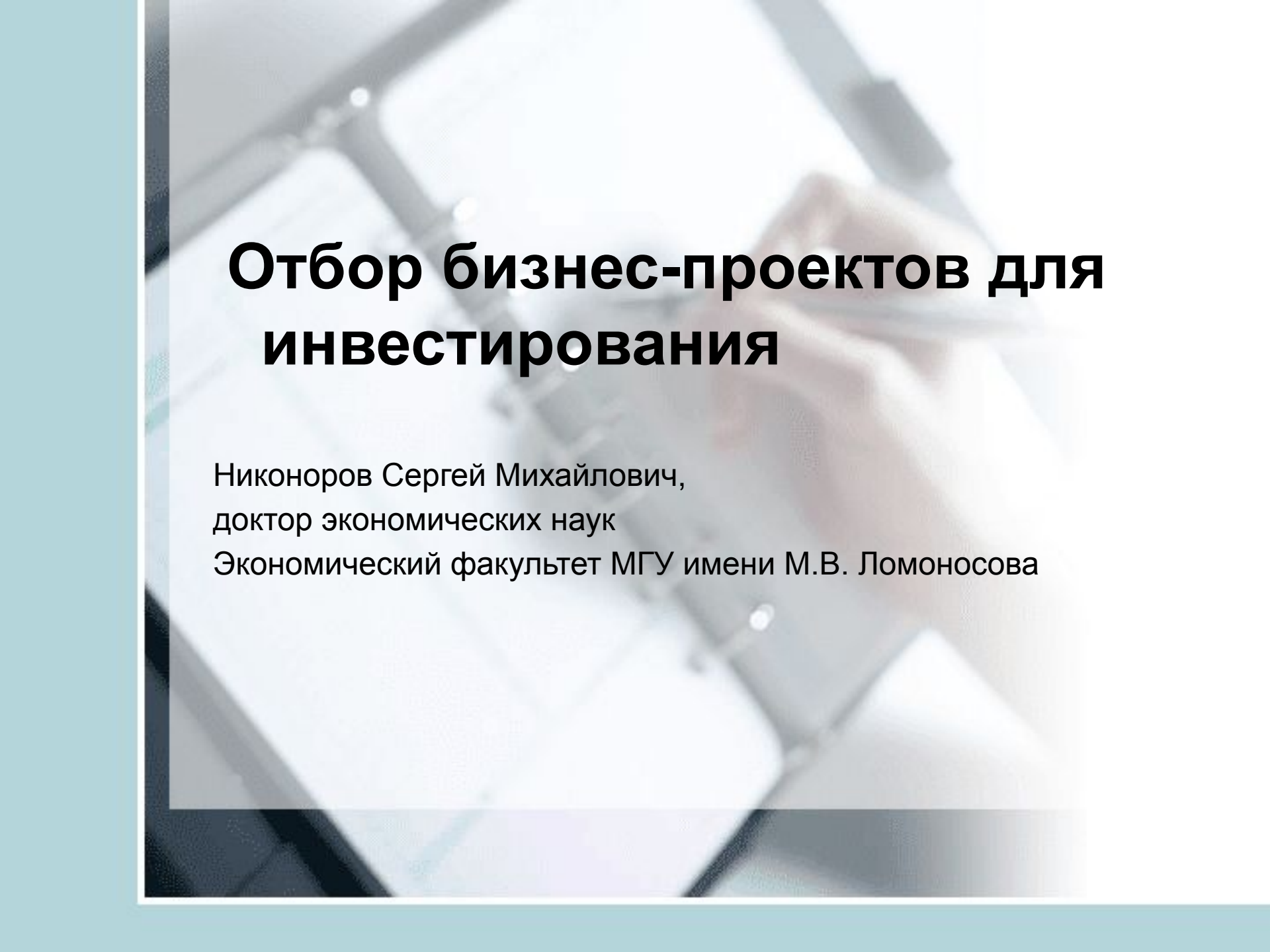




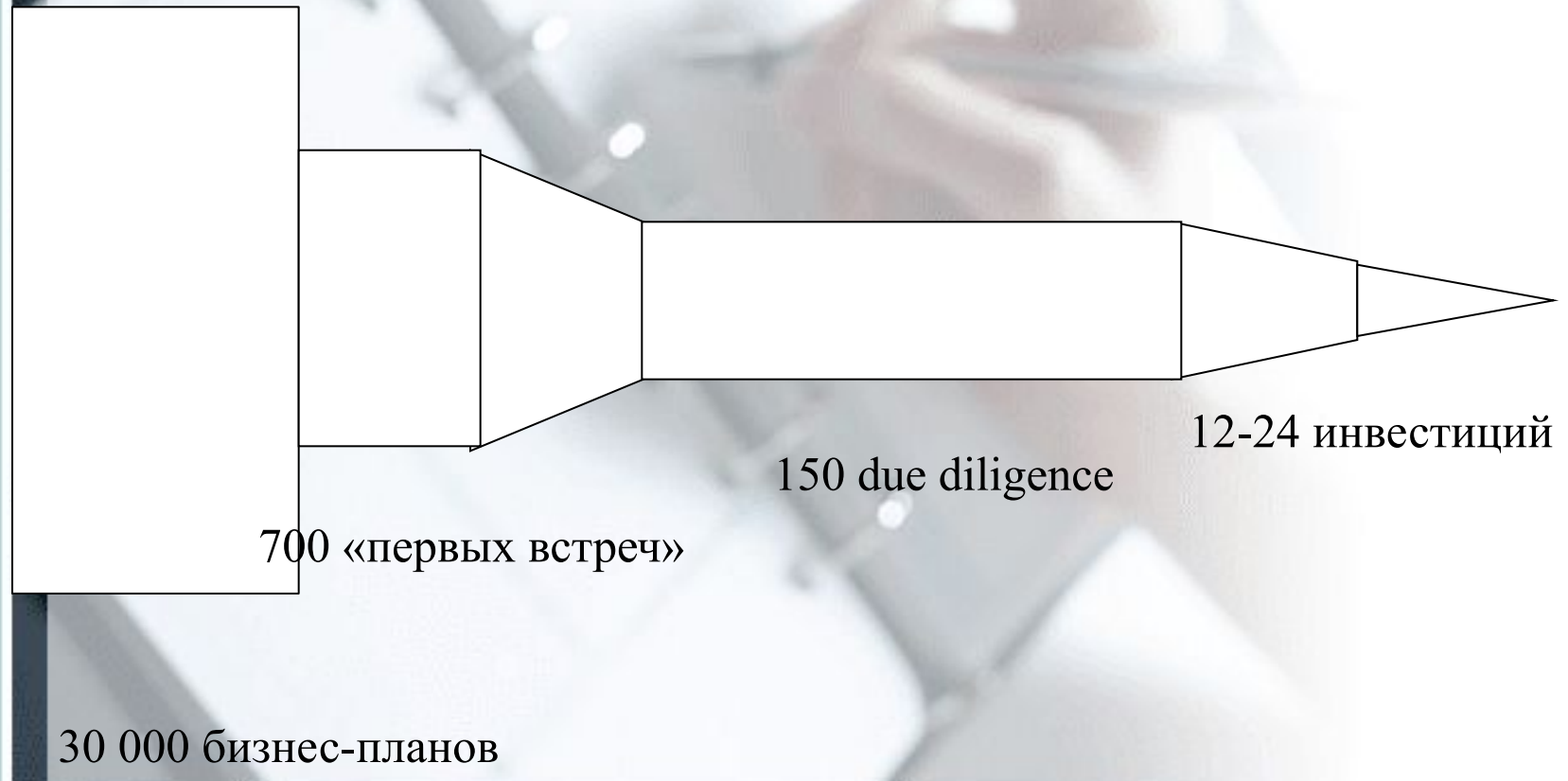
Отбор бизнес-проектов для инвестирования

Никоноров Сергей Михайлович,
доктор экономических наук

Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова

«Ракета Дрейпера»

(Timothy C. Draper создатель и глава Draper Fisher Jurvetson).



Отбор проекта для инвестирования

- 1-я стадия - **Deal Flow** = Предварительный отбор (+ Подготовка!) потенциально интересных проектов для представления инвесторам
(Проводит сеть бизнес-ангелов силами собственных специалистов и бизнес-ангелов, имеющих реальный ОПЫТ работы с проинвестированными проектами!!!)
- 2-я стадия - **Due diligence** = Углубленный анализ (тщательное обследование) всех значимых аспектов проекта
(Проводит инвестор с привлечением экспертов в области технологии, рынка, патентного права, ...)

ВАЖНО: Принципиальное отличие оценки *инновационных* проектов – рассмотрение прогнозируемых параметров проекта в перспективе (оценка будущего) в условиях неопределённости.

