

телеком

Инвестор спешит на помощь

интернет-бизнес

По итогам 2007 года объем российского рынка вложений в интернет-проекты оценивается в \$60–75 млн. С приходом институциональных инвесторов российский рынок получит мощный толчок, и к 2010 году объем вложений может увеличиться до \$200 млн. Пока большая часть российских интернет-проектов является клонами западных интернет-сервисов. Впрочем, в скором будущем ожидается появление инновационных продуктов, разработанных отечественными компаниями.

Кольбель для гигантов

Как правило, большая часть стартапов (новых проектов) спустя пару лет после появления уходит с рынка. 50% не оправдавших инвестиций для венчурного фонда, инвестирующего в проект, считается нормальным показателем. Интернет-разработчики утверждают, что около 80% новичков покидают бизнес на начальном этапе. Впрочем, примеров успешных стартапов тоже достаточно. Стоит вспомнить, как начиналась история поисковика Google. Основав компанию в 1998 году, Сергей Брин и Ларри Пейдж сумели привлечь только \$1 млн, но ко второму кварталу 1999 года финансисты поверили в перспективность проекта. За счет ряда частных инвесторов и крупных инвестиционных фондов, среди которых значились и Sequoia Capital, основателем Google удалось привлечь около \$25 млн.

Еще один пример удачных вложений: люксембургский инвестфонд Mangrove Capital Partners (MCP) поверил в перспективность сервиса IP-телефонии Skype и инвестировал в 2003 году в проект \$1,9 млн. Затраты MCP окупились сполна: в 2005 году Skype был приобретен интернет-аукцион eBay за \$2,6 млрд. Таким образом, MCP заработал на Skype \$180 млн, вошел в пятерку самых доходных фондов и получил мировую известность.

Успешные интернет-проекты все активнее спускают лидеры рынка. Так, Yahoo потратил на покупку агентства интернет-рекламы BlueLithium более \$300 млн, а за \$350 млн приобрел никому не известную компанию Zimtra, разработчика почтовой системы, осуществляющей контекстный поиск. Компания Google в 2006 году приобрела израильский iRows, который сделал интернет-аналог Microsoft Excel.

Впрочем, западные эксперты опасаются, что на американском интернет-рынке вновь надвигается «мыльный пузырь», аналогичный тому, который лопнул в 2000 году, лишив миллиардов долларов веривших в интернет-инвесторов. Быстрый рост интернет-компаний, рекордные инвестиции в стартапы, многомиллиардные поглощения — все это указывает на очередной бум, который может закончиться весьма плачевно. Только за первое полугодие 2007 года

объем средств, выданных венчурами, вырос на 9% по сравнению с предыдущим годом. В США за первые два квартала 2007 года американские венчурные фонды инвестировали в интернет-проекты \$14,5 млрд.

Фонд в помощь

В России масштабы вложений в инновационные интернет-проекты существенно меньше, чем на Западе. По оценкам ИК «Финам», инвестиции в стартапы в сферах интернета и разработки софта в 2006 году составили порядка \$20–25 млн. По итогам 2007 года эксперты оценивают объем этого рынка в \$60–75 млн. С приходом институциональных инвесторов российский рынок получит мощный толчок, и к 2010 году объем вложений может увеличиться до \$200 млн.

Инвестиционные фонды, которые один за другим стали появляться на российском рынке, готовы вращивать интернет-гигантов на российской почве. Люксембургский MCP уже инвестировал в развитие поисковой системы Quintura порядка \$1,5 млн. В мае прошлого года MCP и российский фонд ABRT Ратмира Тимашева и Андрея Баронова объявили, что в рамках партнерской программы намерены инвестировать в стартапы в сферах интернета и разработки программного обеспечения в странах Восточной и Центральной Европы, в том числе в России. Господин Тимашев заявлял тогда, что в течение года MCP и ABRT планируют инвестировать в совместные проекты до \$20 млн. В апреле 2007 года американская компания Cisco объявила о начале венчурного финансирования IT-стартапов в России. В декабре прошлого года фонд Russian Media Ventures, созданный акционерами Video International, зарегистрировал «интернет-инкубатор» Inventure. Фонд намерен инвестировать в стартапы «десяти миллионов долларов» и планирует выйти на окупаемость в 2011 году. Инвестициями в стартапы на ранней стадии занимаются также Embria, Ruvento, ИК «Финам», которая в настоящее время финансирует восемь стартапов, названия которых пока не оглашаются.

