсутній попит за наявного запиту

- Результати дослідження показали парадоксальну ситуацію, коли значна частина креативних бізнесів готові розглядати інвестиції, проте тих, хто почав пошук інвесторів та залучив інвестиції, дуже мало. Відсутність доступу до інвесторів (майданчиків, на яких можна презентувати свій проєкт, активних клубів і синдикатів бізнес-янголів із відкритими пріоритетами фінансування) у комбінації з низькими інвестиційними компетентностями (уміння готувати інвестиційні пропозиції) створюють ситуацію порівняно високого запиту на інвестування, який не конвертується в попит: є потреба у фінансуванні (запит), однак немає реальних інвестиційних проєктів та активного пошуку інвесторів (попиту).
- Пришвидшення темпів трансформації запиту в попит, своєю чергою, пришвидшить появу бізнес-янголів у креативних індустріях: наявність попиту приводить до виникнення пропозиції. Проте відсутність інформації про можливості інвестування вилучає креативні індустрії з інвестиційної мапи – їх не існує як об'єктів інвестування.
- Частина проєктів, які потрапляють у категорію швидкозростаючих бізнесів (стартапів) та подаються на інкубаційні й акселераційні програми, програми венчурних студій, грантове фінансування (зокрема USAF), представляють креативні індустрії, – переважно з категорій екранобазованих технологічних продуктових компаній. Водночас частина цих проєктів є радше класичними креативними бізнесами – із швидким зростанням, але не венчурними проєктами (швидкісними темпами та міжнародними амбіціями у короткостроковій перспективі). Відповідно, частина таких замаскованих (під венчурні стартапи) креативних бізнесів або не отримує інвестування через низькі перспективи ринку саме для венчурних бізнес-янголів, або розвивається надто стрімко для свого потенціалу (продукту, ринку чи команди), і радше відповідно до очікувань залученого капіталу (інвесторів), ніж відповідно до власних потреб чи спроможності. Можна констатувати, що відсутність механізмів фінансування (банківського, грантового, янгольського) для швидкозростаючих (але не венчурних) стартапів у креативних індустріях підштовхує бізнес-проєкти із креативних індустрій до маскуванню під венчурні стартапи, підважуючи життєздатність таких бізнесів (креативні бізнеси публічно позиціонують себе як «майбутні єдинороги» для залучення фінансування, хоча команда схильна до поступового органічного зростання без тиску очікувань щодо темпів розвитку бізнесу та відповідного стресу).

5. Низька довіра до інвесторів

- Брак знань про взаємодію з інвесторами та досвіду такої взаємодії є причинами низької інвестиційної культури серед креативних підприємців. Дослідження показують (див. вище) серйозність проблеми недокапіталізації (брак обігових коштів, низька ліквідність) та неготовність підприємців працювати з інвесторами.
- Залучення зовнішніх інвесторів сприймається креативними підприємцями як утрата контролю над власним бізнесом, а додаткова підзвітність, яка виникає із залученням нових співвласників, – як утрата креативної та підприємницької свободи.
- Через розриви в очікуваннях (див. вище) є чимало неуспішних прикладів інвестування в креативні бізнеси, які залишаються непублічними. Водночас ці історії формують уявлення про інвесторів (зокрема про бізнес-янголів) серед креативних підприємців як таких, що цікавляться виключно фінансовими результатами, без інтересу в розвитку справи як такої (продукту, компетентностей, ключових здатностей).

