

# MĒRKIS - ' VĒRIENĪGS BUSINESS



Latvijā dzimušais jaunuzņēmums Tapcore, kas apkaro krāpšanos ar mobilo aplikāciju ieņēmumiem, apvienojas ar amerikāņu Airpush, kas ļauj nākamā gada pārdošanas apjomus plānot 50 milj. dolāru apmērā.

”

Tas ir tikai sākums, iesildīšanās. Gribu izveidot kaut ko tiešām lielu,

**STEFANS KEIŠS,**  
SIA TAPCORE DIBINĀTĀJS UN APVIENOTĀ  
UZŅĒMUMA AIRPUSH INC. VADĪTĀJS.

4.-5. lpp.

FOTO: IRITAVIS SKULJA, DIENASBIZNESS



**T**apcore nodarbojas ar pirātisma atklāšanu un monetizāciju mobilajās ierīcēs, stāsta Stefans Keišs, SIA Tapcore dibinātājs un apvienotā uzņēmuma Airpush Inc. vadītājs. Savukārt Airpush ir mobilo reklāmu kompānija, kuras risinājums ir integrēts vairāk nekā 300 tūkst. mobilo lietojumprogrammu. Apvienojot resursus, tehnoloģijas un pieredzi, abas kompānijas plāno izveidot jaunu risinājumu. «Mēs no iekšienes esam redzējuši problēmas, kas saistītas ar pirātismu un krāpniecību, kas pastāv visos mobilās reklāmas segmentos. Mūsu platforma vairāk nekā 20 tūkst. reklāmdaļiņu nodrošina efektīvu risinājumu, lai cīnītos pret pirātismu, kas ietekmē desmitiem miljonu lietotāju visā pasaulē. Tapcore palīdz risināt šīs problēmas, izmantojot labi īstenotu pieeju, kas papildina mūsu tirgus stratēģiju,» saka Ašers Delugs (Asher Delug), Airpush dibinātājs un izpilddirektors. S. Keišs uzskata, ka, apvienojot spēkus ar Airpush, kompānija kļūs par nozīmīgu spēlētāju globālā tirgū un būtiski palielinās iespēju piekļūt lieliem klientu skaitam.

**Nākamgad – 50 miljoni**

Apvienotais Tapcore un Airpush šī gada pārdošanas apjoms būs starp 15 un 20 milj. dolāru, bet nākamgad tie varētu būt 50 milj. dolāru. «Tapcore pirmā investora FlyCap partneris Jānis Skuteļis piebilst, ka tāds apgrozījums esot reti kuram Latvijā dzimušām jaunuzņēmumiem. FlyCap pirms gada ieguldīja 250 tūkst. Tapcore un šobrīd ir kļuvis par apvienotā uzņēmuma akcionāru. Tapcore uzņēmuma vadība ļoti veiksmīgi parāda ātrumu, ar kādu ir jāstrādā, kad viena gada laikā notiek trīs darījumi, no kuriem divi ir finansējuma piesaiste un viens – apvienošana. Ja gribi būt «vienradzis» un patiesi veiksmes stāsts, tad šis ir temps, kādā uzņēmumam ir jāattīstās,» spriež J. Skuteļis. Pagaidām Tapcore un Airpush vēl ir divas dažādas kompānijas un katra strādā savā virzienā. Notiek apvienošanās process, un drīzumā plānots ieiet tirgū ar jaunu produktu, par kuru pagaidām S. Keišs nestāsta, bet atklāj vien to, ka liek uz to lielas cerības. «Airpush savā laikā pelnīja kosmisku naudu ar jaunu reklāmas veidu telefonos – uz nirstošajiem paziņojumiem. Vēlāk Google Play to ieviesa līdzīgu risinājumu, kas Airpush produktu iznīcināja,» saka S. Keišs. Kompānija esot izdomājusi, kā atgriezties tirgū ar kaut ko līdzīgu. Šobrīd abos uzņēmumos kopumā strādā nedaudz vairāk kā 100 cilvēku. Tapcore nekad nav bijusi viena vieta, kur visi darbinieki strādātu kopā. Tāpat arī Airpush darbinieki atrodas dažādās pasaulē pilētās. «Droši vien saglabāsim šādu darba formātu, jo tas ļauj piesaistīt unikālus cilvēkus, ko neatrastu te vai ASV. Juridiski kompānija atrodas ASV,» teic S. Keišs.

