

КӘСІПКЕРЛІК: ТЕОРИЯ, ПРОЦЕСС, ПРАКТИКА

Кәсіпкерлік мүмкіндіктерді бағалау

2-тарау. Кәсіпкерлік венчурді бастау





Дәрістің мақсаты: жаңа венчур идеяларын іске асыру мәселелерін бағалауды қарастыру.

Дәріс сұрақтары:

- 1) стартап пен жаңа венчурды зерделеу;
- 2) жаңа венчур идеяларын іске асыруда кездесетін кедергілерді қарастыру;
- 3) жаңа венчурдің дамуына қатысты маңызды факторларды көрсету;
- 4) венчурді жетістікке әкелетін факторларды зерттеу;
- 5) жаңа венчурдің сәтсіздікке ұшырау себептерін анықтау;
- 6) жаңа венчурді бағалаудың дәстүрлі және заманауи әдістерін қарастыру;

Жаңа венчур-стартаптар

Соңғы жиырма жылда жаңа венчур стартаптар саны айтарлықтай ұлғайып келеді. Деректерге сүйенсек, АҚШ-тың өзінде 2010 жылдан бастап 400 мың жаңа кәсіпорын ашылған, яғни күніне шамамен 1 100 бизнес стартап ашылады.

Кәсіпкерлердің жаңа венчур бастауына себеп көп. Зерттеулердің бірінде атап көрсетілгендей, жаңа венчур бастаудың жеті түрлі себебі бар:

- 1) өз-өзіне немесе басқаларға әлденені дәлелдеу қажеттігі;
- 2) тәуелсіз болу қажеттігі;
- 3) жеке жетілу (даму) қажеттігі;
- 4) әл-ауқатты болу ниеті;
- 5) байлық;
- 6) салықтан босау және жанама пайдалар;
- 7) үлгі моделі болу.

Жаңа венчурді бағалауды идея мен бизнесті таңдаудан бастау керегін түсіну қажет. Алайда жаңа венчур қалыптастыру жөніндегі зерттеулердің көбі қалыптасқан стартап бизнестердің деректеріне сүйенеді.

Жаңа венчур стартапты қалыптастыру идеясындағы нағыз қиындық – фирманы сақтап қалу мен дамыту. Оған қол жеткізу үшін венчурді таңдауда кәсіпкерлер бизнеске әсер ететін сыни факторларды толық түсініп, сәтсіздіктердің себебін анықтап, тиімді бағалау процесін меңгеруі тиіс.

Жаңа венчурлерді іріктеудегі жасырын қателер

Талдаудың алғашқы басты саласы – жаңа венчурді сұрыптау немесе таңдау. Бұл идея мен әлеуетті венчур арасындағы аралық кезең, сондықтан жаңа венчурді қалыптастыруда аса маңызды болуы мүмкін.

Жаңа венчур туралы идеяны іріктеудің жасырын алты қатері бар.

Көп кәсіпкерлерде объективтілік жоқ. Техникалық тәлім алған адамдар мен инженерлер тауар мен қызмет идеясына ессіз «ғашық» болуға бейім. Олар күнделікті кәсіби іс-әрекеттерін жобалағанда немесе жоспарлағанда мұқият зерттеу қажеттігін ескермейтін сияқты. Бұл тұзаққа түспеу жолы – барлық идеяны қатаң тексеру мен зерттеуден өткізу.

Кәсіпкерлердің көпшілігі жаңа бизнесті жүзеге асыруда маркетингтік ұстанымдардың маңызын аңғармайды. Олар басқару философиясында «қысқа уақыт трендтеріне бағдарланушылар» ретінде белгілі. Сонымен қатар жаңа өнім не қызметті нарыққа шығару үшін міндетті ескерілуіне тиіс тауардың өміршеңдігін түсінбейді.

Ешқандай өнім бірден пайда алып келмейді және шексіз табысты болмайды. Кәсіпкерлер тауардың өміршең кезеңін бағалаумен қатар өнімді ұсынудың ең дұрыс уақытын анықтай білуі керек. Уақытты белгілеу маңызды. Ерте немесе кеш жасалған әрекет көбіне сәтсіздікке себеп болады.



Жаңа өнімді дамыту техникалық мүмкіндіктерге байланысты. Жаңа өнімді шығару немесе жобалау барысында техникалық қиындықтарды алдын ала сезу қабілеті болмаса, түбінде венчур құрдымға кетуі мүмкін. Кәсіпкер жобаны бастамас бұрын барлығын егжей-тегжейлі тексере алмайды. Көп жағдайда күтпеген техникалық қиындықтарға тап болу уақытты созып, шығынды көбейтеді.