6. Висока вартість механізмів

- Для інвесторів проблемою є мала кількість компаній, які розглядають залучення інвестицій, та їхня низька інвестиційна готовність. Це спричинює значні витрати часу, необхідного для формування запасу креативних бізнесів з інвестиційним потенціалом та його постійного поновлення. Ще одна супровідна проблема – відсутність усталених майданчиків, на яких бізнес-янгולי можуть переглядати бліц-презентації бізнесів з інвестиційним потенціалом (що характерно для багатьох європейських країн, де майданчики діють при університетських інкубаторах та акселераторах, або ж при агенціях розвитку, часто місцевих чи державних).
- Низький рівень управлінських компетентностей таких бізнесів, відсутність усталених практик та загалом культури янгольського інвестування та малі суми інвестиційних угод створюють додаткове навантаження на бізнес-янголів.
- Сукупно з високими ризиками юрисдикції (загальними ризиками ведення підприємницької діяльності в Україні), ці чинники призводять до високої вартості інвестицій, тобто бізнес-янгולי вимагають вищої частки в бізнесі за своє залучення, щоб отримати очікувану фінансову вигоду (залучення не лише фінансове, а й стратегічне, а часом й операційне в діяльність бізнесу). Відповідно, це зменшує привабливість янгольського інвестування як способу залучення фінансування для креативних підприємців.

7. Запит на мікроінвестування

- Проведене дослідження (див. вище) показало, що креативні бізнеси перебувають переважно на перших етапах розвитку – від пошуку життєздатної моделі (ринків для продуктів, бізнес-моделі) до ранніх стадій масштабування. З одного боку це класичне поле діяльності для бізнес-янголів, з другого боку – розмах діяльності (scale) таких бізнесів є надто малим (обороті рідко перевищують 10 млн грн).
- Креативні бізнеси суттєво недокапіталізовані – брак ліквідності, високий рівень заборгованості, майже відсутній доступ до кредитування (особливо банківського). Тут також є бізнес-кейс для залучення бізнес-янголів. Водночас креативні підприємці мають запит на порівняно малі суми інвестицій (500 тис. грн – 1 млн грн), а оформлення їх може не вартувати потенційного фінансового результату від таких інвестицій.

- Висока вартість, негнучкість та відсутність банківського інвестування, низька доступність грантів для креативних бізнесів (через складну процедуру подання та адміністрування грантів для бізнесів в Україні порівняно з грантовими програмами в інших європейських країнах), а також відсутність платформ колективного інвестування створює ситуацію, відмінну від інших європейських країн. В Україні існує бізнес-кейс для залучення креативними підприємцями мікроінвестицій від синдикатів бізнес-янголів.

8. Проблеми виходу з інвестиції

- Через загалом низький рівень розвитку фінансової екосистеми та ринків капіталу в Україні, однією з ключових перепон для бізнес-янгольських інвестицій є брак можливостей виходу з інвестицій для початкових інвесторів. Традиційно бізнес-янгולי орієнтуються на наступні раунди залучення інвестицій та можливість продажу своєї частки на одному з таких пізніших раундів. Для цього мають діяти фонди посівного інвестування, фонди прямих інвестицій, спеціалізовані інвестиційні бутики з викупу та продажу бізнесів, інвестори пізніших етапів розвитку бізнесів, яких або не існує в Україні, або вони не працюють з креативними індустріями.
- Реалістичними сценаріями виходу з інвестицій для бізнес-янголів є продаж бізнесу більшому конкуренту чи компаніям з відповідного ланцюга вартості (постачальникам, партнерам тощо), злиття з іншими портфельними компаніями інвестора для масштабування бізнесу або викуп підприємцями-засновниками чи менеджментом компанії (management buy-out).

КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

1. Важливість клубів бізнес-янголів

- Україні потрібне таке економічне явище, як бізнес-янгולי, для яких прийнятним є зростання до 100% щороку і для яких не є визначальними швидкість виходу на міжнародні ринки та вихід на наступні раунди інвестицій (на відміну від венчурних інвесторів, яких цікавлять саме ці фактори).
- Необхідні також спеціалізовані клуби бізнес-янголів різного фокусу на рівні окремих креативних індустрій та з різними інвестиційними профілями (див. нижче).
- Клуби бізнес-янголів – це формальні або неформальні спільноти інвесторів, які регулярно організують сесії представлення інвестиційних проєктів для стартапів відповідного профілю.
- Клуби бізнес-янголів можуть створювати синдикати (див. нижче). В Україні на сьогодні важливим є сам факт існування / створення клубів бізнес-янголів.
- У разі формалізації клубів прийнятною є форма громадської спілки, яка дозволяє ставати членами як фізичним, так і юридичним особам.
- Такі спеціалізовані клуби виконуватимуть функції інкубування бізнес-янголів (приваблення нових бізнес-янголів до спільноти) та приваблення стартапів з інвестиційним потенціалом (точки тяжіння).
- Клуби (або інші форми мереж бізнес-янголів) виконують функцію фасилітаторів взаємодії між бізнес-янголами та підприємцями. Без формалізації мереж контакти між інвесторами й підприємцями залишатимуться обмеженими: переважно колом особистих знайомств.