**Interesē mērogs**

«Man nav principiāli svarīgi strādāt kādā konkrētā virzienā. Man interesē liels mērogs. Esam to atraduši. Ja pēc kāda laika saskatīšu iespējas citur, realizēšu sevi citā jomā,» viņš teic. Vaicāts par jaunuzņēmumu vidi Latvijā, S. Keišs norāda, ka pēdējo piecu gadu laikā ir vērojama ievērojama izaugsme, taču tā notiekot lēni. «Mazais tirgus ierobežo cilvēku domāšanu. Kontaktējies ar Latvijas jaunuzņēmumiem, esmu pārsteigts, ka viņi ir pārlaistīgi par to, ka piesaistījuši miljonu dolāru. Protams, Latvijas mērogs tā ir laba nauda, bet Amerikā tas nav nekā, pat ne sēklas raudis. Tāpat daudzreiz šķiet, ka tūkstošus eiro alga ir diezgan laba un, ja viņš kādreiz pelnīs desmit tūkstošus mēnesī, vares dzīvot kā karalis. Taču pasaulē cilvēki pelna arī desmit miljonus

**FAKTI Airpush Inc.**

- Nozare: IT, programmatūras izstrāde
  - Dibināts: 2017. g.
  - Komanda: 100
  - Atrodas: Rīgā un ASV
- AIRPUSH INC.



Tas ir tikai sākums, iesildīšanās. Mani interesē liels mērogs,

STEFANS KEIŠS, TAPCORE DIBINĀTĀJS.

**STARTUP**

# Latvijas Tapcore apvienojas ar amerikāņu Airpush

Abi uzņēmumi kopīgi strādā pie risinājuma, kas apkaro krāpšanos ar mobilo aplikāciju ieņēmumiem; apvienotā uzņēmuma nākamā gada apgrozījuma mērķis – 50 milj. dolāru

**VIEDOKLIS Lielākam mērogam**

**Alise Semjonova, Infogram līdzdibinātāja:**

Uzņēmumu apvienošana ir izaugsmes stratēģija. Ja apvienojusies uzņēmumiem ir līdzīgas vērtības un tie risina līdzīgas klientu problēmas, lielākais ieguvums ir iespēja darboties lielākā mērogā ar lielākiem resursiem un jaunām zināšanām. Katrs šāds piemērs ir veiksmīgs visai komūnai – Latvijas vārds kļūst zināmāks start-up kartē, rodas zināšanas un līdzekļi, ko, cerams, uzņēmumi nodod tālāk komūnai. Runājot par izcilinājumiem apvienošanās procesā, īstermiņā uzņēmumu integrācijas periodā ir darba procesu sakārtošanas grūtības, kā rezultātā var ciest produktivitāte. Pajet laiks, kamēr pierod pie dažādām uzņēmumu kultūram. Var rasties situācijas, kad uzņēmumu mērķi, produkti ir konfliktējoši.

**Atradiesies pretlīdzeklis**

**Aleksejs Mjalks, spēles Prime Peaks izstrādātājs:**

Pirātisms, protams, ir problēma. Mēs gan paši tik ļoti to neizjūtam, jo spēli izplatām bez maksas. Es personīgi būtu piesardzīgs ar dažādu DRM risinājumu lietošanu, jo bieži gadās, ka tie rada vairāk problēmu godrajiem klientiem, bet pirātiem – tikai iesaistīgas neērtības. Man arī ir šķēpe par to, cik ļoti var nomāskēt risinājumu, ko izmanto daudzi ja daudzi izstrādātāji. Tas padara pirātu dzīvi vienkāršāku – ja ir vienots DRM risinājums, tad atradiesies arī vienots pretlīdzeklis. Un nevajadzētu pārvērtēt iespējas nopelnīt ar intersticiālām reklāmām, it īpaši, ja tās mērķētos uz lietotājiem, kas tikko ir izvēlējušies nemaksāt par kārtējo spēli un vienkārši to nozagt.