Жаңа өнімді қалыптастырудағы ортақ қиындықтың бірі – жобаны аяқтауға қажет қаражат жөнінде оптимистік бағалау. Кейде кәсіпкерлер шығындарды есепке алмайды немесе жеткіліксіз зерттеу мен нашар жоспардың құрбаны болып жатады. Әдетте қалыптастыру шығындарының шектілігін жеткілікті деңгейде есептемеуі жиі кездеседі. Тіпті қажет соманы жартысына да жетпейтін деңгейде бағалау соншалықты сирек жағдай емес.

Жаңа венчур бірегей болуы керек. Бірегейлік – клиенттерді венчурге тартатын ерекше сипаттар мен жобалар әзірлемелері, яғни венчурдің өнімділігі немесе қызметі бәсекелесінен асып түсетін ұсыныс жасау. Компания мен бәсекелестер өнімдері арасындағы айырмашылықты клиенттерге жеткізудің ең тамаша жолы – өнімді саралау (жіктеу). Клиенттер өнімнің бәсекелестер өнімінен артықшылығын көрсе, онда бағаны анықтау мәселесі де оңай шешіледі. Өнім бірегейлігі – саралау не жіктеудің артықшылығын қолданудың ерекше жолы болуы мүмкін.

Бизнес көптеген заң талаптарына тәуелді. Мысалы, талаптардың бірі – қызметкерлер үшін жұмыс орнының қауіпсіздігін қамтамасыз ету. Екінші талап – өнімдердің сенімді және қауіпсіз болуын қадағалау. Үшіншіден, өнім мен өнертабысты патентті, тауар белгісі және авторлық құқықтары арқылы қорғау қажеттігі. Осындай құқықтық мәселелер ескерілмесе, негізгі қиындық туындауы мүмкін.

Жаңа венчур дамуының негізгі факторлары

Жаңа венчурді бағалаудың бірнеше маңызды факторы бар. Оны анықтау мен бағалау жолы – чек-лист немесе бағалау тізімін құру. Көп жағдайда сауалнама жасау тым жалпылама жүруі мүмкін. Мұндай бағалау нақты бір венчур үшін арнайы дайындалуы тиіс.

Жаңа венчур нақты үш кезеңнен өтеді: стартапқа дейін, стартаптан кейін. Стартаптың алғашқы кезеңі – идея, ары қарай тұсауы кесіліп, бизнес басталады. Стартап кезеңі қысқа мерзімді қауіптен аман өткеннен кейінгі өнімдер мен қызметтің сатылуынан және клиенттерге жеткізілуінен бастап тұрақты бизнеске айналуға дейінгі кезең. Стартаптан кейінгі соңғы кезең, бизнестің тоқтауы мен қалыптасқан бизнес кәсіпкердің бақылауынан шыққан кезге дейін созылады.

Осы дәрісте стартапқа дейінгі кезең және стартап фазаларына көбірек назар аударамыз. Себебі дәл осы екі кезеңнің кәсіпкерлер үшін сыни маңызы бар. Осы екі кезеңде бес фактор маңызды, олар: 1) венчурдің салыстырмалы бірегейлігі; 2) стартап инвестициясының салыстырмалы көлемі; 3) венчур осы стартап кезеңінен өту үшін үміт еткен сату мен пайданың өсу қарқыны; 4) стартапқа дейінгі немесе стартап кезеңінде өнімнің қолжетімділігі; 5) стартапқа дейінгі немесе стартап кезеңінде клиенттердің болуы.

Бірегейлік

Жаңа венчур бірегейлігінің ауқымы елеулі болып, әдеттегі деңгейінен ерекше кеңейеді. Ерекше венчурдің бұрынғыдан айырмашылығы қандай? Ол – стартап алдындағы кезеңде талап етілетін инновациялар саны. Бұл айырмашылық тауарлар мен қызметтерді өндірудің жаңа технологиялық әдістеріне және жаңа нарық сегменттеріне қызмет көрсетуге негізделеді. Венчурдің бірегейлігі оның ұзақ уақыт бірегей болып қалуына байланысты да бағаланады.

