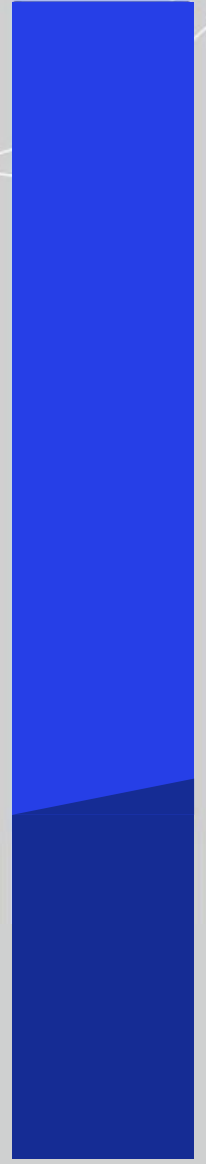


The case cookbook:

Financial Modelling





Эрмин Шарич

Победитель Changellenge >> Cup Russia 2019,
призер Changellenge >> Cup SPb 2019

Образование

СПбГУ, экономический факультет

Опыт работы

- Бизнес-аналитик в финтех стартапе
- Стажер отдела аудита в КРМГ (АО «КПМГ»)
- Помощник финансового менеджера в LLC «Emiran» г. Сараево, Босния и Герцеговина

Зачем нужна финансовая оценка?

Точные расчеты создают фундамент для хорошей аргументации перед инвесторами

Цифры

Цифрами можно очень просто манипулировать, они создают иллюзию уверенности

Хорошая модель
=
Цифры + История

Помогает понять вашу идею судьям, все видят логику расчетов

История

Не всегда получается понять бизнес-модель компании, придумываем сказки

Не все то золото, что блестит

Драйверы истинной
стоимости:
-Cash Flows
-Темп роста и тд.

Драйверы цены:
-Рыночная конъюнктура
-Неверные оценки
стоимости

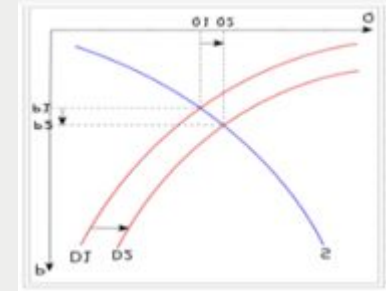
Бухгалтерски
е оценки

Внутренняя
стоимость

Разница
Есть ли она?
Если да, то
насколько она
большая?

Цена

Оценки
аналитиков



Все определяет рынок



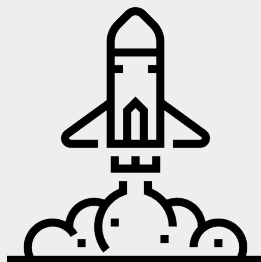
Рынок – суммарный потенциальный объем денег,
который может заработать проект

Размер рынка определяет какой доход (в год) компания будет получать, если все потенциальные покупатели станут ей платить

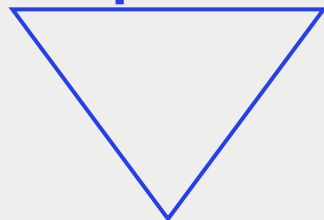
Цель:

оценить потенциал развития бизнеса
(и развеять пару иллюзий о «гениальности» идеи для стартапа)

Почему
оцениваем
рынок?



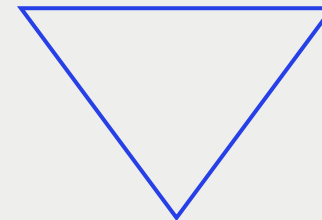
Для
стартапа:



