



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБЪЕКТ ОТДЫХА НА ПРИРОДЕ

КНИГИ ЭТОЙ СЕРИИ

1.

Глэмпинг-бизнес:
методическое пособие
по созданию и развитию
объектов отдыха
повышенной комфортности
на природных территориях
с использованием
некапитальных сооружений

2.

**Методические
рекомендации:
привлечение
инвестиций в
объект отдыха на
природе**

3.

Методические
рекомендации:
земельные
вопросы объектов
отдыха на
природе

4.

Успешные
практики
реализации
объектов отдыха
на природе для
вдохновения

5.

Типовые решения
нестандартных
объектов отдыха
на природе.
Методические
рекомендации
по безопасности
возведения и
эксплуатации

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. НА КАКИЕ ВОПРОСЫ НУЖНО ОТВЕТИТЬ, ПРЕЖДЕ ЧЕМ ИСКАТЬ ИНВЕСТОРА	6
1.1. Когда нужны инвестиции	6
1.2. Где искать инвесторов	10
1.3. Что важно для инвестора	10
1.4. Как выбрать инвестора	11
2. КАК СДЕЛАТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ПРОЕКТА ДЛЯ ИНВЕСТОРА	14
2.1. Какие материалы нужно представить инвестору	14
2.2. Как выступать с презентацией проекта перед инвестором	15
3. КАК ОФОРМИТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ИНВЕСТОРА	18
4. ИСТОРИЯ УСПЕХА. ГЛЭМПИНГ «ТОЧКА НЕМО»	20
Приложения	21
Приложение 1. Как правильно оформить слайдовую презентацию	21
Приложение 2. Как проводить переговоры с инвестором	23
Приложение 3. Какие документы необходимы для законного ведения бизнеса	24



ВВЕДЕНИЕ

С каждым годом в России растет количество частных и институциональных инвесторов. Только на платформах крупных банков (ВТБ, СБЕР БАНК, Тинькофф и др.) зарегистрировано более 3 млн пользователей. И это не считая граждан, у которых имеются крупные банковские вклады.

Один из самых популярных запросов у предпринимателей — где найти инвестора в проект. Идеальный вариант — использовать свою сеть контактов и выйти на нужного человека по рекомендации друзей, коллег и знакомых. Если же таких связей пока нет, необходимо приложить усилия для поиска того самого инвестора, который поверит в вас.

Есть 2 важных аспекта:

- 1. Инвестор заинтересован в том, чтобы найти перспективный проект, не меньше, чем сам проект — в том, чтобы привлечь инвестиции.** Поэтому, если вы уверены в своем продукте, не стесняйтесь знакомиться и рассказывать о нем инвесторам.
- 2. Приходить к инвестору с неоформленной и непросчитанной идеей в 99% случаев бесперспективно.** Идей на рынке всегда много, а вот их успешных реализаций, наоборот, мало. Ваши шансы быть воспринятым всерьез существенно возрастают при наличии сильной команды с релевантным опытом, готового прототипа или MVP, подтвержденного спроса (в идеале первых продаж) и понятной стратегии развития. Если это все есть — смотрите пункт 1 и действуйте!

В методических рекомендациях вы найдете ответы на вопросы, с которыми сталкивается каждый предприниматель, находящийся в поиске инвестиций под свой проект. Вы поймете:

- когда можно приступать к поиску инвестора;
- на какие вопросы инвестор хочет получить ответ, когда вы презентуете ему свой проект;
- какое предложение сделать инвестору и как его правильно оформить;
- чем вам будет полезен Департамент «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма» Фонда «Институт развития городов РТ».

1. НА КАКИЕ ВОПРОСЫ НУЖНО ОТВЕТИТЬ, ПРЕЖДЕ ЧЕМ ИСКАТЬ ИНВЕСТОРА

1.1. Когда нужны инвестиции

История «У меня суперидея, которая перевернет рынок! Дайте денег!» не работает. На этапе идеи вы даже не знаете, сколько средств вам потребуется на запуск проекта. Мы подготовили небольшую схему, которая поможет определиться с тем, когда можно приступать к поиску инвестиций, что для этого нужно и как помогает Департамент «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма» на каждом этапе.

ЭТАП	ЧТО ЕСТЬ	ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ
ИДЕЯ	<ul style="list-style-type: none">• только хорошая идея• есть земля и идея• есть первоначальный капитал и идея	<ul style="list-style-type: none">• проверить свою идею (другие проекты, анализ рынка)• найти земельный участок (см. методичку “Земля и вода”)• прийти в Дирекцию на консультацию
<u>ИСКАТЬ ИНВЕСТОРА ПОКА РАНО</u>		
КОНЦЕПЦИЯ	<ul style="list-style-type: none">• идея, оформленная в концепцию• земельный участок и/или первоначальный капитал	<ul style="list-style-type: none">• оформить концепцию по методичке “Разработка презентации проекта”• презентовать и обсудить концепцию в Дирекции• сформировать команду
<u>ПОРА ИСКАТЬ ИНВЕСТОРА</u>		
ПОИСК ИНВЕСТОРА	<ul style="list-style-type: none">• бизнес-план• земельный участок и/или первоначальный капитал• понимание, какой объем инвестиций требуется	<ul style="list-style-type: none">• подготовить ответы на любимые вопросы инвестора (см. ниже)• сформировать предложение по участию инвестора в проекте (см. ниже)• принять участие в инвестпитчинге Дирекции
<u>ПРОДОЛЖАЕМ ИСКАТЬ ИНВЕСТОРА</u>		
ЗАПУСК	<ul style="list-style-type: none">• действующий бизнес• понимание, какой объем инвестиций требуется на развитие	<ul style="list-style-type: none">• устранить проблемы бизнес-модели, проверенные на практике• адаптировать предложение под целевую аудиторию• скорректировать планы развития• обсудить развитие в Дирекции
<u>ПРОДОЛЖАЕМ ИСКАТЬ ИНВЕСТОРА</u>		
РАЗВИТИЕ	<ul style="list-style-type: none">• успешный бизнес• понимание, куда и как будет развиваться проект, и какие вложения нужны	<ul style="list-style-type: none">• устранить проблемы бизнес-модели, проверенные на практике• найти землю под развитие• принять участие в инвестпитчинге Дирекции

Этап «ИДЕЯ»

Здесь у вас возникла прекрасная идея — открыть объект отдыха на природе (глэмпинг, кемпинг, базу отдыха, экоотель). Это уже хорошо, так как это растущий рынок, который получил мощный толчок благодаря пандемии COVID-19, закрытым границам и стремлению людей уединиться на природе. Посмотрите на нашем YouTube-канале «Экотуризм в Татарстане» (плейлист «Открытие образовательной акселерационной программы «Глэмпинг-бизнес») выступления ведущих спикеров отрасли, которые убедят вас в правильности выбора направления (<https://www.youtube.com/c/ЭкотуризмвТатарстане>):

- Ольга Захарова «Перспективы туристско-рекреационного бизнеса в России».
- Жанна Кира «Что такое глэмпинг: обзор рынка, причины популярности, тренды, прогнозы».
- Игорь Булыгин «Как не поддаться глэмпинг-панике? Глэмпинг как бизнес».

К 2026 году доходы мирового рынка глэмпинг-индустрии достигнут \$4,6 млрд.

по данным Verified Market Research, 2021

Ваша идея на этом этапе — это гипотеза. Ключевая задача этапа — проверка гипотезы.

