



БИЗНЕС НАСТУПАЕТ Интернет не стоит на месте: развитие новых технологий неминуемо влечет за собой создание проектов, использующих эти технологии. Часто такие стартапы предлагают инновационный подход к привычным задачам, возникающим перед современным сотрудником компании, руководителем или фрилансером.

Не секрет, что с наступлением кризиса рекламные бюджеты компаний существенно «похудели»: ранее организации могли позволить себе значительные траты на различного рода рекламу, теперь же деньги на подобные цели выделяются по остаточному принципу. Для среднего и малого бизнеса, таким образом, интернет остается единственной средой, где рекламная деятельность возможна. Более того, реклама в интернете, в отличие от более традиционных видов информирования покупателя о продуктах и об услугах, во многих случаях гарантирует детальную отчетность об аудитории, просмотревшей контекстную рекламу, баннер или ролик. Аделя Рзаева, коммерческий директор агентства интернет-рекламы MediaStars, считает, что портрет рекламодателя существенно изменился за последние месяцы: «Тенденция налицо — рекламодатель научился считать деньги и думать об эффективности вложений в рекламу. Это работает на пользу всему рынку, увводя бюджеты туда, где они действительно работают».

Активизация рынка интернет-рекламы дала начало множеству стартапов, специализирующихся на продаже рекламных площадей. Как правило, такие проекты объединяют в сеть несколько площадок, предоставляя рекламодателю широкие возможности размещения информации о продуктах и об услугах. Поскольку аудитория сетевых ресурсов варьируется, компания может самостоятельно выбрать размещение на тех сайтах, где аудитория наиболее соответствует целевой. Иногда такие рекламные сети практикуют единую цену на всех площадках, обеспечивая еще большую свободу выбора.

СТРАСТИ ПО СЕРВИСУ Менее очевидная, но от этого не менее актуальная тенденция, которую отмечают практически все компании, — снижение расходов на инфраструктурные технологии. По данным агентства Gartner, в среднем организации стали тратить на IT на 3,8% меньше, чем ранее. Концепция SaaS (Software as a Service — программное обеспечение как услуга) позволяет сократить траты, обеспечивая тот же уровень обслуживания. О подходе SaaS рассказывает Андрей Шабанов, управляющий директор UCMS Group СНГ: «Одна из задач аутсорсинга — передать профессионалам выполнение неключевой для компании деятельности. Используя SaaS, заказчик передает все функции по размещению и администрированию процесса на плечи провайдера услуги. Поскольку поддержка IT-систем редко является ключевой компетенцией компании, различные IT-процессы чаще всего передаются на аутсорсинг и заменяются SaaS. При этом компания достигает существенного повышения качества данного процесса и во многих случаях сокращения затрат».

Подход SaaS в симбиозе с технологиями Web 2.0 часто используется для автоматизации процессов ведения бизнеса и контроля за проектами. В частности, в российском сегменте интернета появилось множество проектов для совместной работы, в том числе и ориентированных на западный рынок. Как отмечает Андрей Шабанов, развитие подхода SaaS в России следует по стопам зарубежной модели: «В западной IT-индустрии SaaS-поставщики уже определили свою нишу: они занимаются разработкой систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), систем управления персоналом (HRM), а также решений для управления проектами и совместной работы. Оказалось, что именно эти классы решений лучше всего укладываются в концепцию SaaS и охотнее всего покупаются заказчиками. Скорее всего, российский SaaS-рынок пойдет по схожему пути развития», — отмечает Шабанов.

ИНВЕСТИЦИИ — НА СТАРТ По данным рейтингового агентства Startupindex, в российском сегменте интернета есть множество проектов, обладающих высокой инвестиционной привлекательностью. Стартапы в этой категории крайне разнообразны, но их объединяет высокая мотивация команды, открытость к изменениям и понимание картины рынка. Безусловно, данный рейтинг не является рекомендацией инвестировать в компанию или проект, но тем не менее отображает достаточно полную картину российского рынка инвестиций в интернет-стартапы.

РЕЙТИНГ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПО ВЕРСИИ STARTUPINDEX

«СТРАНА СМЕШАРИКОВ»

Рейтинг: **A** (умеренно высокая инвестиционная привлекательность). Сайт: www.smesharki.ru Крупнейшее в России интернет-пространство для детского общения. Зарегистрированный пользователь может изменять облик и имя своего персонажа, а также общаться с друзьями, дарить им подарки, оставлять сообщения в их персональном пространстве на сайте. Фактически проект представляет собой детскую социальную сеть с множеством дополнительных функций и родительским разделом. Существенная аудитория проекта обусловлена прежде всего популярностью персонажей, представляющих проект, в детской среде.

