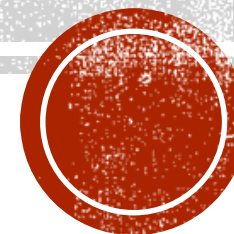


# ОЦЕНКА РЫНКА ТАМ-SAM-SOM +

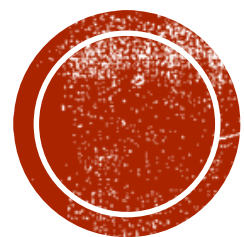
Владимир Коровин



# О ЧЕМ ПОГОВОРИМ

- Оценка рынка. Почему это важно
- На что обращать внимание кроме размера
- TAM, SAM, SOM (+)
- Алгоритмы оценки
- Bottom-up и Top-down
- Где брать данные?
- Визуализация. Последнее, но не менее важное





РЫНОК

# РАЗМЕР ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

**Большие компании могут существовать только на больших рынках.**

*Точка зрения основателя :* если вы хотите создать компанию, которая окажет влияние на мир, убедитесь, что вы взяли на себя достаточно большие рыночные возможности.

*Точка зрения инвестора :*

компания будет генерировать выходную стоимость, которая вернет их средства.

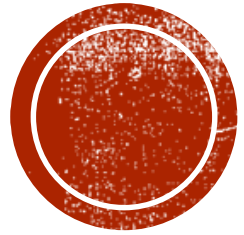
В своей презентации вы должны стремиться показать, что ваш стартап может получить как минимум сотни миллионов прибыли в течение следующего десятилетия на многомиллиардном рынке.



# НА ЧТО ЕЩЕ СМОТРЕТЬ

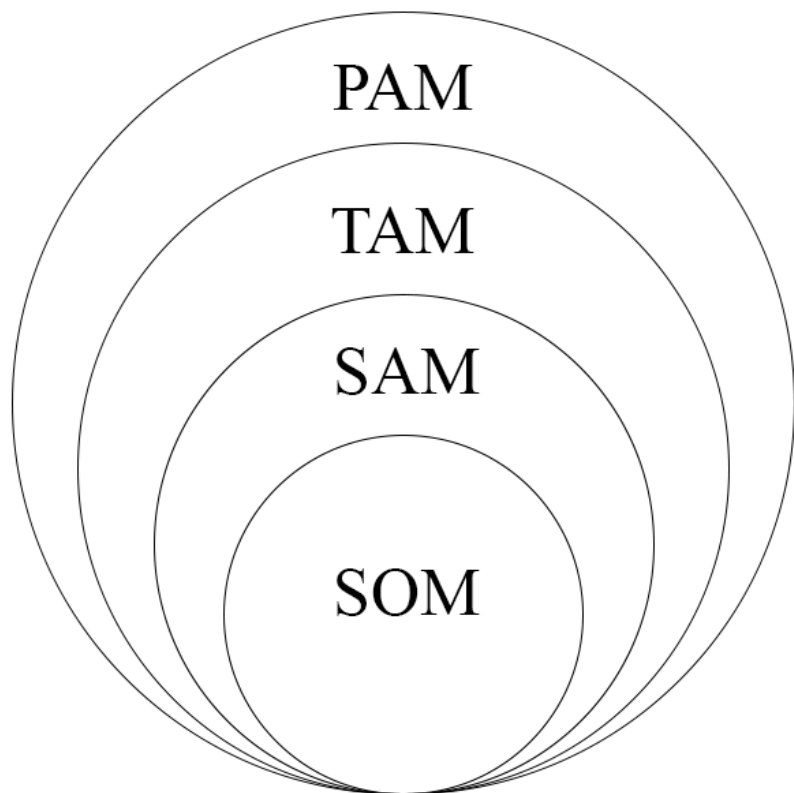
- Динамика рынка. **CAGR (Compound Annual Growth Rate)** - совокупный среднегодовой темп роста.
- **Динамика спроса.** Если бизнес сезонный, стоит учитывать время экспансии и считать емкость для отрезка времени.
- Качество и характеристики продукта.
- Количество клиентов
- Конкурентное окружение