Рекомендуем начать с самых простых инструментов:

- посмотрите и подберите объекты, которые вам понравятся, в Instagram и на Pinterest (по запросам «глэмпинг», «база отдыха», «кемпинг», «экоотель» и т.п.);
- проанализируйте лучшие проекты, которые похожи на вашу идею, оцените, за счет чего они стали успешными, что можно было бы улучшить.

ССЫЛКИ НА РЕСУРСЫ, ГДЕ ВЫ МОЖЕТЕ ПОСМОТРЕТЬ ПОПУЛЯРНЫЕ ГЛЭМПИНГИ:

glamping.com
canopyandstars.co.uk
glampinghub.com
qualityunearthed.co.uk
[instagram.com/tinyhouse](https://www.instagram.com/tinyhouse)
[instagram.com/cabindiaries](https://www.instagram.com/cabindiaries)
[instagram.com/containerhousedesigns/](https://www.instagram.com/containerhousedesigns/)

Идея должна исходить из реалистичных предпосылок. Прежде всего, мы рекомендуем провести первичный анализ рынка, в рамках которого вы должны определить:

- на какую целевую аудиторию будет работать ваш проект: каков ее портрет, чего они хотят, сколько готовы платить;

- какие возможности и ограничения есть на рынке: что будет способствовать развитию проекта, а что может его тормозить.

Очень важно на этом этапе в прямом смысле «приземлить» проект — нужно подбирать земельный участок, который во многом и определит будущую концепцию проекта (а в некоторых случаях заставит вас полностью пересмотреть первоначальную идею). Земельный участок будет вашим ресурсом во время переговоров с инвестором: это ваши материальные вложения в проект и гарантия серьезности намерений — вам тоже есть чем рисковать, и вы идете на этот риск, потому что уверены в своем проекте.

КАК НАЙТИ И ОФОРМИТЬ ЗЕМЕЛЬНЫЙ УЧАСТОК, СМОТРИТЕ В НАШЕЙ МЕТОДИЧКЕ «ЗЕМЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ».

Отлично, если у вас есть первоначальный капитал, который поможет покрыть хотя бы часть затрат на реализацию проекта. Если нет, советуем рассмотреть в том числе вариант с заемными средствами. Этим вы тоже продемонстрируете потенциальному инвестору свою уверенность в коммерческом успехе проекта и сможете вести переговоры о привлечении средств с позиции силы.

Искать инвестиции на этом этапе пока рано. Но можно проконсультироваться с действующими предпринимателями, друзьями, родственниками. Постарайтесь заинтересовать их и убедить в том, что ваша идея хорошая.

МЫ ЖДЕМ ВАС В ДИРЕКЦИИ НА ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ВСТРЕЧАХ С ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ, ВО ВРЕМЯ КОТОРЫХ МЫ ПОМОГАЕМ «ДОКРУЧИВАТЬ» ВАШИ ИДЕИ.

Этап «КОНЦЕПЦИЯ»

Вы проверили свою идею. Теперь пора оформить ее в концепцию. Это этап детальной проработки проекта, завершив который, вы будете готовы выйти к инвесторам со своим предложением.

КАК ОФОРМИТЬ КОНЦЕПЦИЮ, ИЗ КАКИХ РАЗДЕЛОВ ОНА ДОЛЖНА СОСТОЯТЬ, СМОТРИТЕ В НАШЕЙ МЕТОДИЧКЕ «РАЗРАБОТКА ПРЕЗЕНТАЦИИ (АЛЬБОМА) ПРОЕКТА».

Для того чтобы вам было проще оформить концепцию, мы подготовили для вас методичку, которая была специально разработана для итоговой защиты проектов, участвующих в акселерационной программе «Глэмпинг-бизнес» (первые из них запустились

в течение нескольких месяцев после окончания программы в 2021 году). Методичка содержит минимально необходимые параметры, о которых предприниматель не должен забывать и обратить внимание при разработке. **ВАЖНО: Заданные параметры не являются исчерпывающими.**

На этом этапе у вас уже должен быть выбран земельный участок: вы можете принять участие в инвестиционном совете для получения участка без торгов или уже иметь земельный участок (в собственности или аренде), так как концепция объекта отдыха на природе без однозначного понимания, где он будет расположен, бессмысленна.

27 июля 2021 года вступили в силу изменения в Земельном Кодексе Республики Татарстан, которые позволяют получить земельный участок в государственной или муниципальной собственности в аренду без торгов под объекты отдыха на природе.

Вы должны начать формировать команду. Обязательно привлечите специалистов, которые помогут вам:

- обосновать финансово-экономическую модель (экономист);
- создать мастер-план объекта (архитектор);
- разработать дизайн жилых модулей и общественных пространств (архитектор/дизайнер);
- оформить правоустанавливающие документы, право собственности на земельный участок, подготовить варианты договоров (юрист).

Некоторые из этих специалистов могут стать частью вашей постоянной команды (например, юрист). На команду проекта, компетенции и опыт ее участников, ваш личный вклад как основателя будет обращать особое внимание инвестор (см. ниже «Что важно для инвестора»).

СОВЕТ:

Не пытайтесь объять необъятное и заниматься всем и сразу. Нормальная и правильная практика — реализовать проект поэтапно. В рамках концепции составьте этапность, в которой вы предусмотрите очередность работ. Рекомендуем определиться, что из вашей концепции начнет уже генерировать доход уже на первом этапе (например, кафе, жилые модули) — сосредоточьте свои усилия сначала на этом. А, например, элементы благоустройства можно всегда достраивать уже из полученной выручки и т.д.

Мы ждем вас в Дирекции на еженедельных встречах с предпринимателями. Презентуйте свою концепцию нам, прежде чем идти на встречу к инвестору.

По завершении этого этапа у вас готов материал для встречи с инвестором.

Этап «ПОИСК ИНВЕСТОРА»

Весь документ концепции, объем которого может составить не менее сотни страниц, не стоит отдавать инвестору (ни у кого нет столько времени, чтобы читать его, и на этапе принятия решения и возможности инвестирования он пока не нужен). Какие материалы необходимы и как их подготовить для встречи с инвестором, смотрите ниже в п. «Как сделать презентацию проекта для инвестора».

Исходя из расчета финансово-экономической модели, наличия собственных (или заемных) средств, вы сможете определить, какой объем инвестиций вам необходимо получить. Объективно оцените свои сильные стороны (наличие земельного участка, собственных средств, команды) и, опираясь на них, сформулируйте идеальные для вас условия, на которых вы будете готовы привлечь инвестора в проект.

Где искать инвесторов, смотрите ниже в п. 1.2.

Мы ждем вас в Дирекции на инвестпитчинге. Презентуйте свой проект инвесторам, которые изначально заинтересованы в объектах отдыха на природе

Этап «ЗАПУСК»

Возможно, вы нашли инвестора на предыдущем этапе или запустили проект самостоятельно. На этом этапе многие испытывают недостаток финансовых ресурсов (например, поток гостей превысил ваши ожидания, и вам не хватает оборотных средств; или вы запустили только часть объекта (первую очередь строительства), получили положительный результат и теперь хотите реализовать его в полном объеме).

Фактически у вас готов MVP (Minimal Viable Product — минимально жизнеспособный продукт). Это продукт, обладающий минимальными, но достаточными для удовлетворения первых потребителей функциями. Основная задача — получение обратной связи для формирования гипотез дальнейшего развития продукта.

