

**фрии** ОЦЕНКА РЫНКА ДЛЯ  
СТАРТАПОВ

**Михаил Авдеев**

Представитель ФРИИ на  
Урале

# Зачем нужно оценивать рынок?

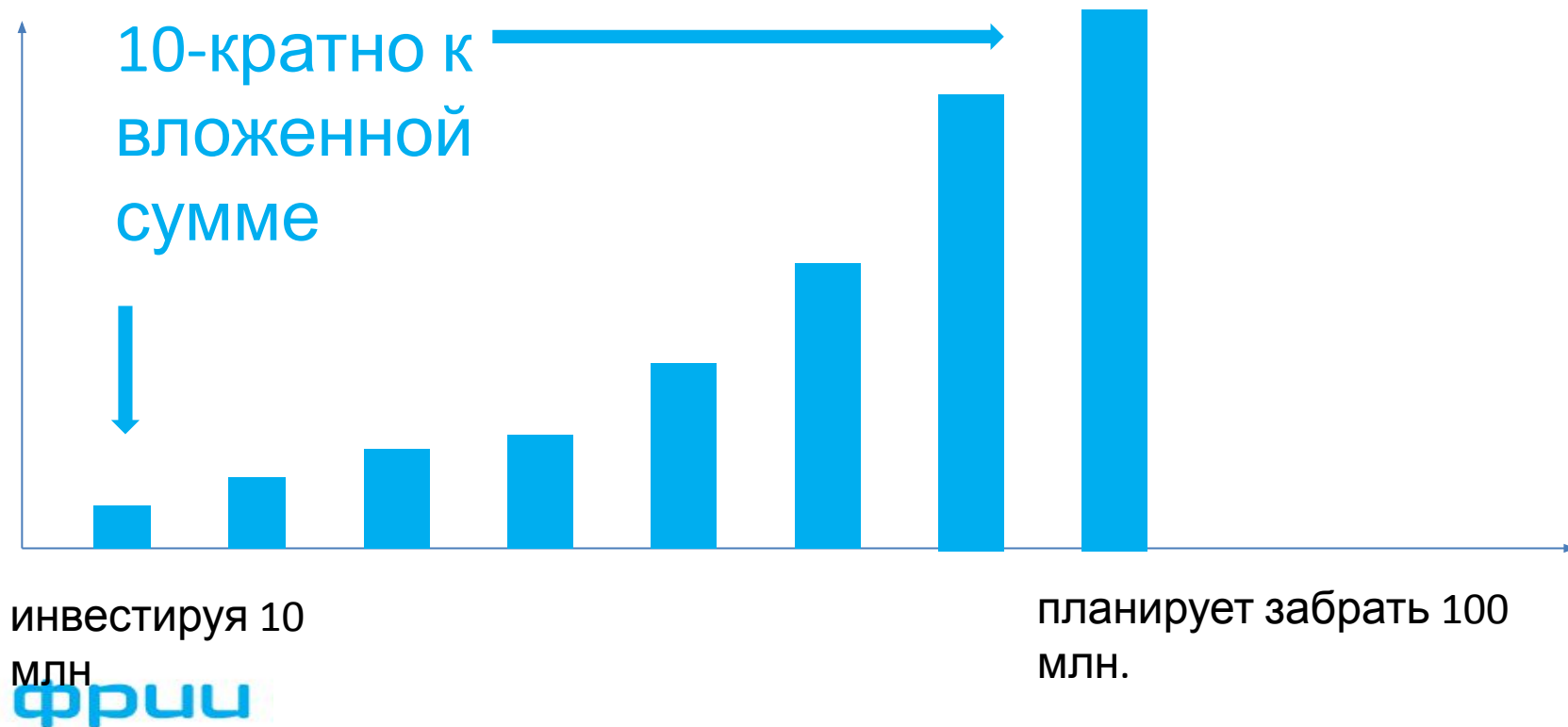
- Как правило, стартап начинается с прикольной идеи, а не с оценки рынка !
- Каждый стартапер хочет стать Цукербергом и планирует заработать на этом стартапе миллиарды
- Он пытается развивать бизнес сам, либо приходит к инвестору за инвестициями в ускорение

**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

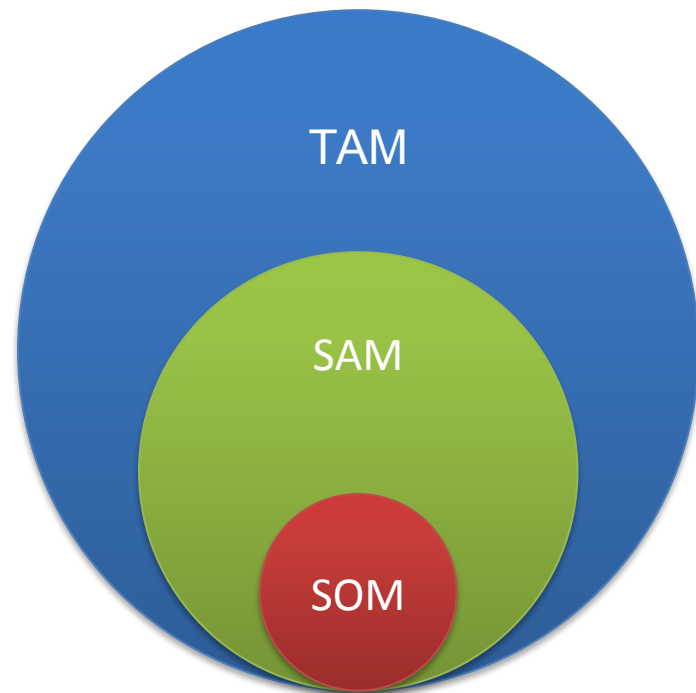
### **SAM** (Serviceable Available Market)

