

ФОТОБАНК ВАРТІСТЮ \$100 МЛН

Український *Depositphotos* входить до п'ятірки найбільших фотобанків світу і є однією з найбільш відомих на Заході українських ІТ-компаній. Засновник проекту Дмитро Сергєєв оцінює його в \$100 млн. У колекції фотобанку — понад 55 млн фотографій, а його послугами користуються 3 млн користувачів-платників із 192 країн світу.

На запуск *Depositphotos* підприємець Дмитро Сергєєв витратив понад \$1 млн. Перед тим як заснувати свій найуспішніший проект, Сергєєв пробував розвивати бізнес у найрізноманітніших напрямках: від торгівлі китайськими спортивними костюмами до арбітражу інтернет-трафіку і створення одного з найбільших у світі файлообмінників. «Я справжній авантюрист і серійний підприємець, — розповідає Дмитро. — Людина, якій спокійно не живеться, яка весь час у стресі й шукає щось нове».

ПЕРЕДІСТОРІЯ ПРОЕКТУ

Сергєєв народився й виріс у місті Ярославлі в родині акторів, але надовго в Росії не затримався. На другому курсі він кинув вивчати політологію в університеті і з головою поринув у світ бізнесу дев'яностих. Бізнесмени того часу поділялись на дві категорії: одні за безцінь скуповували підприємства й закладали підґрунтя для багатомільйонних статків; другі робили швидкі гроші на торгівлі товарами широкого вжитку (технікою, одягом, імпортними продуктами).

Сергєєв належав до другої категорії. Після розвалу Союзу до пострадянських країн ринув потік дешевих імпортованих товарів, і зголоднілі за роки дефіциту люди буквально змітали їх з полиць. Десятки тисяч колишніх студентів, учителів, будівельників в одну мить стали підприємцями і заробляли на тому, що за Радянського Союзу називалося спекуляцією і каралося кримінальним кодексом.

«У дев'яності роки люди мчали до Польщі з одними товарами, а поверталися з іншими. Туди я віз якесь залізничяччя, а назад — спортивні костюми, і це дуже захоплювало. Набагато цікавіше, ніж навчання в університеті. Хотілося жити, хотілося грошей, хотілося щось робити», — розповідає Д. Сергєєв в інтерв'ю «Економічній правді» [1].

Після Польщі Сергєєв почав працювати з Китаєм — туди везли радянські ковзани, а назад — ті самі спортивні костюми. «За своє життя я займався найрізноманітнішими проектами, і всі вони були в дусі часу й простору, у якому ми жили. Головне, що вони давали прибуток», — згадує він.

За певний час Сергєєв із друзями відкрив кілька нічних клубів. «Люди приходили до нас танцювати, — каже підприємець, — а політики просили нас казати їм у мікрофони те, що вони хотіли чути. Ми не казали, ми бунтували, нас закривали, і все починалося спочатку. Ви знаєте, як складно було наприкінці дев'яностих і на початку двохтисячних. Бандити, рейдери, продажна міліція, але все одно було весело...»

Але незабаром дев'яності закінчились, і настав час шукати нові можливості для заробітку. На зміну торгівлі костюмами та ковзанами прийшла торгівля трафіком. У 2001—2002 роках Сергєєв із партнером відкрили біржу, що торгувала трафіком. Саме тут Дмитро заробив свій перший мільйон, який вклав у наступні інтернет-проекти.

Ще за два роки він приїхав до Києва в гості до свого друга Фагота з ТНМК і... залишився там жити. «Це був 2003 рік, усе вирувало. Я тоді шалено закохався в одну жінку, залишився з нею, а потім уже закохався і в Україну», — згадує бізнесмен.

У 2005 році Сергеев запустив один із найбільших у світі файлообмінників *Depositfiles*. На піку популярності його сайт входив у топ-100 найбільш відвідуваних інтернет-сайтів у світі за версією *Alexa.com*: на нього 30—40 млн унікальних відвідувачів на місяць щодня завантажували десятки терабайтів інформації. У той час файлообмінники були повністю легальними й інших способів обміну файлами між користувачами не існувало. Створювачі таких сервісів сповідували те, що обмінюватися файлами в Інтернеті можуть усі, хто бажає, і в разі порушення авторських прав виробники контенту повинні висувати претензії не сервісу обміну файлами, а користувачам.