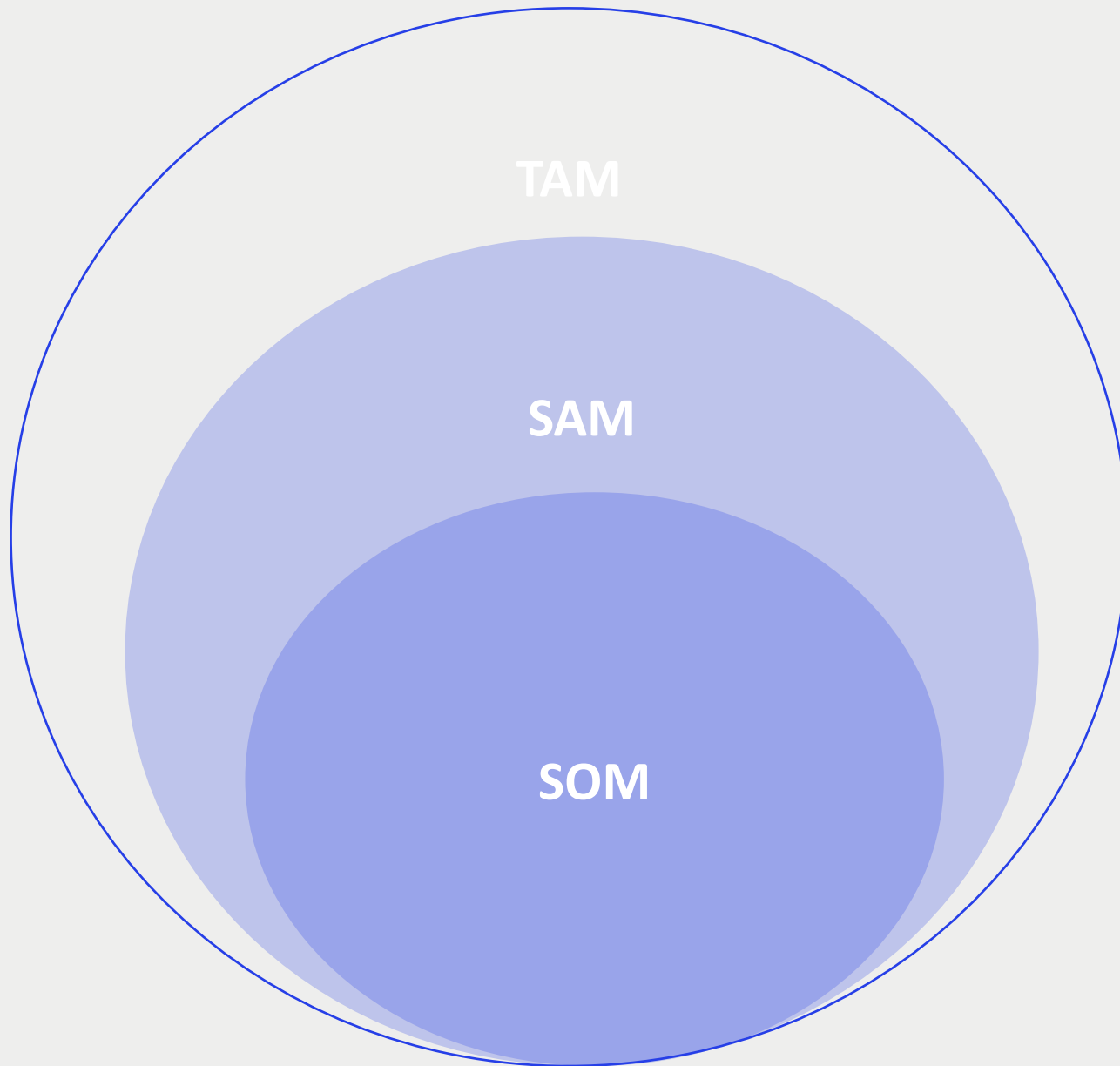
Понимаем, что
деньги на рынке есть,
сможем расти



Для инвестора:



