



ЯК ЗАЦІКАВИТИ ІНВЕСТОРА

Вивчаючи багато інвестиційних проектів, які приходять на розгляд в інвестиційні фонди, ми не перестаємо дивуватися фантазії і недосвідченість їх творців. Так, безсумнівно, вони докладали всіх зусиль для успішного розвитку свого бізнесу – запуску нових послуг і продуктів, переговорів з постачальниками, клієнтами і банками. Однак цього досвіду може не вистачити при веденні переговорів з потенційними інвесторами. Розглянемо покроково, як правильно подати проект і переконатися в надійності інвестора, щоб не дістати в його особі грошового «кота в мішку».

Крок 1. Дізнатися профіль інвестора.

У кожного інвестора є своя стратегія інвестування та напрямки бізнесу, в які він вважає за краще вкладати. Зазвичай це сфери, де у нього вже є досвід або де інвестор, вивчивши індустрію або досвід інших країн, бачить істотний потенціал зростання – індустрії з високим прогнозом зростання і наявністю, швидше за все, тимчасових «вікон можливостей».

Радимо починати своє знайомство з інвестором і його профілем з його офіційного сайту – майже всі відкриті інвестиційні структури презентують свої стратегії і здійснені проекти, з яких приблизно зрозуміло, куди вони вкладаються і з якою метою.

Раніше інвестори відразу ж після підписання документів були готові вкласти в проект всю суму. Зараз вони вважають за краще притримувати гроші на рахунку і видавати їх під конкретні проекти і статті витрат. Таким чином, інвестори отримують можливість більше контролювати свої інвестиції.

Крок 2. Скласти презентацію.

Ви будете сміятися, але у деяких компаній є така практика: призначаючи зустріч в офісі потенційної портфельної компанії, представники інвестфонду обов'язково заходили подивитися, наскільки чистий там туалет. Це така своєрідна перевірка, яка допомагає зрозуміти, як керівництво ставиться до комфорту в офісі, чистоти і порядку. Також і інвестиційна презентація – це якась первинна характеристика того, наскільки упорядковані думки в голові підприємців, які хочуть залучити гроші. Якщо проект добре структурований на папері, то швидше за все він якісно структурований і у них в головах. Причому це не порожні слова, до сих пір 2/3 презентацій, які отримують інвестфонди, складені неякісно і не викликають бажання читати їх далі. А щоб це бажання з'явилося, потрібно врахувати наступне:

1. **Формат презентації.** Найбільш зрозумілі, перш за все, два формати, в рамках яких і варто розповісти про свій проект:

- *Односторінковий тизер*, де вся інформація вміщується на одній сторінці або на одному слайді. Тут ви приводите тільки ключову інформацію. По одному-двома рядками присвятить призначенню проекту, власникам бізнесу, їх досвіду в цій сфері, команді. Цього достатньо, щоб зацікавити інвестора.

- *Багатосторінковий тизер* може включати від 3 до 10 слайдів, інформація розбита за категоріями: профіль власників компанії, як розвивається індустрія, управлінський склад компанії, очікування від проекту. Тут теж наводиться загальна, але трохи більш детальна інформація. Пам'ятайте, що основні речі будуть обговорюватися на зустрічі.

2. **Якість презентації.** Забудьте про намальовану на коліні презентацію, яка неодноразово допомагала вам на внутрішніх нарадах і зборах. Вимоги цього разу до презентації дуже високі:

- якісне оформлення – сучасно, красиво, в яскравих кольорах, з використанням схем, графіків і таблиць. Така презентація налаштовує на те, щоб її перегорнули до кінця. Графіки і схеми можна використовувати, щоб проілюструвати, які тренди в індустрії, хто конкуренти, зростання компанії за останні кілька років;

- зручний для читача формат – в ідеалі документ в Word або Power Point, перекладений в pdf-формат, тому що такий файл легко прочитати на телефоні або планшеті.

Також зверніть увагу на форматування – дуже неприємно отримувати презентації, де текст не вміщується в колонку, полетів графік або підкреслена якась помилка. Простежте за тим, щоб:

- між рядками була рівна відстань;
- графіки на кожному слайді були в одній частині – тільки ліворуч або тільки праворуч;
- не було помилок в тексті;
- всі слайди були виконані в єдиному стилі.