2. Немає практики створення синдикатів

- Для синдикатів бізнес-янголів прийнятною юридичною формою є ТОВ, зважаючи на обсяги інвестування та кількість засновників.

- Для формування таких ТОВ необхідна практика визначення критеріїв інвестування – узгодження інвестиційного профілю. Таких практик в Україні бракує, особливо рекомендацій щодо можливих критеріїв інвестування та способів узгодження інтересів окремих інвесторів.

3. Розрив в очікуваннях

- Потрібно стимулювати створення синдикатів бізнес-янголів, націлених на сегмент креативних бізнесів, які активно розвиваються на українському ринку, мають швидкі темпи зростання (але не швидкісні, – зростання обороту до 100%), активно розбудовують управлінську спроможність (ще можуть не мати команди професійних менеджерів), із запитом на інвестування до 5 млн грн.
- Потрібні спеціалізовані синдикати бізнес-янголів з фокусом на певні креативні індустрії, – видавничу справу, екранобазовані продукти (кінопродукція, відеоігри, спецефекти тощо), фешн-бренди, бренди продуктового та промислового дизайну та ін. Такі спеціалізовані синдикати спроможні запустити процеси формування інвестиційного попиту (див. наступний пункт) через сигналізування наявності фінансових ресурсів.
- Українські бізнес-яголи, які створюють синдикати для активного інвестування, мають бути готовими до активного супроводу (менторства, консалтингу, дорадництва) або залучення в бізнеси, в які вони інвестують. Від допомоги зі стратегією та бізнес-моделюванням до налагодження процесів фінансового управління бізнес-яголи мають узгоджувати рівень свого залучення.
- Для пасивних янголів (не готових до активного залучення в операційну діяльність проінвестованих бізнесів) можливим варіантом може стати залучення консультантів або операторів екосистеми креативних індустрій для такого активного супроводу.

4. Відсутній попит за наявного запиту

- Трансформація запиту на янгольське фінансування у поінформований та сформований попит можлива лише за умови підвищення інвестиційної грамотності як креативних підприємців, так і бізнес-янголів. В Україні наразі відсутні спеціалізовані програми щодо фінансування саме в креативних індустріях. Навчальні модулі про фінансовий менеджмент є в багатьох програмах (у т.ч. Creative Enterprise Programme та школах культурного менеджменту, підтриманих УКФ 2019 року), однак тривалість та перелік тем у таких модулях не дають змоги вповні й на належному рівні розкрити питання залучення капіталу (і фінансування загалом). Програми розвитку бізнесу (у бізнес-школах, центрах інформаційної підтримки бізнесу, інших центрах) часто включають модулі й навіть окремі програми про фінансування та інвестування, однак вони не адаптовані під потреби креативних бізнесів. Важливим є запуск спеціалізованих програм із тематики фінансування розвитку креативних бізнесів при операторах екосистеми креативних індустрій, зокрема там, де такі оператори планують також запускати клуби бізнес-янголів чи інвестиційні майданчики.
- Необхідно створити консультаційні пункти для підприємців, де запит може трансформуватися в попит, тобто де підприємці-засновники можуть довідатися про бізнес-янголів, оцінити свою інвестиційну готовність та привабливість.
- Такими центрами для консультацій та навчальних програм (й інвестиційних майданчиків – див. нижче) можуть стати як інкубатори, акселератори та венчурні студії загального типу, які можуть долучити експертизу суто з креативних індустрій, так і оператори екосистем креативних індустрій (центри, агенції, асоціації, платформи, коворкінги тощо), які можуть додати фінансово-інвестиційну складову.
- З погляду формування інвестиційної складової екосистеми, важливо засновувати клуби бізнес-янголів, які інвестуватимуть у швидкозростаючі бізнеси, але не вимагатимуть темпів