Понимает, что
сможет заработать
на этом

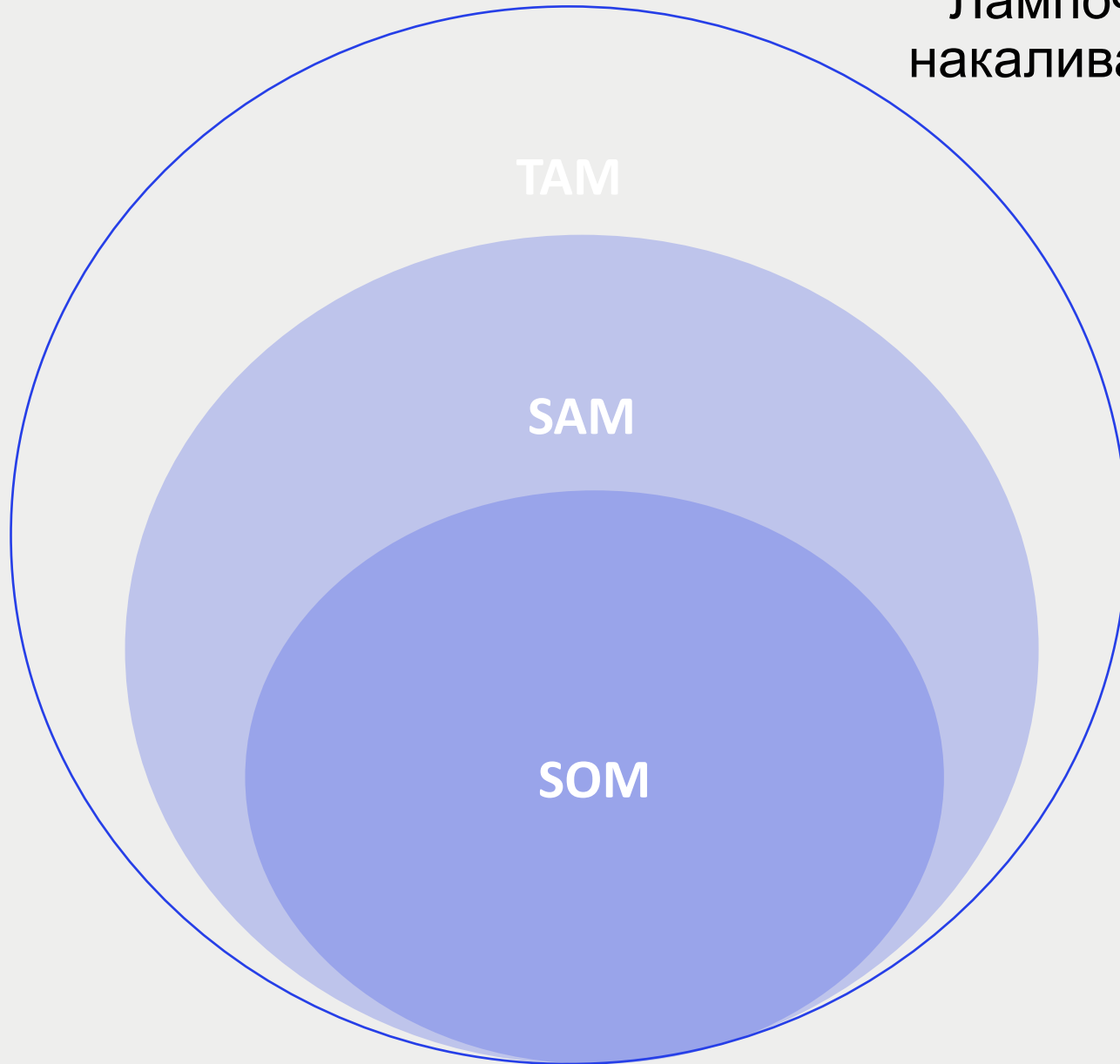


Total Addressable Market – суммарный рынок спроса для продукта или сервиса

Served Addressable Market - сегмент TAM на который нацелены ваши продукты или географически достижимый рынок

Share of the Market - Часть SAM, достижимый в ближайшей перспективе в рамках текущей бизнес-модели

Лампочки
накаливания



TAM: все люди и компании, у которых есть потребность в освещении

SAM: те из них, у которых есть электричество и < доп.факторы >

SOM: часть людей/компаний, которая купит лампочки у нас, исходя из < ограничит. условия >

Hult Prize

Как определить границы рынка?

Рынок определяется по каждому продукту



Продукт решает определенную проблему



Граница рынка определяется проблемами клиентов



Сколько людей имеет проблему, которую решает
ваш продукт?

Что нужно для оценки рынка?

1. Кто клиент?

2. Сколько потенциальных клиентов?

3. Сколько в среднем можно заработать на каждом?

Какие есть внутренние и внешние ограничения?

Какой «потолок» по выручке в обозримом будущем?

Сегментирование (B2C)

Критерии	Характеристики
Пол	мужчины, женщины
Возраст	25-35лет, 45+, 14-18лет (например, дети, пожилые люди, 45+, подростки, дошкольники)
Доход	прожиточный минимум, до 30К, 70К+, 100К+, 200К+ (например, тратят на еду до 40% дохода)
Интересы	студент, школьник, болельщик, последователь здорового питания, спортсмен
Специальные характеристики	пользуется интернетом, имеет смартфон, iOS, Android, Smart TV etc.
Регион	Москва, Санкт-Петербург, регионы, СНГ, Европа, Глобальный рынок
Соц. Статус	женат/замужем/беременный молодожены/офис менеджер/ген.дир./сельские жители

Сегментирование (B2B)

Критерии	Характеристики
Размер	Большие (200 + сотрудников), средние (20 - 200), малые бизнесы (до 20)
Индустрия	Металлургия, IT, Ритейл, Образование, Реклама, Туризм
Доход	до 1 млн в месяц, 1 - 20 млн в месяц
Стадия	рост, стагнация, спад
Специальные характеристики	Своя CRM, свой штат программистов и пр.
Регион	Москва, Санкт-Петербург, регионы, СНГ, Европа, Глобальный рынок

Как считать рынок?

Сверху

Планируем занять 10% данного рынка

Ориентиры: ограничения и особенности **рынка**

Снизу

При текущей бизнес-модели мы можем заработать 50 млн. рублей в потолке

Ориентиры: ограничения и особенности **компании**

Мини-пример – сервис по онлайн бронированию гостиниц в России

TAM: 4 млрд\$ - рынок онлайн-бронирования гостиниц в России (300 млрд руб.)

SAM: Сервис работает по модели комиссии

Средний размер комиссии в отрасли – 12%

То есть $SAM = 0,12 * 300 = 36$ млрд рублей

SOM: Основным каналом продвижения сервиса является SEO.

В среднем в год = 18,75 млн запросов в поиске

Средний ARPPU (комиссия сервиса) составляет 1500 руб.

Конверсия посетителей в бронь около 1,22%

Часть посетителей - около 25% - отказывается от брони и не заезжает в гостиницу.

Таким образом $SOM = 18,75$ млн * руб.