Впрочем, сами инвесторы отмечают, что на рынке венчурного финансирования России сейчас нездоровая ситуация: денег много, а проектов мало. А без помощи фондов, инвестирующих в стартапы, выживает в лучшем случае один из десяти проектов. Каким же должен быть интернет-стартап, чтобы венчурный фонд по достоинству оценил его перспективы и дал средств на дальнейшее развитие?



денег много, а проектов мало. А без помощи фондов, инвестирующих в стартапы, выживает в лучшем случае один из десяти проектов. Каким же должен быть интернет-стартап, чтобы венчурный фонд по достоинству оценил его перспективы и дал средств на дальнейшее развитие?

Венчур на вечер

«Набор качества зависит от требований фонда. Как правило, они требуют, чтобы участники команды имели опыт реализации интернет-проектов на уровне создания и руководства, а сами проекты имели оригинальную концепцию или предусматривали клонирование какой-то разработки, доказавшей свою успешность на других рынках», — говорит директор центра инвестиций в высокие технологии ИК «Финам» Элина Юрина. «Фонды оценивают предложенные проекты с одной точки зрения: какую доходность они смогут получить. Как правило, фонды прибегают к услугам людей, которых считают компетентными в онлайн-бизнесе. Эти люди отслеживают текущие и будущие тренды, после чего дают рекомендации, куда стоит инвестировать, а куда нет. То, что проект пойдет, можно только предвидеть, но просчитать наверняка невозможно», — добавляет генеральный директор Russian Media Ventures Кирилл Лыско.

Механизм работы фондов со стартапами выглядит примерно так: к инвесторам приходит команда с определенным продуктом или идеей, которую готова развивать. Если это интернет-проект, то хорошо, если разработчики приносят альфа-версию продукта, которая уже тестируется в сети. Инвесторы смотрят, какова потенциальная посещаемость проекта, ведь именно от этого показателя зависит будущая стоимость актива. Помимо демонстрации самого продукта разработчику следует представить бизнес-

план проекта, в котором необходимо отразить перспективы развития рынка предлагаемого продукта или услуги, потенциальную аудиторию, конкурентные преимущества продукта, описать технологию продукта, управляющую команду, бизнес-модель, стратегию продвижения и т. п.

За рубежом отбор стартапов поставлен на поток. Например, MCP приглашает начинающую команду в штаб-квартиру в Люксембурге, после чего семь партнеров фонда должны единогласно одобрить проект. Затем составляется протокол, в котором MCP излагает свои условия сотрудничества. Как правило, протокол получают 15 из 1500 компаний, обратившихся в фонд. Далее между фондом и командой проекта подписывается соглашение об эксклюзивном сотрудничестве и отказе от переговоров с другими фондами на два месяца. За это время инвесторы смогут изучить проект, и если они подтверждают ожидания MCP, то фонд выделяет средства. За год инвестиции получают не больше пяти компаний.

По словам госпожи Юриной, из 30 стартапов, обращающихся в «Финам», инвестици получают всего один. Сроки рассмотрения проекта в России примерно те же, что и на Западе. По свидетельству Кирилла Лыско, с этого момента, как разработчики приносят идею, до выделения инвестиций проходит два-три месяца. При этом, отмечает госпожа Юрина, в России в стартап вкладывается не больше \$1 млн, а чаще \$300–500 тыс. «Однако может быть предусмотрено дополнительное финансирование после того, как проект выйдет на определенный уровень», — говорит она. «На ранней стадии проекты могут получить порядка \$100–500 тыс. — этого достаточно, чтобы продвигаться и привлекать первых партнеров», — полагает партнер фонда Ruvento Елена Масолова. Однако, по ее словам, ча-