Инвестиция

Жаңа венчурді бастау үшін қажетті бастапқы инвестиция әртүрлі көлемде болуы мүмкін. Кейбір индустрияларда ол жүз мың доллардан да аз болса, ал кейбір салаларда миллион



доллар қажет. Тіпті жекелеген салаларда көлемді стартаптар ғана қажет. Мысалы, баспахана индустриясында біреу шағын венчур ашып, оның шағын не ірі болып қалуын өзі таңдайды. Басқалармен салыстыратын болсақ, әуе жолдары индустриясында венчур ашуды көздеген кәсіпкер үшін анағұрлым көлемді инвестиция қажет.

Сатылым өсімі

Стартап кезеңіндегі тағы бір сыни фактор – сатылымдар өсімі. Осыған байланысты мынадай сауалдар туындайды: жаңа венчурдің сатылымы мен пайдасының болжамды өсу моделі қандай болмақ? Сатылым мен пайданың өсімі баяу болады, не стартап кезеңінен кейін теңеседі деп күте ме? Жоғары пайда мен сатылымдар деңгейіне қол жеткізу мүмкін бе? Әлде бастапқы пайдасы төмен болып, бірнеше жылдан кейін жоғары бола ма? Осы сұрақтарға жауап беру маңызды және көп жағдайларда кәсіпорындар үш түрлі сипатқа сай келетінін ескерген жөн:

- Өмір салтына бағдарланған венчурлер үшін басты қозғаушы күш тәуелсіздік, еркіндік және бақылау болса, ал кәсіпкер үшін ауқымды сатылым мен пайдадан гөрі, жайлы әрі тұрақты өмір сүру маңызы жоғары болады.
- Төмен немесе аз пайда деңгейіне бағдарланған венчурлер үшін қаржылай табыс басты рөлде. Онымен қоса, еркіндік пен бақылау да маңызды. Кәсіпкерлер кәсіпорынның сатылымы (қызметкерлер саны да) тым үлкен болуын қаламайды, себебі бұл жағдайда меншікті не болмаса меншік иесі позициясын бөлісу керек. Нәтижесінде, тұрақты деңгейде қалыптасқан ақша ағымы мен пайданы бақылауды да бөлісу керек болады.
- Жоғары пайда не өсу деңгейіне бағдарланған венчурлер үшін елеулі сатылымдар мен пайданың өсімі жаңа венчурлік капиталдар ақшасын тарту және көпшілікке немесе жеке тұлғаларға бағалы қағаздарды тарату тұрғысынан маңызды.

Өнім жеткіліктілігі. Табысқа жету жолында кез келген венчур үшін өнім жеткіліктілігі маңызды, яғни венчурдің тұсаукесері жасалған кезден бастап сатылатын тауарлар мен уақытылы қызметтері дайын болуы керек. Кейбір кәсіпорындардың тауары мен көрсетілетін қызметтері толық дайындалмаған, жетілдіруді талап етуі мүмкін, бұл біршама қиындықтар туғызады. Енді бір кәсіпорындар тауарларды тым ерте ұсынып қойғандықтан, оны қайтаруға немесе қайта шақыртып алуға мәжбүр болады. Мысалы, бағдарламалық жасақтама. Жаңа компьютерлік бағдарламаны дайындап, клиенттерге ерте ұсынса, оның ішінде кейбір қателер мен ақаулар шығуы ықтимал.

Клиент жеткіліктілігі. Венчур ашылмастан бұрын өнім жеткілікті болса, оның табысты болуы ықтималдығы жоғары. Стартап үшін дәл сондай сипаттағы тәуекел клиент жеткіліктілігінен де туындайды. Бір жағынан, тәуекелдің үздіксіздігі клиенттердің әлі жеткізілмеген тауарлар мен көрсетілетін қызметтер үшін төлем жасау ниетіне байланысты. Екінші жағынан, стартап нақты сатып алушысын білмей жатып іс бастаса, онда тәуекел орын алуы мүмкін. Нарыққа немқұрайды қараудың тәуекелі өте жоғары. Бәрінен бұрын кәсіпкердің табысқа жетуінің екі негізгі өлшемі бар: біріншісі – тауар немесе қызметті пайда әкелетін бағамен сатып алуға дайын клиент болуы; екіншісі – тауар өндіру мен көрсетілетін қызметті жеткізуге нақты міндеттеме алуыңыз керек.

Жаңа венчур неліктен сәтсіздікке ұшырайды?

