



**SYNERGIS**

# **Методические рекомендации по анализу IСO: методика 4К**

Автор: Ирина Малашкевич

Май, 2018



|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| <b>Введение</b>                       | <b>3</b>  |
| <b>Концепт</b>                        | <b>3</b>  |
| White paper                           | 3         |
| Плагиат                               | 3         |
| Открытость                            | 5         |
| Рынок                                 | 5         |
| Бизнес-план                           | 6         |
| Конкурентный анализ                   | 6         |
| Описание технологий                   | 7         |
| <b>Команда</b>                        | <b>8</b>  |
| Анализ команды                        | 8         |
| Опыт                                  | 8         |
| Социальные сети членов команды        | 8         |
| Личная жизнь                          | 9         |
| Эдвайзеры                             | 9         |
| Социальные сети                       | 10        |
| Bitcointalk                           | 10        |
| Telegram                              | 11        |
| Facebook, Twitter, Вконтакте и прочие | 12        |
| Итоги по социальным сетям             | 12        |
| Публикации в СМИ и блогах             | 12        |
| <b>Коин</b>                           | <b>14</b> |
| Роли токена                           | 14        |
| Роли токена ODMcoin                   | 14        |
| SEC                                   | 15        |
| Распределение средств                 | 15        |
| <b>Код</b>                            | <b>16</b> |
| MVP                                   | 16        |
| Github                                | 16        |
| <b>Приложение</b>                     | <b>18</b> |
| <b>Алгоритм работы аналитика</b>      | <b>18</b> |
| Анализ сайта                          | 18        |
| Команда                               | 18        |
| Социальные сети и Интернет            | 19        |
| Анализ Whitepaper                     | 19        |
| Код                                   | 19        |
| Коин                                  | 20        |
| Дополнительно                         | 20        |
| Используемые инструменты              | 20        |



# Введение

Нынешний рынок ICO проектов мало чем отличается от классического потребительского рынка, где основные бюджеты сейчас составляет маркетинг. По разным прикидкам на маркетинг требуется 80-90% всего бюджета, который команда закладывает на проведение ICO. Эти цифры не очень радуют, потому что за деньги сейчас можно купить очень многое, о чем будет сказано ниже. Поэтому объективную оценку проекту выдать чрезвычайно сложно. Исходя из своего опыта, мы поделимся своими рекомендациями и инструментами, которые мы используем в анализе ICO проектов.

Мы оцениваем проекты по методике 4К. Напомним основные составляющие этого подхода:

- 1. Концепт**
- 2. Команда**
- 3. Коин**
- 4. Код**

А теперь более подробно о каждом пункте с примерами.

## Концепт

После большого количества успешно проведенных ICO в первой половине 2017 года, многие решили, что им совершенно обязательно нужно провести своё собственное ICO. Это не хорошо и не плохо, беда только в том, что многие ринулись на этот рынок, не имея качественного продукта или хотя бы прозрачной концепции. Рекомендации позволят провести анализ и оценить качество проекта.

## White paper

Наиболее подробно о концепции рассказывает документ - White Paper (WP).

## Плагиат

Чтобы не тратить время, рекомендуется сразу проверить уникальность текстов, входящих в этот документ. В Интернете есть несколько бесплатных инструментов



для этой задачи (см. [приложение](#)). Особое внимание стоит обращать на разделы, где описываются технологии, принципы работы и прочее.

Бывает, что неопытные команды или те, кто заинтересован лишь в сборе денег, крадут чужие идеи и выдают их за свои. А бывает воруют полностью весь контент вместе с оформлением. Пример:

**Оригинал:**



## Энергия воздуха

Температура охлаждённого воздуха из уникальной косвенно-регенеративной испарительной системы TESSO стремится к температуре точки росы в отличие от всех типов прямых испарительных систем (и так называемых косвенных, в которых способом охлаждения является прямое испарение, передающееся через теплообменник), где температура охлаждения стремится к точке мокрого термометра, и данная температура является их термодинамическим пределом.



Как вы видите на рисунке 3, разница между точкой А (температура, получаемая из всех прямых и косвенных испарительных систем) и точкой В (температура, получаемая TESSO) равна 7 градусам. При 38°C DB и 20°C WB разница между подаваемым 24°C и 17°C воздухом колоссальна. 24-градусный воздух не обеспечивает всех задач в сфере охлаждения.