$(ARPPU) * 1,22\% * (100\% - 25\%) = 257$ миллионов рублей

Решим сами

Ситуация: мы решаем создать приложение-маркетплейс, которое позволит ss, mom-and-pop stores (магазинам «у дома», несетевым ритейлерам) оптимизировать свою процедуру закупки товаров, покупая напрямую у производителей, а не оптовиков, дистрибьютеров и тд

Вводные:

- 1) Бизнес-модель – берем комиссию с объема сделки (1%)
- 2) Пока на рынке нет подобных приложений (т.е. конкурентов)

Задача: оценить потенциальный **рынок**, который таргетирует ваше решение; оценить потенциально достижимую выручку компании

Несмотря на сильную конкуренцию со стороны сетевого ритейла, малый и средний несетевой ритейл до сих пор занимает значительную долю на рынке:

33.5 трлн. руб.

оборот розничной торговли,
приходящаяся на несетевых
ритейлеров в 2020 году

66%

доля оборота розничной
торговли, приходящаяся на
несетевых ритейлеров
в 2020 году

2,4 млн. руб.

Траты малого ритейла
на закупки в год



310 тыс.

Кол-во мини-маркетов,
ларьков и павильонов в
России



75%

Доля встречающихся с
проблемой работы с
поставщиками



55%

Доля не имеющих
налаженных контактов с
поставщиками



306 млрд. руб.

SOM

Учитывая трудности, с которыми сталкиваются владельцы небольших магазинов, и их месячные траты на закупки товаров, мы считаем, что емкость рынка оправдывает запуск нашего сервиса

Потенциальные риски



Нарушенная
инфраструктура в
регионах – сложность
доставки



Нежелание поставщиков и
магазинов отхода от «жестких
и рамочных» договоров в
пользу маркетплейса

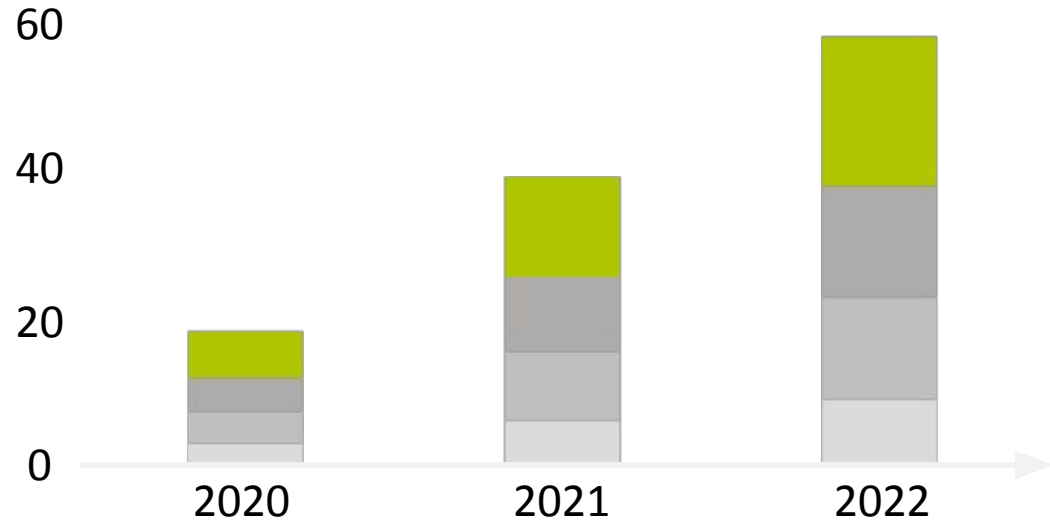


Сложность масштабирования
из-за необходимости
интенсивной маркетинговой
кампании

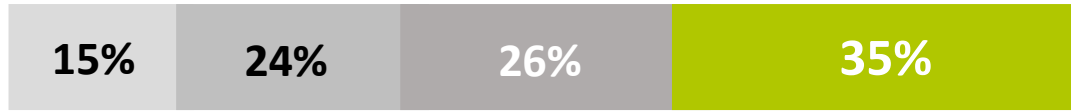
В результате эксплуатации нового канала сбыта объем продаж продукции Alpro составит 18 миллионов рублей к 2020 году

A

- Наибольший эффект на увеличение выручки окажут реклама и наборы промо-кодов и скидков