**Nav aizliegts**

**Linda Renesāce, Sorainen zvērināta advokāta palīdze:**

Tapcore piedāvā mobilo lietotņu izstrādātājiem ievietot tajās kodu, kas atrod šo lietotņu pirātiskās versijas, piemēram, tās versijas, kuras ir lejuplādētas bez izstrādātāju atļaujas, un izvietoj tajās reklāmas, tādējādi ļaujot lietotņu piedāvātājiem gūt ienākumus. Ne intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības viedokļa šādu tehnoloģiju piedāvāšana un izmantošana Latvijā nav aizliegta. Vienlaikus mobilo lietotņu piedāvātājiem bieži ir saistošas personas datu apstrādes prasības, kas dažādās valstīs var atšķirties. Tapcore kods atklāj izstrādātāju pirātiskās versijas un to lietotājiem rāda pielāgotas reklāmas, kas ļauj secināt, ka šājos procesos visticamāk tiek apstrādāti pirātisko lietotņu lietotāju dati. Atkarībā no tā, kas ievāc datus, ievāktu datu saturu, to ievākšanas un izmantošanas veida, to izmantošanas apjoma un mērķa, uz lietotņu piedāvātājiem un Tapcore var attiekties personas datu apstrādes prasības. Šo prasību ieviešana ir jāizvērtē katrā situācijā individuāli, ņemot vērā minētos un citus apstākļus.

**Asprātīga ideja**

**Andrejs Kļaviņš, Next Game īpašnieks:**

Šī ideja man šķiet gana asprātīga un kā mēģinājums vērtīgs. Dati runās paši par sevi – būs vai nebūs reklāmas ieņēmumi. Protams, klasiskais risks ir tas, kādas kvalitātes auditorija rēķin reklāmu.

mēnesi. Uz to ir nedaudz bailīgi skatīties, jo tas ir grūtāk saprotams. Arī es esmu dzimis un audzis Latvijā, bet es esmu vairāk redzējis, un man gribas iet tālāk,» spriež S. Keišs. Runājot par to, cik liela nozīme viņa ambīcijās ir tam, ka šis nav viņa pirmais bizness, uzņēmējs teic, ka iepriekšējās kompānijas rada nenovērtējamu pieredzi, taču viņš labi atceras, ka jau no 13 gadu vecuma gribējis tiešām lielu biznesu. S. Keišam nav svarīgi, vai nopelnīs vienu vai desmit miljonus – galvenais ir izveidot tiešām veerīgiu biznesu. Pagaidām viņa skatījumā Tapcore un Airpush darījums vēl nav nekā tik liels. «Tas ir tikai sākums, iesildīšanās,» saka S. Keišs.

**Atrod, kā nopelnīt**

Šis S. Keišam ir jau ceturtais uzņēmums, un iepriekšējie bija saistīti ar spēļu izstrādi, no kuriem pēdējais bija saistīts ar spēļu izstrādi mobilajām ierīcēm. «Mēs publicējam jaunu spēli un bijām pārliecināti, ka tās rezultāti šausies debesis. Pēc mēneša oficiālā statistika liecināja, ka mums ir aptuveni 100 tūkst. lejuplādēšanas Google Play, bet mūsu pašu iekšējā statistika liecināja ko pavisam citu – 20 milj. lejuplādēšanas. Kaut kas negāja kopā. Sākām pētīt, kas par lietu, un sapratām, ka pirātiskie izplatītāji aizmirs «izgriez» kodu par mūsu iekšējo statistiku,» viņš stāsta. Uzņēmums turpināja pētīt tirgu, situāciju tajā. S. Keišs teic, ka ir kompānijas, kas piedāvā pirātisma aizsardzības programmatūru, bet tās nestrādājot, ko pierādā situācija gan mūzikas, gan video industrija. «Tas ir ļoti liels tirgus, legāli un pirātiskā saturu tirgus ir aptuveni vienāda lieluma,»