На этом этапе, как правило, привлечь инвестора будет проще, так как вам есть что показать: реальный финансовый результат, бронирования будущих периодов, контракты, заключенные с туроператорами и кор-

поративными клиентами. Вы находитесь в еще более сильной позиции и сможете заключить соглашение с инвестором на более выгодных условиях.

Продемонстрируйте потенциальному инвестору динамику ключевых показателей:

1. Стоимость запуска номера.
2. Загрузка номеров (Occ – Occupancy Rate).
3. Среднесуточная стоимость номера/модуля (ADR – Average Daily Rate).
4. Выручка с номера (RevPAR – Revenue Per Available Room).
5. Расходы.



Виталий Язвенко
Вчера в 02:20 · 🌐

Пришло время очередного отчёта #jbcamp

Всего за 5 месяцев почти +70% рост 📈 по сравнению с 2020 годом и 146 000 р. / мес. доход 💰 с каждого номера в мае.

При стоимости запуска номеров 1,8 млн. (это с учётом общей территории, всех коммуникаций и расходов), получились хорошие показатели, вложения окупаются за 3-4 года, и это ещё даже не сезон и многие границы закрыты

Рентабельность 46,3%, но пока ещё много реинвестируем в будущее, в развитие и расширение.

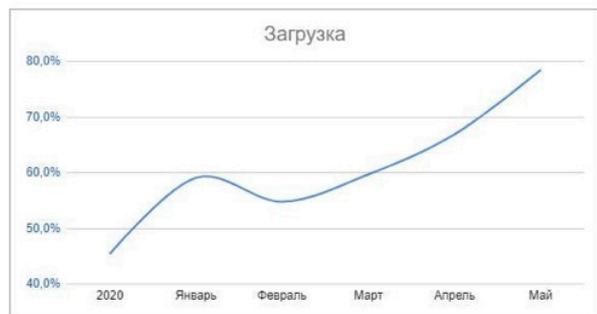
- ✓ Стандарты пишутся
- ✓ Софт и сервисы разрабатываются
- ✓ Новые домики проектируются
- ✓ Процессы автоматизируются
- ✓ Команда трудится над развитием

Присоединяйтесь 🤝, партнёрами - открывайте вместе с нами новые локации Jewelberg (мы поможем), инвесторами - участвуйте в наших проектах (мы сделаем все для вашего роста 📈 и безопасности 🛡️), становитесь друзьями, гостями, коллегами 👯 мы будем рады каждому.

👉 Наша цель, минимум 2500 номеров в сети www.jb.camp, при таких показателях (и опыт уже показал, что это возможно, даже в пандемию) выручка сети составит более 3 млрд. 📈 без учёта производства и софта.

ВЫРУЧКА С ОДНОГО НОМЕРА

	2020	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	ИТОГО
Загрузка	45,4%	59,1%	54,8%	59,7%	66,9%	78,5%	
Средняя цена	4 090	4 689	4 900	4 804	4 832	6 009	
RevPar, мес	46 407	85 968	75 128	88 880	96 909	146 230	
Рост, руб		+39 561	-10 839	+13 751	+8 030	+49 320	+99 823
Рост, %		+46%	-14%	+15%	+8%	+34%	+68%



ЕСЛИ ВЫ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ИНВЕТОРОВ, ТО ОДНИМ ИЗ СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ВАШЕГО ПРОЕКТА МОЖЕТ БЫТЬ ПУБЛИЧНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

Источник: Виталий Язвенко, Facebook

Мы рекомендуем с момента открытия использовать автоматизированную систему управления (PMS), в которой автоматически будет фиксироваться динамика представленных показателей. Вы сможете оперативно сделать выгрузку на любой момент времени и за любой период по просьбе инвестора.

НЕКОТОРЫЕ PMS, КОТОРЫЕ ПОДХОДЯТ ГЛЭМПИНГАМ:

<https://bnovo.ru>

<https://www.travelline.ru>

<https://frontdesk24.ru>

<https://ru.wubook.net>

<https://www.clocksoftware.ru>

Этап «РАЗВИТИЕ»

У вас есть действующий и, надеемся, успешный бизнес. Вы хотите большего: расширить действующий объект, открыть новый или создать целую сеть. В этом случае вам точно понадобится сильный и надежный инвестор (особенно если вы стремитесь к быстрому развитию и широкой географической экспансии).

На этом этапе ваша бизнес-модель должна быть полностью проверена, ее эффективность доказана финансовыми показателями и удовлетворенными клиентами.

Вы снова возвращаетесь к первому этапу «ИДЕЯ», так как вы планируете начать новый бизнес, связанный с иным масштабом или большим количеством объектов под единым управлением.

ВЫ МОЖЕТЕ НАЧАТЬ С ПОИСКА ИНТЕРЕСНОГО ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА. В ДИРЕКЦИИ ЕСТЬ КАТАЛОГ САМЫХ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ НА ПРИРОДЕ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН. ОБЯЗАТЕЛЬНО ПОСМОТРИТЕ ЕГО.

Если вы планируете большой проект, то, возможно, вам стоит обратиться к институциональным инвесторам (крупным банкам, фондам), которые предоставят не только финансирование, но и помогут профессиональной экспертизой, предоставят опытных управленцев, юристов, экономистов.:

Теперь поговорим о некоторых деталях и механизме поиска инвестора.

1.2. Где искать инвесторов

Знакомые предприниматели, друзья, родственники

В первую очередь необходимо поделиться идеей проекта и показать первые версии презентации своим родным, друзьям и знакомым. Здесь вы получите первую обратную связь на свой проект и сможете его доработать. Показывая первые версии проектов профессиональным инвесторам, вы рискуете получить отказ из-за недостаточной проработки проекта. Стадия предварительной проверки идеи проекта на людях, знакомых и лояльных к вам должна быть обязательной.

Акселераторы и инвестиционные питчинги

Акселератор — это хорошая возможность для нового и уникального на рынке проекта, чтобы не только протестировать жизнеспособность бизнес-модели под руководством наставников и экспертов, но и обзавестись полезными связями среди инвесторов. Многие акселераторы после завершения программы проводят для своих проектов демодни, на которые приглашают бизнес-ангелов и инвестфонды.

Департамент «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма» планирует проводить ежегодные инвестпитчинги, на которых собирать предпринимателей и инвесторов, готовых инвестировать в объекты отдыха и активности на природе.

Инвестпитчинг — мероприятие для индустрии отдыха на природе. Предприниматели понимают, что пришли инвесторы, уже заинтересованные в этой отрасли. Инвесторы понимают, что Дирекция отобрала наиболее интересные проекты и помогла предпринимателям качественно проработать свои презентации и выступления.

Хороший инвестор — это всегда больше, чем просто деньги.

Клубы инвесторов

Клуб инвесторов — это сообщество частных инвесторов, или бизнес-ангелов. Организаторы таких клубов ищут интересные проекты и представляют их сообществу на тематических встречах.

Все инвесторы совершенно разные и интересуются разными проектами. В момент вашей презентации у них могут быть разное настроение и запросы. Возможно, в момент, когда инвестор мечтает об отдыхе вдали от города на природе, появитесь вы с проектом глэмпинга, который идеально подходит под его текущий запрос.

Нормальная практика — из 100 потенциальных инвесторов в вас поверит только 1, но все зависит от вашего проекта.