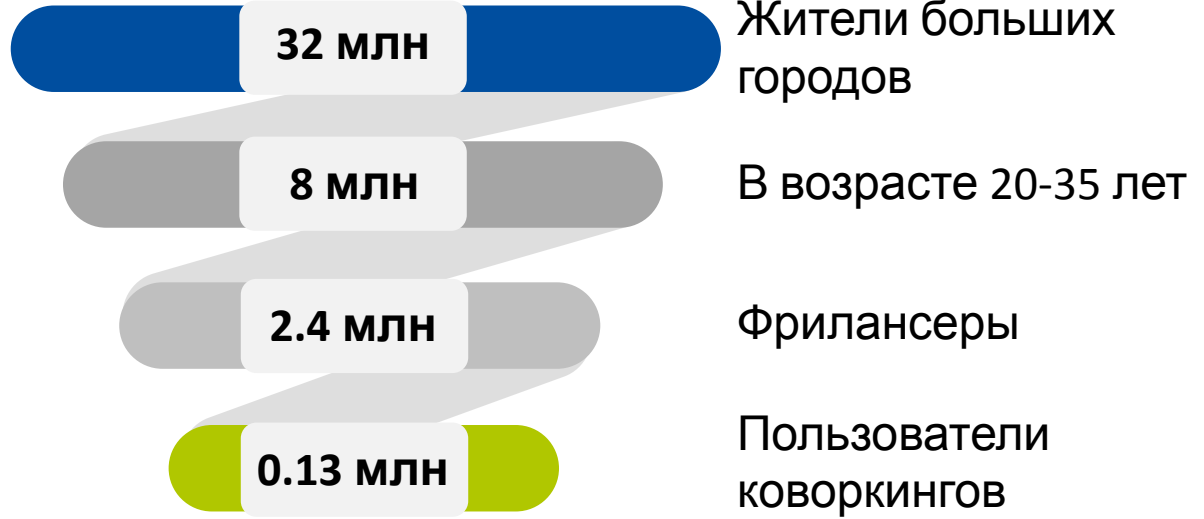


Брендированные
 дни Alpro
 стикеры
 Реклам



B

- Целевая аудитория – это пользователи коворкингов и те, кто готов пробовать необычные продукты



- **47%** рост продаж
- **15%** рост категории
- **2.4** млн человек - ЦА
- **IRR 75%**

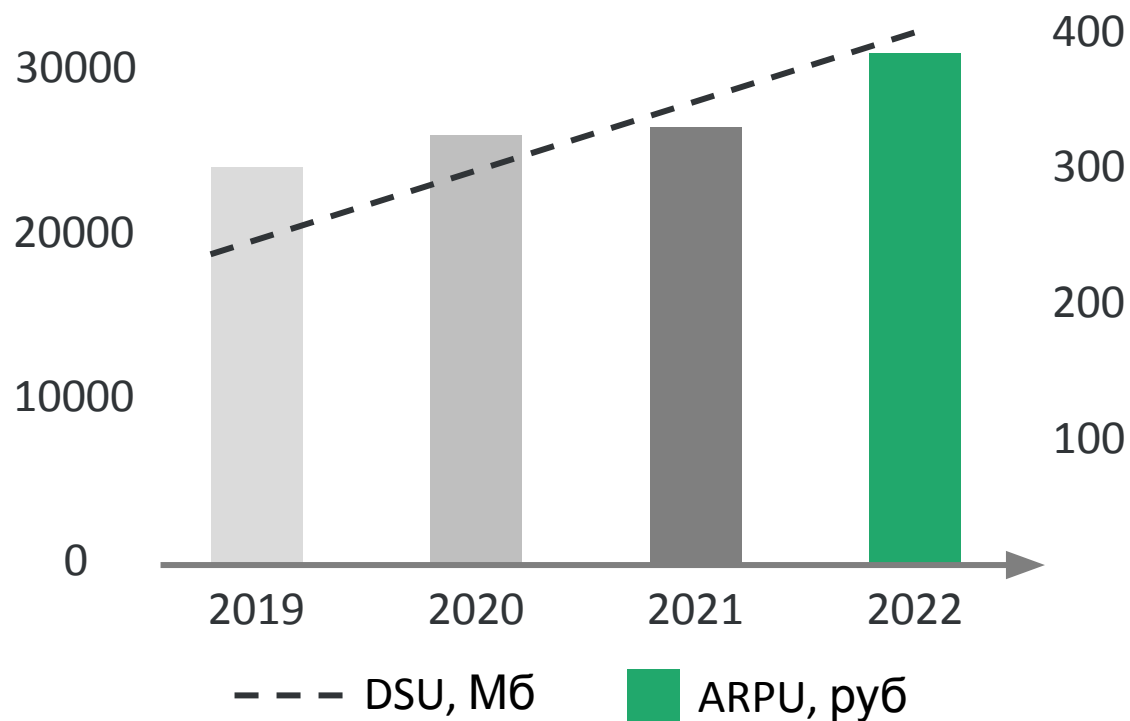
5

ARPU пользователей сервиса увеличится до 387 рублей за счет роста потребления трафика, рост LTV составит 6% на одного клиента за счет снижения

