

Маргарита Акулич

Инвестиционный проект



Маргарита Акулич

Инвестиционный проект

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=22572429

ISBN 9785448359996

Аннотация

В книге изложены основные аспекты маркетинга инвестиционного проекта, рассматриваемого в инвестиционном маркетинге в качестве товара. Книга может быть полезна всем, кого интересуют проблемы, касающиеся инвестиционной деятельности, инвестиционного маркетинга и инвестиционного проекта.

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
I ПОНЯТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА КАК ТОВАРА В ИНВЕСТИЦИОННОМ МАРКЕТИНГЕ	6
1.1 Понятие и виды инвестиционного проекта, разработка его инвестиционного предложения. Рынок инвестиционных проектов и инвестиционный проект как товар	6
1.2 Свойства, окружение и жизненный цикл инвестиционного проекта. Упорядочение инвестиционной деятельности компании по проекту и понятие инвестиционного горизонта (расчетного периода)	13
II АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, ИХ МАРКЕТИНГ И РАЗРАБОТКА	24
2.1 Анализ инвестиционных проектов Конец ознакомительного фрагмента.	24 30

Инвестиционный проект

Маргарита Акулич

© Маргарита Акулич, 2020

ISBN 978-5-4483-5999-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

ПРЕДИСЛОВИЕ

Маркетинг инвестиционного проекта является одним из важнейших аспектов инвестиционного маркетинга. Проблема получения инвестиций всегда стояла достаточно острой, и продолжает оставаться такой.

В книге изложены основные аспекты маркетинга инвестиционного проекта, рассматриваемого в инвестиционном маркетинге в качестве товара.

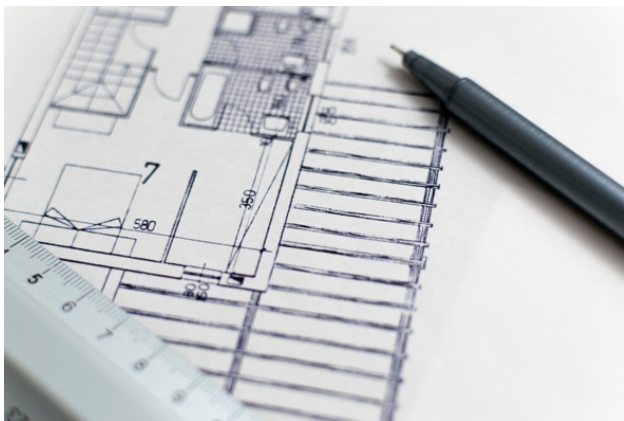
І ПОНЯТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА КАК ТОВАРА В ИНВЕСТИЦИОННОМ МАРКЕТИНГЕ

1.1 Понятие и виды инвестиционного проекта, разработка его инвестиционного предложения. Рынок инвестиционных проектов и инвестиционный проект как товар

*Понятие инвестиционного проекта и разработка его
инвестиционного предложения*

Инвесторы интересуются проектами, требующими вложений капитала. Под проектом принято понимание замысла, идеи, образа, воплощенного в описательную форму. Его представляют вместе с чертежами, исчислениями, обоснованиями, раскрывающими суть идеи и возможность ее прак-

тического осуществления.



Инвестиционный проект рассматривают в качестве:

– комплекса работ, выполнение которых необходимо, чтобы имело место обоснование эффективности инвестирования в развитие конкретной компании, целевой программы предпринимательского объекта. В него обычно практикуется включение вариантных расчетов, для которых применяется методика, принятая ООН по промышленному развитию (ЮНИДО);

– особого документа, в котором имеется программа действий, нацеленных на высокоэффективное использование капиталовложений. Это предъявляемый потенциальному инвестору документ, служащий базой для проведения с ним пере-

говоров. Составлением данного документа обычно занимаются работники компаний, специализирующихся на консалтинге. При этом практикуется привлечение ведущих менеджеров компании, являющихся инициаторами проекта.