сто у людей есть продукт, но нет понимания бизнеса, они не могут грамотно построить модель работы. «И здесь на помощь приходит инвестфонд. Мы можем помочь в знакомстве с партнерами, с маркетинговой стратегией, с подбором менеджмента для управления». По словам директора по инвестициям венчурного фонда ABRT Николая Митюшина, Mangrove помогает стартапам правильно позиционировать инновационный продукт, вывести на рынок свое предложение. «На начальном этапе Inventure предоставляет проектам разнообразные сервисы — маркетинговые, юридические и финансовые. Однако дальше этот проект должен существовать как самостоятельное предприятие», — говорит Кирилл Лыско. Обязательным пунктом договора с инвестфондом является его вхождение в акционерную структуру компании. По словам Елены Масоловой, доля Ruvento в стартапе составляет 10–40%. «Понятно, что впоследствии, когда приходят другие инвесторы, доля фонда, финансирующего проект на начальном этапе, размывается». «Inventure, как правило, оставляет за собой контрольный пакет, а доля инициатора проекта в итоге может достигать 40%. Все зависит от того, какую доходность обеспечивает инициатор проекта», — уточняет Кирилл Лыско.

«Существующие онлайн-магазины с их ка-

талогами и поиском не слишком удобны для пользователей. Но если сделать хороший поисковый механизм, а каталог товаров в трехмерном, объемном формате (3D), то у покупателя будут совсем другие ощущения. Думаю, что это может заинтересовать». Господин Митюшин напоминает, что в ближайшее время все компании, осуществляющие перевозку пассажиров, должны перейти на использование электронных билетов. «В России до сих пор нет единой системы, в которой человек мог бы приобрести билеты в любом городе, забронировать гостиницу в любой точке земного шара, арендовать машину», — отмечает он. Поэтому в рунете было бы интересно развивать проект, похожий на Travelocity.com. Компания Travelocity является мировым лидером онлайн-выходящих посредничества туристических услуг, у нее есть партнерские соглашения с сотнями авиакомпаний, гостиничных комплексов, агентств по прокату автомобилей и туристических компаний.

По мнению инвесторов, интересный для вложений сегмент интернет-рынка — онлайн-игры. Елена Масолова рассказывает, что сейчас российские программисты создают аналог Second Life (SL). SL — это частный трехмерный виртуальный мир, который создан компанией Linden Lab, расположенной в Сан-Франциско и основанной Philip Rosedale. «В ходе игры пользователи могут развлекаться различными мини-играми, общаться друг с другом, взаимодействовать с окружением и свободно перемещаться по игровому миру», — говорит в «Википедии». В Second Life есть также валюта под названием Linden Dollar, которую можно получить, обменяв на настоящие деньги. По сообщению Linden Lab, в конце февраля количество активных пользователей (тех, кто провел в Second Life хотя бы 60 минут за одно посещение в течение 60 дней) составило 1,353 млн человек. «В российском аналоге более качественная 3D-графика, чем в SL, и движок, который позволяет пользователю создавать свой мир», — отмечает госпожа Масолова.

Интересных идей в России достаточно, но все они похожи на популярные западные интернет-сервисы, признают инвесторы. Интересные проекты в России есть, но они на 80% состоят из клонов уже существующих на Западе компаний. Именно поэтому инвесторы нередко просят вложить \$300–500 тыс. в создание собственного клона, чем покупать чужой за \$3–5 млн. «Новых форматов и жанров российских разработчиков пока не придумывают — есть только новые решения. Ничего удивительного в этом нет», — считает Кирилл Лыско. До сих пор на исследовательские работы не выделялось достаточного количества средств. Но сейчас на российском интернет-рынке выросли компании, которые готовы вкладывать в исследования. Поэтому в скором будущем стоит ожидать появления инновационных продуктов, разработанных отечественными компаниями.