Вы также можете обратиться в Торгово-промышленную палату. Если ваш проект имеет социальную ориентированность, то вы можете обратиться за поддержкой к представителям крупного бизнеса, которые реализуют программы корпоративной социальной ответственности (КСО).

СОВЕТ:

- При поиске инвестора важно проанализировать его портрет:
- Каким бизнесом он занимается сейчас (совпадают ли ваши профили).
- Какие суммы инвестирует (возможно, сумма, которую вы хотите получить, гораздо выше, чем инвестор может себе позволить. Исходя из этого факта, вы должны пересобрать предложение для него и искать дополнительных инвесторов в проект).
- Какие проекты есть в его портфеле (возможно, ваш проект будет дополнять его существующие бизнесы).
- Каков предыдущий опыт инвестирования (если были ошибки, то по какой причине. Покажите, как вы будете справляться с аналогичными ситуациями).
- Кто принимает решения (возможно, к вам на встречу отправили аналитика или помощника инвестора на разведку).
- Процесс принятия решений (большинство инвесторов имеют бизнес-структуры, которые будут анализировать ваше предложение. Именно поэтому важно проработать свой проект со всех сторон, особенно в финансовой и юридической части. Для этого вам необходимо обратиться за помощью к экспертам, если их нет в вашей команде).

1.3. Что важно для инвестора

В самом общем виде каждый инвестор хочет получить ответы на 4 главных вопроса:

1. **Чем хороша ваша идея** (какие проблемы решает, на какие запросы целевой аудитории отвечает, чем лучше конкурентов)?
2. **Есть ли рынок для вашей хорошей идеи** (кто готов покупать продукт вашей идеи, по какой цене, есть ли перспективы закрепления на рынке и дальнейшего развития, где идея будет реализовываться, есть ли какие-либо правовые, социальные, экономические, экологические ограничения и т.п.)?

3. Сколько стоит реализация вашей хорошей идеи (сопоставимы ли затраты на ее воплощение с потенциальным экономическим эффектом)?

4. Способны ли вы реализовать свою хорошую идею (есть ли у вас необходимые знания, компетенции, ресурсы и команда для ее воплощения в жизнь)?

Зачастую решающим является именно последний вопрос. Многие крупные (в том числе институциональные) инвесторы не раз говорили о том, что они вложили средства в проект, потому что поверили в основателя и его команду.

Применительно к проекту объекта отдыха на природе инвестор должен получить следующую информацию:

- Глубина проработки проекта (воспользуйтесь нашим шаблоном).
- Ключевая идея проекта (проблема, рынок, решение).
- Команда проекта, ее компетенции и предыдущий опыт.
- Стартовая точка проекта (какие ресурсы есть на сегодняшний день) и дорожная карта проекта с финансово-экономическими показателями.
- Проработанная юридическая схема.
- Наличие земельного участка (в том числе коммуникации и дорога).
- Варианты участия инвестора (заём, покупка доли проекта, поручительство по кредиту в банке и другие).

1.4. КАК ВЫБРАТЬ ИНВЕСТОРА

Инвестор дает вам не только деньги — он дает вам связи и, возможно, обладает необходимой компетенцией для проекта. Допустим, он руководитель юридической компании, специализирующейся на земельно-имущественных отношениях, и он поможет привести в порядок документацию по земельному участку. Или это может быть директор крупной строительной компании, и строительно-монтажные работы вам обойдутся на 35% дешевле от предполагаемых затрат.

Но инвестиционные деньги не дают просто так — вы сможете получить их в обмен на долю в компании или отдавая с процентом (заём). Пустив в свой проект еще одного участника, интересы которого будут уже точно исключительно коммерческими, вы должны быть готовы к тому, что ваши действия в качестве руководителя проекта должны учитывать выгоду для инвестора.

В этом основное отличие инвестиций от займа: заём можно вернуть и забыть, а инвестор, купивший долю, останется с вами, пока сам не выйдет из проекта (не продаст свою долю). Так что если ваш проект предполагает простую бизнес-модель и требует не так много средств, то, вероятно, вам будет проще и быстрее взять банковский кредит на развитие бизнеса, а уже потом привлекать более крупные инвестиции для масштабирования проекта.

Какой бы вариант вы ни выбрали, мы желаем вам удачи и смелости: вне зависимости от исхода вашей охоты на инвестиции опыт общения с инвесторами и составления презентаций останется с вами навсегда.



Что необходимо сделать, Прежде чем искать инвестора:

- Оформлен земельный участок (собственность или аренда)
- Концепция проекта разработана и обоснована
- Готов мастер-план проекта
- Утверждена финансово-экономическая модель
- Есть план-график реализации проекта
- Готовы правоустанавливающие документы
- Есть собственные средства и/или материальные ресурсы как часть вклада в проект
- Четко сформулировано предложение для инвестора



2. КАК СДЕЛАТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ПРОЕКТА ДЛЯ ИНВЕСТОРА

Проект начинает приобретать свою форму, когда все его параметры переносятся на бумагу. По ходу оформления проекта постоянно будут возникать вопросы и детали, благодаря которым вы будете рассматривать свой проект под разными углами, и в итоге он станет цельным.

2.1. КАКИЕ МАТЕРИАЛЫ НУЖНО ПРЕДСТАВИТЬ ИНВЕСТОРУ

1. Презентация-альбом проекта (включает в себя бизнес-план и финансовую модель).
2. Инвестиционная презентация.
3. Инвестиционный меморандум.
4. Сопроводительное письмо (тизер).
5. Заготовки.

Презентация-альбом проекта

Дирекция разработала методические указания по разработке презентации (альбома) проекта объекта отдыха на природе.



Данные указания — это план по проработке проекта и шаблон его презентации. Напоминаем, что параметры не являются исчерпывающими.

Презентация для инвесторов

Презентация для инвесторов отличается от презентации проекта. Проект в ней рассматривается с одной целью — привлечь инвестора. Она должна быть достаточно короткой и конкретной, опираться на цифры, конкретные решения и предложения.

Презентация для инвесторов строго ограничена по времени, в которое обязательно необходимо уложиться и вынести ключевую информацию.

Структура инвестиционной презентации (3–5 минут и максимум 15 слайдов)

- Кто вы (название и логотип компании).
- Какую проблему решает ваш проект.
- Каков спрос на ее решение.
- Рынок / конкуренты.
- Ваше решение: ключевая технология (кратко).
- Ваше решение: преимущества перед конкурентами.
- Бизнес-модель: структура доходов и расходов (как будете зарабатывать).
- Маркетинг и продажи: как будете выходить на рынок.
- Ключевые показатели: гипотезы, прогнозы, метрики успеха.
- Команда: почему именно вы способны реализовать этот бизнес.
- Текущий статус (что сделано), план-график (что и когда планируется реализовать).
- Потребность в капиталовложениях (сколько нужно денег и на что) / предложение инвестору (что вы готовы предложить за инвестиции).
- Контакты.

Инвестиционный меморандум

Инвестиционный меморандум — это документ с подробной информацией о бизнесе. Это документ для внешнего пользования, который должен продемонстрировать потенциальным инвесторам и кредиторам инвестиционную привлекательность проекта, представляет возможность проанализировать самые веро-

ятные инвестиционные риски. Акцент в инвестиционном меморандуме делается на описании бизнес-идеи, бизнес-модели и компании, которая ее реализует. В том числе на основании этого документа инвестор принимает решение о своей заинтересованности и необходимости дальнейшего, более подробного изучения возможности инвестиций в бизнес или проект.