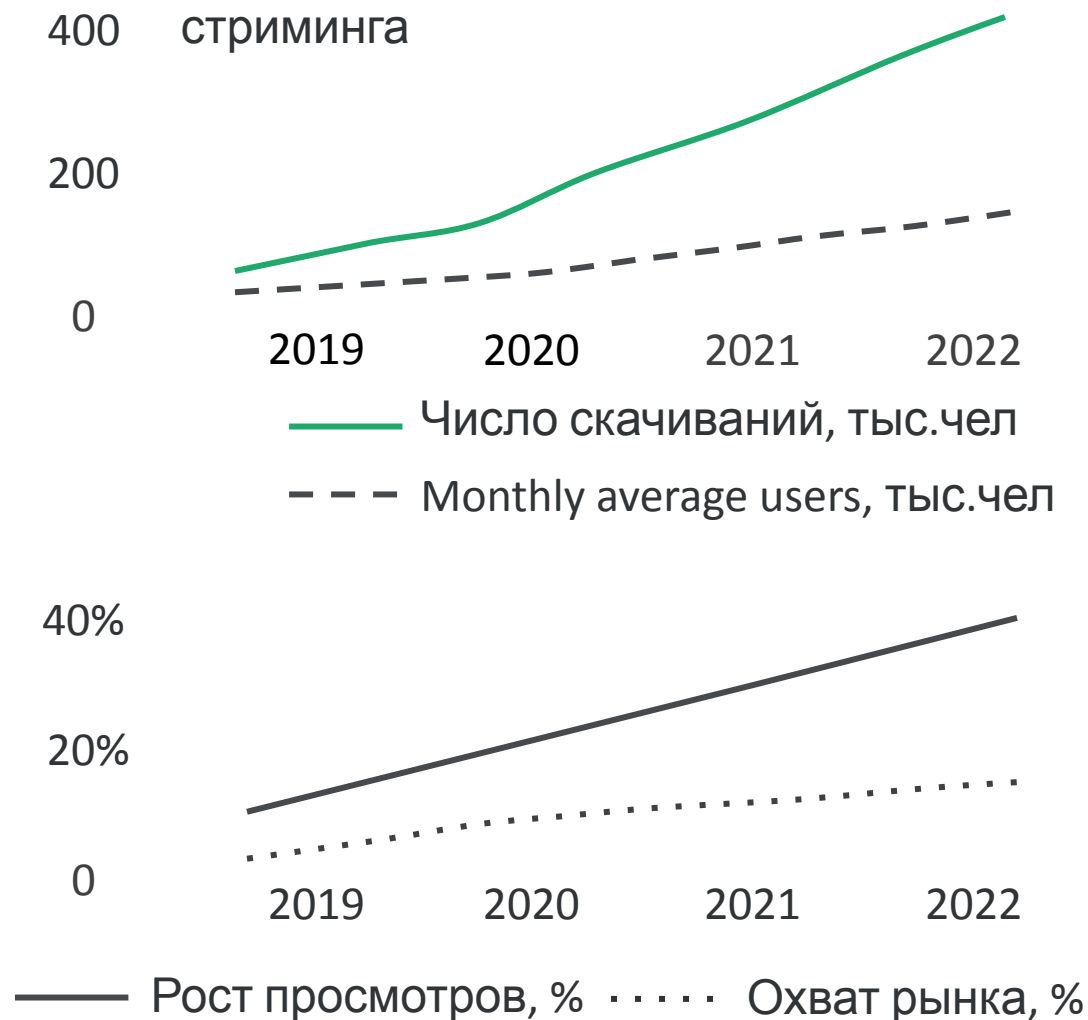
ОТТОКА КЛИЕНТОВ

A

- **62%** рост потребления трафика среди пользователей МегаФон.Стрим
- **26%** рост ARPU пользователей сервиса
- **7975** рублей – LTV на одного клиента в 2020 году

**B**

- **400.000** – число скачиваний за 4 года
- **13%** - охват МегаФон рынка стриминга