Але в реальності все було навпаки: власники контенту почали відстоювати свої права, і файлообмінні сервіси щодня отримували сотні листів від юристів різних компаній із вимогами видалити їхню власність. «Щодня ми видаляли мільйони файлів. Ми наймали юристів, виписували спеціальні акаунти для правовласників, і вже тоді було видно, що чогось доброго годі й чекати», — розповідає Дмитро. Він не приховує радості, що йому вдалося вчасно знайти покупця на цей проект і зайнятися новим бізнесом. «Я завжди намагався відходити від сірих моделей і рухатися в бік білого бізнесу», — зауважує Сергеев.

Він продав бізнес дуже вчасно — за півроку до цькування файлообмінних сервісів долучилися ФБР та Інтерпол, почалося кримінальне переслідування власників подібних інтернет-ресурсів. Багато з них, наприклад власник *MegaUpload* Кім Дотком, були заарештовані.

Наприкінці 2016 року щоденна аудиторія *Depositfiles* скоротилася в кілька разів і зараз становить 14 млн користувачів на місяць. Суму продажу проекту Сергеев не розголошує, але зауважує, що це були досить скромні гроші — фактично вартість програмного коду і бренду. За даними українського *Forbes*, ця сума могла становити \$ 10 млн. Ще до запуску *Depositphotos* Сергеев багато експериментував із клонами популярних сервісів — пробував повторити успіх *ВКонтакте*, запустити копію *YouTube*, сервіс мікроблогів, сайт відгуків про бренди та багато інших. Та після продажу *Depositfiles* він вирішив зосередитися на створенні фотобанку з подібною назвою — *Depositphotos*.

У той час на ринку вже було кілька великих гравців. Першим у світі сервісом, який масово продавав фотографії через Інтернет, став заснований канадцем Брюсом Лівінгстоном у травні 2000 року американський *iStockphoto*. Згодом було запущено *Shutterstock*, *Fotolia*, *Dreamstime* і *Bigstock*.

Бізнес-модель таких сервісів полягає в тому, щоб дати фотографам можливість заробити на продажах своїх знімків кінцевим користувачам. Фотобанки є посередниками між двома сторонами й заробляють на комісіях із продажів. Фотографії продаються не ексклюзивно — один знімок може купити кілька сотень чи навіть тисяч користувачів, але за рахунок великого розмаїття й гігантської бази привабливість ексклюзивності втрачається. Завдяки цьому вартість однієї фотографії становить лише \$ 3—5, а не \$ 100, як це було до появи мікростоків.

ЗАПУСК І РОЗВИТОК DEPOSITPHOTOS

Ідеєю створити фотобанк Сергєєв зобов'язаний своїй дружині-фотографу. «Я сидів удома й роздивлявся приклади відомих фотобанків, — розповідає підприємець в інтерв'ю «Економічній правді». — Раптом підходить Оля і каже: «О! То я з ними працюю, іноді їм файли заливаю на продаж». Ми вирішили робити щось, внутрішньою структурою схоже на попередню модель файлоховищ. Для реалізації запросили дизайнера Ігоря Калюжного, який продавав свої роботи через *Shutterstock*. Він, власне, сам у підвалі, в окремому кабінеті робив усе з основ. Він айтишник, вправний дизайнер і просто розумна людина з гарним смаком. Мені взагалі дуже щастить із людьми. Я вважаю, мій головний плюс — уміння зібрати команду класних людей навколо себе. Я дуже вдячний їм за те, що вони долучилися до мого бізнесу...» [2].

Внутрішня структура фотобанку була дуже схожа на файлообмінник, і Дмитрові не довелося довго шукати спеціалістів для запуску нового сервісу. Першими співробітниками *Depositphotos* стали розробники *Depositfiles*. «Ми швидко адаптували нашу команду під новий проєкт і почали працювати», — розповідає Сергєєв.