Задача инвестиционного меморандума — дать инвестору возможность оценить перспективы проекта и принять решение о вложении средств в ваш бизнес.

Содержит от 20 до 30 страниц или слайдов.

Примерное содержание:

- обращение руководителя проекта к инвесторам;
- факторы инвестиционной привлекательности — сильные стороны вашего бизнеса (подробнее, чем в тизере);
- развернутое описание бизнеса — история компании, структура собственности, производственная деятельность, достижения (например, исследования и разработки), назначение и область применения товаров/услуг компании;
- обзор рынка — общее положение дел в конкретном сегменте рынка, анализ конкурентов и их доля, анализ потребителей товаров/услуг;
- команда — руководство и структура управления бизнесом, сведения о руководителях и сотрудниках;
- стратегия компании и финансовые результаты, оценка финансового состояния, финансовый прогноз;
- риски — анализ ключевых факторов, которые могут негативно сказаться на деятельности компании, чувствительности и устойчивости к их изменениям;
- предложение инвестору — предполагаемая сумма и условия инвестирования, параметры сделки, прогноз срока окупаемости, долгосрочные цели бизнеса.

Сопроводительное письмо (тизер)

Это краткое предложение для инвестора, в котором дается описание основной идеи, показателей проекта и инвестиционного предложения. Задача тизера — привлечь внимание к вашему проекту, обеспечить попадание в шорт-лист интересных инвестору проектов.

Состав тизера:

- название, краткое описание проекта
- проблема, которую решает ваш проект
- объем рынка
- основные показатели проекта
- стадия проекта
- бизнес-модель
- инвестпредложение.

Заготовки

В процессе поиска инвестиций вам постоянно будут задавать вопросы типа «Можете описать в 10 словах ваш проект?», «В чем фишка вашего проекта?», «Есть ли у вас презентация на английском?» и многие другие, просить рассказать о себе и своем опыте.

Чтобы вас не застали врасплох, необходимо заранее подготовить ответы. И конечно же, для разных типов выступлений и разных типов инвесторов будут необходимы разные версии презентаций и материалов.

2.2. КАК ВЫСТУПАТЬ С ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ ПРОЕКТА ПЕРЕД ИНВЕСТОРОМ

Все мы знаем истории успеха крупных корпораций, в которых у создателей проектов было всего 30 секунд, чтобы представить свою идею инвестору и оставить контакты. Вы должны быть готовы к любой ситуации.

Существует несколько типов выступлений, которые зависят от формата встречи, времени и аудитории. Чаще всего такие выступления называют «питч», «питчинг» или «инвестпитчинг». Питч (от англ. pitch — «бросок, подача») — краткая структурированная презентация проекта.

Выделяют 3 основных типа выступлений перед инвесторами:

ELEVATOR PITCH: самая короткая и лаконичная презентация (до 60 сек.). Подходит для случаев, когда вы, например, знакомитесь с инвестором на конференции и вам нужно очень быстро донести суть проекта.

Структура: проблема, решение, перспектива монетизации проекта.

Основная цель: установить контакт и заинтересовать человека.

Рекомендация: опирайтесь на собственную креативность, передайте свою энергию и веру в проект.

IDEA PITCH: в течение трех минут нужно рассказать о проблеме, пути ее решения и бизнес-модели. Формат, который подходит для проведения презентации во время ивентов, питч-сессий. Часто сопровождается визуальной презентацией.

Структура: название проекта, проблема, решение, объем рынка, бизнес-модель, команда, заключение, контакты.

Основная цель: установить контакт и заинтересовать человека.

FUNDING PITCH: самая информативная презентация длительностью около десяти минут, в ходе которой можно раскрыть стратегию развития проекта, обрисовать нынешнее положение, планы и необходимые объемы инвестиций, раскрыть суть технологии, детали работы над проектом. Эта презентация используется

в общении с инвестором, который знает проект и заинтересовался им.

Структура: название проекта, проблема, решение, объем рынка, бизнес-модель, команда, заключение, контакты, описание конкурентных планов, информация о том, что уже сделано и сколько нужно денег.

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ

- Определите, в чем состоит цель презентации. Подготовьте речь по структуре: анонс (о чем вы расскажете), проблема (с чем вы столкнулись, почему решили реализовать свой проект), основное содержание идеи, решение (что даст ваш проект целевой аудитории, инвестору).
- Придумайте начало. С самого начала завладейте вниманием аудитории.
- Продумайте остальное содержание презентации. Пусть ее структура будет логичной и ясной для понимания.
- Поддерживайте интерес аудитории в ходе всей презентации.
- Создайте визуальные средства. Люди лучше воспринимают слуховую информацию, подкрепленную видеорядом.
- Решите, как будете завершать презентацию. Пусть у аудитории будет пища для размышлений.
- Ориентируйтесь на аудиторию. Создайте впечатление, что презентация была создана именно для этой аудитории.
- Подготовьте заметки. Постарайтесь как можно реже заглядывать в заметки.
- Повторите еще раз. Чем больше повторений, тем лучше презентация и тем более уверен в себе тот, кто делает презентацию.



Молекулярный биолог Джон Медина в своей книге «Правила мозга» отмечает, что человеческий мозг не может сфокусироваться сразу на нескольких идеях одновременно. Поэтому, если вы делаете слайд с несколькими важными для вашего проекта пунктами, вы рискуете, что инвестор не запомнит ни один из них, так как внимание будет рассеяно. И в этом будете виноваты вы, а не инвестор — просто так работает человеческий мозг.

В приложении 1 мы привели некоторые рекомендации по оформлению слайдовой презентации для защиты перед инвестором.

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ ОТ ИНВЕСТОРОВ

Продукт

Почему ваш продукт (услуга) интересен клиентам? Чем ваш продукт лучше существующих? Кто ваши конкуренты? Каково ваше преимущество перед ними? Какие основные этапы развития предстоят проекту в будущем?

Рынок

Какие пути выхода на рынок? Каковы особенности рынка в общем масштабе? Какие есть способы выживания на рынке в постоянно меняющихся условиях?

Бизнес-модель

Какова модель вашего бизнеса? Существуют какие-либо правовые вопросы, требующие решения? Какова структура рынка и его движущие силы? Как эти движущие силы повлияют на вашу стратегию? Каковы возможные риски?

Команда

Насколько вы компетентны в выбранной сфере деятельности? Какой имеете опыт в предпринимательстве? Какой персонал должен составить вашу будущую команду? Какими уникальными знаниями вы обладаете?

Аудитория

Кто ваш клиент? Как вы планируете создавать, а затем расширять свою клиентскую базу? Каким образом и в какие сроки продукт станет узнаваемым?

Финансирование

Каков объем предполагаемого финансирования? Почему именно такой? Каких целей эти деньги позволят достичь? Как вы распределите собранный капитал? Заявляли ли другие инвесторы о своем намерении инвестировать в ваш проект?



3. КАК ОФОРМИТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ИНВЕСТОРА

Один из частых вопросов, который возникает у предпринимателя, — «Что предложить инвестору в плане условий: чтобы и мне было выгодно, и инвестору было интересно»? Как правило, с этим вопросом сталкиваются абсолютно все, кто привлекает инвестиции.