«МЕГАПЛАН»

Рейтинг: **A** (умеренно высокая инвестиционная привлекательность). Сайт: www.megaplan.ru Проект предлагает программное обеспечение, предназначенное для самых разных аспектов жизни делового человека: от управления бизнесом до совместной работы и рас-

«СЕКТОР СТАРТАПОВ ПОЛУЧАЕТ СЕЙЧАС ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СТИМУЛЫ К РАЗВИТИЮ»

BUSINESS GUIDE: Что необходимо начинающему проекту для успешного старта, завоевания сегмента на существующем рынке или создания своего?



АЛЕКСАНДР КАШИРИН: Успех стартового инновационного бизнеса зависит от многих факторов: от ценности и качества самого продукта или услуги, выводимой компанией на рынок, рыночного окружения, состава команды, реализующий проект, и т. д. Отраслевые показатели прибыли являются лишь ориентирами, причем в случае реального успеха проекта плановые результаты многократно перекрываются. Разумеется, на каждом этапе развития экономики есть отрасли, растущие намного быстрее, — ситуация, когда «прилив поднимает все лодки».

До недавнего времени активно развивалась IT-отрасль, где было проинвестировано множество стартапов. Сейчас из-за кризисных явлений и стремления предприятий к оптимизации затрат возможно предположить развитие энергосбережения и альтернативной энергетики. По-прежнему хорошие перспективы имеет IT-отрасль, мобильный интернет, мобильный контент, поскольку этот рынок продолжает активно развиваться.

Конечно, шансы на успех зависят и от капризов «погоды» на рынке. Однако наша практика показывает, что успех приходит только к тем, кто готов к этому успеху и получению необходимых для этого инвестиций. Предприниматель должен не только верить в успех, что очень важно, но также в деталях чувствовать схему воплощения своей идеи в жизнь, знать «узкие места» своего проекта, способы их преодоления и быть готовым обсудить их с потенциальным инвестором на языке бизнеса.

BG: Каковы критерии успешного инвестиционного проекта?

A. K.: Во-первых, в рамках проекта должны быть очень четко определены основные параметры проекта: продукт и рынок, защищенное конкурентное преимущество, в том числе наличие ноу-хау или охранных документов на интеллектуальную собственность, команда, детально просчитанная бизнес-модель проекта.

Во-вторых, под проектом должны чувствоваться реальные перспективы: рост рынка, причем преимущество имеет рынок, растущий более чем на 15% в год, а также многообещающие финансовые результаты — для проектов ранних стадий следует рассматривать доходность на инвестиции не менее 70% годовых. Все данные хорошо смотрятся только в случае их надежного обоснования. Следует помнить, что для венчурного инвестора или бизнес-ангела моментом фиксации прибыли является «выход» из проекта, то есть продажа доли в компании после роста ее капитализации, вызванного быстрым развитием. В инвестиционных документах должны быть приведены как обоснованный анализ возможностей «выхода», так и правдоподобный расчет выручки инвестора. Инвестора интересует возврат начинающей суммы, в пять раз превышающей вложенный капитал за три-пять лет.

В-третьих, должна быть заложена этапность проекта, то есть возможность предоставления инвестиций в несколько раундов. Это уменьшает риски инвестора — в случае появления неудачи он может прекратить финансирование без потери крупных объемов денежных средств. Завершение этапов — это естественные точки мониторинга развития проекта.

BG: Считаете ли вы, что на данный момент условия для развития малого бизнеса в России благоприятны? На какую господдержку могут рассчитывать стартапы?

A. K.: Можно сказать, что малый бизнес развивается, преодолевая огромные преграды. Если говорить о малом инновационном бизнесе, то к этому добавляются отсутствие

адекватных инвестиционных механизмов в виде бизнес-ангелов, «посевных» фондов, грантового госфинансирования на ранних стадиях развития компаний. По оценкам специалистов, на «посевной» стадии недостает 100 млрд руб. Число бизнес-ангелов в России в тысячу раз меньше, чем в США, где их около 250 тысяч.