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

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

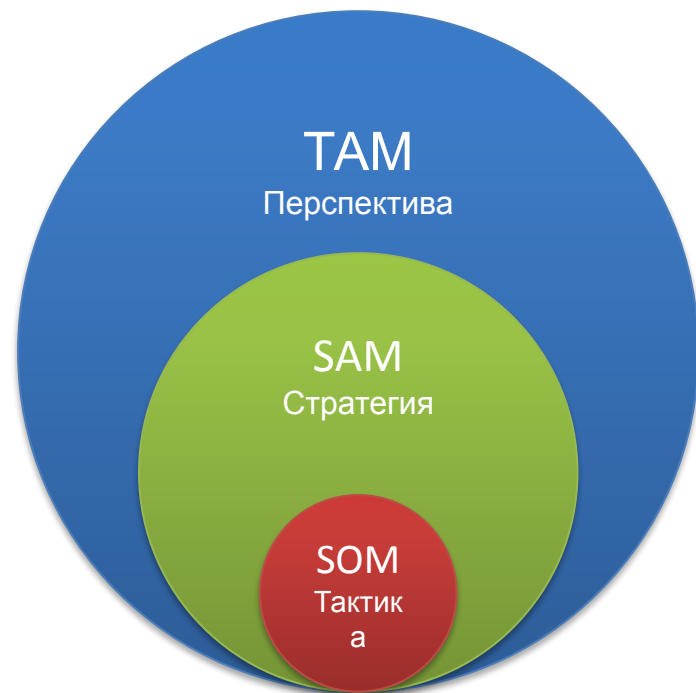
Порция рынка SAM, которую ВЫ МОЖЕТЕ взять

[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% I**  
**TAM** (Total available market)

Рынок посуточной аренды квартир и коттеджей в России

~~\$0,2~~  
~~\$1,2~~  
~~млрд.~~

**SAM** (Serviceable Available Market)

через интернет арендуется не более 15% всех квартир и коттеджей

~~млрд.~~  
~~\$19~~  
~~млн.~~

**SOM** (Serviceable Obtainable Market)

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

~~млн.~~  
~~\$1,9~~  
~~\$19~~  
~~млн.~~  
~~млн.~~

# Что нужно также учитывать

- 1) **Цикл рынка:** зрелость, спад, зарождение, молодость, горячий рынок - от этого зависит ожидания 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.

# Две методики расчета рынка

# Две методики расчета рынка

СВЕРХУ ВНИЗ



# Две методики расчета рынка

СВЕРХУ ВНИЗ



СНИЗУ ВВЕРХ



# 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** !

# Достижимость оборота в 300 млн. руб.

		Количество потенциальных клиентов (SAM)												
SAM	ARPPU	12000	20000	30000	50000	100000	150000	300000	500000	750000	1000000	2000000	3000000	10000000
		150	16666,7%	10000,0%	6666,7%	4000,0%	2000,0%	1333,3%	666,7%	400,0%	266,7%	200,0%	100,0%	66,7%
300	8333,3%	5000,0%	3333,3%	2000,0%	1000,0%	666,7%	333,3%	200,0%	133,3%	200,0%	50,0%	33,3%	10,0%	
500	5000,0%	3000,0%	2000,0%	1200,0%	600,0%	400,0%	200,0%	120,0%	80,0%	60,0%	30,0%	20,0%	6,0%	
1000	2500,0%	1500,0%	1000,0%	600,0%	300,0%	200,0%	100,0%	60,0%	40,0%	30,0%	15,0%	10,0%	3,0%	
2000	1250,0%	750,0%	500,0%	300,0%	150,0%	100,0%	50,0%	30,0%	20,0%	15,0%	7,5%	5,0%	1,5%	
5000	500,0%	300,0%	200,0%	120,0%	60,0%	40,0%	20,0%	12,0%	8,0%	6,0%	3,0%	2,0%	0,6%	
10000	250,0%	150,0%	100,0%	60,0%	30,0%	20,0%	10,0%	6,0%	4,0%	3,0%	1,5%	1,0%	0,3%	
25000	100,0%	60,0%	40,0%	24,0%	12,0%	8,0%	4,0%	2,4%	1,6%	1,2%	0,6%	0,4%	0,1%	
50000	50,0%	30,0%	20,0%	12,0%	6,0%	4,0%	2,0%	1,2%	0,8%	0,6%	0,3%	0,2%	0,1%	
75000	33,3%	20,0%	13,3%	8,0%	4,0%	2,7%	1,3%	0,8%	0,5%	0,4%	0,2%	0,1%	0,0%	
100000	25,0%	15,0%	10,0%	6,0%	3,0%	2,0%	1,0%	0,6%	0,4%	0,3%	0,2%	0,1%	0,0%	

Требуемая доля от SAM для получения целевой выручки

# Михаил Авдеев

представитель ФРИИ на Урале



[mavdeev@iidf.ru](mailto:mavdeev@iidf.ru)



[facebook.com/mike.avdeev](https://facebook.com/mike.avdeev)

фрии