TAM-SAM-SOM

# PAM-TAM-SAM-SOM



**Potential Available Market** – потенциальный объём рынка

**Total Addressable Market** - объем целевого рынка

**Served/Serviceable Available Market**  
доступный объем обслуживаемого рынка

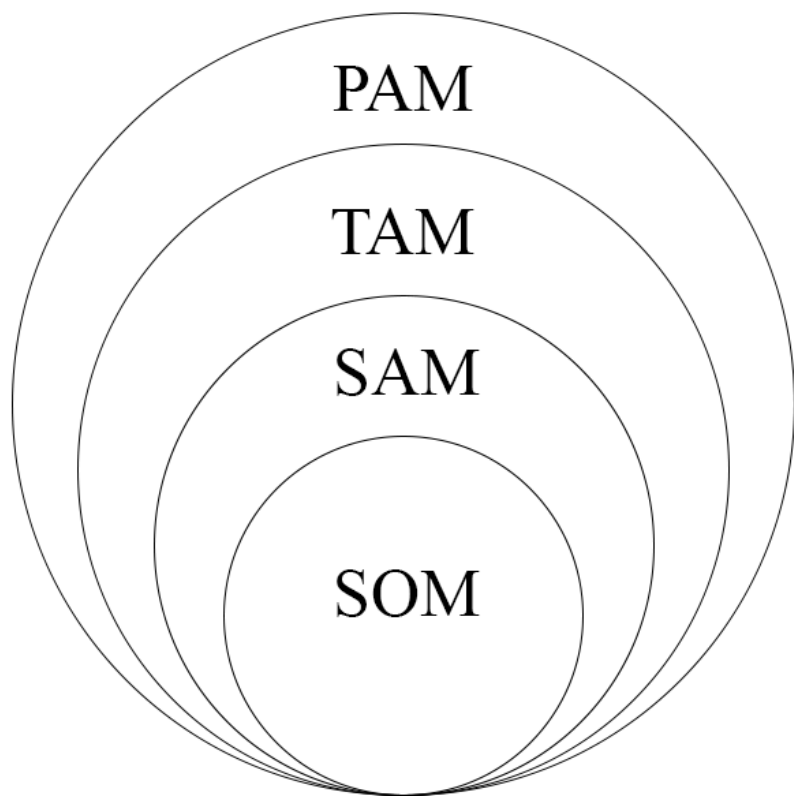
**Serviceable & Obtainable Market**  
реально достижимый объем рынка



# PAM

**Potential Available Market** – потенциальный объём рынка

Это весь объём рынка с учётом того, как он изменится за интересующее вас время.



## **Показывает**

Глобальный объём рынка и его тенденции

## **Позволяет понять**

динамику рынка и на основе этого сформировать стратегию развития компании, оценить перспективы продукта

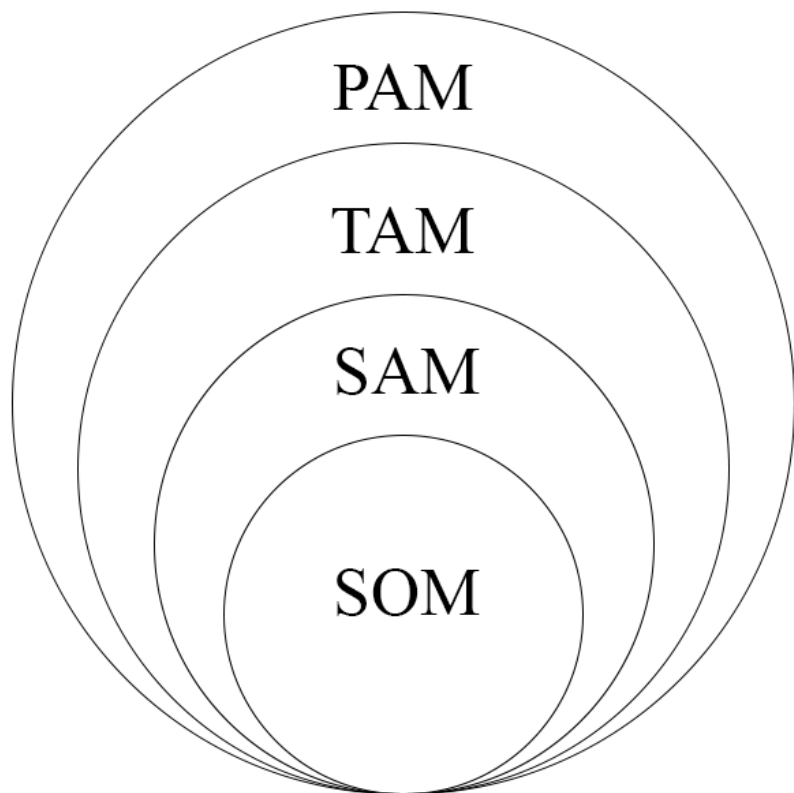




# TAM

**Total Addressable Market** - объем целевого рынка

*Насколько велик самый большой рынок?*



**Показывает**

максимальный доход, который вы могли бы получить в долгосрочной перспективе, если бы захватили **100% рынка**