Все без исключения серьезные инвесторы предъявляют к инвестиционным проектам очень высокие требования, касающиеся информации об объектах инвестирования. Для них важно иметь хорошее представление об истории деятельности компаний, их сегодняшнем состоянии, стратегиях, планах, перспективах, потенциале и способностей менеджеров к реализации подготовленных планов. Они хотят, чтобы компании обеспечивали предоставление им информации, отличающейся убедительностью, достоверностью и полнотой. От данной информации во многом зависит уровень успешности реализации проекта. Это требует разработки бизнес-плана инвестиционного проекта для компании, используемого чаще всего в качестве внутреннего документа, служащего базой для определения целей и оценивания достигнутых компанией результатов, а также для подготовки инвестиционного проекта для инвесторов. Бизнес-план рассматривается в качестве отличающегося детализацией и комплексностью документа, сконцентрированного на маркетинге компании, ее операционной деятельности и стратегии. В нем дается компактное описание существующей деятельности компании, и ее планируемого положения в перспективе, а также подробно представляются пути достиже-

ния целей.

Одна из главнейших задач компании состоит в предоставлении потенциальному инвестору высококачественной информации, для чего обеспечивается составление инвестиционного предложения, являющегося документом, предназначение которого – в передаче идеи и перспектив развития бизнеса компании этому инвестору. Высокая значимость данного документа в том, что благодаря ему может быть обеспечено профессиональное взаимодействие инвестора и предпринимателя.

Если инвестиционным предложением не предоставится потенциальному инвестору шанс легкого и быстрого понимания потенциала инвестиционного проекта, инвестор, скорее всего, ограничится прочтением лишь резюме, и взаимодействие инвестора с компанией на этом закончится.

С помощью инвестиционного предложения компания должна привлечь внимание потенциальных инвесторов к своему бизнесу. Информации в нем следует быть исчерпывающей и правдивой, а также не чрезмерно объемной, не слишком скудной и в достаточной мере детализированной. Посредством нее компания должна обеспечить демонстрацию опыта, знаний и квалификации своих специалистов в соответствующей сфере бизнеса.

На базе инвестиционного предложения компания может сделать презентацию и выступить с ней перед инвестором.

Разработку инвестиционного предложения компании

можно осуществлять с опорой на компоненты и данные из ее бизнес-плана, хотя в бизнес плане присутствие инвестиционного предложения не является обязательным.

Рынок инвестиционных проектов и инвестиционный проект как товар

Инвестиционный рынок специфичен разнообразием форм и источников инвестиций, четкой выраженностью принадлежности денег. Поэтому данный рынок требует исследования по выявлению тех, кто именно располагает финансовыми ресурсами, на какие сроки эти ресурсы могут быть привлечены, и на каких именно условиях.

Инвестиционному рынку присущи многие черты рынка товарного. Его товары являются однородными, их структура – и отраслевая и географическая. Но нельзя не отметить и его специфичность, так как на нем действуют особые нормы и правила, от которых зависят взаимоотношения покупателей и продавцов.

Изучать инвестиционный рынок нужно компаниям, идущим на представление инвестиционных проектов. Исследованиям следует быть направленными на определение приемлемого сегмента данного рынка и формы инвестирования, выяснение требований потенциального инвестора и, соответственно, проведение конкретизации инвестиционного проекта. Целесообразно при этом иметь в виду, что инвести-

ционные проекты являются, по сути, товарами, продвигаемыми на инвестиционный рынок, и конкурирующими с иными проектами (проектами, представленными иными компаниями) за привлечение необходимых финансов. К инвестиционным проектам (товарам услугам) применяют маркетинговые подходы. Это требуется в целях выставления на рынок и адаптирования на нем инновационных проектов (товаров) к покупательским требованиям, то есть к требованиям инвесторов.

Если говорить об основных особенностях рынка инвестиционных проектов, то на данном рынке имеет место, лишь один канал сбыта – прямой. То есть компании без всяких посредников представляют свои товары в виде проектов и обеспечивают при благоприятных условиях сделки с инвесторами. Этот рынок является очень рискованным, причем как для компаний, имеющих и представляющих на рынке проекты, так и для инвесторов.

Формированием инвестиционной инфраструктуры и созданием инвестиционного климата занимается ряд посредников, среди которых практикуется выделение:

- государственных органов, занимающихся проведением конкурсов проектов, изданием региональных каталогов инвестиционных проектов, созданием залоговых и других фондов, предоставлением гарантий, продвижением проектов на международные рынки;
- отечественных и зарубежных консультационных фирм

и организаций;

- выставочных организаций, занимающихся проведением конкурсов и выставок инвестиционных проектов;
- средств массовой информации, публикующих информацию об имеющихся инвестиционных предложениях.

