Безрук Юрий, группа КС-21, напарник по проекту Дибцева Анна

“Финансовая оценка СТАРТАПА (доинвестиционная стоимость проекта)”

Темой нашего проекта является приложение по контролю домашнего гардероба Smart Wardrobe. Для выполнения оценки стартапа был выбран метод суммирования факторов риска, так как в случае приложения проще оценить возможные трудности, угрозы, и, непосредственно, риски на примере других популярных приложений (и не только конкурентов).

Для оценки по методу СФР сначала установливаем начальную стоимость стартапа. Согласно проведенным в прошлой работе рассчетам, и без учета долгострочных перспектив, начальная стоимость проекта оценивается приблизительно в 1 200 000 грн. (44208,48$). Тогда, расходы на риски рассчитываются, согласно методу СФР, по шкале от очень низкого до очень высокого риска, с шагом в ~15% от начальной стоимости. Отсюда имеем такой диапазон распределений потерь/прибыли для нашего проекта по методу:

1. Очень низкий риск: +360 000 грн.
2. Низкий риск: +180 000 грн.
3. Средний риск: 0 грн.
4. Высокий риск: -180 000 грн.
5. Очень высокий риск: -360 000 грн.

Далее, с учётом установленных мерок, рассчитаем стоимость стартапа, прибавив/отняв расходы за каждую из 12 основных категорий риска. Результаты рассчетов приведены в таблице 1.

Таблица 1 - расчёт стоимости методом суммирования факторов риска

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| потеря/прибыль, наименование | уровень риска | прибыль/расходы, грн. | текущая сумма, грн. |
| 0. Начальная стоимость | - | +1 200 000 | 1 200 000 |
| 1. Риски неэффективного управления | Очень высокий | -360 000 | 840 000 |
| 2. Риски на разных стадиях развития бизнеса | Низкий | +180 000 | 1 020 000 |
| 3. Риски, связанные с политикой и законодательством | Средний | 0 | 1 020 000 |
| 4. Производственные риски | Очень низкий | +360 000 | 1 380 000 |
| 5. Риски, связанные с производством и продажами | Средний | 0 | 1 380 000 |
| 6. Риски, связанные с финансированием и привлечением капитала | Высокий | -180 000 | 1 200 000 |
| 7. Конкурентные риски | Высокий | -180 000 | 1 020 000 |
| 8. Технологические риски | Средний | 0 | 1 020 000 |
| 9. Судебные риски | Низкий | +180 000 | 1 200 000 |
| 10. Международные риски | Очень низкий | +360 000 | 1 560 000 |
| 11. Репутационные риски | Очень низкий | +360 000 | 1 920 000 |
| 12. Риски, связанные с потенциально прибыльным выходом из инвестиций | Средний | 0 | 1 920 000 |
| 13. Итоговая стоимость | - | - | 1 920 000 |

Основными способами получения дохода приложения являются размещение внутренней рекламы, платная премиум-версия программы, а также процент от покупок совершенных через приложение. Средняя стоимость размещения встроенных рекламных баннеров на рынке Украины варьируется от 3750 до 25 000 грн. (зависит от качества самого баннера, популярности приложения, целесообразности размещения рекламы (выбивающаяся из общего формата приложения реклама будет портить имидж приложения, поэтому будет стоять дороже), а также, непосредственно, популярности самого приложения). Средняя стоимость платных приложений в Google Play от 80 до 250 грн. С учётом этого, т.к. средняя премиум-версия стоит дороже средней полностью платной программы, начальная рекомендуемая цена для продукта, с учётом платного размещения в маркете – 160-220 грн. Также рассматривается возможность вместо постоянной платной версии реализовать ежемесячную или ежегодную премиум-подписку на приложение. В этом случаем ежемесячный платеж будет составлять порядка 40 грн. Касаемо онлайн-транзакций при помощи приложения (покупок в интернет-магазинах) то, предполагается, что как посредник на изначальном этапе оно будет иметь ставку порядка 7-8%, однако со временем эта ставка может и вырасти (вернее будет сказать, что в наших целях её поднять).

В перспективы дальнейшего развития проекта входит повышение брендовости приложения и его применяемости за счет внедрения новых функций и возможностей для пользователей (рассматривается идея добавления уровней и псевдосоревновательных элементов, что, учитывая современные популярные настрои молодежной культуры, в перспективе может повлечь за собой тренд на популярность этого приложения и «соревнований моды»). Немаловажной задачей команды также будет являться вывод продукта на новые рынки, поначалу, стран-соседей, а спустя еще несколько лет, и на англоязычный (в основном, ориентированный на американский рынок). Также в целях повышения удобства для пользователей рассматривается идея внедрения возможностей курьерской доставки купленной одежды. В свете последних событий прогнозируется, что общество начнет в будущем лояльнее относиться к доставкам любого рода в целях экономии времени.