Жыл сайын жаңа венчур бастау үшін қыруар қаражат жұмсалады. Жаңа құрылған венчурлердің көбі алғашқы немесе екінші жылы жабылып та жатады; тек аз бөлігі ғана табысқа жетеді. Зерттеулердің басым көпшілігінің қорытындысы бойынша жаңа венчурдің сәтсіз аяқталуына себеп факторлардың көбі кәсіпкердің бақылауында болған. Жаңа венчурлердің сәтсіздікке ұшырауының негізгі себептерін қарастырайық.



Бір ғылыми зерттеуде 250 хайтек фирма қарастырылып, олардың сәтсіздікке ұшырау себептері негізгі үш топқа бөлінді: өнім/нарық мәселелері, қаржылай қиындықтар және басқару/менеджерлік мәселелері.

Өнім/нарық мәселелері мына факторлардан туындайды:

- Нарыққа кіру уақытын дұрыс таңдамау. Зерттелген кейстердің 40%-ы нарыққа ерте кіруден туындаған сәтсіздік болған.
- Өнімді жобалау мәселесі. Бұл мәселе уақытты анықтаумен байланысты болғанмен, өнімді жобалау мен қалыптастыру венчурдің бастапқы кезеңі үшін өте маңызды. Өнімде немесе қызметте маңызды өзгертулер жасалса, оның нәтижесі сәтсіздікке әкелуі мүмкін.
- Оңтайлы емес тарату стратегиясы. Комиссия негізінде немесе делдалдық өкілдіктерге, не сауда көрсетілімдері арқылы тікелей сатуға негізделген тарату не дистрибуция стратегиясына рұқсат етілген, бастысы – өнім мен клиентке негізделген болуы керек.
- Бизнесінің мақсаты анықталмаған. Бизнесінің нақты мақсаты белгісіз болуы, фирманы тұрақсыздандырып, үнемі өзгерістерге итермелейді.
- Клиентке тым сенімді болу. Бір ғана клиентке сенім арту, әртараптанбау сәтсіздікке әкеледі. Ақыр соңында фирма қызметін тоқтатады.

Қаржылай қиындықтар мына фактордан туындайды:

- Бастапқы капиталдандырудың жеткіліксіздігі. Зерттелген фирманың 30 пайызы бастапқы қордың жеткіліксіздігі себебінен сәтсіздікке ұшыраған.
- Тым ерте қарыздану. Кейбір кәсіпорындар несиелік қаржыландыруды ерте алған, сонымен қатар, несие көлемі де үлкен болған. Сол себепті қарызды өтеуде қиындықтар пайда болды.
- Венчурлік капиталмен қарым-қатынас мәселесі. Кәсіпорын мен венчурлік капиталдың арасында көзқарас, мақсат және мотивацияның бір тараптан шықпауы, нәтижесінде венчур қиындықтарымен белең алады.

Басқару/менеджерлік мәселесі мынадай фактордан туындайды:

- Командалық ұстаным тұжырымдамасы. Басқарушы/менеджерлік командаға қатысты мәселелер: 1) біліктілікке емес, непотизмге негізделіп жұмысқа алу және жоғарылату (ред: туысқандық жолдастық негізде жұмысқа алу); 2) бірінші деңгейлі компаниялар және венчурлік капиталистермен қарым-қатынастың нашар болуы; 3) негізін қалаушылар көбіне компанияның күшті жақтарына емес, әлсіз жақтарына көп көңіл аударуы; 4) біліксіз мамандардан кеңес алу.
- Адам ресурстары мәселесі. Меншік иесінің орынсыз эгосы, қызметкерлерді қадағалау және басқа да бақылау факторы әсерінен венчурлер сәтсіз болып жатады. Сонымен қатар зерттеу мынадай ішкі мәселелерді көрсетті: 1) клиенттерді толық жоғалтуға әкелетін жемқорлық; 2) бір жағынан венчур капиталистердің кәсіпкерді алдауы, екінші жағынан кәсіпкердің венчур капиталистерін алдауы; 3) венчур капиталистер мен кәсіпкер арасындағы ауызша келісімдердің құрметтелмеуі; 4) ұзаққа созылған сот дауы.

Венчурді бағалаудың дәстүрлі процестері

Жаңа венчур бастар алдында бір маңызды тапсырма орындау керек, ол – өнім не қызметті аяққа тұрғызу мүмкіндігін мұқият талдау.

Деңгейді сараптау әдісі

Деңгейлік сараптау – бірқатар маңызды өлшемдер мен айнымалылар негізінде венчур әлеуетінің күшті және әлсіз жақтарын бағалау үшін кәсіпкерлер қолданатын құрал. Венчурдің табысы мен сәтсіздігі бір стратегиялық айнымалыны қалыптастырмайды. Көп жағдайда



нәтижеге айнымалылардың комбинациясы әсер етеді. Сондықтан жаңа венчур құру үшін ресурстарды қолданбас бұрын сол айнымалыларды анықтау мен зерттеу өте маңызды.