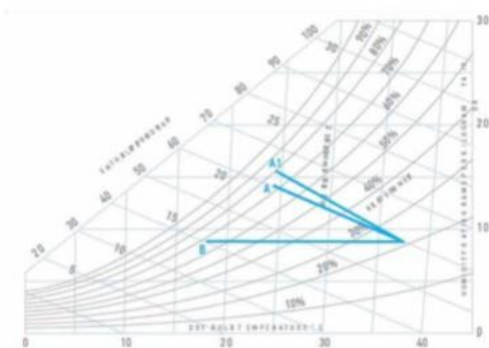
При охлаждении системами прямого испарения энтальпия (то есть энергия охлаждаемого воздуха) не уменьшается. А так как вода имеет

**Проект, укравший идею:**



## Энергия воздуха

Температура охлаждённого воздуха из уникальной косвенно-регенеративной испарительной системы EWA стремится к температуре точки росы в отличие от всех типов прямых испарительных систем (и так называемых косвенных, в которых способом охлаждения является прямое испарение, передающееся через теплообменник), где температура охлаждения стремится к точке мокрого термометра, и данная температура является их термодинамическим пределом.



Как вы видите на рисунке 3, разница между точкой А (температура, получаемая из всех прямых и косвенных испарительных систем) и точкой В (температура, получаемая EWA) равна 7 градусам. При 38°C DB и 20°C WB разница между подаваемым 24°C и 17°C воздухом колоссальна. 24-градусный воздух не обеспечивает всех задач в сфере охлаждения. При охлаждении системами прямого испарения энтальпия (то есть энергия охлаждаемого воздуха) не уменьшается. А так как вода имеет собственную энтальпию (температуру воды),

Вскоре после вскрытия факта кражи чужой информации проект EWA объявил о закрытии своего ICO.

### Открытость

Очень большие вопросы вызывает проект, если его WP отсутствует в открытом доступе и показывается лишь "избранным". Этот момент хорошо раскрывается в этой статье:

<https://golos.io/ico/@itsynergis/nastoyashie-rol-i-edvaizera-ili-moyo-mnenie-o-rynke-ico>

Нужно понимать, что рынок ICO – это в первую очередь про открытость. Одно из ключевых аспектов блокчейна – это прозрачность. Поэтому, если какой-либо проект идёт в разрез этим принципам, соответственно команда этого ICO мало разбирается в философии Блокчейна

(<https://www.litres.ru/vladimir-popov-7629101/blokcheyn-filosofiya-chast-i/chitat-onlayn/>), и скорее всего мало представляет зачем он нужен в их проекте.

### Рынок

Если WP прошла проверку на уникальность, и команда действительно грамотно описала свои идеи, далее нужно обратить внимание на разделы, описывающие



исследование рынка и его потенциал. Концепт может быть бесконечно прекрасен, наглядно и красочно описывать принципы работы, но действительно у продукта есть свой рынок? Сколько людей будут являться потенциальными покупателями или пользователями услуги? Готовы ли они пользоваться продуктом за указанную цену?

Не редка ситуация, когда слишком восхитившись своей идеей фаундеры не могут дать объективную оценку рынку сбыта, и тут приходится самим искать актуальные цифры и статистику, чтобы примерно понимать, насколько и кому может быть интересен этот продукт.

## **Бизнес-план**

Раздел, который, к большому сожалению, сейчас многие могут пропускать. Да, действительно, в случае со стартапами, особенно в IT сфере порой практически невозможно предугадать, как будет развиваться продукт. Иногда он может “выстрелить” со скоростью, которая даже и близко не была запланирована, а с другой, при всех позитивных сценариях, продукт провалился.

Тем не менее Бизнес-план полезен проекту для понимания детальных статей расходов, очень многие из которых даже и не приходили в голову на первоначальных этапах. Очень полезным даже для самой команды является построение cashflow. Именно на этом этапе могут всплыть “неожиданные расходы” и понимание того, сколько средств нужно закладывать на тот период, пока работаешь без прибыли.

Если всех этих расчетов не имеется, получается, что команда взяла softcar и hardcar для ICO просто «с потолка», и у неё слабое представление, как в дальнейшем собранными средствами распоряжаться.

## **Конкурентный анализ**

Очень важная составляющая в WP. Если проект не провёл конкурентный анализ, он слабо представляет, что происходит на рынке, и возможно уже есть подобный проект и далеко не один. Такое исследование также важно для понимания сильных и слабых сторон конкурентов. Соответственно, там где у конкурента есть недочеты, значит у проекта есть возможность эти грани улучшить или укрепить.

