Виктор ВЕРНОВ,
сооснователь
финтех-платформы ROWI

Финтех без шоу, но про бизнес: как изменился рынок и чего ждут инвесторы

Материал о том, как сегодня развивается финтех в России: с акцентом на реальные потребности бизнеса, большие данные и интеграцию с торговыми площадками. Опытом и видением рынка делится Виктор Вернов, сооснователь финтех-платформы ROWI.

Российский финтех-рынок отражает глобальные тренды: меньше венчурного азарта, больше прагматизма. При этом количество и качество инвестиционных сделок говорит о смене приоритетов: инвесторы делают ставку не на громкие идеи, а на устойчивые и понятные бизнесы. В отличие от западных рынков, в России исторически не наблюдалось «финтех-бума». В этой индустрии не было «шальных» денег или «перегретых» раундов, на рынке стабильно существуют компании, которые с самого основания опираются на обоснованную юнит-экономику и здоровую финансовую модель.

— Быть финтех-компанией в России: сложно ли это? И как сегодня выглядит рынок?

— Скорее, не сложно, а интересно. Сегодня на российском рынке достаточно много возможностей для развития финтех-направлений. Есть значительный спрос бизнеса и государства на автоматизацию, перевод финансовых услуг и сервисов в цифровой формат. Подобная трансформация ведения бизнеса меняет сам рынок, и все мы сталкиваемся с рядом новых вызовов: от регуляторной неопределенности до дефицита квалифицированных кадров и конкуренции. Финтех-бизнес, готовый к быстрой адаптации, способный создавать реальную ценность в новых рыночных нишах — как для клиентов, так и для партнеров, — всегда очень востребован.

Основное внимание ранее уделялось розничным решениям и рынку B2C, сегодня финтех-фокус все больше смещается в сторону улучшения работы самого бизнеса и B2B-решений. Много перспективных проектов работает в B2B-сегменте, их решения ориентированы преимущественно на массовый сегмент — малый и средний бизнес. Особенно востребованы инфраструктурные решения и направления для автоматизации платежей и взаиморасчетов. Как правило, это «self-service»-решения, призванные снижать операционные затраты компаний. Этот тренд связан с несколькими факторами: во-первых, активным курсом государства на цифровизацию; во-вторых, поколенческими изменениями в ментальности предпринимателей. Новый B2B-клиент — это миллениал, выросший на технологиях и удобном розничном сервисе, он ожидает такой же высокий уровень сервиса от партнеров по бизнесу в корпоративной сфере.

Много перспективных финтех-проектов работает в B2B-сегменте, их решения ориентированы преимущественно на массовый сегмент

— Чего хотят инвесторы, и что должны иметь в виду B2B-компании на финтех-рынке?

— B2B-финтех работает над задачами бизнеса по сокращению издержек, ускорению внутренних процессов, снижению рисков. Как этого достичь? Один из способов — фокусироваться на интеграции данных и предложений в пользовательский путь клиента. Платформа ROWI так и делает. В этой логике финтех-продукт внедряется в существующую инфраструктуру компании клиента или партнера, а клиентская база растет органически за счет соответствия предложения контексту клиента, удобства получения им продукта. При таком подходе финтех быстрее демонстрирует динамику выручки, формирует пул повторяющихся заказов и становится фактором повышения лояльности клиента.

Чтобы сегодня быть успешной финтех-компанией, недостаточно амбиций и наличия развитых технологий. Требуется логичная бизнес-модель и подтвержденная юнит-экономика, понимание клиента и ниши, в которой компания работает, способность адаптироваться под потребности рынка. Инвесторам сегодня интересны проекты с позитивной экономикой и перспективой масштабирования. И оценка идет по результату, а не обещаниям. Фокусировка на конкретной рыночной нише или решении, наличие конкурентного преимущества, которое сложно скопировать, — все это делает проект более устойчивым.