ВИДЫ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

Продажа доли в бизнесе

Здесь стоит понимать, что инвестор делит с вами «радость и горе», то есть в случае успеха проекта делит прибыль, в случае фиаско — коммерческие потери. При этом инвестор всегда предложит вам разделить риски. Все должно быть зафиксировано в договоре. Вам необходимо заранее оценить, какие условия для вас приемлемы.

Заём (брать в долг под процент)

В этом случае всегда прописываются:

- фиксированный процент займа (например, 20 % годовых);
- срок (например, на 2 года);
- график платежей (аннуитетные или дифференцированные, смещение срока старта платежей на 3–6 месяцев, остаточный платеж единой суммой на 15-й месяц займа и многие другие — как договоритесь);
- обеспечение (чем будет отвечать заемщик — например, машиной или квартирой).

Поручительство по кредиту перед банком

Очень часто бывает, что предприниматель не хочет привлекать заемные средства у инвестора ввиду высоких процентов. При этом он нашел возможность участвовать в программе поддержки предпринимателей в регионе, в которой ему предлагается льготное кредитование по ставке 6 %, да еще и половину займа обеспечивает гарантийный фонд региона. Но все равно предпринимателю необходимо обеспечение льготного кредита и соответственно поручитель.

Предприниматель предлагает инвестору выступить поручителем по кредиту в обмен на долю в компании или вознаграждение.

Комбинированные предложения

Многие предприниматели не подозревают о возможности таких договоренностей. При этом такая форма позволяет вам продумать разные варианты предложений, которые будут учитывать интересы для обеих сторон. Например, половина инвестиций идет на покупку доли, а другая половина на заём, обеспеченный движимым имуществом. Для разработки такого предложения воспользуйтесь помощью профессионального экономиста (финансиста).

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ИНВЕСТОРОМ

Привлекая инвестиции со стороны, необходимо уделить особое внимание юридическому оформлению взаимоотношений с инвесторами. Правильно продуманная и взаимовыгодная схема взаимодействия с инвестором может стать залогом успеха вашего проекта. Поэтому юридической стороне этой схемы необходимо уделить особое внимание, и при наличии такой возможности — привлечь компетентного специалиста (юриста) для подготовки документов и отстаивания интересов предпринимателя в вопросах управления проектом, распределения прибыли, развития и расширения бизнеса и др.

Привлечение инвестора в проект может быть юридически оформлено разными способами. Например:

Term sheet — это документ об основных условиях сделки, в котором содержатся основные договоренности о цене, условиях, сроках, расходах сторон, конфиденциальности, добросовестном ведении переговоров и т.д. Аналогами являются письмо о намерении или соглашение о намерениях.

Term sheet в России регулируется:

- нормами Гражданского кодекса Российской Федерации о предварительном договоре (ст. 429) и о порядке переговоров (ст. 434.1);
- нормами Федерального закона № 98-ФЗ от 29.07.2004 «О коммерческой тайне».



Корпоративный договор — это соглашение между собственниками компании, в котором они фиксируют свои договоренности относительно совместного управления организацией, входа/выхода из состава ее участников, особенностей имущественных отношений с ней и между собой. Регулируется нормами Гражданского кодекса Российской Федерации, в частности, ст. 67.2 и др.

Вклад в уставный капитал — увеличение размера уставного капитала юридического лица за счет дополнительного вклада третьих лиц. Особенности применения этого способа инвестирования регламентированы статьей 19 Федерального закона от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Купля-продажа доли в компании при закреплении такой возможности в Уставе. Привлечение инвестора в состав участников юридического лица с наделением

соответствующими правами и обязанностями. Особенности совершения сделки содержатся в Федеральном законе от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Заключение договора займа/кредита с инвестором. Привлечение денежных средств с обязанностью их возврата через определенное время, с уплатой процентов за период пользования или без таковой. Порядок заключения договора, условия, а также иные особенности регулирования установлены Гражданским кодексом Российской Федерации (глава 42).

В Приложении 2 мы представили рекомендации, как вести переговоры с инвестором.

В Приложении 3 представлен базовый перечень документов, необходимых для оформления законного ведения бизнеса.

4. ИСТОРИЯ УСПЕХА. ГЛЭМПИНГ «ТОЧКА НЕМО»

Нина Синицина — сооснователь глэмпинга «Точка Немо»

1. **Красивую презентацию** я разослала примерно 50 потенциальным инвесторам (сначала знакомым, потом незнакомым, но тем, кому, я думала, это будет интересно, при отказе просила рекомендовать тем, кому может быть интересно). В итоге один из инвесторов нашелся в этом чате (чат Ассоциации глэмпингов России в Telegram), а второй — среди наших участников из текущего бизнеса (яхтенные путешествия). С каждым из инвесторов был непростой путь по проверке меня, бизнес-модели, финмодели их юристами и экономистами. В несколько раундов я защищала свое видение, расчеты, планы и стратегию. Оба моих инвестора умеют считать деньги, и решение о вкладывании в меня — не эмоциональное и не импульсивное. Мне очень помог курс Алексея Соловьёва «Как привлечь инвестора» или что-то в этом роде. Я прямо взяла все его курсы, делала круглосуточно домашние задания, упаковывала и переупаковывала, проверяла свою модель.

2. **Окупаемость проекта** — от двух до четырех лет. В моей модели 2,5 года оптимистичный амбициозный сценарий, 3 года — реалистичный. Посмотрим, что в итоге окажется правдой.

3. **Оба моих инвестора имеют и другие инвестиции в другие проекты.**

Что еще:

Доходность (IRR), которая может быть интересна инвестору: 25–50% годовых.

Если каким-то образом удастся привлечь заём от банка — это было бы сильно проще и лучше для предпринимателя, но это доступно тем, кто уже себя зарекомендовал хотя бы в течение года.

Структура нашей сделки в итоге состояла из части средств, которые оформляются займом, и части средств, которые оформляются взносом в капитал. По займу доходность ниже, чем по капиталу, но и риск меньше — то есть его возвратность неоспорима (кроме полного банкротства заемщика, конечно).

Юридическое оформление: соглашение о сделке (term sheet), в котором описываются все существенные условия сделки.

Корпоративный договор (у нас 137 страниц 10-м шрифтом), который описывает все потенциально спорные моменты, включая раздел прибыли, убытков, бизнеса, несогласие друг с другом, выход из тупиковых ситуаций.

Нотариально оформленное вступление инвесторов в участники ООО со всем комплектом документов, предусмотренных законодательством.

Стратегия: инвесторам нужно показать не просто возврат денег, но и как они смогут заработать и что еще получить. В моем случае инвесторам было интересно вложиться в концепцию, которая будет работать на сети глэмпингов. Поэтому открытие новых точек без согласия всех участников невозможно.

В общем, все реально, нужно разобраться в теме (позучиться) и действовать, не давая никому сбить себя с пути.

Постаралась ответить на заданные вопросы, но тема, конечно, очень глубокая.

P.S.: Пока собирала и переслаивала презентации, отвечала на вопросы аудиторов и инвесторов, сама многое поняла про свой будущий бизнес. Это точно было очень полезным упражнением.

Вступайте в сообщество предпринимателей в сфере объектов отдыха на природе «Сеть глэмпингов РТ»:
<https://t.me/joinchat/uc9IavF6FSQ1MjNi>

Приложение 1 Как правильно оформить слайдовую презентацию

1. Работа с цифрами, таблицами и диаграммами.

