

**ФРИИ** ОЦЕНКА РЫНКА ДЛЯ СТАРТАПОВ

# Зачем нужно оценивать рынок?

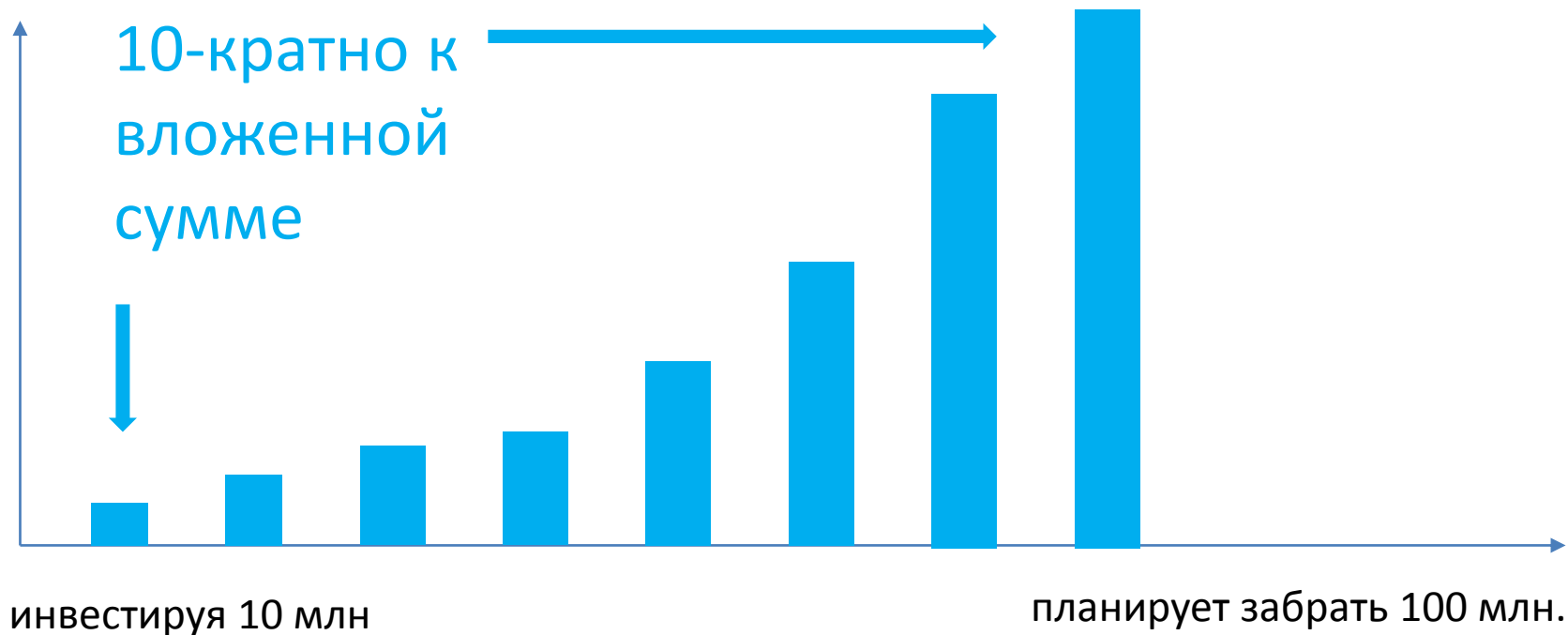
- Как правило, стартап начинается с прикольной идеи, а не с оценки рынка !
- Каждый стартапер хочет стать Цукербергом и планирует заработать на этом стартапе миллиарды
- Он пытается развивать бизнес сам, либо приходит к инвестору за инвестициями в ускорение

**И тут-то требуется посчитать – а  
насколько реальны ожидания  
стартапа относительно развития его  
бизнеса?**

# Типичный запрос к инвестору

- Ищем инвестиции в 10 млн. рублей
- Готовы отдать 10% компании
- Наш оборот через 3 года будет 100 млн. рублей