зростання та кількості нових ринків, які притаманні венчурним інвесторам. До певної міри, це протилежна до сутності янгольських інвестицій теза, яка, водночас, зумовлена станом фінансової екосистеми в Україні загалом: відсутність доступного кредитування, грантових програм для стартапів та платформ колективного інвестування.

5. Низька довіра до інвесторів

- Подолання розривів у довірі можливе лише за умови спільного досвіду – проектній співпраці між креативними підприємцями та інвесторами. Доцільним є початок співпраці на умовах кредитування: така співпраця дасть змогу підприємцям використовувати кошти без утрати контролю. За умови комфортної співпраці, кращого розуміння бізнес-моделі інвесторами, кращого розуміння потреб інвесторів креативними підприємцями така співпраця й сформує довіру, сприятливу до інвестування.
- Необхідно краще інформувати креативних підприємців про причини неуспішної співпраці інвесторів і креативних бізнесів, зокрема, аналізувати й роз'яснювати розриви в очікуваннях (не лише на прикладах успішної співпраці). Важливо мати для інвесторів та креативних підприємців спільні комунікаційні майданчики в ролі операторів екосистем для креативних індустрій.

6. Висока вартість механізмів

- Можливим механізмом підвищення привабливості креативних індустрій для бізнес-янголів можуть бути гранти для клубів бізнес-янголів, спрямовані на створення інвестиційних майданчиків із виявлення креативних бізнесів з інвестиційним потенціалом, підготовки бліц-презентацій, супроводу інвестиційних угод, надання управлінського супроводу проінвестованим компаніям (послуги менеджмент-консалтингу бізнес-янголів). За такого механізму публічне фінансування (грантові кошти) фактично субсидіюють надлишкові витрати бізнес-янголів на весь процес інвестування в реальних умовах ринку (порівняно зі звичайним інвестуванням у державні облигації, банківські депозити чи акції на іноземних фондових біржах). Для креативних бізнесів такий механізм стане привабливим через здешевлення коштів інвесторів (бізнес-янголам не треба буде закладати у свої інвестиції високу вартість пошуку, структурування інвестиційних угод та управлінського супроводу проінвестованих бізнесів) – інвестори отримуватимуть меншу частку в бізнесі за тих самих умов. Натомість для екосистеми розвитку підприємництва загалом такий механізм може стати стимулом для появи нових клубів бізнес-янголів та креативних бізнесів, які будуть інвестиційно привабливими для синдикатів бізнес-янголів, венчурних фондів чи фондів прямого інвестування без грантової підтримки (грантової складової).
- Оператори екосистеми креативних індустрій (інкубатори, центри, асоціації, агенції) мають упроваджувати практики (не)формальних зустрічей потенційних бізнес-янголів із креативними бізнесами. Такі заходи, аналогічні до програми УКФ Creative Accelerator, мають відбуватися регулярно в різних містах, з різним тематичним фокусом (музика, екранобазовані бізнеси та ін.), при організаціях різного типу. Наявність та сформованість такого «календаря бізнес-янгола» пришвидшить виявлення як креативних бізнесів з інвестиційним потенціалом, так і самих бізнес-янголів.

7. Запит на мікроінвестування

- Доцільним є створення синдикатів бізнес-янголів, які надають мікроінвестиції (500 тис. грн – 1 млн грн). Такий фінансовий діапазон дасть змогу істотно розширити доступ до креативних бізнесів із потенціалом інвестування (на відміну від вибору в разі більших інвестицій). Імовірно,

потреба в такому типі мікроянгольських інвестицій зникне з розвитком банківського фінансування, платформ колективного інвестування або грантового фінансування для креативних бізнесів. Однак можна припустити, що в найближчі 10-15 років потреба в таких мікроянгольських інвестиціях залишатиметься актуальною.