Основатели финтех-компаний, ориентированных на B2B, чаще имеют опыт в финансах, IT и бизнесе. Это повышает шансы на осознанный подход к развитию, поэтому B2B-финтех как сегмент привлекателен и для инвестора. Здесь можно более системно оценить рынок, конкуренцию, воронку продаж и жизненный цикл клиента. Такие проекты реже «перегорают» — поскольку меньше зависимость от хайпа или краткосрочных трендов.

B2B-финтех работает над задачами бизнеса по сокращению издержек, ускорению внутренних процессов, снижению рисков

— Как возникла идея создания финтех-платформы ROWI? Какую миссию вы определили для компании?

— Идея возникла в 2018 г. Мы с партнерами тогда уже имели опыт работы в банковском секторе и понимали, что для многих компаний в торговом сегменте доступ к классическому банковскому кредитованию ограничен. У таких бизнесов часто нет значимого имущества, на которое можно было бы опереться при получении кредита. Но это не маргинальные заемщики — просто им для торговой деятельности не требуется копить на балансе залоги.

Мы увидели, что таких компаний очень много, а их ключевой актив — дебиторская задолженность. Потребность клиентов в финансировании в обмен на дебиторскую задолженность привела к концепции платформы, которая бы собирала, агрегировала и оценивала информацию об этой задолженности с целью дальнейшего оборотного финансирования. Мы верили в успех такой модели работы и поэтому сразу строили платформу, которая не только работает с данными, но и предоставляет финансирование — такова конечная потребность клиента.

Миссия с самого начала была простой: открывать новые возможности для малого и среднего бизнеса — быстро и с высоким уровнем сервиса. Мы видим, что у МСБ достаточно разумных бизнес-идей, но часто не хватает финансовых ресурсов для их реализации, поэтому помогаем им.

— Кто является вашей целевой аудиторией? Как вы определяете ее потребности?

— Наша основная аудитория — малый и средний бизнес. Причем важно упомянуть: мы работаем и с компаниями, и с людьми внутри них. Это владельцы, директора, те, кто сам принимает решения, ведет переговоры и отвечает за финансы. Они привыкли к качественному цифровому опыту, который сформировался в розничных банках, и ждут такого же уровня обслуживания в B2B-сегменте.

Они хотят получать финансирование тогда, когда им это нужно, в понятной форме, без бюрократии и с прозрачными условиями. Мы стремимся сделать так, чтобы юридические лица получали такой же уровень сервиса, как и физические: быстро, удобно, с ясной обратной связью.

При этом мы работаем не с маргинальными заемщиками, а с теми, о ком можем собрать достаточный объем информации — на основе их участия в торговых процедурах на тендерных площадках, исполнения ими контрактов и общего цифрового следа. Это помогает нам более точно оценивать риски.

— Расскажите подробнее о продуктах и технологиях ROWI. Чем вы отличаетесь от других игроков на рынке?

— Наш основной продукт — факторинг: мы финансируем дебиторскую задолженность компаний. Если компания уже оказала услугу или поставила товар, но оплату по контракту получит позже, мы можем закрыть возникающий кассовый разрыв, выкупив у нее право требования. Это позволяет бизнесу наших клиентов поддерживать оборотный капитал и не терять темп развития. С другой стороны, компании-заказчики, переводящие своих поставщиков на факторинговое финансирование с нами, также получают выгоду в виде возможности

увеличения отсрочек платежа по контрактам, а также имеют возможность расширять пул качественных поставщиков на более привлекательных для них условиях.

По количеству активных клиентов мы входим в топ-5 игроков рынка факторинга России. Конкурируя в данном продукте с крупнейшими банками страны, ROWI сохраняет темпы роста на высоком уровне. Причина в том, что мы встраиваемся напрямую в бизнес-процессы наших клиентов. Например, когда клиент участвует в тендерных процедурах, по итогам торгов он получает от нас предложение о финансировании конкретно по данному контракту прямо в интерфейсе электронной площадки. Мы не ждем, пока клиент сам обратится к нам и оставит заявку, — мы предлагаем продукт в уместной для него точке бизнес-процесса.