# Инвестор планирует заработать...



# Внимание, вопрос!

**А есть ли у вас рынок  
чтобы заработать  
100 миллионов ?**

# Как стартапы оценивают рынок:

Пример: решение для навигации на выставках

Мировой

121 млрд

# Как стартапы оценивают рынок:

Пример: решение для навигации на выставках

Мировой

121 млрд

Российский

800 млн



# Как стартапы оценивают рынок:

Пример: решение для навигации на выставках

Мировой

121 млрд

Российский

800 млн

Систем автоматизации навигации

24 млн

# Как стартапы оценивают рынок:

Пример: решение для навигации на выставках

|                                    |          |
|------------------------------------|----------|
| Мировой                            | 121 млрд |
| Российский                         | 800 млн  |
| Систем автоматизации               | 24 млн   |
| С учетом конкурентов и сегментации | 9,6 млн  |

# А это значит что...

- Предел цены компании (и заработка основателей) не будет выше 9,6 млн.
- Чтобы инвестору заработать 10-кратно, то более чем 480 тыс. за 50% инвестировать нельзя!

# В чем была ошибка?

**ПРИ ОЦЕНКЕ БЫЛИ ПЕРЕПУТАНЫ ПОДСЕГМЕНТЫ РЫНКА**

## **TAM (Total available market)**

Общий рынок всех подобных товаров во всех сегментах и каналах

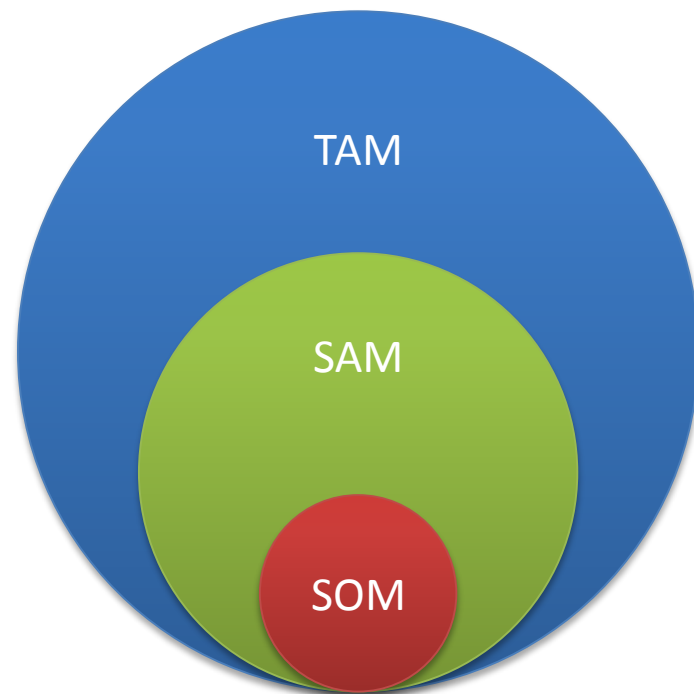
## **SAM (Serviceable Available Market)**