- Запит на мікроінвестування створює бізнес-кейс для гібридних моделей фінансування, коли синдикати бізнес-янголів включають інвестиції органів місцевої влади (чи відповідного комунального підприємства), наприклад, коли 49% капіталу синдикату – це публічні кошти, а 51% – кошти приватних інвесторів. Альтернативно, коли органи місцевого самоврядування, які безпосередньо зацікавлені в розвитку креативних індустрій, надаватимуть гранти синдикатам бізнес-янголів для утримання юристів, інвестиційних менеджерів, необхідних для управління пакетом мікроінвестицій, оскільки в іншому разі синдикатові буде невигідно вкладати мікросуми (високі управлінські й трансакційні витрати).

8. Проблеми виходу з інвестиції

- Бізнес-янгולי, які планують свої інвестиції в українські креативні індустрії, мають добре орієнтуватися в розвитку відповідних індустрій: знати учасників ринку, тенденції на ньому, рамкові умови відповідних ринків тощо. Саме таке орієнтування дасть змогу бізнес-яंगолам визначити власну стратегію виходу з інвестицій. Важливим є зв'язок із операторами екосистеми креативних індустрій.
- Механізми інвестування мають урахувати варіант викупу частки бізнес-янголів власниками креативних бізнесів (підприємцями-засновниками). Інвестори та підприємці-засновники мають визначити прийнятну ціну викупу частки інвесторів у майбутньому на етапі визначення істотних умов інвестування.
- Зважаючи на обмеженість варіантів для виходу з інвестицій, бізнес-янгולי в креативних індустріях України є радше «тихими» янгольськими інвесторами – фінансистами, які націлені на тривалу участь у капіталі компаній, активно залучення до управління своїми активами, витривалість у пошуку виходу з інвестиції. Для таких інвесторів матиме значення швидкий вихід, прибутковість та можливість отримання дивідендів. Такий профіль відрізняється від класичних бізнес-янголів, націлених на швидке масштабування бізнесу та залучення наступних раундів інвестування.

МОДЕЛЬ РОБОТИ КЛУБУ БІЗНЕС-ЯНГОЛІВ

Результати проведеного дослідження та відповідні висновки дають змогу вийти на ідеальний сценарій бізнес-янгольських інвестицій у креативні індустрії:

1. Клуб бізнес-янголів
 - Залучено 30 індивідуальних бізнес-янголів з досвідом управління та інвестування в широке коло креативних бізнесів із різних сфер, наприклад, фешн-індустрія, ігрове кіно, відеоігри, онлайн-медіа, відео-контент.
 - Клуб є зареєстрованою громадською організацією.
 - Клуб створено на базі місцевого оператора екосистеми креативного підприємництва (центру розвитку креативних індустрій).
 - Члени клубу проводять щоквартальні зустрічі, коли відбуваються бліц-презентації креативних бізнесів з інвестиційним потенціалом та неформальне спілкування (нетворкінг) членів клубу.
2. Синдикат бізнес-янголів
 - 10 членів клубу сформували синдикат для інвестування в екранобазовані креативні бізнеси (продакшн-студії кінопроектів, медіа контент, відеоігри та ін.).
 - Синдикат зареєстрований як ТОВ зі сплаченим статутним капіталом обсягом 30 млн грн.
 - Синдикат має сторінку з описом умов інвестування (інвестиційний профіль).
3. Очікуваний профіль креативного бізнесу з інвестиційним потенціалом
 - Креативний бізнес з кількома засновниками, який має кілька контент-проектів у розробці, на придбання яких підписані угоди або були здійснені продажі: наприклад, телевізійні компанії купляли вироблену студією кінопродукцію.
 - Компанія має напрацьований досвід роботи в партнерстві (ко-продукції), широке коло підрядників, досвід роботи підрядника для інших продакшн-студій та досвід залучення грантів із державних програм підтримки.
 - Компанія має запас креативних проектів для подальшого втілення їх у життя.
 - Бізнес має якісну креативну команду (10 осіб) та портфоліо нематеріальних активів (з належно оформленими правами інтелектуальної власності).
 - Компанія працює на ринку п'ять років, оборот за останній рік становив 10 млн грн. Середній темп зростання за останні три роки – 50%.
 - Компанії необхідно 4 млн грн для продажу проекту в заключній стадії виробництва (менеджера із продажів) та запуску нового контент-продукту.
4. Інвестиційний профіль та стратегія синдикату
 - Обсяг інвестування – 500 тис. грн – 5 млн грн.
 - Синдикат готовий розглядати надання поворотної фінансової допомоги терміном до двох років на умовах залучення одного з бізнес-янголів в якості консультанта (для налагодження управлінських процесів) та відповідної оплати його послуг.
 - Центр розвитку креативних індустрій, на базі якого базується клуб, надає грант креативному бізнесу для оплати послуг консультантів (підтримка з місцевого бюджету).
 - Синдикат здійснює інвестування відповідно до умов договору про істотні умови (terms sheet), зазвичай після завершення терміну надання поворотної фінансової допомоги.
 - Інші члени клубу бізнес-янголів, які не є членами синдикату, мають право заінвестувати додаткові суми на однакових із синдикатом умовах.