Определение целевого рынка, являющегося, по сути, определенным сегментом потенциальных инвесторов, требует разделения инвесторов на частных и институциональных, так как работа с ними подразумевает использование разных подходов. При привлечении средств инвесторов частных в основном следует использовать инструменты фондового рынка, выпуская акции и облигации. Если же ориентироваться на работу с инвесторами институциональными, можно ориентироваться на набор всевозможных способов привлечения средств.

1.2 Свойства, окружение и жизненный цикл инвестиционного проекта. Упорядочение инвестиционной деятельности компании по проекту и понятие инвестиционного горизонта (расчетного периода)

Свойства инвестиционного проекта и его окружение

Инвестиционному проекту присущи некоторые свойства, о которых нужно знать и помнить, чтобы обеспечивать методологическую правильность организации работы по его реализации:

возникновение существование и развитие проекта происходит в определенном средовом окружении;

являясь, по сути, системой, проект может быть подвергнут разделению на элементы, между которыми необходимо выявлять и поддерживать определенные связи;

по своему составу проект перманентно меняется по мере его осуществления и развития, возможно появление в нем новых компонентов и исчезновение старых.

Развитие инвестиционного проекта во всех случаях про-

исходит в окружении, обеспечиваемом некоторой динамичной средой, воздействие которой на него ощутимо. Проект и данное окружение с его развитием следует рассматривать в альянсе, чтобы можно было делать какие-то выводы относительно реализации данного проекта. Это требует заблаговременного принятия во внимание непосредственного окружения и воздействия факторов, относящихся к дальним. Требуется выделение факторов окружения, проведение их анализа, и отсева тех факторов, воздействие которых на проект не является существенным. Оставшиеся факторы учитываются в качестве факторов значимых, влияющих на проект достаточно заметно.

Говоря об окружении инвестиционного проекта, нельзя не отметить, что практикуется выделение его окружения внешнего и соответствующих ему факторов, а также окружения внутреннего с присущими ему факторами. Причем в рамках внешнего окружения принято рассмотрение окружения:

ближнего (относящегося к среде компании, занимающейся реализацией проекта);

дальнего (влияющего извне на проект, как через компанию, так и непосредственно), при этом на более масштабные проекты подобное окружение воздействует в большей мере.

К факторам ближнего окружения практикуется причисление:

руководства компании, на плечи которого ложится опре-

деление целей и задач проекта, обобщение выводов, сделанных экспертами, формулирование требований к результатам, полученным в связи с осуществлением проекта, определение порядка вносимых в цели проекта корректив;

сферы финансов, определяющей рамки бюджета проекта, занимающейся калькулированием затрат на производство и выявлением покрытия расходов на проект, а также поиском источников и способов финансирования проекта;

маркетинговой сферы, обеспечивающей формирование важнейших требований к проекту, условий, связанных с рынком и продажами, и определяемых покупательскими решениями, наличием конкурентов и их действиями;

сферы производства, имеющей отношение к рынку средств производства, выдвигающей имманентные ей требования, касающиеся, к примеру, использования конкретных технологий и разного рода оборудования;

сферы материального обеспечения, имеющей отношение к рынку комплектующих, материалов и сырья, формирующей свои специфические требования к проекту, имеющих отношение к производственным возможностям;

сферы инфраструктуры, касающейся рынка услуг и разного рода сервиса.

Окружение внешнее отличается тем, что его составляют факторы, способные существенно влиять на проект, и принимаемые обычно во внимание. Это факторы:

политического и экономического свойства, социальные,

правовые, культурные, естественно-природные, научно-технические, инфраструктурные, экологические.

Если говорить о внутреннем окружении проекта, то его воздействие на реализацию проекта обычно бывает достаточно ощутимым и его факторами являются:

фактор стиля руководства проектом, определяющего особенности психологического климата в команде, занимающейся проектом, влияющего на производительность и уровень творческой коллективной активности;

фактор особенностей, присущих участникам проекта, имеющих разнящиеся между собой интересы, и свое отношение к проекту, формирующих свои требования согласно поставленным целям;

фактор особенностей, имманентных команде проекта, являющейся его двигателем и его исполнительным органом;

фактор особенностей, присущих методам и средствам коммуникации, определяющим уровень достоверности и оперативности обмена информацией между заинтересованными участниками проекта;

фактор особенностей, присущих экономическим условиям реализации проекта, имеющих отношение к его смете и бюджету, к ценам, тарифам и налогам, к риску, к стимулам и льготам и иным экономическим переменным, касающимся проекта и определяющим его основные характеристики;

фактор особенностей, имманентных социальным условиям реализации проекта, характеризующимся обеспечени-

ем страхования и соцобеспечения, уровня условий жизни участников проекта, уровня зарплаты, условий техники безопасности и труда, и др.

