

Методика оценивания стартапа

*Ноговицына Н.И., магистрант кафедры
«Менеджмент»,
ФГАОУ ВО «Северо-Восточный Федеральный университет
им.М.К.Аммосова»,
Groznoi79644164932@mail.ru
Россия, г. Якутск*

Аннотация: На сегодняшний день такая вещь, как стартапы, стала достаточно популярной и часто обсуждаемой. Однако не всегда и не всеми объясняется суть этого понятия. В данной статье рассматривается такое понятие как «стартап», его отличительные особенности от традиционного бизнеса и основные методы оценивания стартапа.

Ключевые слова: стартапы, оценка стартапа, жизненный цикл, финансирование стартапа, особенности стартапа.

Стартап - компания, находящаяся на начальной стадии своей деятельности, организованная на деньги основателей и стремящаяся увеличивать свою капитализацию по мере развития продукта, в надежде, что на него появится спрос.

Стартапом называют компанию на начальной стадии своего развития. Для начала своей деятельности каждый стартап нуждается в финансировании, которое направляется на дальнейшее развитие и коммерциализацию компании. В зависимости от стадии развития стартапы прибегают к разным источникам финансирования. [1]

Помимо этого, важной отличительной особенностью стартапов является технологичность. В основе большинства из них лежат некие технологические ноу-хау.

Стартапы призваны решать проблемы и задачи, которые со временем становятся возможным решить благодаря использованию результатов технического прогресса. Или, как говорил основатель Twitter'а Исаак "Биз" Стоун, современные высокотехнологичные проекты должны служить одной цели: упрощать пользователям любые действия в их повседневной жизни.

Стартапом может быть только продукт. Ведь только продукт, в отличие от услуги, можно воспроизводить многократно, при этом не увеличивая штат сотрудников пропорционально количеству продаж.

Жизненный цикл стартапа заключается в следующем:

1. Сперва создают прототип стартапа.
2. Далее прототип превращается в полноценный продукт, трансформируется и развивается, многократно масштабируясь.

3. В течение всего этого времени стартап несколько раз привлекает инвестиции, команда стартапа растет, а сложность продукта увеличивается.

4. В конечном счете, целью создания стартапа является его продажа крупной корпорации либо вывод его акций на биржу и продолжение работы в качестве отдельной компании [2].

Таблица 1.

Отличительные черты стартап-компаний

Инновационная направленность;
Отсутствие активов и финансовой истории;
Большая степень неопределенности таких важных характеристик как срока достижения намеченных целей, объема предстоящих затрат, величины будущих доходов;
Наличие только многообещающей новаторской идеи;
Длительный срок окупаемости (обычно 3-5 лет);
Отсутствие сформированного рынка сбыта

Как и любой продукт, стартапы необходимо оценивать. На сегодняшний день нет единого метода для оценки стартапа. Инвесторы, акселераторы и венчурные фонды разрабатывают собственные методики. Далее приведены 9 методов из зарубежного опыта.

1. Метод Беркуса - оценка базируется на 5 ключевых факторах успеха. Простой и удобный практический метод оценки стоимости стартапа. Он был разработан Дэйвом Беркусом, известным автором и ангелом-инвестором. Можно оценить проект по пяти ключевым критериям, получается сумма по критериям и ожидаемая стоимость.

2. Метод суммирования факторов риска - Оценка основана на базовой стоимости, скорректированной с учетом 12 стандартных факторов риска. Несколько более развернутая версия метода Беркуса. Сперва нужно определить начальную стоимость проекта. Затем скорректировать её в соответствии с 12 факторами риска.

3. Метод скоринга - Оценка основана на средневзвешенном значении стоимости, скорректированном для подобной компании. Более развернутый подход к проблеме оценки проекта. Отправной точкой, так же, как и в методе СФР, служит определение базовой стоимости стартап-проекта. Затем необходимо скорректировать эту стоимость в соответствии с определенным набором критериев. Ничего нового, за исключением того, что веса этих критериев определяются в зависимости от их влияния на общий успех проекта. Учитывается шесть критериев: управляющая команда (30%), потенциальный размер рынка (25%), новизна продукта или услуги (10%), каналы продаж (10%), стадия бизнеса (10%) и другие факторы (15%).