- Синдикат визначає бізнес-янгота, який опікуватиметься проінвестованим бізнесом, тобто консультує з питань налагодження операційних процесів, зокрема процесів фінансового менеджменту, бізнес-стратегії та бізнес-моделі тощо.
- Синдикат очікує продати свою частку бізнесу в перспективі 10 років із мультиплікатором не менше 5 (у прикладі продакшн-студії, синдикат інвестує 4 млн грн та планує продати свою частку за 20 млн грн через 10 років).
- Синдикат планує продати бізнес більшому конкуренту на ринку (продакшн-студії), європейській студії (яка шукає базу в Україні) або медійній групі, заінтересованій у портфелі нематеріальних активів студії – контенті.
- Синдикат допускає продаж частки засновникам студії, менеджерам та/або цілому колективу через три роки з мультиплікатором на менше 2 (вклавши 4 млн грн, продати за 8 млн грн).

Такий ідеальний сценарій бізнес-янгольського інвестування в креативні бізнеси враховує вісім ключових спостережень, описаних вище:

- Сценарій передбачає наявність широкого кола інвесторів, об'єднаних на базі місцевого центру підтримки креативних індустрій через клуб бізнес-янготів.
- Місцеві креативні бізнеси знають: щокварталу вони мають місце для презентації своїх інвестиційних проєктів.
- Бізнес-янготи з експертизою та інвестиційним фокусом на екранобазовані бізнеси формують синдикат із чітко визначеним інвестиційним фокусом, адже креативні бізнеси розуміють, який обсяг фінансування вони можуть залучити й на яких умовах.
- Бізнес-янготи готові надавати підтримку у формі консалтингу та поворотної фінансової допомоги – це дає змогу сформувати взаємну довіру, познайомитися з бізнесом.
- На цьому етапі синдикат підтримується місцевою владою через відповідну грантову програму, завдяки чому зменшуються витрати синдикату на роботу з креативним бізнесом.
- Синдикат пропонує інвестиції, адекватні потребам креативного бізнесу.
- Інвестуючи, синдикат не ставить за мету перетворити студію на лідера світового масштабу, мати проривний продукт чи швидкісні темпи зростання.
- Натомість синдикат має чітке уявлення про можливості виходу з інвестиції на українському ринку (навіть за умови викупу іноземною студією, яка шукає партнера в Україні) та допускає викуп своєї частки засновниками й менеджментом.
- Синдикат делегує одного із бізнес-янготів (опікуна) у менеджмент креативного бізнесу для супроводу розбудови ключових здатностей, зокрема фінансового менеджменту.
- Бізнес-янготи отримують дохід, який перевищує альтернативно доступні на ринку інструменти (банківські депозити, державні облігації), але не мають гарантій щодо розміру такого доходу (усвідомлений ризик).