Жизненный цикл инвестиционного проекта

Всю деятельность, связанную с разработкой и реализацией инвестиционного проекта, принято рассматривать с позиций взаимовлияния и взаимозависимости таких значимых переменных как пространство и время. Тот временной период, когда происходит подготовка инвестиционных намерений инвестора и их реализация, считается периодом жизненного цикла инвестиционного проекта (ЖЦИП), то есть инвестиционно-проектным циклом. На практике принято обеспечивать разбиение данного периода на ряд фаз, в соответствии с каким-либо подходом (поскольку универсальный единый подход практически отсутствует). Состав фаз, их очередность, длительность, а также объемы выполнения конкретных работ определяет комбинация условий реализации проекта (которые бывают как внешними, так и внутренними).

Разделением инвестиционного проекта на конкретные фазы занимаются инвестиционные аналитики, деятельность эта является для них одной из особо важных. Благодаря ей обеспечивается идентификация «контрольных точек» на графике, отражающем подготовку и реализацию проек-

та. Когда имеет место прохождение данных «точек», аналитик проводит оценку возможных направлений дальнейшего развития инвестиционного проекта, дающих конкретный результат. При прохождении рассматриваемых «точек» можно ожидать существенных изменений условий осуществления проекта, которые оказывают воздействие на результат. Поэтому приходится обеспечивать корректировку ранее определенных параметров инвестирования и проведенных оценок уровня эффективности этого процесса.

При разделении жизненного цикла инвестиционного проекта (ЖЦИП) на фазы появляется шанс оптимизирования издержек, связанных с подготовкой и осуществлением проекта. Появление такого шанса обеспечивает фильтрация различающихся между собой вариантов принятия решений. Имеет место отбрасывание неперспективных проектов на ранних фазах проектного цикла. И это содействует тому, что не наблюдаются в итоге непроизводительные расходы благодаря их анализу и оцениванию.

Целесообразно обратить внимание, что в каждой из последующих фаз расходы на анализ и оценку проекта нарастают, и могут достигать до одного процента от всей суммы инвестиций в проект (если проект является крупным).

Если говорить о конкретных фазах инвестиционного проекта, то в соответствии с международной практикой выделяют фазы:

- прединвестиционную (в данной фазе проект разрабаты-

ваются как документ);

– инвестиционную (в ней формируются активы проекта так сказать «под ключ»);

– эксплуатационную (в этой фазе запускаются и эксплуатируются активы, на регулярной основе получается текущая прибыль, возвращаются вложенные средства);

– ликвидационную.

Решающие фазы ЖЦИП – это фазы: проектирования (когда проект идентифицируется, разрабатывается и подвергается экспертизе); реализации (когда проходят переговоры, проект реализуется и окончательно оценивается).

Экономический срок жизни инвестиционного проекта зависит, прежде всего, от рыночного спроса на связанные с ним товары, услуги, работы. Завершение данного срока происходит, как только товар, создание и реализация которого имеет отношение к проекту, оказывается не нужным рынку. Если говорить о проектах реального инвестирования, то для них эксплуатационная фаза длится обычно ограниченное время. Это время ограничивает период полезного использования основных средств (ОС) и нематериальных активов (НА). При этом необходимо иметь в виду при проведении аналитической работы, что сроки полезного использования ОС и НА в контексте ЖЦИП отличаются от сроков, используемых для начисления амортизации.

Среди фаз ЖЦИП особо выделяют фазу эксплуатационную. Ее максимальная длительность – это временной пери-

од, в течение которого по проекту обеспечивается получение дохода.