Отбор проекта для инвестирования

ЦЕЛЬ: Снижение неопределённости

Риски инновационных проектов:

- Технологический риск
- Маркетинговый риск
- Финансовый риск
- Личностный риск
- Форс-мажор

Технология СБАР «Deal Flow» по работе с проектами

- **Технологии Deal Flow**
- Многоступенчатая система мероприятий по отбору, оценке и подготовке инновационных компаний (проектов) к инвестированию
- Предусматривает формализованный порядок рассмотрения, подготовки и принятия решений по проектам поступающим в СБАР в целях привлечения инвестиций
- Нацелена на подготовку проекта до презентации перед бизнес-ангелами и венчурными капиталистами в рамках Презентационных сессий СБАР с подготовкой бизнес-предложения (краткий бизнес-план)
- *Основана на принятой методике*

Методики отбора проектов на стадии Deal Flow, основанные на весовых коэффициентах, балльных оценках,...

№	Критерий	Оценка (от 0 до 10)
1	Содержательная часть проекта (новизна, актуальность, умение изложить содержательную часть в форме, понятной неспециалисту)	
2	Наличие и степень защиты интеллектуальной собственности, необходимой для реализации проекта	
3	Оценка рынка сбыта (российские и зарубежные потребители, степень проработки оценки рынка, включая наличие количественной оценки и ее обоснование, объемы реализации – если продукт уже представлен на рынке)	
4	Оценка конкурентов и конкурентные преимущества (российские и зарубежные конкуренты, их доля на рынке, обоснование конкурентных преимуществ)	
5	Экономическая часть проекта (сделанные инвестиции и их направления, рентабельность проекта, срок окупаемости. Предложение инвестору в обмен на предоставление средств и его реалистичность)	
6	Команда заявителей проекта (возможность реализации поставленных задач)	
7	Предыдущие оценки проекта (полученные гранты, награды выставок и пр.)	
8	Уровень подготовки презентации	

Методики отбора проектов...

Факторы влияния	Вес	Балл
Сила команды:	-30% - +30%	
• опыт основателя в бизнесе • готовность топ-менеджмента к «обучению в процессе» • степень сформированности команды		-2 - +1 -3 - 0 -2 - +2
Возможности для роста:	-25% - +25%	
• объём рынка для продукта компании • потенциал доходов через 5 лет • конкуренция на выбранном рынке • барьеры для «входа» в рынок		-2 - +2 -1 - +2 -2 - +2 -2 - +2
Характеристики предлагаемого продукта:	-10% - +10%	
• четкость описания продукта • привлекательность продукта • возможность воспроизведения продукта конкурентами		-2 - +1 -1 - +1 -1 - +3
Возможности для продаж	-10% - +10%	-2 - +3
Состояние бизнеса в момент оценки	-10% - +10%	-2 - +3
Потребность в инвестициях	-5% - +5%	-1 - +1
Потребность в дополнительных инвестициях в будущем	-5% - +5%	-2 - +1
Качество бизнес-предложения или презентации	-5% - +5%	-2 - +1

Методики, основанные на весовом ранжировании...

- Подходят для проведения конкурсов инновационных проектов
- **Не подходят** для отбора проектов для презентации потенциальным инвесторам (Реальное инвестирование получили проекты, НЕ занявшие призовых мест в конкурсах!)
- Не учитывают необходимости **подготовки** проекта к презентации (включая итерационный процесс переосмысливания бизнес-предложения, перепозиционирования продукта в ходе интерактивного общения с экспертами бизнес-ангельской сети)

В чём выход?

- Методика должна основываться НЕ на сравнении предложений между собой, а на оценке перспективности КАЖДОГО предложения
- Необходимо учитывать предпочтения потенциальных инвесторов (субъективные)!
- При обязательном учёте объективно необходимых для принятия решения факторов – готовится экспертное заключение

Предпочтения потенциальных инвесторов

(определяются заранее):

- Приемлемые отрасли инвестирования:
 - ☐ нанотехнологии и новые материалы
 - ☐ медицина и биотехнологии
 - ☐ информационно-телекоммуникационные технологии
 - ☐ безопасность
 - ☐ экология и охрана окружающей среды
 - ☐ энергетика и энергосбережение
 - ☐ машиностроение
 - ☐ другие
- Сфера личной компетенции:
 - ☐ Розничная торговля
 - ☐ Промышленное производство
 - ☐ Международное сотрудничество
 - ☐ Опыт государственной службы
 - ☐ другие

Основной вопрос: как дальше я буду продвигать проект?

Какие параметры бизнес-предложения должны быть продуманы в любом случае?

(объективно необходимые для принятия решения факторы)

- Продукт
- Конкуренция
- Защита ИС
- Рынок
- Информация о компании
- Команда
- Потребности в инвестициях
- Экономика проекта
- ВЫХОД инвестора

Основной вопрос: Зачем это нужно Инвестору (в чём его интерес)?