Александра Ходина

Социальные неприятности

онлайн-общение

(Окончание. Начало на стр. 25)

Нередко коллекторы вступают в переписку с друзьями или однокурсниками должника, чтобы получить о нем больше информации. Самый распространенный способ разговорить собеседника, признается Николай Иванов, представляющий школьным другом или товарищем из параллельного класса. Иногда доходит и до того, что коллекторские агентства вступают в контакт с должником, зарегистрированным в соцсети, представляя прекрасной блондинкой и назначая романтическое свидание. «Попытки под видом красивых женщин разоблачить должников встречаются. Но это скорее единичные случаи, нежели система», — утверждает Алексей Пешков.

Еще один способ найти человека через социальные сети — узнать номер его ICQ. При передаче файла через «аску» можно вычислить IP-адрес пользователя. Это, в свою очередь, позволит узнать провайдеру, который он пользуется, и, следовательно, физический адрес, с которого он выходит в интернет.

Впрочем, выйти на должника через одну из социальных сетей, популярных в России, — нелегкая задача даже для опытного коллектора, признаются участники рынка. Задача несколько облегчается, если человек зарегистрирован под своим именем и фамилией. Впрочем, анкеты людей с фамилией Иванов, Сидоров, Петров можно просматривать в течение нескольких дней. Если же пользователь зарегистрирован под вымышленным именем, поиски еще более осложняются, и приходится выходить на его однокурсников.

Сами создатели социальных сетей отрицают, что сотрудничают с коллекторскими агентствами. «Лично у меня, как и у большинства сотрудников, доступа к базе данных нет», — говорит создатель «Одноклассники.ру» Альберт Попков. — Несколько раз были попытки хакеров взломать нашу систему, но у нас работают очень сильные профессионалы, так что база надежно защищена.

Модераторы социальных сетей действуют в соответствии с правилами пользования, опубликованными на сайтах. К примеру, на сайте «Одноклассники» сбор, хранение, использование, распространение

и другие действия в отношении данных пользователей запрещены. Модераторы портала «ВКонтакте.ру» удаляют аккаунты пользователей, использующих социальную сеть в коммерческих целях.

В бюро кредитной безопасности «Русскоколлектор» нет статистических данных о количестве человек, которых удалось найти через социальные сети. Однако, по словам председателя совета директоров «Русскоколлектор» Алексея Пешкова, коллеги часто обмениваются информацией о том, как вышли на первичный контакт с должником.

Социальное пятно на репутации

Британские хедхантеры утверждают, что излишнее внимание к социальным порталам, таким как Myspace или Facebook, может стоить хорошему специалисту карьеры. По данным ведущей рекрутинговой компании Англии Vadenoch & Clark, исследовавшей влияние социальных сетей на карьеру, проверка информации о соискателях через социальные сайты стала для отделов кадров обычным делом. 62% руководителей отделов зарегистрированы в социальных сетях специально для того, чтобы собрать максимум информации о возможных кандидатах на вакансии.

Каждый пятый работодатель в Великобритании ищет информацию о соискателях через подобные сайты — эти данные содержатся в недавнем исследовании сайта по трудоустройству Viadeo. Более половины работодателей принимали решение о трудоустройстве соискателей под влиянием информации, опубликованной на их личных страницах в соцсетях, а четверть руководителей компаний отказали кандидатам именно потому, что их не устроило содержание анкеты.

В коллекторских агентствах нередко при приеме на работу проверяют людей по социальным сетям. Начальник отдела финансового коллекторства центра ЮСБ Николай Иванов рассказывает, что все сотрудники их компании проходят комплексную проверку. «Для коллектора абсолютно не важно наличие высшего образования. Мы обращаем внимание на то, как человек ведет себя в различных ситуациях, умеет ли поддерживать беседу, конфликтный ли он, много ли у него друзей. Через социальные сети очень легко просмотреть круг общения соискателя работы», — объясняет Николай Иванов.