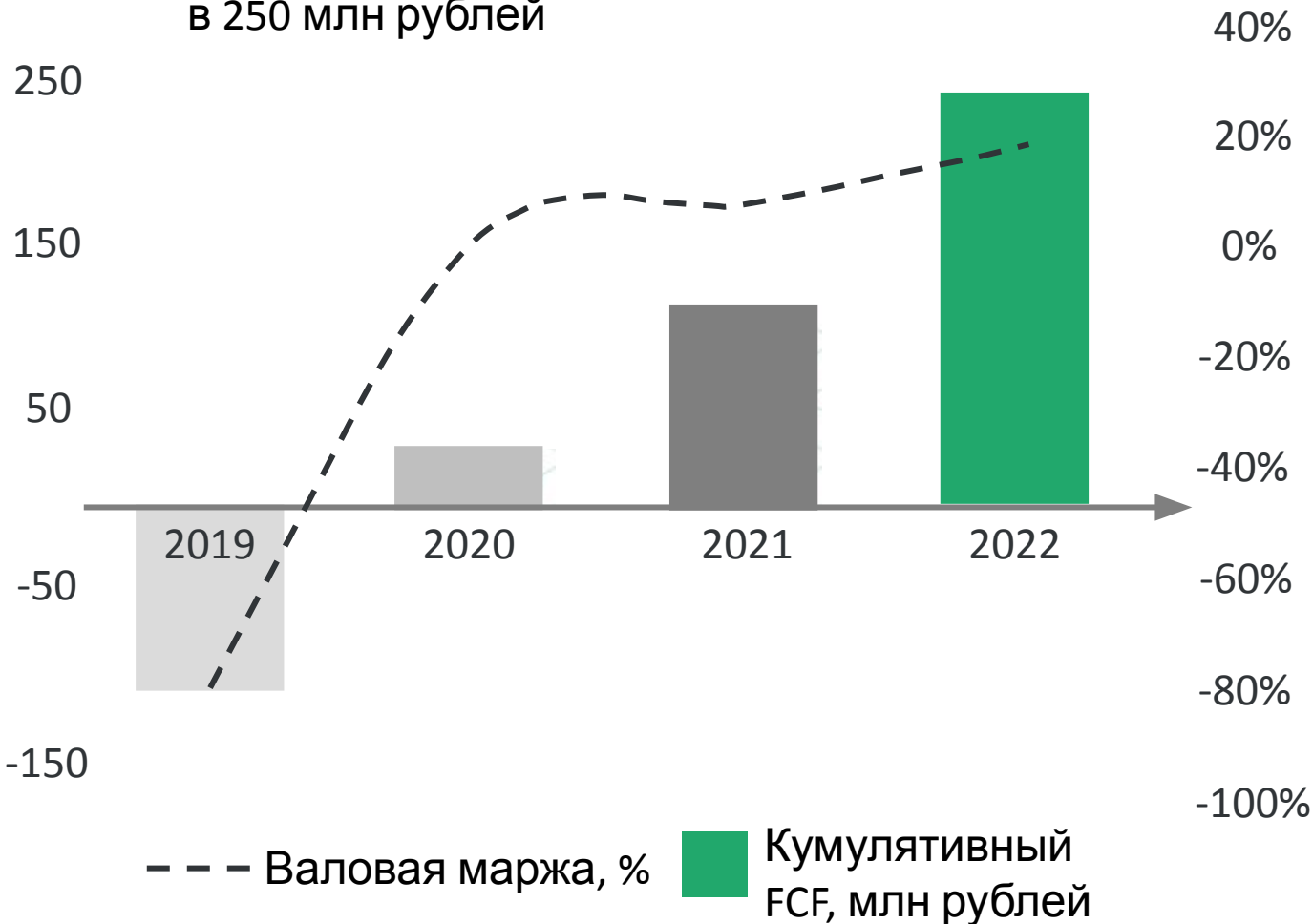
5

Анализ чувствительности NPV проекта показал, что динамика чистой стоимости сильно зависит от первоначальных инвестиций и охвата рынка

рынка

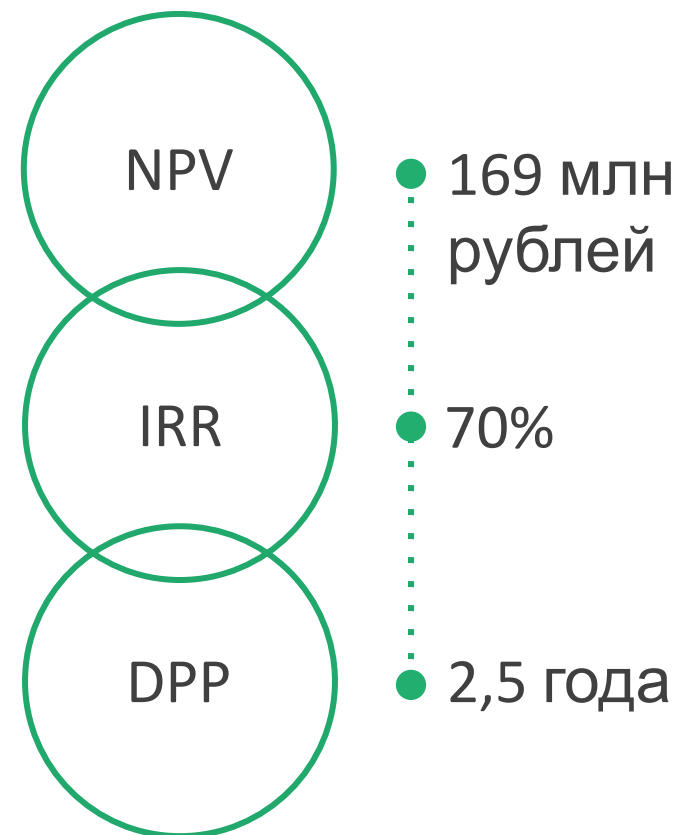
A

- Кумулятивный FCF от реализации проекта составит 264,7 млн рублей при начальных инвестициях в 250 млн рублей