Безусловно, кризис и сопровождающее его реструктурирование многих рынков открывают «окна возможностей» для малого бизнеса, в том числе инновационного, и прежде всего в IT-сфере. Однако в том, что касается финансирования, благоприятного климата еще нет. Следует четко помнить, что ни банки, ни фонды прямых инвестиций не финансируют «посевные» предприятия. Для получения финансирования начинающий предприниматель может обратиться лишь в государственные фонды и программы поддержки, такие как Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Федеральная целевая программа Роснауки, попытаться получить средства поддержки в рамках региональных программ или поискать частного инвестора в сетях или ассоциациях бизнес-ангелов, например, у нас в СБАР. Однако для заметного прорыва в этом направлении, как показывает мировая практика, необходима государственная программа по созданию частно-государственных «посевных» фондов.

По нашему опыту работы в сегменте «посевных» предприятий, ориентированных на внедрение инноваций, IT-сектор среди поступающих к нам проектов преобладает. Учитывая эту тенденцию, СБАР, Microsoft и Intel стали соорганизаторами IT-альянса — инициативы, направленной на совместный поиск и отбор проектов, доведение их до «инвестиционного качества» и представления их инвесторам. Наши партнеры помогли нам серьезно повысить экспертизу, будучи ведущими игроками мирового IT-рынка. **BG:** Достаточно ли инновационной идеи для развития стартапа в успешное пред-

приятие, может ли новичок справиться с такой задачей или необходима экспертиза в данном поле деятельности?

A. K.: Бывает по-разному, и нам очень сложно ранжировать успешных предпринимателей на основе их «стажа». Безусловно, поскольку мы даем рекомендации по инвестированию частных средств, опытные предприниматели для нас предпочтительнее. Хотя и начинающим мы также подходим серьезно и вдумчиво. У нас есть четкое видение основных качеств инновационного предпринимателя, вне зависимости от его возраста.

Во-первых, это преданность идее, вера в успех, сильное желание добиться поставленной цели. Предпринимателю нужно изо всех сил пытаться «продвинуть» проект самому еще до начала финансирования, например, изыскивая возможность получения ряда услуг бесплатно или по бартеру, финансируя начало работ из собственных средств. Это выступает сигналом для инвестора, что предприниматель верит в свою идею. Вообще, чем больший путь предприниматель пройдет сам, тем на более выгодных условиях ему будут предоставлены инвестиции в силу снизившихся рисков.

Во-вторых, коммуникабельность и стремление устанавливать контакты. Активные действия соискателя инвестиций помогут приобрести полезные контакты, возможности, знания, которые «удешевят» процесс достижения цели.

В-третьих, положительный опыт ведения любого бизнеса — это также очень хороший сигнал для инвестора о том, что соискатель инвестиций имеет необходимый для осуществления бизнеса опыт. Если опыта нет, то мы пытаемся помогать начинающим предпринимателям его получить, и тогда решающим критерием становится его готовность учиться, переучиваться, менять свои подходы и представления.

В-четвертых, это надежность. В проект, основателю которого нельзя доверять, вкладываться нецелесообразно.

BG: Требуется ли стартапу ежедневный контроль или команда часто проявляет ответственность?

A. K.: Что касается контроля, то мы за золотую середину. Мы готовы предоставить начинающим предпринимателям помощь и наставничество во всех аспектах развития бизнеса. Мы не считаем, что нужен слишком уж сильный контроль, поскольку надежные предприниматели в нем не нуждаются, а с другими мы предпочитаем дела не иметь. Конечно, должны быть стандартные процедуры отчетности перед инвестором с рассмотрением финансовых документов. Но контроль не должен быть назойливым, в случае если предприниматель работает добросовестно и его действия согласованы с инвестором.

BG: Как, по вашему мнению, кризис повлиял на продажи и покупки малого бизнеса?

A. K.: Начинающим предпринимателям, безусловно, стоит действовать, причем именно сейчас сектор стартапов получает дополнительные стимулы к развитию. Происходящие изменения в экономике уже меняют структуру многих рынков. Уход крупных игроков или сокращение их доли рынка открывает возможности для развития новых предприятий, которые в силу своей молодости и гибкости быстро приспособятся к изменившейся структуре спроса. Эти компании будут вынуждены развиваться в жестких условиях, что «отшлифует» предпринимательские качества команд и приведет к развитию конкурентоспособных продуктов и нетривиальных бизнес-моделей. Например, стимул получают проекты, сфокусированные на оптимизации технологий производства, минимизации издержек и себестоимости продукции. Мы четко видим спрос на антикризисные направления — электронную коммерцию (получившую стимул к развитию в связи с кризисом в ретейле) и решения по IT-оптимизации бизнес-процессов. И число таких проектов, находящихся в нашем поле зрения, уже возрастает.

Беседавал ИВАН БЛЮМ

ИНВЕСТОРЫ