3. **Обсяг тексту.** Інвесторам не хочеться втрачати час на презентації, де потрібно відшукувати інформацію у великій кількості тексту. У форматі первинної презентації текст повинен бути короткий, на рівні тез. Якщо у інвестора дійсно з'явиться інтерес, то він сам запросить всі додаткові матеріали.

Взагалі досить двох-трьох хвилин, щоб скласти враження про проект і прийняти рішення про те, вивчати його далі чи ні. Тобто з того моменту, як потенційний інвестор відкрив лист, у вас є дві-три хвилини його уваги, поки він не захотів перейти до наступного листа.

Якщо інвестор, прочитавши лист, далі відкрив прикріплену презентацію і перегорнув її до кінця – це вже успіх, тому що в більшості випадків цього не відбувається. Пам'ятайте, що успішні і досвідчені інвестори отримують сотні подібних листів в день.

4. **Супровідний лист.** У тілі листа, з яким ви надішлете презентацію вашого інвестиційного проекту, повинен бути невеликий текст, з якого можна було б дізнатися наступну інформацію:

- суть проекту, для якого потрібні інвестиції – це може бути новий продукт, розширення існуючого бізнесу, покупка конкурента, злиття з іншою компанією;
- індустрія, в якій працює ваша компанія;

- розмір інвестицій – одному інвестору цікаві проекти в рамках мільйона доларів, а для іншого інтерес починається від 50 млн. Інвесторам шкода витратити час на вивчення проекту, якщо вони не впевнені, що він відповідає їхньому профілю і критеріям.

З особистого досвіду: Лариса Семенюк, фінансовий директор «Градiєнт Альфа Інвестментс Груп».

Первинна презентація проекту, для якого потрібні інвестиції, зазвичай готується на підставі детально і ретельно складеного бізнес-плану. Це важливий документ, який повинен переконати інвестора вкласти в проект гроші, тому він повинен бути максимально інформативним і привабливим. Нижче наведена структура презентації, якою наша компанія представляла великий проект на інвестиційних форумах і конференціях (будівництво цементного заводу і закупівля технологічної лінії з виробництва цементу):

- *Мета проекту.*
- *Параметри проекту.*
- *Терміни і етапи реалізації проекту.*
- *Інформація про ініціатора проекту (команда, кваліфікація, досвід).*
- *Ринковий контекст.*
- *Конкурентне середовище.*
- *Застосовувана технологія.*
- *Опис продукції.*
- *Обсяг інвестицій і джерела фінансування.*
- *Використання інвестицій (інвестиційний план).*
- *Прогнозна ефективність інвестицій.*
- *Фінансові показники проекту.*

Представляючи проект будівництва цементного заводу, ми доводили економічну доцільність будівництва заводу саме заданої (а не іншої) потужності.

У розділі, що розкриває параметри проекту, вказували горизонт і крок планування, загальну суму інвестицій, обсяг власних і позикових коштів і їх процентне співвідношення, плановану дату запуску виробництва.

У розділі «Терміни та етапи реалізації проекту» підраховували, скільки часу буде потрібно на весь проект і його окремі етапи: проектування об'єкта – один рік з початку запуску проекту; розробка кар'єру – вісім місяців, початок кар'єрних робіт – 16 місяців; будівництво заводу – два роки з моменту закінчення проектування; початок експлуатації – 37 місяців з моменту початку запуску проекту; вихід на повну потужність – 43 місяці з початку запуску проекту.

Дуже важливі розділи, що містять інформацію про ініціатора проекту, особливості ринку і конкурентів. Здобувач інвестицій повинен дати в презентації і на переговорах вичерпні та обґрунтовані відповіді на безліч питань, в тому числі і незручних. Перераховуючи конкурентів цементного заводу, ми вказували не тільки конкретні підприємства і їх виробничі потужності, але і конкурентну стратегію, потреби регіону і прогнози по споживанню цементу.

У нашому випадку обсяги виробництва цементу не перекривали потреб будівельного комплексу регіону, не кажучи вже про потреби сусідніх областей. Прогнози обіцяють щорічне зростання обсягів споживання на 10 відсотків, а конкурентна стратегія нового заводу визначалася трьома складовими: гарантією якості товару, адекватним рівнем ціни і постійною наявністю цементу на складі.

Крок 3. Представити проект.