Нередким явлением бывает, что проекты без конкурентного анализа хотят преподнести свою разработку, как уникальную. Но обычный поиск в гугле показывает иную картинку. Поэтому зачастую нужно разобраться в технических



деталях и даже углубиться, например, в тему переработки нефтешламов. Таким образом у проекта ODMcoin нет в WP конкурентного анализа, но при этом поверхностный поиск показывает, что аналогичных проектов более чем достаточно.

## Описание технологий

Анализируем насколько технически грамотно преподносится идея, насколько глубоко проработана концепция проекта.

Кстати в этот же пункт можно отнести “фокус” WP. Куда направлено наибольшее внимание в Белой бумаге, чему отдается наибольший приоритет? Про какие пункты написано наиболее подробно? Даже при первом беглом взгляде на White Paper можно увидеть, пытается ли команда “уговорить” инвестора во вложение в свой проект за счёт различных бонусов, расчёта профита на несколько страниц, описание выгод, выхода токена на биржу и так далее. Или же проект сфокусирован на том, чтобы донести свою ценность, детальное описание технологий, своего продукта или услуг.

Если значительная часть WP посвящена выгодам инвестору, тогда это может быть тревожным звонком полагать, что у проекта задача – собрать средства без реализации своей идеи.

Также один из самых “любимых” вопросов команд, которые выходят на ICO. В действительности далеко не всем проектам нужен блокчейн для реализации их планов. Но команда вынуждена вставлять это слово куда угодно, потому что рынок, на который они выходят, может судить о проекте по наличию или отсутствию блокчейна в проекте.

## Команда

Проекту недостаточно иметь качественный MVP, отлично продуманный бизнес-план и востребованную идею. Ведь за реализацию задуманного будет отвечать никто иной, как команда проекта. Команда, как правило, состоит из двух составляющих: Команда и Эдвайзеры.



## Анализ команды

### Опыт

Опыт работы члена команды и его образования. Хорошо, если есть отзывы и подтвержденные навыки, например, в LinkedIn. В этом же пункте проверяется время совместной работы ключевых членов команды. Команда, созданная специально под проект ICO – очень сомнительное мероприятие, а таких поверьте немало.

Обязательно стоит проверять компании, в которых ранее работал CEO и ключевые участники. Для этого есть платные инструменты, например, ресурс 1cont.ru, который позволяет углубленно проверять контрагентов. Поэтому, даже если у CEO проекта есть внушительный список компаний, который он возглавлял, стоит посмотреть более внимательно, что именно эти предприятия из себя представляют. Детальные инструкции по проверке контрагентов можно найти в этой статье: [ссылка](#)

### Социальные сети членов команды

Стоит проверить, как давно ведутся социальные сети. В мошеннических проектах часто создаются аккаунты специально для ICO и могут существовать всего пару месяцев или даже недель.

Качество контента у членов команды. По ленте в социальных сетях можно понять интересы, насколько давно человек в находится в теме блокчейна. При более детальном анализе можно даже понять мотивацию человека, какие цели им движут, чего хочет достигнуть.

### Личная жизнь

Под личной жизнью подразумевается интересы человека, его времяпрепровождения, отношение к вредным привычкам. В общей картине это всё имеет значение.

Также по почте, номеру телефона, нику (очень часто ник сопровождает одного человека большую часть жизни) можно найти бывшие объявления на досках, переписку на форумах, информацию, которую человек не афиширует, но которая может быть полезна в составлении полной картины о человеке.

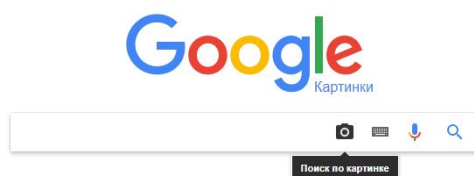




Сюда же можно отнести проверку штрафов ГИБДД и даже внезапно базу судебных и нормативных актов РФ и сайт федеральной службы судебных приставов РФ. Таким образом, сайт <https://sudact.ru> и <http://fssprus.ru/iss/ip> может помочь при анализе членов команды. Для этого нужно знать ФИО человека, регион и его дату рождения. И тут миллионные просрочки по кредитам могут не очень хорошо отразиться на репутации человека.

