

ОЦЕНЩИКИ СТАРТАПОВ

НЕСМОТРЯ НА КРИЗИС, В ПОЛЕ ЗРЕНИЯ ИНВЕСТОРОВ ПОСТОЯННО ПОЯВЛЯЮТСЯ НОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТЫ. САМОСТОЯТЕЛЬНО ОЦЕНИТЬ ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СТАРТАПА ДОСТАТОЧНО СЛОЖНО, ПОЭТОМУ ЛУЧШЕ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ОЦЕНКАМИ ЭКСПЕРТОВ. ИВАН БЛЮМ

Отношение к вложению средств существенно поменялось с дестабилизацией финансовой ситуации: инвесторы стали осторожнее относиться к собственным ресурсам, а вливания в сомнительные проекты практически прекратились. Спрос всегда рождает предложение: необходимость экспертной оценки потенциальных соискателей средств ясна любому мало-мальски искушенному инвестору. Тем не менее до недавнего времени оценить активы в Рунете было крайне сложно: приходилось нанимать стороннего эксперта или доверять на слово разработчикам проекта. Сейчас, впрочем, на вопрос о целесообразности вложений в тот или иной стартап ответить существенно легче: существует целая система рейтинга инвестиционной привлекательности интернет-проектов.

К НАМ ЕДЕТ РЕВИЗОР В отличие от единичной экспертной оценки, не всегда способной дать полное

представление о проекте, в формировании рейтинга Starturindex принимает участие целая команда профессионалов, чей бизнес напрямую связан с российским сегментом интернета. Методика рейтингования учитывает разнообразные бизнес-показатели и финансовый профиль компании, а также возможные риски для потенциального инвестора. По результатам всесторонней оценки стартапу присваивается рейтинг инвестиционной привлекательности. Шкала оценок варьирует от AAA (наивысший балл, означающий высокую инвестиционную привлекательность проекта) до CCC (высокая вероятность провала стартапа) и даже D (проект абсолютно нежизнеспособен). Рейтинг не стоит на месте: в случае если существует вероятность понижения или повышения оценки в ближайшие полгода-год, к проектному рейтингу добавляется минус или плюс соответственно.

«ИНВЕСТОР ЛЮБИТ ЧЕТКОСТЬ»

BUSINESS GUIDE: Что такое инвестиционный рейтинг и какова процедура его расчета?



ДМИТРИЙ ЗАЙЦЕВ,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
РЕЙТИНГОВОГО АГЕНТСТВА
ИНВЕСТИЦИОННЫХ
ПРОЕКТОВ STARTUPINDEX

ДМИТРИЙ ЗАЙЦЕВ: Сначала любому стартапу нужно зарегистрироваться на сайте starturindex.ru. После регистрации стартап не сразу попадает в базу: сначала размещенные материалы (описание стартапа, планы компании) рассматривает экспертный совет. Кроме того, соискателям необходимо заполнить анкету с описанием идеи бизнеса, команды, ближайших планов, цели, предполагаемого объема необходимых средств, технологических решений. Эксперты знакомятся с этими материалами и выставляют первичные оценки по формализованной анкете. Далее мы приглашаем проекты на экспертную сессию, которая проходит раз в месяц. Обычно в сессии принимают участие три-четыре проекта. На такой сессии происходит личное знакомство и мы проясняем все вопросы, которые у нас возникли после прочтения документов, выложенных на сайт. В ходе этой встречи у экспертов формируется четкое мнение о перспективах проекта, его плюсах и минусах. По итогам сессии мы выкладываем видеоматериал, доступный тем экспертам, которые не присутствовали на сессии, и уточняем первичные оценки, рейтинг проекта, сама команда пересматривает документы, которые она выложила на сайт.

Сотрудники части стартапов уже на этой стадии понимают, что проекты еще не готовы к инвестированию, поэтому берут таймаут, чтобы переработать документы. Самые интересные проекты, которые прошли проектную сессию, попадают в издание Starturindex Review — это те проекты, которые прошли через нас и заинтересованы в публикации.

BG: Как производится оценка и экспертиза стартапов?

Д. 3.: Если проект все еще находится на стадии pre-seed, то есть не зарабатывает реальные деньги, обычно самая большая проблема — отсутствие планирования в компании. Наша основная компетенция — экспертная оценка, то есть качественная оценка проекта, а не количественная. Нужно погружаться в проект, встречаться с командой. У нас часто происходят встречи тет-а-тет с командой еще до проектной сессии. Нужно также уметь задавать неприятные вопросы: к примеру, когда проект начинает «юлить», когда люди хотят его продать, а не развивать, — это нужно видеть заранее. Такая определенность ставит на места многие вещи, и инвестор понимает, что конкретно ему предлагают. Полезно также спросить, какова задолженность по заработной плате. Иногда людям настолько нужны деньги, что им не важно, кто будет инвестором. Иногда приходится людей с облаков снимать, поскольку планы у них более чем грандиозные. Часто продается идея, то есть будущий доход, шкура неубитого медведя. Нужно понимать мотивы участников команды, выделить ключевых людей, без которых проект не будет работать.

BG: Считается, что в России инвесторы чаще, чем на Западе, требуют контрольный пакет акций. С чем это связано?

Д. 3.: Человек не может рисковать, направляя в проект свои деньги. Он понимает, что несет огромные риски, если в команде нет планирования. Деньги могут просто «проесться», и дохода не будет. А для чего нужен этот бизнес, если нет дохода? На вопрос «Сколько денег вам нужно?» редко следует внятный ответ и предоставляется план действий, смета доходов и расходов. Вопрос «На что вы собираетесь потратить деньги?» также вводит людей в ступор. Они обычно хотят сделать все и сразу.

