

A ۲۰۰۹۱۲

به نام خدا

ارزش گذاری و قیمت گذاری استارت آپ ها

www.ketab.ir



عنوان و نام پدیدآور	: ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری استارت‌آپ‌ها/ مولفین غلامرضا فتاحی... [و دیگران].
مشخصات نشر	: تهران: امیران، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۰ ص.: جدول.
شابک	: ۵۹۰۰۰۰۰ ریال: 978-600-8092-78-0
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: مولفین غلامرضا فتاحی، محمدرضا اژدری، سحر سهیلی‌نجف‌آبادی و حیدر امیران.
موضوع	: شرکت‌های اقتصادی جدید -- ارزش‌گذاری
موضوع	: New business enterprises -- Valuation
شناسه افزوده	: فتاحی، غلامرضا، ۱۳۳۲-
شناسه افزوده	: Fattahi, Gholamreza
رده بندی کنگر	: HD۴۲/۵/الف۴ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۱۱
شماره کتابشناختی	: ۵۵۱۶۲۴۱

نام کتاب: ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری استارت‌آپ‌ها

مؤلفان: غلامرضا فتاحی، محمدرضا اژدری، سحر سهیلی‌نجف‌آبادی و حیدر امیران

ناشر: انتشارات امیران

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۷۸-۰۰-۸۰۹۲-۶۰۰-۹۷۸

حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات امیران

طرح روی جلد: انتشارات امیران

قیمت کتاب: ۲۳۵۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، روبروی درب اصلی پارک ملت، ساختمان صرستی، لاک ۲۶۶۵، طبقه دوم، واحد

شماره ۱۷

تلفن‌های تماس: ۲۲۰۵۹۸۱۴ - ۲۲۰۴۱۸۱۲

پست الکترونیکی: amiranbooks@gmail.com

برابر قانون حمایت از مولفین و مترجمین، کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر است. استفاده یا کپی از قسمت‌ها یا بخش‌هایی از کتاب به هر نحوی، منوط به کسب اجازه کتبی از ناشر است. هر گونه تکثیر و نسخه‌برداری کاغذی، الکترونیکی، کپی و یا تصویربرداری از این کتاب به صورت جزئی یا کلی شرعاً و قانوناً ممنوع و قابل پیگرد قانونی است. کپی‌برداری الکترونیکی از این کتاب و استفاده از آن در شبکه‌های داخلی سازمان‌ها شرعاً حرام و قابل پیگرد قانونی است.

درحالی‌که هنوز روش ارزش‌گذاری مشخص و قابل استنادی برای استارت‌آپ‌های ایرانی و عرضه آنها در بورس یا فرابورس و یا شراکت با آنها وجود ندارد مشکل ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری برای آنها وجود دارد؟ از سوی دیگر ادعای بسیاری از استارت‌آپ‌ها در مورد قیمت‌های نجومی آنها نیز قابل استناد و پذیرش بسیاری از کارشناسان و محافل کارآفرینی و کسب‌وکار نیست و آنها معتقدند روش‌های ارزش‌گذاری متداول در ایران نادرست و نامعتبر است.

اما، مدتی است که در ایران کسب‌وکارهای اینترنتی پا گرفته‌اند، این کسب‌وکارها برای ادامه حیات و رشد نیاز به منابع مالی دارند؛ یکی از مهمترین این منابع، استفاده از امکانات مالی بورس و فرابورس و سرمایه‌گذاران است. اما برای تامین مالی از طریق هر یک بازارهای سرمایه باید روش ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها کاملاً واضح، مشخص و استاندارد باشد و سرمایه‌گذاران و سهام‌داران خرد و کلان اطمینان یابند که سهمی که خریداری می‌کنند در برابر مبلغی که می‌دهند ارزشمند است. از طرفی نیز باید مشخص باشد که این سهم در کدام بازار می‌تواند عرضه شود.

باید توجه داشت که بر سه موضوع روش‌ها و رویکردهای ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها در ایران اختلاف نظرهایی وجود دارد. در وهله‌ی اول، باید به تفاوت بین شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ توجه تام داشت.