## Эдвайзеры

На первоначальном этапе для отсеивания откровенного скама можно провести проверку сомнительных эдвайзеров по фото профиля. Берём картинку и проверяем её, например, поиском Google по картинке:



Уже при таком поиске может обнаружиться, что фотография, например, взята со стока, и такого человека не существует.

При углубленном анализе рекомендуется связываться с эдвайзерами и узнавать, каким образом они задействованы в проекте. Тут важно понять, что эдвайзер – это не просто тот, чье имя и фотографию можно поместить на сайт своего проекта, а тот, который непосредственно консультирует проект именно в сфере своих компетенций. Каждый эдвайзер должен нести какую-либо смысловую ценность.

К сожалению, практически невозможно проверить на каких условиях эдвайзер вступил в проект. Сейчас даже в том же LinkedIn существует масса предложений о вступлении в проект за разные суммы в криптовалюте. Поэтому, если у компании имеется хороший маркетинговый бюджет, они могут привлечь внушающую команду эдвайзеров. Тут уже следует оценивать “качество” тех самых консультантов, и разбираясь в рынке, можно понимать, какие эдвайзеры трепетно относятся к своей репутации и вряд ли станут участвовать в проекте только за материальное вознаграждение.



## Социальные сети

Сейчас принято задействовать максимальное количество инструментов и социальных, которые бы отображали деятельность, создавали имидж и держали в курсе заинтересованную аудиторию. Для среднестатистического проекта ICO это уже является практически обязательным иметь как минимум 5 иконок у себя на сайте, являющихся ссылкой на социальные сети и блоги.

### Bitcointalk

Это ключевой ресурс для блокчейн-проектов, который появился еще в 2009 году во времени рождения Bitcoin. По сей день этот форум является основным местом общения и взаимодействия криптоэнтузиастов со всего мира.

Для ICO принято создавать ветки в разделах об анонсе новых альткоинов (на тех языках, которые поддерживает ICO), а также ветки, посвященные Баунти проекта.

Тут следует оценивать проявленный интерес аудитории и адекватность ответов администратора.

Считается, что чем больше страниц у обсуждения у проекта, тем лучше. Так было раньше, пока в моду не вошли покупные комментаторы, задача которых создавать массовку и каждый день писать лестные отзывы о проекте, либо хотя бы задавать нейтральные вопросы, также для создания иллюзии интереса пользователей bitcointalk. Проверить это можно, анализируя участников обсуждения – если вы видите, что фигурируют одни и те же имена, скорее всего это купленные комментаторы. Также можно зайти в профиль к пользователю и посмотреть, что именно он обычно комментирует.

Умение комьюнити менеджера общаться с заинтересованными в проекте, а также давать развернутые грамотные и орфографически правильные ответы, это немаловажная составляющая “имиджа” компании на форуме Bitcointalk. Один из ярких примеров некомпетентности официального представителя проекта можно наблюдать у проекта Descrow:

<https://bitcointalk.org/index.php?topic=2068387.480>



vova\_angel  
Full Member



Online

Activity: 210  
Merit: 103



Ignore

Re: Проект АНТИ-СКАМ-ICO  
January 13, 2018, 05:13:24 PM

quote #494

Quote from: auditor\_1 on January 13, 2018, 04:32:14 PM

По настоящему важные вопросы как были без ответа так и остались:

глупый троль))))

ты сегодня снова пропиздился: писал с утра за "месячной давности новости" ... это уже третий раз когда ты пиздишь в мой адрес . Извинения когда будут?

Report to moderator

Также любую уклончивость от прямых вопросов или полное их игнорирование можно воспринимать с высокой долей подозрения. У открытых и качественных проектов не может быть темных сторон или неудобных вопросов. В ветке Descrow официальный представитель не раз уходил от ответов, а порой и вовсе переходил на оскорбления.

Сразу хочется обозначить один момент, который относится ко всем социальным сетям и мессенджерам. Количество подписчиков или участников в чатах ничего не значит. Сейчас "покупка" комментаторов и тех, кто лайкает и репостит записи не составляет труда, поэтому "нагнать" аудиторию несложная задача, особенно, когда у компании были заложены на эту часть хорошие маркетинговые бюджеты. Также все репосты и лайки можно увидеть в баунти-компаниях.