Самый простой и логичный принцип представления цифровой информации заключается в следующем: маленькое должно быть маленьким, а большое — большим. Он означает, что следует избегать излишней перегрузки слайда цифрами. Достаточно отразить сравнительные показатели, сыграв на контрасте: например, периоды с максимальными и минимальными значениями по рассматриваемой проблематике. Остальные цифры можно оставить в сопроводительной записке, докладе, раздаточном материале или просто произнести их. Пример «хорошего» и «плохого» слайда с цифровыми данными представлен на рисунке 1.

ДИНАМИКА РОСТА МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПРИБЫТИЙ

	International tourist arrivals received (million)						Average a year (%)						Share (%)	
	Actual data			Projections			Actual data			Projections			2010	2030
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'20, of which						
World	277	528	940	1,360	1,809	4.4	3.9	3.3	3.8	2.9	100	100		
to advanced economies*	194	334	498	643	772	3.7	2.7	2.2	2.6	1.8	53	43		
to emerging economies*	83	193	442	717	1,037	5.6	5.7	4.4	4.9	3.6	47	57		
By UNWTO regions:														
Africa	7.2	18.9	50.3	85	134	6.7	6.7	5.9	5.4	4.6	5.3	7.4		
North Africa	4.0	7.5	18.7	31	46	4.1	6.5	4.6	5.2	4.0	2.0	2.5		
West and Central Africa	1.0	2.3	6.8	13	22	5.9	7.5	5.9	6.5	5.4	0.7	1.2		
East Africa	1.2	5.0	12.1	22	37	10.1	6.1	5.8	6.2	5.4	1.3	2.1		
Southern Africa	1.0	4.3	12.6	20	29	10.1	7.4	4.3	4.5	4.1	1.3	1.6		
Americas	62.3	109.0	149.7	199	248	3.8	2.1	2.6	2.9	2.2	15.9	13.7		
North America	48.3	80.7	96.2	120	138	3.5	1.3	1.7	2.0	1.4	10.4	7.6		
Caribbean	6.7	14.0	20.1	25	30	5.0	2.4	2.0	2.4	1.7	2.1	1.7		
Central America	1.5	2.6	7.9	14	22	3.8	7.7	5.2	6.0	4.5	0.8	1.2		
South America	5.8	11.7	23.6	40	58	4.8	4.8	4.6	5.3	3.9	2.5	3.2		
Asia and the Pacific	22.8	82.0	204.8	355	535	8.9	6.3	4.9	5.7	4.2	21.7	29.6		
North-East Asia	10.1	41.3	111.5	195	293	9.9	6.8	4.9	5.7	4.2	11.9	16.2		
South-East Asia	12.2	28.4	69.9	123	187	8.7	6.2	5.1	5.8	4.3	7.4	10.3		
Oceania	8.1	11.6	15	19	24	2.4	2.4	2.4	2.9	2.0	1.2	1.0		
South Asia	2.2	4.2	11.1	21	36	4.3	6.6	6.0	6.8	5.3	1.2	2.0		
Europe	77.3	304.1	475.3	620	744	3.7	3.0	2.3	2.7	1.8	50.6	41.1		
Northwestern Europe	35.8	57.7	72	82	88	3.2	1.8	1.8	2.2	1.4	6.1	4.5		
Western Europe	112.2	153.7	192	222	244	3.4	2.1	1.8	2.3	1.4	16.3	12.3		
Central/Eastern Europe	2.5	68.1	95.0	137	176	5.3	3.9	3.1	3.7	2.5	10.1	9.7		
Southern/Medit. Europe	61.9	98.0	158.9	219	264	3.1	3.7	2.3	2.6	1.9	18.0	14.6		
Middle East	7.1	13.7	60.9	101	149	4.5	10.5	4.6	5.2	4.0	6.5	8.2		

ДИНАМИКА РОСТА МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПРИБЫТИЙ

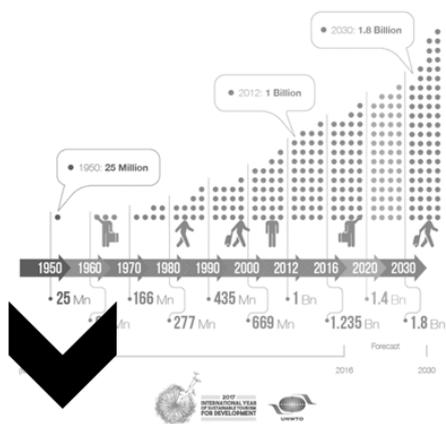


Рис. 1. Пример «плохого» (а) и «хорошего» (б) отображения цифровой информации

2. Выбор стиля презентации.

При разработке дизайна презентации часто возникают задачи, которые не находят своего однозначного решения. Одним из таких примеров является выбор стиля презентации: должен ли он быть единым для всех слайдов или можно подходить к этому вопросу более свободно. Все зависит от конкретного проекта. Можно сформулировать несколько общих принципов, которые имеет смысл соблюдать:

- целесообразно использовать единый стиль в рамках одного раздела презентации. В этом случае инвесторы будут понимать, что закончился один смысловой блок и начался другой. В этих целях лучше всего использовать разные оттенки одного базового цвета, выбранного для презентации;
- нет смысла на каждом слайде вставлять свои фамилию, имя, отчество, дату, название и логотип организации (проекта). Задача презентации не в этом — нужно донести свою идею (и инвестиционное предложение). Для этой информации лучше оставить последний слайд вместо бессмысленного «Благодарю за внимание!»;
- хорошо воздействует на аудиторию и объединяет все слайды в единое целое какой-либо повторяющийся элемент или графический блок (простые фигуры, линии и т.п.);
- отличный эмоциональный эффект создают элементы, которые воспроизводят текущие тренды (мемы, фильмы, шоу, последние новости, известные личности). Например, хорошим решением будет использование стилистики популярных на текущий момент сериалов (известны успешные примеры дизайна презентаций в стиле «Игры престолов»).

3. Анимация

Необходимо раз и навсегда отказаться от использования анимации, встроенной в базовый пакет Power Point. Всплывающие списки, исчезающие слайды, эффект «жалюзи» — все это осталось в конце 90-х — начале 2000-х годов и в настоящее время не несет собой никакого смысла (как, впрочем, и тогда). Подобные элементы не привлекают, а отвлекают аудиторию от сути презентации и трактуются многими как признак «плохого тона» и некомпетентности.

4. РАБОТА С ТЕКСТОМ.

Если есть необходимость вывести на слайд текст из 10 и более слов, то лучше всего выделить ключевые слова другим цветом, размером, толщиной букв, шрифтом. Пример работы с текстовым слайдом представлен на рисунке 2.



Рис. 2. Пример дизайна слайда с большим количеством текстовой информации

5. ШРИФТ.

Целесообразно использовать разный тип шрифта для разных текстовых блоков презентации (один для заголовков, другой – для текста внутри слайда), как это показано на рисунке 3.



Рис. 3. Пример дизайна слайда с использованием разных типов шрифта

При использовании шрифтов важно помнить, что не все типы воспроизводятся на разных устройствах, так как они требуют предварительной установки. Поэтому мы рекомендуем остановиться на базовых шрифтах, предустановленных на Windows (при использовании Power Point) или iOS (при использовании Keynote), либо вы можете сохранить презентацию в неотредактированном формате перед выступлением (лучше всего PDF).