Рынок, который может взять ВАШ товар, в силу специфики его работы или технологии

## **SOM (Serviceable Obtainable Market)**

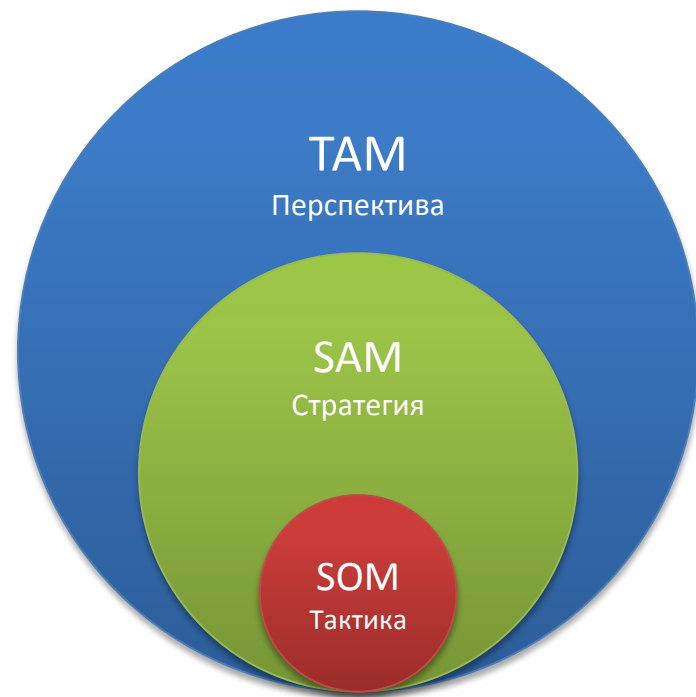
Порция рынка SAM, которую ВЫ МОЖЕТЕ взять

[https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/tam\\_sam\\_som](https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/tam_sam_som)



# Как использовать TOM/SAM/SOM

- Вы можете довольно легко оценить общий рынок аналогичных товаров (TAM)
- Однако величина рынка, который доступен вам (SAM) будет сильно меньше, в силу специфики вашего продукта
  - Ограниченная география
  - Ограниченный список партнеров или каналов
  - Ограничение технологии
  - Ограничение монетизации
- Рынок, который вы сможете занять, будет еще меньше
  - Есть конкуренты
  - Есть длина сделки
  - Есть объективная реальность



# Пример TAM/SAM/SOM

Проект по аренде жилья через интернет

## **TAM** (Total available market)

Рынок посуточной аренды квартир и коттеджей в России

**\$1,2 млрд.**

---

## **SAM** (Serviceable Available Market)

через интернет арендуется не более 15% всех квартир и коттеджей

**\$193 млн.**

---

## **SOM** (Serviceable Obtainable Market)

Рынок городов-миллионников (за исключением столиц) от 4% до 10%

**\$19 млн.**

# Пример TAM/SAM/SOM

Проект по аренде жилья через интернет

**Забыли, что берут только комиссию 10% !**

**TAM** (Total available market)

Рынок посуточной аренды квартир и коттеджей в России

**\$0,2 млрд.**  
~~\$1,2 млрд.~~

**SAM** (Serviceable Available Market)

через интернет арендуется не более 15% всех квартир и коттеджей

**\$19 млн.**  
~~\$193 млн.~~

**SOM** (Serviceable Obtainable Market)

Рынок городов-миллионников (за исключением столиц) от 4% до 10%

**\$1,9 млн.**  
~~\$19 млн.~~

# Что нужно также учитывать

- 1) **Цикл рынка:** зрелость, спад, зарождение, молодость, горячий рынок - от этого зависит ожидание темпов роста рынка
- 2) **Как поделен рынок** – один крупный игрок (плохо), много мелких – тоже плохо. Это влияет на долю, которую вы сумеете (или не сумеете) занять



# Три правильных способа расчета рынка

- 1) Через клиента:** рынок можно оценить через повадки вашего клиента (как он покупает, как платит, как использует, как возвращается и т.п.)
- 2) Через канал:** рынок можно оценить через канал продажи или выхода на аудиторию: через его объем, через его механику, через его охват
- 3) Через конкурентов:** рынок можно оценить через оценку работы конкурентов, полученную из СМИ или от шпионов: по объемам, оборотам, охватам и т.п.

# Оценка рынка влияет на стратегию!

- 1) Неправильно оценив рынок, команды не смогут оценить объем усилий, который требуется им для достижения результата
  - Например окажется, что им надо будет захватить весь РЕАЛЬНЫЙ рынок
- 2) После правильной оценки может оказаться, что у компании **НЕТ БИЗНЕСА** !

# Михаил Корнеев

зам.директора #tceh



[korneevm@gmail.com](mailto:korneevm@gmail.com)



[facebook.com/korneevm](https://facebook.com/korneevm)

ФРИИ