Заключение

экспертизы по инновационному проекту

Характеристики проекта	Заключение эксперта (вывод, предложения, др.)
1. Описание предлагаемой технологии и продукта Доказательства реализуемости технологии	• Продукт определен • Продукт нечётко сформулирован • Продукт НЕ определен • Имеются • Не имеются
2. Конкурентные преимущества и конкуренты	▪ Чётко сформулированы ▪ Требуется доработка ▪ Не определены
3. Правовая защита интеллектуальной собственности	• Получен Патент (РФ, иностранный) • Подана заявка на Патент (РФ, иностранный) • Подана заявка РСТ • Получен Патент РСТ • Режим Know How • Отсутствует (не проработана)
4. Рынок, способы продвижения продукта на рынок	• Объём рынка ____ в год ____ (РФ, мир,...) • Темпы роста рынка _____ % • Основные Покупатели: _____
5. Информация о компании	- Существует с ____ года - Не создавалась - Требуется переоформление

Заключение экспертизы (продолжение)

Характеристики проекта	Заключение эксперта (вывод, предложения, др.)
6. Команда	•Лояльна •Требуется проработка •Нелояльна
7. Потребности в инвестировании, финансовые показатели проекта	Требуется ____ на срок _____ Траншами ____ за __ % доли в Компании
8. Экономика продукта/проекта	•Проработана •Требует доработки •Не проработана Норма прибыли _____ IRR _____ NPV _____
9. ВЫХОД инвестора из проекта	•Проработан •Требует доработки •Не проработан
10. Готовность и качество Презентации проекта в PowerPoint	•Готова •Требует доработки •Не готова

Критерии предварительного отбора на стадии Deal Flow

- Определён (сформулирован) **Продукт** или **Услуга**, его отличительные особенности и конкурентные преимущества
- Определён **Потребитель**, объем рынка не менее 100 млн.\$ (годовой 20 млн.\$), темпы роста более 15%
- Рынок позволяет поддерживать **рентабельность** инновационного бизнеса больше традиционной
- Размер инвестиций 0,1–1 млн.\$

Технологии Deal Flow основные этапы

- **Сбор Анкет проектов**
 - Заполнение Анкеты на web-сайте (с автоматическим ответом на E-mail ф1)
 - Отбор Анкет по Критериям СБАР
- **Подготовка Бизнес-предложения**
 - Назначение Эксперта СБАР
 - Предварительные переговоры (знакомство, условия сотрудничества)
 - Запрос бизнес-предложения по Формату (ф2) или бизнес-плана
 - Структурирование бизнес-предложения

Технологии Deal Flow основные этапы (Продолжение)

- **Оценка Проекта**
 - Очное собеседование (личностный фактор, оценка бизнеса, долей)
 - Заключение Эксперта (ф3), Оперативный Совет СБАР
 - Независимая экспертиза (*при необходимости*)
 - Договор с Инноватором - (ф4)
 - Подготовка презентации в Power Point (ф5)
 - Экспертный Совет СБАР (рассмотрение БП, Презентации)
 - Заключение членов ЭС (ф3, ф6), Обобщение и анализ заключений (ф7)
 - Репетиция Презентации
 - Доработка Презентаций

Выводы:

- Отбор инновационных проектов на ранних стадиях развития эффективен только во взаимодействии инициаторов проекта (экспертов в области новой технологии) и специалистов бизнес-ангельских сетей (экспертов в области коммерциализации технологий)
- Вероятность привлечения инвестиций в МИП зависит от качества подготовки бизнес-предложения к презентации не в меньшей степени, чем прорывной характер технологии.
- Недостаток менеджеров и маркетологов в штате МИП может быть компенсирован за счёт Кадровой программы СБАР.

Параметры конкурса бизнес-проектов

1. Умение эффективно презентовать бизнес-проект, формировать команду проекта и управлять ей – от 1 до 10 баллов
2. Экономическая и социальная актуальность бизнес-проекта для региона, его интегрированность в сферу регионального развития – от 1 до 10
3. Универсальность технологических решений, применяемых для реализации бизнес-проекта, его устойчивость к рискам – от 1 до 10
4. Определение цели проекта по SMART, планирование основных этапов проекта – от 1 до 10
5. Оптимизация работ по достижению результата и механизмов финансирования – от 1 до 10

SMART – анализ бизнес-проектов

S – Specific (Конкретный)

M – Measurable (Измеримый)

A – Attainable, Achievable (Достижимый)

R – Relevant (Актуальный)