4. Метод сравнимых операций - Оценка основана на тройном правиле с КРІ, взятом для подобной компании. В зависимости от типа стартапа,

необходимо найти метрику, которая будет удобна для того, чтобы выразить через нее стоимость стартапа. Это может быть метрика, специфическая для отрасли: MRR – регулярный месячный доход (SaaS), число подобранных сотрудников (кадровые агентства), количество торговых точек (розничная торговля), патентный фонд (медтехнологии/биотехнологии), WAU – количество активных пользователей в неделю (мессенджеры) и т. д. В большинстве случаев можно использовать информацию из отчетов о прибылях и убытках: продажи, валовая прибыль, EBITDA и т. п.)

5. Метод балансовой стоимости - Оценка основана на стоимости материальных активов компании. Балансовая стоимость отражает чистую стоимость компании, т. е. материальные активы коробки, ее «детали». Метод балансовой стоимости очень плохо применим к стартапам, поскольку он основан на стоимости материальных активов компании, тогда как большинство стартапов основывается на нематериальных активах, таких как научно-исследовательские разработки в биотехнологическом стартапе, база пользователей и разрабатываемое ПО в интернет-стартапе и т. д.

6. Метод ликвидационной стоимости - Оценка основана на ликвидационной стоимости материальных активов. При оценке ликвидационной стоимости учитываются все материальные активы: недвижимость, оборудование, товарно-материальные запасы – все, на что вы сможете найти покупателя за минимальное время. Логика здесь следующая: если я срочно продам все, что можно, сколько денег я получу? Все нематериальные активы – патенты, авторские права и другая интеллектуальная собственность – на момент ликвидации ничего не стоят. Фактически, ликвидационная стоимость – это минимальная стоимость всех материальных активов компании.

7. Метод дисконтированных денежных потоков - Оценка основана на сумме всех будущих генерируемых денежных потоков. Если стартап работает правильно, он каждый год приносит определенный доход. Следовательно, можно сказать, что текущая стоимость стартапа – это совокупность всех будущих денежных потоков за последующие годы. Именно эта логика стоит за методом ДДП.

8. Первый чикагский метод - Оценка основана на средневзвешенном анализе трех сценариев. Позволяет ответить на этот вопрос, оценивая три возможных сценария: сценарий наименьшей доходности (крохотная коробочка), сценарий средней доходности (нормальная коробочка), сценарий наибольшей доходности (большая коробочка). Таким образом, получается совокупный результат. Стоимость по каждому из сценариев оценивается по методу ДДП (или, если метод ДДП не применим, то по формуле внутренней ставки доходности или с использованием мультипликаторов). Затем определяется вероятность каждого сценария в процентах. Стоимость в соответствии с первым чикагским методом – это суммарная средневзвешенная стоимость всех сценариев.

9. Метод венчурного капитала - Оценка основана на прибыли от инвестиций, ожидаемой инвесторами. Как следует из названия, метод

венчурного капитала отражает точку зрения инвестора. Инвестор всегда стремится найти определенный уровень возврата инвестиций (ROI) – например, это может быть 20%. На основании этих ожиданий инвестор может легко определить максимальную сумму, которую он готов инвестировать в проект с учетом корректировки при размывании. Метод венчурного капитала применяется как для стартапов, еще не получающих прибыли, так и для получающих [3].

Таким образом, как говорилось ранее стартапом может быть только создание продукта: программного или поставленного на конвейер физического. На сегодняшний день нет единого метода для оценки стартапа. Инвесторы, акселераторы и венчурные фонды разрабатывают собственные методики. Чаще всего они используют приведенные ранее 9 зарубежных методов оценки стартапа. Надо также учитывать, что эти методики, были созданы в условиях, отличных от Российских, поэтому использование их на отечественных стартапах не всегда дает 100% правильный ответ.

Использованная литература:

1. Этапы развития стартапов (электронный ресурс) // <http://startup-house.ru/stati-pro-startapy/link/etapy-razvitiya-startapov> / (дата обращения 15.02.2019 г.)
2. Что такое стартап (электронный ресурс) // <https://itkeys.org/what-are-startups> / (дата обращение 15.02.2019 г.)
3. Стефан Нассер. 9 методов оценки стартапа // Деньги // 2017.