Жүзеге асыру мүмкіндігі критерийлерін қарау әдісі

Тағы бір бағалау әдісі – жүзеге асыру мүмкіндігінің ұстанымы. Кәсіпкерлер мынадай сұрақтарға жауап беру арқылы венчурдің өміршеңдігі туралы көзқарас қалыптастырып, оны іске асыру өлшемдері тізімін дайындайды. Сұрақтар:

- Бұл идея меншігіңізде ме, не патенттелген бе?
- Бастапқы өндіру және маркетинг шығындары дұрыс есептелді ме?
- Өнімнен жоғары маржа алу мүмкіндігі бар ма?
- Нарыққа шығуға берілген және залалсыздық нүктесіне жету уақыты қолжетімді ме?
- Алғашқы клиенті бар ма?
- Жобалау шығындары мен күнтізбесі шынайы ма?

Кәсіпкерлік мүмкіндіктерді бағалау сұрақтары

- Дамып келе жатқан индустрия ма?
- Қаржы қауымдастығы өнімді және оған деген қажеттілікті дұрыс түсіне ала ма?

Инвесторлар өнімнің тұжырымдамасы мен құндылығын түсінсе, онда қаржы табу мүмкіндігі арта түседі. Деңгейді сараптау ұстанымы венчурдің ішкі әлсіздігі мен күшті жақтарын талдау құралдарын беріп, маркетинг және индустрия әлеуетін бағалауда сыни маңызға ие. Айтылған өлшемдер кем дегенде алтауына оң жауап бермесе, жаңа венчурді қаржыландыру мүмкіндігі азаяды. Жетіден көп өлшемдер бойынша жауап бар болса, онда қаржыландыру ықтималдығы артады.

Жүзеге асыру мүмкіндігін кешенді талдау

Жүзеге асыру мүмкіндігін жүйелі және кешенді талдау әдісі жоғарыда қарастырылған өлшемдерімен бірге, сыртқы факторды да қамтиды. Олар техникалық, нарықтық, қаржылық, ұйымдық және бәсеке факторы болып бөлінеді. Қарастырылған бес фактордың бәрі де маңызды, бірақ осылардың ішінде техникалық және нарықтық фактордың орны бөлек.

Техникалық жарамдылық

Ең алдымен жаңа венчур идеясының техникалық талаптарға сәйкестігін анықтаудан бастаған дұрыс. Венчурдің техникалық жарамдылығы – ықтимал клиенттің сұранымын қанағаттандыратын өнім өндіру не қызмет көрсету. Оның ең маңызды талаптары мынадай:

- Өнімнің функционал дизайны және сырт пішінінің тартымдығы;
- Өнімнің сыртқы сипаттамасы клиент сұранысын қанағаттандыратын, техникалық және бәсекелік өзгертуге, модификациялауға икемдігі;
- Өнім өндіруге қолданылатын материалдың төзімділігі;
- Әдеттегі операциялық жағдайға сәйкес өнімнің сенімділігі мен сапасын қамтамасыз ету;
- Әдеттегі операциялық жағдайға өнімнің қауіпсіздігі мен ықтимал қатерін туғызбау;
- Орынды пайдалылық пен тозудың жеткілікті деңгейі;
- Күтімі оңай әрі арзан;
- Стандарттау немесе алмастырылатын бөлшектер арасында қажет емес алуан түрлілікті алып тастау;
- Өндіру мен процеске оңай;
- Қолдануға жеңіл.



Осы зерттеу нәтижелері жаңа венчурдің техникалық жарамдылығы туралы шешім шығаруға негіз бола алады.

Нарықтандыру

Жаңа венчурді нарықтандыру туралы ақпаратты жинау мен талдау – оның болашақ табысын бағалауда өмірлік маңызы өте зор. Талдаудың үш негізгі саласы бар: 1) бүкіл әлеуетті нарықты зерттеу және тауар мен қызметтерді тұтынушыларды анықтау; 2) кәсіпорынның ықтимал нарықты қолдану және кеңейту мүмкіндігін сараптау; 3) нарықты сараптау арқылы венчурдің мүмкіндіктері мен тәуекелдерін анықтау.