Подобная технология применима не только в госзаказе, но и в сегменте поставок на e-com-маркетплейсах. Мы анализируем данные о продажах в реальном времени и можем формировать индивидуальные предложения, исходя из поведения клиента и текущей рыночной ситуации. Это и есть наше конкурентное преимущество.

Мы активно развиваем направление аналитики. Для примера, система ROWI точно знает в цифрах, кем и сколько продано сковородок или футболок сегодня на маркетплейсах, сколько продавцов выходит на рынок и сколько из них останутся в бизнесе через год-два. Это дает нам возможность с высокой точностью прогнозировать продажи конкретного клиента. Такой уровень детализации позволяет делать релевантные предложения для каждой компании, исходя из ее положения и показателей.

— Какие у ROWI планы на будущее? Что нового вы готовите?

— ROWI — уже зрелый финтех-бизнес, а значит, наш фокус на масштабировании. В 2024 г. часть капитала ROWI выкупила группа Т-Банка, как следствие, у нас появился ряд новых возможностей синергии с клиентской базой банка. Будучи уже крупным игроком на рынке факторинга, мы нацелены на ежегодный кратный рост, в том числе за счет интеграции с инфраструктурой Т-Банка. Цель — дать возможность клиентам получать наши услуги напрямую через свои расчетные счета.

Кроме того, мы активно развиваем продуктовое направление и сервис под отдельным брендом, известным на рынке как Sellplus, предназначенным специально для финансирования бизнеса селлеров — компаний, продающих свой товар через витрину крупных e-com-маркетплейсов. Сегодня это динамично растущий сегмент рынка с четко выраженной потребностью в оборотном капитале, и мы предлагаем для него специализированный продукт.

Мы также тестируем решения в сфере BNPL (англ.: «Buy Now Pay Later» — «Покупай сейчас, плати позже») или, как это принято называть на B2C-рынке, «рассрочки», которую мы начали интегрировать в систему оплат B2B-заказов наших партнеров, владеющих собственными интернет-магазинами. Мы предоставляем рассрочку их покупателям и берем на себя все риски. Тем самым мы помогаем им достигать роста продаж, увеличения среднего чека, а также снижаем ряд операционных затрат, повышая скорость сделок с бизнес-клиентами. Это новое направление, но уже сегодня мы видим на рынке устойчивый интерес к нему.

— В июле вы разместили выпуск коммерческих облигаций на 2 млрд руб. Расскажите подробнее об этом выпуске.

— Для нас это уже третий выпуск облигаций и второй — коммерческий. Всего в обращении у нас бондов на 7 млрд руб. Мы пошли по пути дифференциации — сделали ставку на ультраликвидность. По нашим бумагам предусмотрена ежедневная индексация номинала с возможностью обратной продажи бумаги эмитенту — при доходности выше ключевой ставки инвестор может выйти из бумаги в любой момент, фактически получая доходность выше, чем на денежном рынке, но с сопоставимым уровнем ликвидности.

Это редкий инструмент для российского рынка, но он оказался востребованным. Мы хотели, чтобы инвесторы видели понятный механизм заработка: каждый день номинал облигации растет, а средства можно забрать в любой момент. Это делает продукт удобным не только для институциональных инвесторов, но и для широкого круга профессиональных участников.

— Планируете ли вы продолжать работать с инструментами ЦФА?

— У нас был один тестовый выпуск ЦФА. Мы рассматривали его как часть стратегии по диверсификации. Рынок ЦФА пока скорее нишевый, ориентирован на квалифицированных инвесторов и «клубные» сделки. При этом мы понимаем, что у этого направления есть значительный потенциал. В перспективе долги или активы действительно могут «переупаковываться» в ЦФА в массовом формате. На текущем этапе мы видим больше ценности в развитии облигационных программ, которые обеспечивают большую гибкость и позволяют охватить более широкий круг инвесторов.

ROWI — уже зрелый финтех-бизнес, а значит, наш фокус на масштабировании