از سوی دیگر، یکی از چالش‌های مهم اکوسیستم استارت‌آپی در ایران، تامین مالی است به طوری که این مبحث را می‌توان شریان حیاتی شرکت‌های یاد شده دانست. استارت‌آپ‌ها به دلیل ریسک ذاتی و ارزش‌گذاری‌های بسیار بالا توسط سهامداران خود و رقم‌های بالای سرمایه مورد نیاز، پنداران مستقبال سرمایه‌گذاران داخلی برای سرمایه‌گذاری قرار نمی‌گیرند و قوانین جدید از جمله احزاب برنامه ششم توسعه محدودیت‌های جدیدی را در تامین مالی این بخش ایجاد کرده‌است و لذا چشم‌انداز روشنی برای تامین مالی آنها در داخل کشور وجود ندارد، از طرفی سرمایه‌گذار خارجی نیز به دلیل وضعیت تحریم‌ها و آینده‌ی درخشان کناره‌کش ارزش پول ملی و ریسک عدم نقدشوندگی سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته و حتی انتقال سرمایه به نسبت زیادی برای سرمایه‌گذاری ندارند و لذا تامین مالی یکی از چالش‌های اصلی اکوسیستم استارت‌آپ‌های ایران در سال آینده خواهد بود و این نکته‌ای است که خود سرمایه‌گذاران این حوزه هم به آن اذعان دارند. از این‌رو، ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها یکی از چالش‌های جدی برای بازار سرمایه در ایران است. در رابطه با بحث ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها باید گفت که با امروز نظام اقتصادی ما بیشتر متکی بر شرکت‌هایی است که دارایی مشهود مانند تجهیزات، ماشین آلات، نیروی انسانی و بازاریابی آنها را جلو می‌برد و این شرکت‌ها با تولید به سودآوری می‌رسند.

در ایران شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته تحت عنوان «های تک کامپانی ها»، «های تک مارکت» یا همین استارت‌آپ‌ها، خیلی کم هستند و چند سال است که این قبیل شرکت‌ها در ایران در حال مطرح شدن هستند و صرفاً بعضی از شرکت‌های این حوزه در بین مردم زبانزد شده‌اند.

در این زمینه باید بین شرکت‌های زیر تفاوت قایل شد :

- استارت‌آپ‌ها، شامل شرکت‌هایی می‌شوند که شاید «های تک» نباشند یا دارایی فکری نداشته باشند، اما یک کپی از نمونه‌ی موفق خارجی هستند که به داخل کشور آورده شده‌اند؛ این‌ها یک استارت‌آپ کمپانی و یا یک شرکت رشدی هستند که مشابه شرکت‌های خارجی می‌توانند کالا یا خدماتی را تولید و کسب سود کنند.
- گروه دوم شرکت‌های دانش‌بنیان که محور فعالیت‌شان دانش، نوآوری و چیزی که تا کنون در دنیا وجود نداشته است، می‌باشند.

از این‌رو، لازمست که بین شرکت‌های استارت‌آپ و شرکت‌هایی که نوآوری جدید داشتند و پتنت (دارایی فکری) ثبت کردند، تفاوت قائل شویم. زیرا، هنگامی که صحبت از استارت‌آپ می‌شود، همه فکر می‌کنند منظور شرکت‌های دانش بنیان است که چنین نیست، زیرا شرکت دانش‌بنیان شرکتی است که نوآوری داشته و نه تنها در ایران بلکه در دنیا، پتنت (دارایی فکری) ثبت کرده و برای اولین بار با نوآوری علمی خود توانسته ثروت آفرینی کند. کتابی که پیش رو دارید در پی آن است به معرفی انواع روش‌های ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری استارت‌آپ‌ها در ایران پرداخته و در این حوزه اطلاعات مناسب و کافی را در اختیار خواننده قرار دهد. ما در تلاش هستیم تا در ادامه‌ی این کتاب، روش و مدل پیشنهادی خود را برای ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری استارت‌آپ‌های ایرانی که ناشی از تجارب اجرایی ما در هاب کارآفرینی ایران و دبیرخانه جانبازان استارت‌آپ‌های برتر ایرانی و رخدادهای ملی استارت‌آپ‌پلاس است در اختیار شما خوانندگان گرامی قرار بدهیم.

امیدواریم این کتاب خالق تکه‌های اسرژیک برای شما خوانندگان محترم باشد. لطفا نظرات و پیشنهادهای سازنده‌ی خود را با ما در میان بگذارید.

به امید روزی که جمله‌ی **MADE IN IRAN** به معنای کیفیت محصولات و خدمات کشور عزیزمان ایران باشد.

انشاءالله

تهران - بهار ۱۳۸۸

دکتر غلامرضا فتاحی

معاونت مالی و سرمایه‌گذاری سازمان فروش ایرانیان و ارزیاب استارت‌آپ‌های برتر ایرانی

دکتر محمدرضا اژدری

مشاور معاون توسعه مدیریت و منابع بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و ارزیاب استارت‌آپ‌های برتر

ایرانی

دکتر سحر سهیلی نجف آبادی

دکتری کارآفرینی و مدرس دانشگاه و ارزیاب جایزه استارت‌آپ‌های ایرانی و ارزیاب جایزه استارت‌آپ‌های برتر

ایرانی

دکتر حیدر امیران

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی و دبیر اجرایی جایزه استارت‌آپ‌های برتر

ایرانی

به نام صاحب قلم و اندیشه

«اندیشه کن، آنگاه سخن گوی، تا از لغزش زبان دور باشی.» (امام علی (ع))