Якщо ви все зробили правильно і інвестор зацікавився вашим проектом, вам призначать зустріч. Швидше за все, в офісі вашої компанії. Про перевірку його чистоти, про яку говорилося в Кроці 2, можете як жарт розповісти своєму керівництву. Далі вам потрібно детально опрацювати свій виступ перед гостями.

Будьте гранично реалістичними. Інвестори дуже не люблять, коли їм замилують очі, намагаючись продати те, чого немає, або завищуючи очікування від своїх проектів. Зазвичай це не проходить. Навіть якщо інвестор не знає індустрії, він досить швидко зрозуміє, що прогнози, які даються по ринку і конкретно по компанії, не відповідають дійсності.

Інвестору важливо побачити, що ви щира і відкрита людина, нічого не приховуєте і намагаєтесь бути об'єктивним – це допоможе процесу. Але критикувати себе і свою компанію на зустрічі з потенційним інвестором теж не варто:

- якщо є якісь труднощі, покажіть їх як можливості;
- слабку сторону бізнесу назвіть певним ризиком. І не забудьте додати, що ви над ним працюєте і найближчим часом закриєте;
- при описі команди потрібно об'єктивно показати, на які напрямки ви можете покластися стовідсотково, а які, швидше за все, потрібно буде зміцнити;
- якщо у стратегічного підрозділу компанії немає керівника, не приховуйте це – скажіть, що потрібно шукати когось на стороні, але у вас вже є деякі напрацювання і т.д.

Намалюйте портрет команди. Наступний важливий параметр для прийняття рішення – це управлінська команда. Коли є хороший проект, але потрібно шукати менеджерську команду для його реалізації, інвестор оцінить цей проект як високоризиковий, не всі готові розглядати такі сценарії. А якщо це компанія, де повністю сформована команда, люди давно працюють разом і добре мотивовані, це зовсім інша ситуація, профіль ризику тут набагато менший.

Представте власників бізнесу – підприємців. Для інвестора це ключова інформація – адже попереду тривала спільна робота з портфельною компанією, і питання особистого комфорту тут первинне!

У зв'язку з цим інвесторів зацікавить наступна інформація:

- профіль власників – комерсант, фінансист, виробник;
- досвід роботи в цій індустрії і наскільки цей досвід успішний, тому що практика показує, що успішні люди успішні в усьому;
- суть проектів, якими займалися підприємці раніше – створювали, організовували, виводили з кризи, продавали, об'єднували. Інвестору важливо зрозуміти, в чому конкретно вони сильні.

Також розкажіть, як нинішні власники компанії з'явилися в цьому бізнесі – вони його створили або купили, і як вони заробили свій капітал.

Одна справа – підприємець, який свій бізнес побудував з нуля і шукає гроші на його розвиток, і зовсім інша – чиновник, який незрозуміло на які гроші придбав до кризи цей бізнес

і зараз, коли потрібно включати голову, не знає, як з ним далі поступити: чи то продавати, то чи шукати гроші на його розширення. Якомусь інвестору буде цікаво працювати тільки з першим, а хтось підпишеться і на другий, більш ризиковий варіант, хоча умови інвестування можуть при цьому сильно відрізнятись.

Опишіть сильні сторони компанії. Найбільш привабливим об'єктом інвестицій завжди буде прибуткова компанія на перспективному ринку індустрії. Хоча у таких компаній зазвичай не буває проблем з пошуком інвестицій – інвестори їх знаходять самі.

Покажіть в первинних матеріалах історичний темп зростання, який буде підтверджувати, що компанія зростає, як мінімум, не повільніше ринку. Інвестори впевнені, що успішна компанія повинна вміти рости швидше за ринок, як би швидко не ріс сам ринок.

Зробіть графік, в якому буде показано зростання виручки по роках – два-три попередні роки, бюджет на цей рік і попередній план на наступний.

Інвестори ризикують менше, коли вкладають в прибуткову компанію, але часто буває, що й дуже успішна компанія недостатньо заробляє, так як активно інвестує в нове зростання.

Розробіть кілька сценаріїв розвитку. Рівень потенційної прибутковості і можливі ризики можна уявити інвестору у вигляді декількох сценаріїв:

- базовий – на який ви орієнтуєтесь в першу чергу. Тут ви покажете, як повинна розвиватися компанія, прогноз цілком реалістичний;
- песимістичний – що буде, якщо проект не виправдає очікувань. Ви уявляєте тут мінімальний заробіток;
- оптимістичний – що буде, якщо раптом проект вистрілить і все буде по вищому розряду. Тоді прибуток складе стільки-то відсотків, і ми з вами станемо мільярдерами.