Монетизация аудиторий

Один из интересных способов заработать на многомиллионной аудитории социальных сервисов придумал интернет-холдинг «Яндекс», который первым предложил сетям заключить соглашения о доступе к базам данных пользователей. Реализация этого механизма позволит показывать пользователям рекламу с учетом их пола и возраста (услуга так называемого социально-демографического таргетинга для рекламодателей).

Впрочем, владельцы социальных сетей утверждают, что не станут зарабатывать таким образом. «Мы не используем дополнительные данные о наших зарегистрированных пользователях, чтобы «кормить» их рекламой», — уверяет Альберт Попков.

Некоторые социальные сети на Западе зарабатывают за счет продажи базы данных пользователей рекламным компаниям. Российские коллеги утверждают, что это не наш путь. «Мы ни с кем не хотим делиться нашей базой данных, потому что дорожим нашими пользователями. Так делают лишь те компании, которые не могут заработать на другом», — говорит господин Попков.

Как заработать «на другом», показывает крупнейший российский сервис интернет-знакомств «Мамба.ру». Пользователь абсолютно бесплатно регистрируется на сайте, однако чтобы получить дополнительные возможности (например, быть невидимым для некоторых пользователей или, наоборот, находиться на первых страницах сайта), он должен отправлять платные SMS. Именно предоставление платных услуг пока приносит основную часть доходов социальным сетям во всех странах. Так, например, выручка «Мамба.ру» в 2007 году превысила 300 млн руб., причём большую часть средств составили SMS-платежи. Оставшаяся часть была получена в виде электронных денег, платных терминалов, карт оплаты и от размещения рекламы на партнерских сайтах.

Альберт Попков говорит, что с интересом следит за тем, как на сайте «ВКонтакте.ру» запустили платные услуги. «На самом деле, мы тоже планируем расширить наши возможности и сделать платные услуги. Но могу заверить, что уже существующие услуги так и останутся бесплатными», — добавляет г-н Попков.

Оксана Зотикова

ГЛОНАСС материализовался

технологии

(Окончание. Начало на стр. 25)

Именно поддержка государства сможет хоть как-то оживить поставки отечественных приемников на рынок. Очевидно, что они найдут применение в МЧС и на транспортных предприятиях, где навигатор ГЛОНАСС+GPS может даже стать стандартом.

Эльдар Муртазин, ведущий аналитик компании Mobile Research Group, считает, что российский навигатор на потребительском рынке не будет пользоваться спросом из-за высокой стоимости устройства, отсутствия карт и неполного покрытия. «Мы оцениваем спрос на такие устройства как потенциальный и только. Никаких предпосылок для продаж в значимых количествах подобных навигаторов нет. Технически они не слишком интересны, дизайн их тоже непривлекателен, цена выше, чем у западных образцов. Остается только одна реальная возможность для их продаж: обязательная покупка государственным учреждениями. На свободном рынке, где покупатели сами выбирают устройства, нынешнее поколение навигаторов ГЛОНАСС не выдерживает конкуренции с зарубежными аналогами».

Кризис системы

Как отмечают эксперты, начинать массовый выпуск приемников ГЛОНАСС будет иметь смысл, когда система заработает в полную мощь. Сейчас же развитие отечественной системы глобальной навигации явно отстает от плана. В конце февраля число одновременно работающих в ней спутников достигло 15 (по данным информационно-аналитического центра ГЛОНАСС). Это рекордное количество за последние годы, хотя планировалось, что в конце 2007 года в системе будет действовать 18 аппаратов. Сейчас на орбите их 16, но один находится на тестовом обслуживании.

Началась история ГЛОНАСС в октябре 1982 года, когда первый спутник глобальной навигационной системы был выведен на орбиту с космодрома Байконур ракетой-носителем «Протон». Аппарат был разработан Красноярским НПО им. М. Решетневой и произведен ФГУП ПО «Полет». С тех пор объединение поставило 87 спутников. В 90-е годы из-за недостаточного финансирования запуски космических аппаратов

ГЛОНАСС были прекращены, старые спутники постепенно выработывали ресурс, и страна могла полностью утратить свою орбитальную группировку.