B

- Инвестиционная привлекательность проекта МегаФон.Стрим



Большие данные

Целевая аудитория

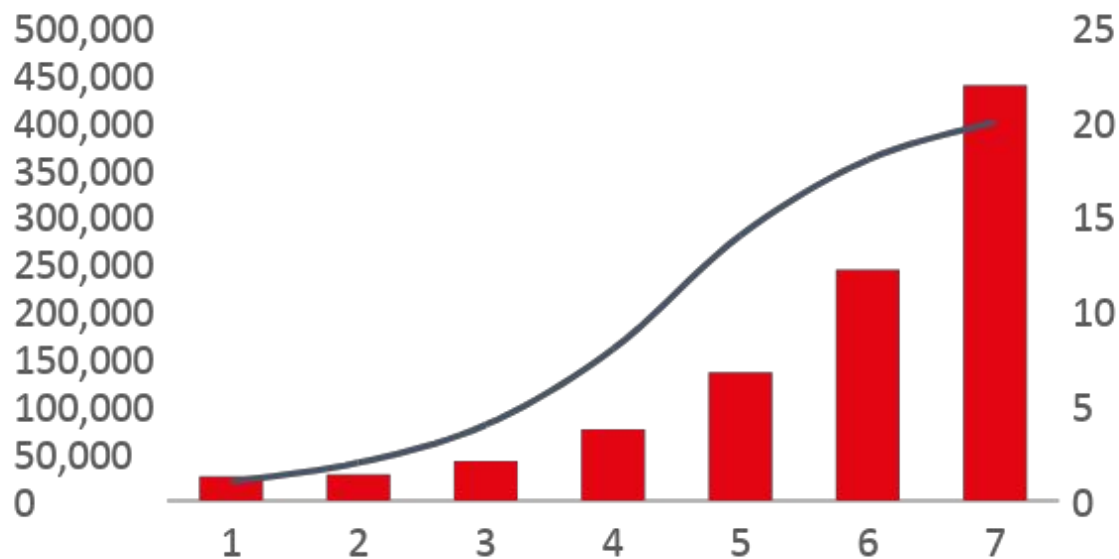
Предложение

Эффекты

Реализация проекта на основе больших данных позволит к концу 2020 года увеличить охват до 438 тысяч пользователей в 20 регионах России

A

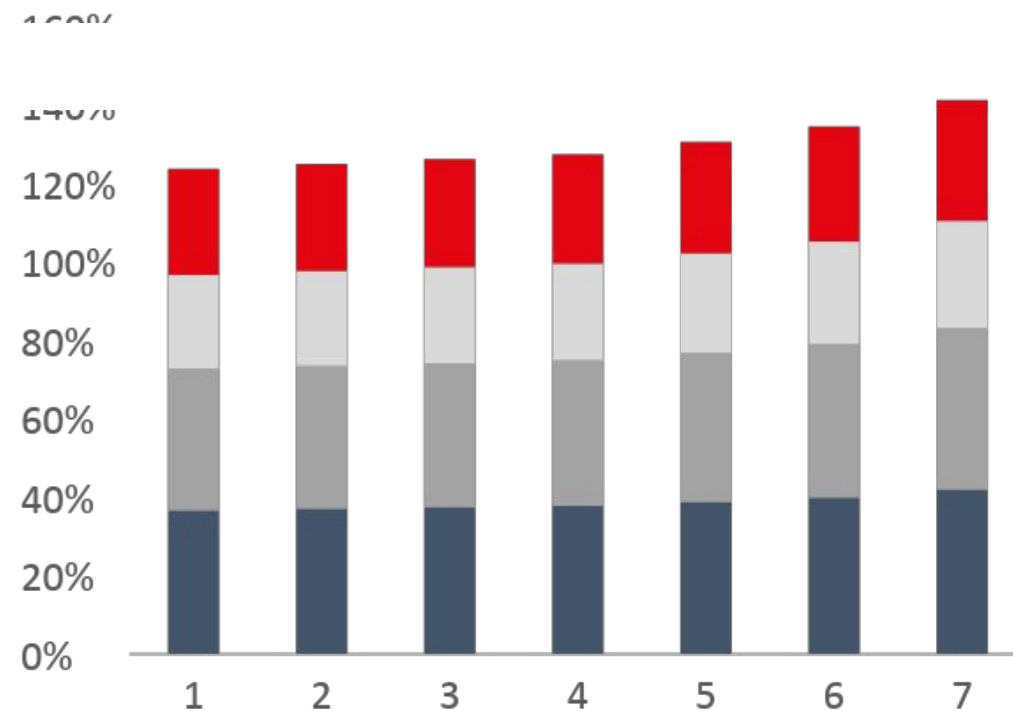
- К концу 2020 года охват составит 438 тысяч человек при капитальных затратах 4,119 миллиона рублей



■ Охват аудитории, чел.
— Географический охват, регионов

B

- К концу 2020 года общая вовлеченность населения в культурную сферу увеличится на 3%



■ Музеи ■ Театры ■ Библиотеки ■ Остальное

Полезные книги

- Брейли Ричард, Майер Стюарт, “Принципы корпоративных финансов”
- Aswath Damodaran, “Investment Valuation”
- Benjamin Graham, “Security Analysis”
- Lawrence J. Gitman, Michael D. Joehk, “Fundamentals of Investing”
- Angela Tran, Boris Wertz, “Startup handbook”



HULT PRIZE 2021 CHALLENGE

FOOD FOR *good*

Transforming food into a vehicle for change.

Creating jobs, stimulating economies,
reimagining supply chains, and improving outcomes
for **10,000,000 people by 2030.**



Полезные ссылки



<https://www.startupblink.com>



<https://moneymakerfactory.ru>



<https://trendwatching.com>

Еще полезная информация