Казалось бы, ничего плохого. Одни хотят заработать, а компании, проводящие ICO готовы им платить за "труд". Вот только из-за такой работы далее очень сильно затрудняется объективная оценка проекта. Практически невозможно оценить истинный интерес аудитории. Комментарии стали настолько естественными, что вполне органично вписываются в обсуждение проекта на Bitcointalk. Причем сами же комментарии и ответы на них пишут маркетологи проектов. Такая же ситуация с постами в социальных сетях, статьях в блогах.

## Telegram

К сожалению, просмотр и анализ истории сообщений мало что может дать для анализа, тем более что администраторы чатов могут удалять любые сообщения, которые им когда-либо не понравились. Как говорилось выше, иллюзию интереса к проекту можно создать достаточно легко при наличии средств. Более того, у вас даже не будет возможности проверить уровень открытости команды и умения отвечать на прямые вопросы. Сейчас достаточно распространенным является - забанить неудобного участника чата и удалить его вопросы, на которые нет ответов. Поэтому для эксперимента можно присоединиться к чатам и задавать



вопросы из серии: “А зачем проекту блокчейн?” и смотреть на реакцию модераторов.

## **Facebook, Twitter, Вконтакте и прочие**

Так как в данных социальных сетях легко накручивать подписчиков и лайки, порой интересные открытия могут принести поиски используя хэштег в строке поиска - #названиепроекта. Конечно сразу убираем официальные новости от самой компании, а смотрим независимые обзоры, комментарии, критику.

## **Итоги по социальным сетям**

Подводя итоги по социальным сетям, с одной стороны можно сказать, что прокачанные социальные сети свидетельствуют о том, что команда вкладывается в проект по максимуму и хочет получить хороший результат. И в целом если это совпадает с командой с хорошей репутацией и качественным концептом, есть большая доля вероятности, что и после проведения ICO проект будет стараться выполнить свои обещания. Ведь уже слишком много сил и средств потрачено. А с другой стороны, складывается такая своеобразная ситуация, что люди вкладываются в проект средствами, например, на этапе pre-ICO, чтобы проект укреплялся и развивался, но по итогу, большая часть проектов решает, что проще собранные деньги вкладывать в маркетинг и создавать иллюзию того, что всё хорошо. И инвестор за свои же деньги получает иллюзорную картинку в социальных сетях, где кажется, что проектом интересуется большое количество людей, и тем самым он себя успокаивает, что всё у проекта хорошо и его “ждёт светлое будущее”. За свои же деньги мы себя обманываем.

## **Публикации в СМИ и блогах**

Обычно команда с гордостью выкладывает все статьи с упоминанием своего проекта на свой сайт. Тут опять же существует большой риск того, что статьи были проплачены и соответственно в контенте будет написано лишь то, что удобно и хочется самому проекту. Поэтому нас больше будет интересовать поиск в Google или Yandex в частности в разделе “Поиск”. Порой такой поиск может очень помочь в анализе проекта. Например, можно проследить “жизненный цикл” компании. Кстати не всегда появление в публикациях идет на руку проекту. Например, разработки по проекту могли быть упомянуты несколько лет назад в нескольких СМИ, далее на пару лет происходит затишье, и вот сейчас о проекте написано несколько статей на криптовалютных порталах. Такая картина может говорить о том, что старые разработки, которые не нашли финансирования в



государственных или частных источниках, но пользуясь хайпом рынка сейчас, решили прибегнуть к проведению ICO, рассчитывая на то, что криптовалютный частный инвестор менее компетентен нежели узкоспециализированный фонд.



# Коин

## Роли токена

Важным аспектом в анализе ICO является внимательное изучение токена. Первое, на что стоит обратить внимание – это роли, которые он выполняет в проекте. Хорошо, когда токен появился, как неотъемлемая и необходимая составляющая проекта, а не тогда, когда токен пытаются искусственно внедрить в проект.

Для себя находим и выписываем те роли, которыми наделяется токен.

Например, можно рассмотреть применение токена у проекта ODMcoin. Один раз у них ICO уже не состоялось и они собрали лишь 167 тыс \$, хотя в 2018 они собираются повторить попытку.

## Роли токена ODMcoin

- Токен ODMCoin дает право на получение токена BIC (Blockchain Industrial Club) куда будут входить компании, деятельности которых направлена на развитие блокчейна и передовые промышленные предприятия.
- Токен BIC дает право на информационные привилегии клуба.
- Возможность приобретать продукцию со скидкой; приобретаемый токен ODMCoin обеспечен реальным товаром, который в случае валютных колебаний «защищен» стоимостью контракта на переработку нефтешлама".