В 2001 году правительство РФ утвердило федеральную целевую программу «Глобальные навигационные системы», которая предусматривала создание, развитие и модернизацию отечественной навигационной группировки, использование параллельно американской GPS. Предполагалось, что до конца 2007 года ГЛОНАСС заработает в России — по крайней мере, это обещали Сергей Иванов и Владимир Путин. В Роскосмосе сообщили, что на отечественную спутниковую систему из бюджета было выделено 9,88 млрд руб. (т. е. более \$300 млн — для сравнения, США выделили в 2007 году на финансирование GPS около \$600 млн). В соответствии с планами развертывания системы до конца 2007 года в эксплуатацию должно быть введено 18 стабильно и одновременно работающих спутников. Было заявлено, что это минимальная конфигурация, обеспечивающая навигационный сигнал на территории России.

Однако 2008 год начался с негатива и критики. На январской коллегии Роскосмоса первый вице-премьер правительства РФ Сергей Иванов перечислил недостатки реализации программы и объявил, что за срыв сроков развертывания национальной спутниковой навигационной системы руководители космического ведомства ответят персонально. Хотя описанная им ситуация — недостаточное наращивание мощностей производства космических аппаратов, недостаточная точность определения координат, отсутствие инфраструктуры для массового коммерческого использования и собственной конкурентоспособной потребительской аппаратуры — это новость ни для кого не являлась.

«Характеристики ГЛОНАСС принципиально хуже GPS, а сама система еще не прошла приемку, т. е. находится на стадии испытаний», — констатирует Евгений Еремченко, руководитель портала «Исследования и разработки» — RND.CNews. — При этом остальной мир пошел по другому пути — развития в первую очередь сети дифференциальных поправок к GPS (это всего один-два спутника на ГСО, зато субметровая точность по всей территории). Затем — развитие электроники, создание действительно

но долговечных спутников и только потом — развертывание действительно полноценной группировки».

Все сравнения ГЛОНАСС с GPS, действительно, сегодня обрабатываются явно не в пользу первой. В системе GPS действует 30 спутников, у ГЛОНАСС пока «плавающий» показатель 16 — чуть ли не раз в две недели появляется информация о том, что один (или сразу несколько спутников) «вышли из строя». Ожидается, что к 2009 году их будет 24. При этом на техобслуживание российские спутники выводятся гораздо чаще американских, несмотря на средний срок службы не более 5 лет, против 9–10 у джиллосовских. GPS покрывает всю планету, тогда как показатель доступности навигационных сервисов ГЛОНАСС достигает примерно 60% в мире и 65–75% на территории России. Две трети аппаратов отечественной системы работают с кратковременными перерывами — до 5% времени. Максимальный перерыв в навигации может составлять до трех часов. Точность систем тоже различна. Средняя погрешность GPS составляет 1 м, ГЛОНАСС — 4–10 м. Когда эталонная станция системы, расположенная в Корольеве, «видит» пять спутников одновременно, это позволяет определять местоположение с погрешностью менее 25 м.

Как бы то ни было, монополия GPS не привнесет рынок. Поэтому ГЛОНАСС в любом случае считают достойной попыткой преодолеть зависимость от единственной навигационной системы. И по сравнению с аналогичными проектами, реализуемыми другими странами, у российской программы есть определенные успехи. Скажем, в китайской «Бейдо» сегодня работают пять спутников, в европейской Galileo — пока только один, хотя полная готовность системы, ориентированной на 30 спутников, запланирована была на 2008 год (теперь сроки сдвинуты до 2012 года). А Индия и Япония, разрабатывающие свои программы спутниковой навигации, позиционируют их как региональные и не претендуют на всемирное покрытие.

Впрочем, те, кто склонен видеть не только недостатки ГЛОНАСС, но и ее достоинства, указывают на то, что она использует другой принцип передачи, обеспечивающий лучшую защищенность от помех, нежели GPS.

Мария Попова