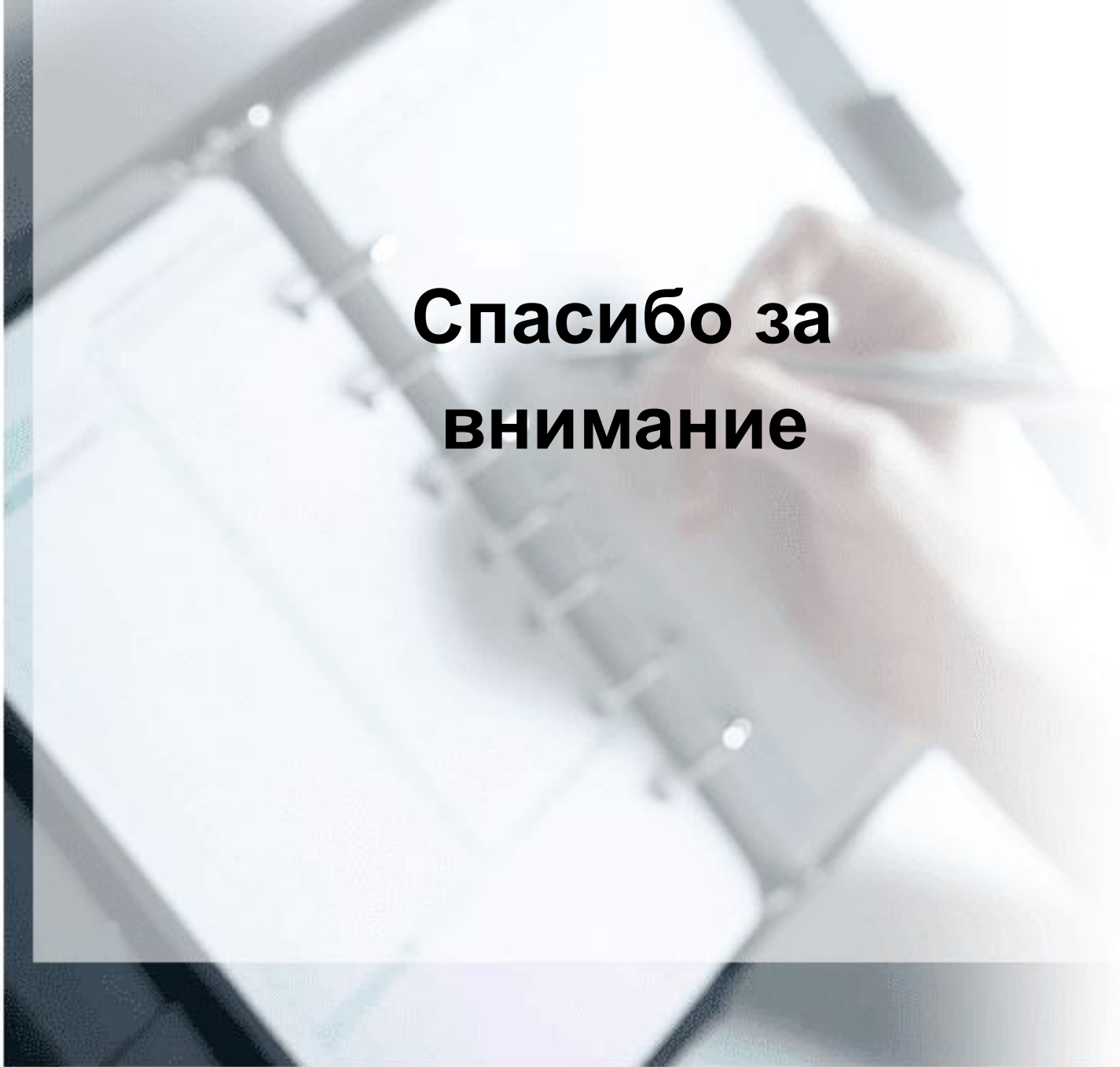
T – Time – bound (Ограниченный во времени)

Методика оценки бизнес-проектов

Макс. – 50 баллов, мин. – 5 баллов по каждому эксперту.

Так как количество экспертов может быть разное, то выводится среднеарифметическая оценка по каждому бизнес-проекту.

Презентация – 5 минут + ответы на вопросы экспертов.

A close-up, slightly blurred photograph of a hand holding a pen and writing on a spiral-bound notebook. The notebook is open, showing several pages with faint lines. The background is a soft, out-of-focus light blue and white. The text "Спасибо за внимание" is overlaid in the center of the image.

**Спасибо за
внимание**