Тут достаточно беглого взгляда, чтобы понять, что токен проекту совсем не обязателен. Но так как блокчейн "требует", хоть какое-то применение токenu придумывать приходится.

Конечно, наиболее логично и гармонично токен вписывается в инфраструктурные проекты, а вот наибольшие сложности возникают у реального бизнеса.



## SEC

SEC – Комиссия по ценным бумагам и биржам США приравняла токены, которые обещают какую-либо доходность, к ценным бумагам. Встречаются ли в WP такие понятия, как “инвестор” или “прибыль”? Если только проект не зарегистрирован в SEC, а это сейчас не так часто случается, и это обязательно будет указано в документе. Если без одобрения SEC вы нашли такие понятия в Белой Бумаге, это говорит о возможном отсутствии юридической поддержки у проекта, что может очень плохо отразиться в дальнейшем.

Можно самостоятельно провести тест Хауи. В открытом доступе есть ряд источников, которые предлагают самостоятельно оценить проект по этой методике.

## Распределение средств

Сейчас большинство проектов, что 10% всех собранных средств пойдут команде. Это уже практически “классическое распределение”. Далее хорошо, если не более 2% пойдет на баунти и различного рода акции и бонусы. И дальше самое интересное. Если это производство, то нормально, если 50% – это закуп оборудования. И тут как минимум должно быть написано какое именно оборудование, материалы. Или же команда рассчитывает на то, что – “нам бы сначала собрать, а дальше уже разберёмся”. А это ведь один из главнейших разделов WP – как именно проект будет распределять средства? Собираются ли они вообще претворять в жизнь планы, или у команды на уме лишь собрать деньги и исчезнуть?

Но, если это продукт, и указано, что около 70%-80% пойдет на маркетинговое продвижение, тут стоит проверить внимательнее. Потому что, как минимум однозначно должен быть план, куда пойдёт большая часть средств, собранных на ICO. Что значит маркетинг и продвижение продукта? Если взять средний чек на ICO – 5 млн. \$, то это примерно 3,5 млн. \$. 210 миллионов рублей на маркетинг – это внушительная сумма. Вот тут просто необходим подробный план, куда будут потрачены средства. Иначе же проекту вряд ли можно доверять. А также нужно оценить, а хватит ли команде при их “наполеоновских” (а сейчас у всех именно так) планах создать продукт, будь то инфраструктурное решение или портал, или же производственных цех.



## Код

Не нужно быть программистом, чтобы самостоятельно проанализировать техническую составляющую проекта. К пункту “Код” относятся MVP проекта, его код и smart-contract ICO.

## MVP

Большая часть ICO проектов, проводившаяся в конце 2017-ого, начале 2018-ого года имела сырой концепт и, как правило, отсутствующий MVP.

MVP - minimum viable product, то есть минимально жизнеспособный продукт. Причём многие считают, что если это портал, то достаточно этот портал нарисовать, сверстать и запустить в сеть, вот мы и получаем MVP. Нет, это очень серьезная ошибка. Ключевым в MVP является предварительный анализ рынка и понимание, насколько этот рынок нуждается в вашем продукте. То, что команда проекта верит в потребность своего продукта (а бывает, что даже и не вся команда видит востребованность запускаемого продукта) - это замечательно, но не проведя анализ ЦА, её готовность платить за решение или пользоваться продуктом на других условиях, подробный конкурентный анализ, не составив грамотный бизнес план, выходить на рынок ICO сейчас несерьезно. Причём еще в прошлом году ряд перечисленных выше пунктов “прощался” аудиторией. Но, не сейчас. Криптоинвесторы стали гораздо требовательнее к проектам, повысился общий уровень знаний в области блокчейн и ICO в частности. Быстрое очарование проектом сменилось пристальным и доскональным изучением деталей; стали задавать каверзные вопросы, более тщательно проверять навыки и компетенции команды. Поэтому тут стоит провести глубокий и объективный анализ MVP, не обращая внимания на “красивую упаковку”, разобраться насколько команда обстоятельно подошла к разработке продукта и его технической части, а также было ли проведено исследование относительно того, насколько актуальна будет их разработка.





## GitHub

Во всех проектах ICO как минимум есть smart-контракт, как максимум код, выложенный на ресурсе Github. Ссылка на Github, как правило, указывается на сайте ICO вместе с другими ссылками, ведущими на социальные сети.