BG: По вашему опыту, кто обычно стоит за успешными интернет-проектами — начинающие специалисты или профессионалы с большим опытом?

Д. 3.: В основном, конечно, приходят новички. С опытными стартаперами мы тоже общаемся, часто в качестве экспертов, они иногда и за советом начинают приходиться — это совместный процесс, когда мы друг другу помогаем. Но таких гуру единицы. Люди, которые имеют повторный опыт, обычно выходят на рынок проектов со стартапами, которые гарантированно принесут пусть не сверхприбыль, но стабильный доход. Бывают и огромные проекты с колоссальными инвестициями, приносящие прибыль за счет своего масштаба. Почему новички на слуху? Потому что на слуху оказываются те проекты, которые показали колоссальный рост, открыли новый рынок. Например, Twitter: если бы они пришли к нам с проектом, мы бы не дали им высокий рейтинг. С точки зрения бизнеса, возможно, этот проект и не приносит большой прибыли, а с точки зрения взлета на рынке он очень существенный.

BG: Как повлиял кризис на стартапы?

Д. 3.: Рынок радикально не изменился. Сместился интерес в сторону проектов в секторе b2b, потому что есть интерес к интернет-рекламе. Доля интернет-рекламы увеличивается в бюджетах крупных компаний, появляются соответствующие сервисы. Либо это новые рекламные сети, либо проекты SaaS — этот сектор встает на ноги. Появляется достаточно много проектов, предназначенных для совместной удаленной работы. Происходит диверсификация с учетом новых видов рекламы.

Изменилось отношение инвесторов к стартапам. Ждать будущего набора аудитории инвесторы уже не склонны. Все аккуратно и осторожно относятся к проектам, здесь значимость планирования очень возрастает. Мы учим стартаперов, что это очень важно.

BG: Какие типы инвесторов могут встретиться соискателю инвестиций?

Д. 3.: Я бы выделил четыре группы инвесторов. Первые — это финансовые инвесторы, компании, которые планируют размещать свои деньги для роста. Потенциально это венчурный инвестор, но так как они планируют размещение с определенной степенью риска и стремятся контролировать свои издержки, то обычно требуют как можно более тщательного планирования. Финансовый инвестор не лезет в оперативное управление проекта — ему легче отслеживать выполнение работ через какой-то план и совет директоров. Если у финансового инвестора имеется аппарат контроля инвестиций (речь обычно идет о контрольном пакете акций), тогда инвестор уже достаточно активно вмешивается в жизнь проекта. Это, наверное, самый удобный метод привлечения инвестора, но для этого нужна детальная проработка плана.

Отраслевые инвесторы иногда хотят диверсифицировать свой бизнес либо получить какой-то конкретный актив в свой холдинг. Обычно в случае актива речь идет о покупке всего стартапа целиком. Здесь проект может потерять свою самостоятельность только потому, что это есть в целях инвестора. Другой тип отраслевых инвесторов — те, кто берет проект себе под крыло, активно вмешивается в работу проекта. Это тоже нужно обговаривать, чтобы потом не возникло недопонимания.

Бизнес-ангелы — это доверительные инвесторы. Личное знакомство, личная проработка планов. Такое сотрудничество строится на эмоциональном общении, когда люди начинают друг другу доверять. Бизнес-ангел часто не просит детально проработанных планов.

Чистой воды венчурные инвестиции, когда проект просит денег в обмен на 5–10% акций, в России не существуют, поскольку у нас нет инфраструктуры для взаимодействия инвестора и проекта.

BG: С чем связана такая разница между российскими и зарубежными венчурными инвестициями?

Д. 3.: На Западе работает схема «4 + 3 + 2 + 1»: четыре проекта закроются, три проекта сработают в ноль, два продемонстрируют умеренную прибыль, а вот один «выстрелит» так, что покроет все убытки. За рубежом любой стартапер относится к своему проекту как к бизнесу, там менталитет такой — относиться к деньгам с должным уважением. У нас при такой схеме вложений 10 из 10 проектов были бы неуспешными. Также проблема у нас в непрозрачности бизнеса. Кроме того, у акционера за рубежом больше прав: менеджеру проекта приходится отчитываться перед любым миноритарием, а у нас такое требование воспринимается чуть ли не как вмешательство в личную жизнь.

BG: Как обычно происходит процесс диалога между соискателем инвестиций и инвестором?

Д. 3.: Стартап обычно вообще не задумывается об инвесторе. Команде нужны деньги, а за деньгами они не видят инвестора. Инвестор с ходу начинает задавать неприятные вопросы: кто у вас в учредителях, что вы обещали команде, чего хотите сами и т. д. А в стартапе считают, что лезут рыться в их грязном белье, тогда как инвестору важно узнать историю проекта.

BG: Что нужно делать команде стартапа, чтобы выбрать правильного инвестора?

Д. 3.: Проект, у которого есть четкие планы разработки, прикидки по доходам и расходам, ищет себе финансового инвестора. Проект же без планов обречен искать венчурного инвестора. Необходимо относиться к деньгам инвестора как к своим. В команде важны решимость заниматься проектом и четкое определение цели: нужно ли продать проект и получить деньги или же оставаться в проекте и развивать его. Инвестор любит четкость, любит, когда к нему приходят с деловым предложением.

Беседовала АНАСТАСИЯ ЛОЛУА