6. ЦИТАТЫ.

Цитаты хорошо воспринимаются аудиторией и дела-

ют выступление более аргументированным. Но необходимо очень внимательно подходить к оформлению цитат на слайде, избегать излишне объемных текстовых блоков. На рисунке 4 показан пример исправления слайда с цитированием от Гарра Рейнольдса (почитайте его книгу «Презентация в стиле дзен»).

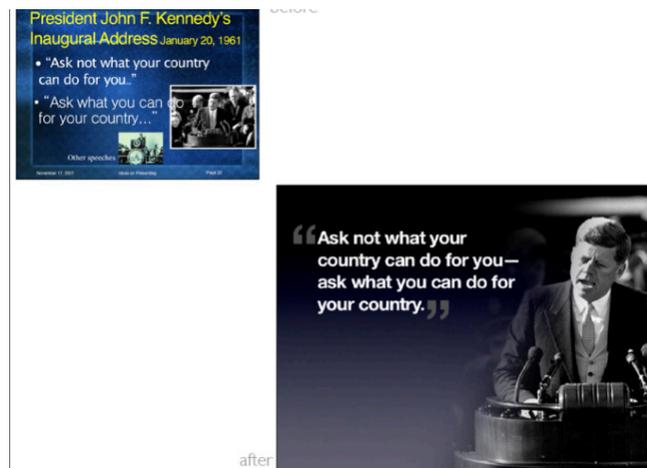


Рис. 4. Пример дизайна слайда с использованием цитаты

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

КАК ПРОВОДИТЬ ПЕРЕГОВОРЫ С ИНВЕСТОРОМ

Советы от Сергея Ореханова, инвестора, партнера Tensor Consulting Group, эксперта Школы стартапов Сколково

ПОДГОТОВКА К ПЕРЕГОВОРАМ

При подготовке к переговорам мы рекомендуем придерживаться следующих правил:

- Изучите предполагаемого собеседника.
- Узнайте статус и компетенции собеседника.
- Подготовьте «план» переговоров. Заранее определитесь с рамками сделки, возможными уступками.
- Подготовьте краткую, полную презентацию и дополнительные материалы.

БУДЬТЕ ГОТОВЫ ДАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ПО РАЗНЫМ АСПЕКТАМ ВАШЕГО ПРОЕКТА:

1. Определите свою уникальность (навыки, технология, связи, опыт).
2. Что имеете уже сейчас (уникальные активы, идеи, оборот, прототип, компетенция, команда)?
3. Для чего нужны деньги (чтобы добиться значимых промежуточных вариантов, чтобы добиться какой-то цели)?
4. Точка безубыточности — слабая позиция на переговорах.
5. Когда растет выручка — сильная позиция на переговорах.
6. Сколько нужно денег? Что за это предлагаете?

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

- Не спорьте.
- Ищите, в чем может быть недопонимание.
- Эмпатия.
- Подумайте, почему инвесторы задают тот или иной вопрос.
- Сфокусируйтесь (команда, емкость рынка, уникальность вашего продукта).
- Будьте честными, говорите простым языком.

ЧТО ДЕЛАТЬ ПОСЛЕ ПЕРЕГОВОРОВ

- Планирование работы с инвестором.
- Пострелиз.
- Постоянное информирование о ходе проекта.
- Благодарности, советы, консультации.
- Доработка презентации.
- Подготовка юридических документов.

КЛЮЧЕВЫЕ СОВЕТЫ

- Не тратьте время на инвесторов, которые вам не подходят. Важно запомнить, что инвестиции — это всегда про зарабатывание денег. Инвесторы дают вам деньги, чтобы заработать на вас.
- Вы должны знать свой рынок лучше, чем сам инвестор.
- Вы должны рассказывать о сложных вещах понятно и просто.
- Если не говорить о своем бизнесе и идеях, боясь, что идею украдут, вы рискуете потерять потенциальных инвесторов. Важно быстро занять позицию на рынке, а это можно сделать с помощью привлечения средств инвесторов.
- При первой встрече с инвестором не просите денег, просите совета. Поддерживайте ритм. Не пропадайте из поля зрения и раз в неделю устанавливайте связь. Следите за трендами в вашей сфере, будьте экспертами. Узнайте всё про своего инвестора и сделайте ему такое предложение, которое будет интересно лично ему! Приложение 3

Приложение 3

КАКИЕ ДОКУМЕНТЫ НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ ЗАКОННОГО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

1. Наличие регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица (чаще всего ООО), учредительные документы – ИНН, ОГРН/ОГРНИП; для ООО также Устав, решение о создании ООО, приказ о назначении руководителя и др.

Ведение деятельности в качестве самозанятого не рекомендуется, поскольку в таком случае невозможно привлечение наемных сотрудников, ограничен размер возможного дохода (2,4 млн рублей в год).

2. Документ, подтверждающий право на законное использование земельного участка, – выписка из ЕГРН, договор аренды и др.

3. Уведомление территориального Управления Роспотребнадзора о начале осуществления предпринимательской деятельности.

Это необходимо, если вы планируете осуществлять один или несколько из перечисленных видов деятельности:

- Услуги общественного питания;
- Розничная торговля в неспециализированных магазинах;
- Розничная торговля пищевыми продуктами в специализированных магазинах;
- Розничная торговля в нестационарных торговых объектах и на рынках;
- Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания;
- Услуги по предоставлению мест для временного и краткосрочного проживания и прочих мест для временного проживания и др.

Уведомление подается после регистрации в налоговой, но до фактического начала деятельности. Бланк уведомления утвержден постановлением Правительства РФ от 16.07.2009 N 584 «Об уведомительном порядке начала осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности». За несоблюдение уведомительного порядка начала ведения деятельности предусмотрена административная ответственность (ст. 19.7.5–1 КоАП РФ):

- для ИП – от 3 000 до 5 000 рублей,
- для ООО – от 10 000 до 20 000 рублей.

4. Рекомендовано разрабатывать правила поведения на территории объекта отдыха.

5. Сертификаты качества, пожарной безопасности и иная документация производителя на используемое оборудование и сооружения.

6. Документы, регламентирующие трудовые правоотношения с сотрудниками. Трудовые договоры с сотрудниками, приказы и штатные расписания, должностные инструкции, приказы по охране труда, журналы по охране труда, специальная оценка условий труда и др.

7. Контрольно-кассовая техника для расчетов, наличие расчетного счета в банке.

8. Документы, подтверждающие соблюдение правил противопожарной безопасности на территории. Среди таких документов могут быть инструкция о мерах пожарной безопасности, журнал учета инструктажей по пожарной безопасности, приказ об организации работы по пожарной безопасности, программы инструктажей по пожарной безопасности, алгоритм действий работников при возникновении пожара и др.

9. Паспорта образующихся отходов на объекте, договоры на вывоз отходов (ТКО, жидких отходов) со специализированными организациями.

10. При использовании водных объектов и пляжей – документы, подтверждающие соблюдение правил безопасности на воде, санитарно-эпидемиологические заключения о соответствии водного объекта необходимым требованиям, документация на пляж, договор водопользования при необходимости.

11. Если для водоснабжения используется водозаборная скважина, то необходимо оформление лицензии на добычу подземных вод и др.

Обращаем ваше внимание: Перечень документации примерный и может измениться в зависимости от особенностей конкретного проекта.