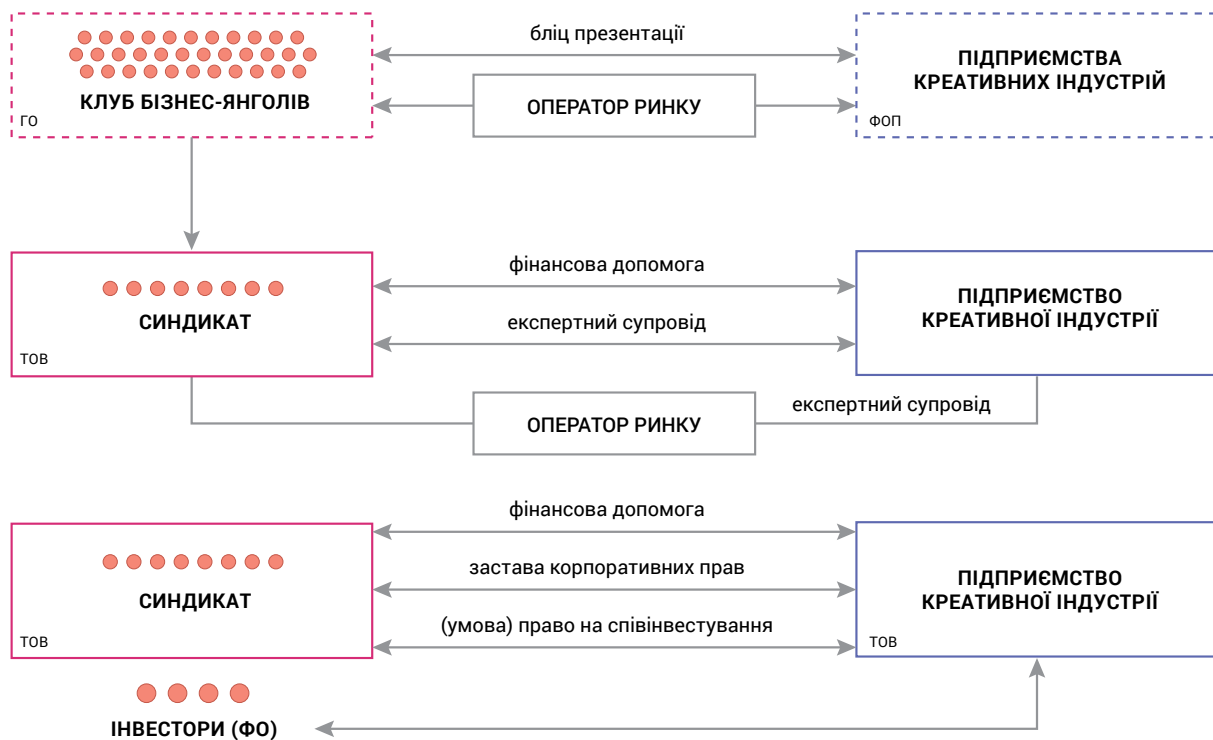
Візуалізація ідеального сценарію янгольського інвестування (моделі роботи клубу бізнес-янготів) представлена нижче:

- Клуб бізнес-янготів здійснює діяльність як громадське об'єднання (ГО) – громадська спілка.
- Підприємства креативних індустрій, які проводять свої бліц-презентації на засіданнях клубу, працюють переважно у форматі ФОП.
- Клуб може працювати самостійно – мати персонал, який організовує бліц-презентації підприємців, або працювати на базі оператора екосистеми креативних індустрій – агенції, кластера, центру тощо.
- Частина бізнес-янготів виокремлюється у синдикат у формі ТОВ, сплачений статутний капітал якого використовується для надання поворотної фінансової допомоги обраним бізнесам у кре-

ативних індустріях та (в подальшому) для інвестування в капітал (поповнення статутного фонду підприємств).