Необязательно являться программистом, чтобы хотя бы поверхностно проанализировать код проекта. Для примера возьмем код проекта Universa, у которого код - это их основная работа судя по заявленным масштабным планам. А в планах у них было обогнать Bitcoin и Ethereum:

<https://github.com/UniversaBlockchain/universa>

Сразу видно, когда были созданы исходники. На момент написания статьи - это 8 месяцев. Latest commit говорит нам о том, когда последний раз вносились какие либо изменения. По этому также можно сделать выводы, насколько регулярно работают с кодом и вносятся изменения.

Полезен раздел issues. Где проекту задают вопросы другие кодеры. Там вполне можно составить представление о технической части по тому, как члены команды отвечают на вопросы и насколько с пониманием дела. Если уж совсем непонятно, можно самим задать вопросы технического характера на bitcointalk или на том же Github.



# Приложение

## Алгоритм работы аналитика

### Анализ сайта

- Проверяем домен сайта. Исходя из полученной информации можно найти дополнительную информацию о команде.
- Прозрачность и нужность\* изложенной информации (\*отсутствие воды, buzzwords и прочего).
- Проверяем уникальность контента (инструменты для этого даны ниже).

### Команда

- Анализ команды по указанным ссылкам на сайте в разделе “команда” + развернутый анализ ключевых членов команды
  - a. Опыт работы в компаниях. Репутация компаний.
  - b. Информация о члене команды в поисковиках (порталы, газетные заметки и т.д.)
  - c. Судимости, штрафы, задолженности, как физ. лица.
  - d. Судимости, штрафы, задолженности, репутация юр. лиц, где член команды выступал/выступает учредителем/директором.



## Социальные сети и Интернет

- Анализ социальных сетей и форумов: Bitcointalk, Vk, Fb, Twitter, Reddit и прочее. Оценивается частота и качество информации, оперативность ответов и т.д.
- Оценка социальных сетей по хэштегам проекта в социальных сетях.
- Блоги и посты, посвященные проекту.
- Чаты в Telegram самого проекта. Проверяется активность аудитории, какие вопросы задаются, как на это реагируют администраторы. Желательно самому задать какие-либо прямые вопросы по проекту и посмотреть, какой будет реакция у администраторов.
- Поиск дополнительной информации и отзывов по средствам поиска в крупнейших крипточатах (CryptoBazar, ICOlawer и другие).

## Анализ Whitepaper

- Проверка уникальности
- Краткое описание сути проекта
- Проблемы, которые решает проект
- Решение, которое предлагает проект
- Оценка фокуса WP - чему больше всего уделяется внимания (решению проблемы или выгодам инвестору)
- Наличие конкурентного анализа и его объективность. В любом случае нужно провести мониторинг аналогичных проектов/идей. На какой стадии они находятся, реализованы/не реализованы, интерес аудитории.
- Оценка раздела "Рынок", а также самостоятельный анализ идеи проекта и его потенциала.
- Зачем нужен проекту блокчейн и нужен ли?

## Код

- Анализируем Smart-contract проекта
- Есть ли MVP? На какой стадии находится проект? Сколько уже существует?
- "Реальность" road-map. Есть ли ресурсы для реализации всех задуманных целей?
- Анализ кода и комментариев на Github.



- Сколько внимания уделено технической части проекта в WP? Качество излагаемой информации?

## Коин

- Какие функции выполняет токен?
- Модель токена.
- Упоминаются ли какие-либо манипуляции с токеном (резервный фонд, сжигание, выкуп)
- SEC или нет? Тест Хауи.
- Какую сумму собирает проект, как будут распределяться средства.

## Дополнительно

Внешние рейтинги (ICOFisher, ICOTracker и другие).

## Используемые инструменты

Информация о домене:

<http://www.whois-service.ru/>

Web-архив:

<http://web-arhive.ru/>

<http://web.archive.org/>

Проверка на обратные ссылки:

<https://xtool.ru/backlinks>

<https://ru.megaindex.com/l/backlinks>

Проверка текстов на уникальность:

<https://content-watch.ru/text/>

<https://text.ru/>

<https://advego.com/antiplagiat/>

Штрафы и задолженности:

<https://sudact.ru>

<http://fssprus.ru/iss/ip>

<https://egrul.nalog.ru/>