Упорядочение инвестиционной деятельности компании по проекту и понятие инвестиционного горизонта (расчетного периода)

Инвестиционная деятельность, как и всякая другая, требует упорядочения и прохождения последовательных этапов:

1) этап формирования инвестиционных намерений (в ряде случаев практикуется прибегание к использованию выражения «этап идентификации»);

2) этап разработки концепции инвестиционного проекта (включающий конкретизацию задач, определение товара для проекта, выбор конкретных участников проекта, выявление источников финансирования, разработку предварительных планов – финансового и маркетингового);

3) этап разработки проекта как документированного инвестиционного плана (являющегося, по сути, подробным инвестиционным обоснованием и планом действий на период ЖЦИП);

4) этап прединвестиционного изучения проекта (на этапе исследуются потенциальные возможности проекта, оценивается реальность финансовых планов, внутренней и внешней согласованности инвестиционного проекта, а также его ком-

мерческой реализуемости);

5) этап создания инвестиционного объекта (или его приобретения) «под ключ» и подготовки к старту его эксплуатации;

6) этап эксплуатации инвестиционного объекта и возврата средств, которые были вложены в проект в виде накопления текущей прибыли (лаконичное название данного этапа – «период окупаемости»);

7) этап получения по проекту чистой прибыли;

8) этап завершения или ликвидации инвестиционного проекта (этап демонтажа основных фондов, продажи оборотных средств и иных активов, решения юридических и организационных вопросов, касающихся прекращения хозяйственной деятельности с применением активов инвестиционного проекта).

Следует обратить внимание на наличие сложности во взаимосвязях работ, выполнение которых укладывается в отдельные стадии ЖЦИП. Их можно комбинировать, сочетать во времени и пространстве. Это создает большие (порой непреодолимые) сложности для обеспечения однозначного разделения фаз и конкретных стадий инвестиционного проекта, а также определения их последовательности (как временной, так и логической).

Если взять инвестиционный анализ, то в нем чаще рассматривается не понятие ЖЦИП, а понятие «инвестиционного горизонта», или «расчетного периода» являющегося

периодом, в пределах которого принято сопоставление затрат и выгод для того, чтобы можно было принять решение относительно целесообразности реализации инвестиционного проекта. При наличии возможности оценки затрат и выгод на протяжении всего ЖЦИП, то именно продолжительность ЖЦИП лучше всего рассматривать как инвестиционный горизонт.

Практикуется разбиение (распределение) расчетного периода на отрезки (шаги), в границах которых обеспечивается процесс агрегирования данных, использование которых распространяется на оценку финансово-экономических показателей. Это распределение предусматривает принятие во внимание:

- длительности разных фаз ЖЦИП, чтобы оказалась возможной проверка финансовой состоятельности проекта на каждом из отдельных этапов его осуществления, при этом важно, чтобы моменты завершения предыдущих шагов совпадали с моментами старта шагов последующих;
- периодичности финансирования проекта, требуется, чтобы процентные платежи, возврат и получение средств приходились на конец либо начало отрезка расчетного периода (это дает шанс оценивания их воздействия на уровни эффективности проекта и его финансовой состоятельности);
- сезонности изготовления и продаж товаров (это нужно для точного оценивания связанных с ними рисков);
- инфляции (весьма желательно, чтобы изменение цен

в течение отрезка расчета не превышало 5—10%);

– удобства оценки аналитиком исходной информации (разбиение расчетного периода на отрезки ведет к снижению размеров аналитических таблиц);

При определении шагов расчета используются их последовательные номера. Измерение в расчетном периоде времени принято осуществлять в годах либо в долях года. Его отсчет ведется от некоего зафиксированного момента (этим периодом обычно является период, когда осуществляются первые первичные вложения). Если нужно обеспечить сравнение ряда проектов, то необходим выбор для всех этих проектов одного базового момента.

II АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, ИХ МАРКЕТИНГ И РАЗРАБОТКА

2.1 Анализ инвестиционных проектов

Виды анализа инвестиционных проектов

Принятию решения в отношении того, стоит ли инвестиционный проект, чтобы быть реализованным, должен предшествовать его всесторонний и серьезный анализ.

Осуществление анализа целесообразно по ряду видов, изложение которых следует.



1. Анализ общеэкономический. В ходе этого анализа требуется изучение инвестиционного климата страны и ее уровня развития (ее имиджа, темпов экономического роста, уровня социально-политической и правовой стабильности, государственных инвестиций и расходов (в статике и динамике), инфляционных процессов, стабильности национальной валюты, состояния платежного баланса, уровня процентной ставки за кредит, степени развитости инфраструктуры – инвестиционной и предпринимательской).