Доповніть кожен сценарій описом ключових параметрів і подій, що впливають на його результат. Не можна не відзначити, що ви орієнтуєтесь на базовий сценарій, а два додаткових потрібні для того, щоб найбільш повно оцінити можливості вашого проекту.

Проаналізуйте строк окупності проекту. Вкладаючи гроші в новий бізнес, інвестор приймає певний ризик. Тому завдання будь-якого інвестора – заробити на інвестпроекті більше, ніж він міг би отримати у відносно безризикових вкладеннях на цьому ж ринку: депозити, облігації і т.д. Тобто будь-який відсоток прибутковості вище 10-15 відсотків може бути обґрунтований, якщо йому відповідає певна ступінь ризику.

Відзначимо два моменти:

- 1) якусь певну норму прибутковості зазвичай ніхто не називає, і тим більше її не закріплює юридично. Її дуже складно підрахувати. Інвестор вкладає гроші зараз, а заробить він лише через три-чотири роки;
- 2) не варто домовлятися про гарантії окупності з інвестором – або це нічого не означатиме, тому що ніхто не знає, що буде в майбутньому, або це буде вкрай не вигідно для вас. Ви, звичайно, отримаєте гроші, гарантувавши інвестору якусь певну норму прибутковості і підкріпивши свої гарантії, наприклад, закладеною часткою в компанії або її активами. Але

будь-яка розсудлива людина буде цього уникати, тому що суть інвестиційної угоди якраз в тому, що у вашої компанії з'являється партнер, який сідає з вами в один човен і разом з вами несе ризики, розділяє успіх і невдачі цього проекту.

Крок 4. Вибір інвестора.

Отже, ми підійшли до найцікавішого і недосяжного для деяких компаній кроку, коли НЕ інвестор вибирає вас, а ви його. Інвестор вами зацікавився, і ви підійшли до підписання угоди про конфіденційність і підготовки інвестиційних документів. Але перш ніж радіти і відкривати шампанське, погляньте ще раз на нього з боку і подумайте, чи варто з ним співпрацювати. Дайте собі відповіді на три наступні питання:

1) Достатніми чи знаннями у вашій сфері він володіє? Важливо залучати гроші від інвесторів, які в вашому бізнесі щось розуміють – у яких є або досвід, або зв'язки в цій сфері. Їм буде зрозуміло, як можна реалізувати проект швидше і якісніше, не наступаючи на ті граблі, на які обов'язково став би недосвідчений інвестор.

2) Чи комфортно вам з ним спілкуватися? Краще не мати справи з інвесторами, з якими ви не відчуєте себе комфортно після першої серйозної зустрічі. Також не варто доводити справу до угоди, якщо ви сумніваєтеся в тому, що інвестор розділяє ваші основні людські цінності: принципи чесності, справедливості, відношення до бізнесу і до своїх співробітників. Тому що, як би привабливо на папері ні виглядав інвестиційний проект, навряд чи він буде дійсно успішним, якщо всередині компанії будуть постійно відбуватися сварки і конфлікти між її акціонерами. Поспілкуйтеся з інвестором ближче, поговоріть з підприємцями, в чій проекті він вже інвестував. Пошукайте інформацію про нього і його проекти в Інтернеті. Внутрішнє відчуття, яке сформується після цього, як раз і буде найвірнішим.

3) Наскільки він готовий ризикувати? Одні інвестори хочуть максимально знизити ризики, а інші – заробити більше грошей і готові нести ризики, від яких інші відмовляються. Хтось хоче працювати з молодими підприємцями, стартаперам, і зробити 10 проектів, кожен по мільйону доларів. А хтось віддасть перевагу зробити один проект за 10 млн. доларів, але зате він буде працювати з досвідченими підприємцями та інвестувати в успішну компанію з сильними позиціями на ринку.

І наостанок хочемо дати пораду: уникайте людей, які готові вкласти в бізнес вашої компанії свої «останні гроші», щоб в подальшому вони не душили всі ваші цікаві починання, які мають на увазі якусь частку ризику.



**ТБІ «Харківські
технології»**
www.kt.kharkov.ua

kt@kt.kharkov.ua

+380 57 3404601

+380 50 4016292

пр. Науки, 60, Харків, 61072