Венчурді бағалаудың қазіргі заманғы әдістері

Осы дәрісте үнемі өзгерісте болатын кәсіпкерлік әлемде орын алған жаңа процестермен қатар, жаңа венчур мен бизнес концепциясын бағалаудың қазіргі заманғы әдістері қарастырылады. Қарқынды дамып келе жатқан кәсіпкерлік ортада дизайн әдісінен бастап, «үнемді өндіріс» әдісіне дейін, яғни барлық жаңа әдістер, венчур идеясы мен концепциясын дамыту арқылы күшейтуге бағытталған.

Дизайн әдісі

Дизайн немесе жобалау – идеяларды әрекет жоспары, тәжірибе немесе белгілі бір физикалық зат сияқты басқа бір формаға айналдыру мен қалыптастыруға үйрететін оқыту процесі. Нәтижесінде, венчур негізінде білім мен сенімнің рөлі артты. Кейбір зерттеушілер дизайн әдісі идеяны бір формаға айналдыру үшін маңызы зор арнайы оқу механизмі деп сенеді. Мысалы:

- Сапалық зерттеуден оқып-үйрену, оның ішінде мәселеге қатысты мүдделі тараптарды әділ сараптау, мүдделі тараптарды мәселені шешуге тарту және қолжетімді екінші деңгейді зерттеу арқылы терең зерделеу.
- Прототиптеуден оқып-үйрену. Прототип (венчурдің физикалық көрінісі) – венчурдің негізгі идеясының мәні сақталып, басқаларға таратылуға дайындалған үлгісі. Прототиптегі тұжырымдама мен ақиқат арасындағы алшақтықты азайту үшін коммуникация мен кері байланыс қолданылады.
- Кері байланыстан оқып-үйрену. Кері байланыс венчурдің тиімділігіне қатысты және оны қиындатпау керек. Алғашқы әсер немесе инстинкт негізінде жасалған шыншыл зерттеу венчур тұжырымдамасының болашақ нұсқасын қалыптастыруда қолданылады.

«Үнемшіл стартап» немесе лин-стартап әдісі

Дизайн әдісі сияқты «үнемшіл стартап» немесе лин-стартап әдісі клиенттердің талабына сай өнімді тезірек жеткізуді көздейтін жаңа венчурді бастапқы кезеңде жетілдірудің ғылыми ұстанымы. Бұл әдіс философиясы жапондық «үнемді өндіріс» тұжырымдамасына негізделген, ол ысырапшыл тәжірибені тоқтатып, құндылықты өндіру тәжірибесін қолдауға бағытталған. Әрбір жаңа венчурді үлкен эксперименттің бастамасы ретінде қарастыратын лин-стартап әдісі «Венчурді бастау керек пе?» және «Ол тұрақты бизнеске айнала ала ма?» деген сияқты сұрақтарға жауап беруден басталады.

Үнемшіл немесе лин-стартап әдісі гипотезаға (бизнес идеяға) негізделіп, кәсіпкерлер клиенттерден кері байланысты ертерек және жиірек жинақтап, қолдануы керек.



Түйін

Жаңа венчур стартап факторларының күрделілігі олардың әрқайсысын нақты бағалауды қиындатты. Жаңа венчур таңдау барысында бірнеше кедергі пайда болуы мүмкін: венчурге объектив баға берілмеуі, нарық жөніндегі жақсы түсініктің аздығы, техникалық талаптарды дұрыс түсінбеу, қаржы түсінігінің жеткіліксіздігі, венчур бірегейлігінің болмауы және заң мәселесінен хабарсыз болу.

Жаңа венчурді бағалауда кәсіпкер бірнеше маңызды факторды ойлауы қажет: тауар немесе көрсетілетін қызметтің бірегейлігі, венчур бастауға қажет капиталдық инвестиция көлемі, сатылымның өсуі және өнімнің қолжетімділігі.

Жаңа венчурдің сәтсіздікке ұшырауының негізгі себептері: нарықты жеткілікті білмеу, өнім өндірісінде кемшіліктердің орын алуы, маркетинг және сауда әрекетінің тиімсіздігі, бәсекелестік қысым жөнінде жеткілікті хабардар болмау, өнімнің жылдам тозуы, уақытты нашар жоспарлау және әлсіз капиталдану. Кәсіпкердің өнім өндіруін немесе қызметін жүзеге асыруын бағалау үшін дұрыс сұрақтар қою, кәсіпорынға деңгейлік талдау және кешендік техникалық-экономикалық негіздеме жасау секілді әрекеттерді атқаруға болады.