دنیای کسب و کار با پیچیدگی‌های زیادی مواجه شده است. هر روز شاهد تعمیق این پیچیدگی‌ها و تأثیرات مثبت و منفی آنها بر روی کسب و کارهای موجود هستیم. در این میان، وظیفه‌ی مدیران و کارآفرینان است تا با درک مناسب و کامل این چالش‌ها، آمادگی لازم را برای مواجهه با آنها فراهم آورده و از آنها برای خود فرصت بسازند. یکی از چالش‌های جدی در این زمینه موضوع فروش و ارتقای دایمی و مستمر آن توسط اتحاد کارکنان سازمان‌ها است. بدون فروش، نتیجه‌ی تمامی حمایت و تلاش‌های سازمان بر باد رفته و ساختار و شیرازه‌ی آنها از هم می‌پاشد. نمی‌توان از کسب و کار صحبت کرد و ناخودآگاه به فکر موضوع مهم فروش نیفتاد. فروش مهم‌ترین موضوع و مهم‌ترین چالش همه‌ی سازمان‌ها در همه‌ی عصر است. به همین دلیل، می‌بایست اهمیت آن برای همه‌ی کارکنان سازمان تبیین و تشریح گردد و فرهنگ نتیجه‌گرایی و فروش‌محوری باید در ارکان سازمان جاری و ساری گردد. سازمان‌هایی که همه‌ی کارکنان آنها موضوع مهم فروش را در نظر گرفته و به آن ایمان دارند، قطعاً در مسیر پرچالش کسب و کار موفق‌تر از سایر سازمان‌ها عمل خواهند کرد. با قبال بر شانس بیشتری سازمان خود را حفظ کرده و شاهد شادابی و پویایی هرچه بیشتر آن خواهند بود.

ما در انتشارات امیران و در راستای مأموریت فرهنگی خود، مدتی است در تلاشیم تا با پرداختن به دغدغه‌های سازمان‌های ایرانی و با بهره‌گیری از تجارب ارزنده‌ی کارشناسان و اهل فن، راهکارهای مناسب و مؤثری در این زمینه ارائه کنیم و امیدواریم به کمک شما هم‌وطنان گرامی در این راه توفیق لازم را کسب کنیم. از همه‌ی شما خوانندگان گرامی تقاضای ارشاد و راهنمایی داشته و منتظر دریافت نظرات و پیشنهادهای شما برای تألیف و تدوین کتب دیگری در این زمینه هستیم. در اینجا از همه‌ی سازمان‌های ایرانی که مایل به حمایت از این کار مهم باشند، دعوت به همکاری به عمل می‌آید.

با تشکر

اکرم امیران

مدیر انتشارات امیران

ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری استارت‌آپ‌ها

- ۱- استارت‌آپ چیست؟ ۷
- ۱-۱- استارت‌آپ‌ها و تفاوت آنها با سایر کسب و کارها ۱۰
- ۱-۲- نه مدل کسب و کار برای راه‌اندازی استارت‌آپ ۱۳
- ۱-۳- بوم مدل کسب و کار کافه بازار، مثالی برای استارت‌آپ‌ها ۲۳
- ۱-۴- روند تأمین مالی استارت‌آپ‌ها در جهان ۳۰
- ۱-۵- بیست و پنج پرسش پیش از سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها با فناوری پیشرفته ۳۹
- ۱-۶- جذب سرمایه برای استارت‌آپ‌ها ۴۸
- ۱-۷- چگونه بفهمیم یک استارت‌آپ ارزش ریسک کردن دارد؟ ۵۱
- ۱-۸- ایده‌ی استارت‌آپ را با این روش‌ها پیش از اجرا ارزش‌گذاری کنید ۵۶
- ۲- ارزش‌گذاری چیست؟ ۵۸
- ۲-۱- هدف از ارزش‌گذاری ۶۰
- ۲-۲- ارزش‌گذاری استارت‌آپ ۶۱
- ۲-۳- چالش‌های موجود برای ارزش‌گذاری ۶۲
- ۲-۴- نگاهی به چالش ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها در زمان افزایش سرمایه ۶۳
- ۲-۵- تعریف Pre-money و Post-money ۶۷
- ۲-۶- Overvaluation و Undervaluation ۶۷
- ۲-۷- ارزش‌گذاری استارت‌آپ، هنر یا علم ۶۸
- ۳- شاخص کلیدی عملکرد (KPI) چیست و متریک‌های (KPI) مهم استارت‌آپ‌ها کدامند؟ ۷۱
- ۳-۱- شاخص کلیدی عملکرد (KPI) چیست؟ ۷۱
- ۳-۲- چند متریک (KPI) مهم برای استارت‌آپ‌ها ۸۱
- ۴- گفتاری کوتاه در مورد ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها ۸۷
- ۵- پیچیدگی ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها ۹۰
- ۶- استارت‌آپ‌ها چگونه ارزش‌گذاری می‌شوند (کلیات)؟ ۹۳
- ۷- فاکتورها و روش‌های اصلی ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها ۱۰۰
- منابع ۱۱۹