2. Анализ региональный. Этот анализ предусматривает изучение всех аспектов инвестиционного климата в регионе, его привлекательности, включая имидж региона и реги-

ональное развитие.

3. *Анализ отраслевой*. Исследованию подлежит инвестиционная привлекательность отрасли, ее перспективность. Надо изучать рынки сбыта с позиций их состояния и перспективности, государственное регулирование, а также отраслевую конкуренцию.

4. *Анализ микроэкономический*. Этот анализ предусматривает изучение разных сторон функционирования компании (ее истории, инвестиционной привлекательности, правового статуса, финансового состояния, состояния контрактов, состояния социальной сферы и сферы производственной, структуры управления, маркетинговых политик и т. д.).

5. *Анализ, касающийся проверки исходных данных для реализации инвестиционного проекта*. Исходные данные требуют проверки на полноту и достоверность. Это, прежде всего, относится к объему инвестиций в проект, к расходам на НИОКР и строительство, к расходам на создание продукции и ее реализацию, к нормам амортизации, к ставкам процентов за кредит; к прогнозным ценам на товары.

5. *Анализ маркетинговый*. В ходе данного анализа необходимо прибегать к оцениванию конкуренции, а также рассмотрению проблем, связанных со сбытом, ценообразованием, продвижением товаров и услуг. Важнейшим аспектом данного анализа является изучение потребительских ожиданий и особенностей рынка.

6. *Анализ технический*. Проведение этого анализа преду-

смаатривает исследование технологий и оборудования, экологичности производства, доступности сырья, возможности адаптации новых технологий к местным условиям и т. д.

7. *Анализ финансовый.* В ходе данного анализа необходимо обеспечивать изучение финансового состояния компании за ряд предшествующих подготовке проекта лет и за период подготовки. В ходе такого анализа изучению подвергаются аспекты безубыточности, риска, прибылей, убытков и др.

Инвестиционный анализ проектов в формате due diligence

Проведение инвестиционного анализа проектов в формате due diligence (в переводе означает «откровенно говоря») осуществляется в целях формирования объективного представления о балансе его ограничений, от которых зависима его жизнеспособность. Анализ этот является поэтапным.

На первом этапе анализа дается маркетинговая оценка рыночной среды проекта, проверяется на корректность. Проводятся расчеты по бизнес-плану и бюджету проекта. Обеспечивается дополнительная проверка корректности математической модели рассматриваемого проекта, чтобы можно было оценить параметры количественного анализа и провести анализ имеющейся информации на чистоту (которая бывает как юридической, так и финансовой).

Осуществление первого этапа анализа ложится на плечи маркетологов и финансовых аналитиков, которым вменяется в обязанность работа по всестороннему анализу данных инвестиционного проекта, имеющая отношение: к анализу рыночной конъюнктуры; к контролю за ведением проекта, к аудиту нематериальных и материальных активов; к экспертизе рисков по проекту; к изучению ресурсов.

Финансовыми аналитиками обеспечивается: проведение экспертизы выручки (в разрезе ее структуры) и издержек; изучение баланса средств по видам (то есть заемных и собственных); анализ задолженности (как дебиторской, так и кредиторской); экспертиза бюджетов инвестиционного проекта; изучение финансовых показателей на чувствительность.

Этап второй посвящается анализу качества стоимости проекта, а также изучению и проверке данных, имеющих отношение к оцениванию рисков инвестиционного проекта. Работа по этому этапу ложится на плечи оценщиков, если имеет место наличие материальных активов проекта (земля, здания и сооружения). Ими обеспечивается определение потенциальной стоимости проекта на рынке (оценка проводится на данный момент в сопоставлении с другими подобными проектами). Обеспечивается оценивание возможных рисков и потенциалов.

Такое оценивание необходимо, чтобы использовать его итоги в существующем в настоящее время направлении, ли-

бо для того, чтобы в будущем осуществить полное или же частичное перепрофилирование (возможно даже для объединения с существующим бизнесом заказчика в целях улучшения конкурентного преимущества). Оценщики после окончания всех работ обеспечивают составление отчета об оценке активов инвестиционного проекта.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.