- Синдикат (як ТОВ) або оператор екосистеми креативних індустрій (якщо синдикат працює через такого оператора) надає експертний супровід бізнесу: налагоджує процеси фінансового менеджменту, розвиває окремі бізнес-процеси, допомагає у трансформації чи формуванні бізнес-моделі тощо. Підприємство креативної індустрії оплачує ці послуги відповідно до ринкових цін.
- Цей етап відносин креативного бізнесу та синдикату допомагає сформувати довіру (відносини базуються на кредитуванні та консалтингу, підприємець / підприємці залишаються власниками свого бізнесу) та підвищити організаційну спроможність креативного бізнесу, передовсім перейти на роботу у форматі ТОВ.
- На третьому етапі (ймовірно, після одного чи двох успішних досвідів роботи на умовах поворотної фінансової допомоги з консалтингом) сторони заключають договір надання поворотної фінансової допомоги з умовою конвертації позики в частку статутного фонду креативного бізнесу (інвестування). Істотні умови такої конвертації визначаються на етапі підписання договору про надання поворотної фінансової допомоги.
- В ідеальній моделі інші члени клубу бізнес-янголів мають право також брати участь у такій операції інвестування на умовах, ідентичних з умовами синдикату. Таке право дозволяє збільшити капітал, доступний креативному підприємцю, якщо і коли це доцільно (підприємець має право відмовитися від додаткових коштів, працюючи лише із синдикатом). Для членів синдикату таке право дає можливість зменшити власні ризики, сформувати довіру всередині клубу бізнес-янголів та отримати доступ до операцій інших синдикатів в цьому клубі. Така модель можлива за умови, що бізнес-янгולי узгодили таке право на етапі формування синдикату.

Модель роботи клубу бізнес-янголів



Розроблено PPV Knowledge Networks

Джерело: розроблено авторами

ПАКЕТ ЮРИДИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ

У межах проекту розроблено зразки юридичних документів, які відповідають запропонованій моделі:

- інвестиційний договір;
- договір про надання поворотної фінансової допомоги;
- договір про надання консультаційних послуг;
- договір застави майнових прав на частку в статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю.

Договори доступні у додатках 7–10.

Важливі застереження до використання документів:

- розроблені договори є шаблонами, які учасники інвестиційного процесу мають адаптувати відповідно до умов власної інвестиційної операції;
- документи розроблені в жовтні 2020 р. відповідно до законодавства України, яке було чинним на той момент;
- додатково сторони можуть заключити договір надання права на викуп частки інвестора (заставодержателя – згідно з термінологією договору застави) власниками (заставодавцями) креативного бізнесу з мультиплікатором у певний момент майбутнього (наприклад, через три роки), тобто зафіксувати вищу ціну зворотного викупу частки;
- у цьому дослідженні не аналізувався податковий режим моделей діяльності синдикатів бізнес-янгелів. Згідно з базовим аналізом, якщо діяльність синдикатів як ТОВ (на відміну від моделі фінансової компанії, що вимагає ліцензування та підпадає під нагляд) здійснюється на умовах загальної системи оподаткування, немає особливих умов або особливих моментів в оподаткуванні.

З розвитком практики інвестування у креативні бізнеси розвиватиметься й розмаїття юридичних форматів, які ефективно використовуватимуться, та напрацьовуватиметься відповідна судова практика. Механізми, опрацьовані в цьому дослідженні, є по суті експериментальними. Інвестори в креативні індустрії, які створюватимуть клуби та синдикати, інвестуватимуть та виходитимуть з інвестицій, формуватимуть нову для України практику та відповідну складову екосистеми креативних індустрій.

ПРО ПРОЄКТ

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

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

Партнером проекту є агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks.

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

Проект реалізувався за підтримки Українського культурного фонду.

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

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

Юридична складова: Анна Мацюк, Микола Костюк, Тетяна Шиманська

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