saka uzņēmējs. Pēc viņa teiktā, mobilo spēļu pirātisms esot attīstījies līdz ar viedtālrunu un Google pakalpojumiem. Lai viedtālruni būtu Google Maps, Google Play utt., telefona ražotājam esot jāmaksā 60 dolāri par licenci katram telefonam. Lieliem spēlētājiem, kuru telefoni maksā 800 dolārus, tā neesot problēma, bet ražotāji, kuru telefoni maksā 60 dolārus, to nevar atļauties un atsakās no Google lietotnēm. Taču telefonu īpašnieki atrod aplikāciju pirātiskās versijas citos kanālos. Tas noietok neprātīgā apjomā, jo lētie telefoni esot vislielākais tirgus segments – tos plaši lieto Indijā, Ķīnā, Latīņamerikā. «Pirātismu var piebremzēt, bet ne vairāk. Izdomājām – ja jau nevaram ar to cīnīties, varam ar to nopelnīt. Izstrādājām mazu programmatūras risinājumu, ko integrē pirātiskajā spēlē un rezultātā rādām reklāmas tiem, kas spēlē nelegālās versijas,» saka S. Keišs. Izrādījās, ka arī citi uzņēmumi saskaras ar šādām problēmām, tāpēc tika radīts publisks produkts. Viņš zina teikt, ka reklāmdevēji pērn globāli zaudēja 7,2 miljardus dolāru saistībā ar krāpšanos mobilajās, bet šogad zaudējumi varētu pieaugt līdz 16,4 miljardiem dolāru. Apvienošanās mērķis ir palīdzēt mobilajiem izstrādātājiem atgūt kontroli pār savu mobilo lietotņu biznesu un ieņēmumiem.

#### Lielāka uzticamība

«Augām katru dienu un vienā brīdī sapratām, ka tirgus ir liels un neierobežots, tāpēc vajag virzīties tālāk un daudz lielākā mērogā. Neskatoties uz izaugsmi, naudas tik un tā nepietiek. Iepazīnos ar Jāni no FlyCap un visai drīz vienojāmies par investīciju. Uzreiz, kad noslēdzām līgumu, par mums ieinteresējās Amerikas kompānija Airpush. Piesaistījām vēl finansējumu un aptvērām, ka šādā tempā augot Tapcore pēc gada vai pusotra būs lielāks par Airpush. Nolemām lieki negaidīt un sākām runāt par apvienošanu,» atklāj S. Keišs. Viņš gan norāda, ka finansējums netika piesaistīts tādēļ, ka kompānijai trūktu naudas, bet gan tādēļ, ka kompānijai bija svarīgi nopietni investori, kas būtu valdē, jo sarunās ar lieliem sadarbības partneriem tika secināts, ka viņiem ir svarīgi, kāds pirms viņiem jau ir ieguldījis uzņēmumā. J. Skutelis apliecina, ka ārzemju investori ir piesardzīgi pret ieguldīšanu citu valstu kompānijās, kur vēl neviens cits nav ieguldījis. «Process ar Airpush bija ļoti veikls – stāstījām, ka esam rūpīgi izvērtējuši uzņēmumu, esam regulēts fonds, valsts ir mūsu investors, portfeli ir 24 uzņēmumi. Tas ļāva viņiem pieņemt lēmumu ātrāk,» viņš uzskata. S. Keišs piebilst, ka šis ir klasisks vīstas un olas jautājums – kad uzņēmumā kāds riska kapitāla fonds jau ir ieguldījis, uzņēmums var kustēties ātrāk un daudz vieglāk piesaistīt nākamo finansējumu. Nākotnē Tapcore plāno akciju kotāciju biržā. «Kad esi privāts uzņēmums, arī vajag veidot attiecības ar investoriem, bet tas ir mazā mērogā. Birža uzņēmējam ir jauns izaicinājums, tas ir pilnīgi cits kompānijas pārvaldes veids,» saka S. Keišs. J. Skutelis piebilst, ka akciju emisija biržā arī ļauj iepriekšējiem īpašniekiem pārdot akcijas un piesaistīt papildu finansējumu. «Tagad ir daudz iespēju piesaistīt kapitālu – biznesa engēļi, pūļa finansējums, riska kapitāla fondi, bankas, birža. Tomēr Latvijā kapitāls ir dārgs. Piemēram, mums vajadzēja faktoringu, jo nauda no partneriem mums ieņāk 90 dienu laikā. Labākais piedāvājums, ko atradām Latvijā, bija 3% mēnesī, kas ir 36% gadā. ASV tas pats pakalpojums maksā 5% gadā. Atšķirība ir milzīga un kapitāla dārdzība ietekmē dažādu ideju attīstības tempu,» saka S. Keišs.

Anda Asere