

## Публичность для биотехнологического бизнеса – обуза или инструмент развития?

Этой публикацией открывается новая рубрика для тех, кто хочет лучше ориентироваться в мире финансов, разбираться в способах расширения и развития своего бизнеса через привлечение капитала, в том числе от широкого круга инвесторов. Предлагаем вашему вниманию размышления о ситуации на сегодняшнем рынке двух человек, один из которых имеет финансовый опыт биржевого инвестора, а другой является сотрудником биотехнологической компании и, в силу полученного специального образования и опыта, хорошо представляет себе специфику данного бизнеса.

**Д**ля биотехкомпаний частое явление – повышенная концентрация на чисто научной стороне процесса, желание полностью понять механизм действия регуляторной системы, биологический смысл процессов, досконально изучить молекулярный аппарат или физико-химические особенности процесса. Безусловно, это ключ к успеху, и двигаться иным путем наука не может. Однако бизнес – это не наука, а вернее, наука совершенно иная. Кредиты от банков и инвестиции в капитал от фондов – это совсем не гранты министерств или некоммерческих структур. Собственно, в этом случае тот, кто дал средства, не ждет отчетов о полученных научных результатах, даже успешных, а просто хочет получить доход не ниже, чем в среднем по рынку акций или по кредитному портфелю. Не нужны публикации в реферируемых журналах, зато нужны статьи в финансовых изданиях и даже желтых газетах. Не нужны новые фундаментальные открытия, если за ними не следует рост выручки и, желательнее, прибыли.

С одной стороны, картина печальная и, наверное, даже отталкивающая. Но такова реальность. Люди рискуют своими деньгами и в случае неудачи не могут рассчитывать даже на то, что будут соавторами статей или патентов, так что можно понять озабоченность инвесторов финансовыми результатами. Тем более что часто именно розничные и институциональные инвесторы на публичном рынке акций могут дать на проекты



**Сведения об авторах:** Д.А. Александров, заместитель генерального директора по инвестициям, ИК «УНИВЕР Капитал», Б.А. Майзель, заместитель директора по корпоративным финансам, руководитель проекта «Корпоративный инвестиционный фонд ОАО «ИСКЧ»», руководитель конференции «Moscow Life Sciences Investment Day 2014»

те деньги – длинные деньги! – которые не дадут банки, охотно кредитующие под твердые залоги в виде недвижимости и совершенно не принимающие во внимание научный потенциал проектов и будущую стоимость разрабатываемых продуктов.

В этом кроется одна из ключевых успешных стратегий – умение отказаться от научного максимализма в пользу скорейшей монетизации получаемых результатов. Не надо дошлифовывать исследование и готовить для рынка «бриллиант» – на «огранку» чаще всего не хватает ни времени, ни средств. Гораздо лучше создать простой и понятный каждому человеку продукт, продажи которого начнут приносить живые деньги, а удовлетворенные и вдох-

новленные результатом инвесторы увеличат свои вложения. Именно таким образом – за счет своевременного старта продаж – привлекается двойной поток инвестиций в дальнейшее развитие и, что, наверное, еще более важно, создается репутация надежного и привлекательного эмитента.

Приведенный выше пример годится и для монопродуктовой компании, только начинающей свое развитие, и для имеющего более-менее длительную историю бизнеса, задумывающегося о расширении линейки и развитии новых направлений, под которые требуется привлечение капитала. Фондовый рынок в этом случае может стать действительно серьезным подспорьем, если не вос-

принимать его как одноразовый источник бесплатных денег или место легального отъема накоплений у честных граждан. На самом деле фондовый рынок представляет собой сочетание инструментов получения средств, рекламы, чаще всего бесплатной, маркетинга, тоже бесплатного, господдержки, улучшения управленческой структуры, увеличения прозрачности бизнеса для владельца и повышения его защищенности.

Прийти к такому пониманию бывает непросто, равно как и непросто бывает согласиться на сравнительно низкую первоначальную оценку рынком своего бизнеса, «выращенного и выкормленного» с нуля. Мы были свидетелями того, сколь многим это не удалось, и последствия этого были довольно печальны. Одновременно перед глазами у всех и истории успеха в результате адекватного распределения сил и расстановки приоритетов.

Конечно, очень не хотелось бы, чтобы читатели восприняли написанное как призыв отправиться на фондовый рынок со своими компаниями, трансформировать их в ОАО и немедленно размещать акции на бирже. Но будет здорово, если постепенно возникнет понимание тех возможностей и преимуществ, которые можно и нужно извлекать из публичного статуса компании, и это позволит выбрать правильный путь развития вашего бизнеса и ускорить его движение по этому пути. Последующие публикации, в том числе с разбором некоторых интересных и показательных историй, помогут нам в этом.