**включает** всех потенциальных клиентов — в том числе тех, кто уже покупает у ваших конкурентов и покупает товары-аналоги и тех, которые не могут себе позволить приобрести продукт



# TAM

**Total Addressable Market** - объем целевого рынка

*Насколько велик самый большой рынок?*

1. Вы продаете чай. Ваш TAM – размер мирового рынка чая в долларах (весь чай, проданный во всех странах кому угодно)

2. Ваш продукт — программное обеспечение для интернет-магазинов. Ваш TAM — доход всех компаний, полученный от продажи программного обеспечения для электронной коммерции в долларах США.

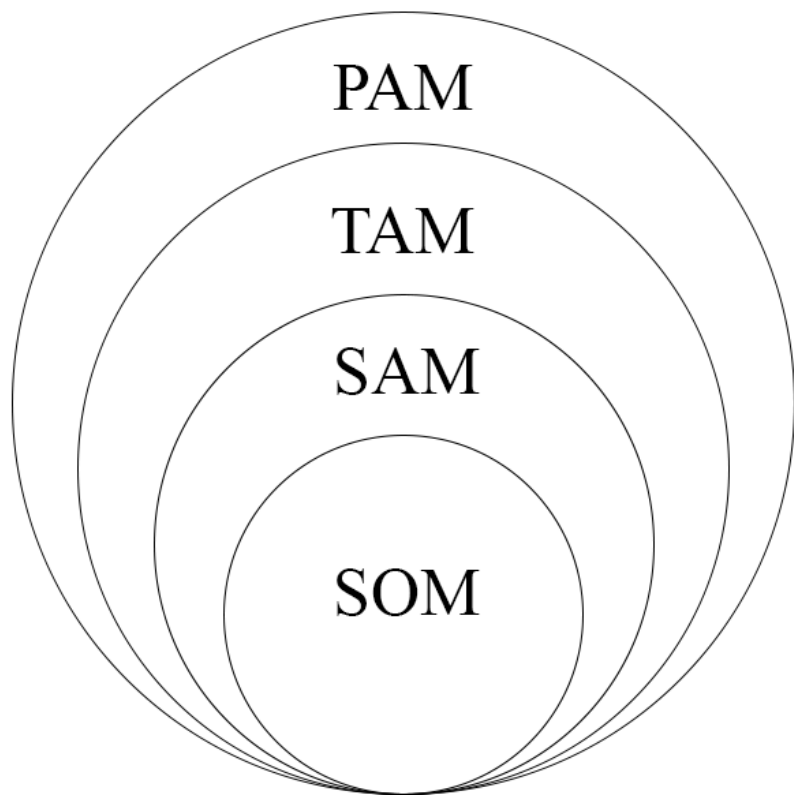
3. Вы хотите открыть сеть супермаркетов. Ваш TAM — ....?



# SAM

**Served/Serviceable Available Market** доступный объем обслуживаемого рынка

*Насколько велик рынок, на который вы могли бы выйти сейчас*



## **Показывает**

Объём рынка, который можно занять, если вытеснить прямых конкурентов.

Это максимальный объём ниши, в которой вы работаете.

**Показывает**, сколько денег уже тратится на решения, похожие на ваше. SAM - это рынок прямых конкурентов и аналогов.

Не учитывает тех, кто мог бы купить продукт, но не покупает его по самым разным причинам



# SAM

**Served/Serviceable Available Market** доступный объем обслуживаемого рынка

*Насколько велик рынок, на который вы могли бы выйти сейчас*

1. Чай. Если вы собираетесь продавать чай, например, только в ЕС, ваш SAM — это размер рынка чая в ЕС в долларах.

2. Программное обеспечение. Подойдет ли ваше программное обеспечение для всех интернет-магазинов? Или только интернет-магазины одежды/мебели/аксессуаров? Будет ли ваше программное обеспечение полезно для всех интернет-магазинов или только для тех, у которых большой оборот?

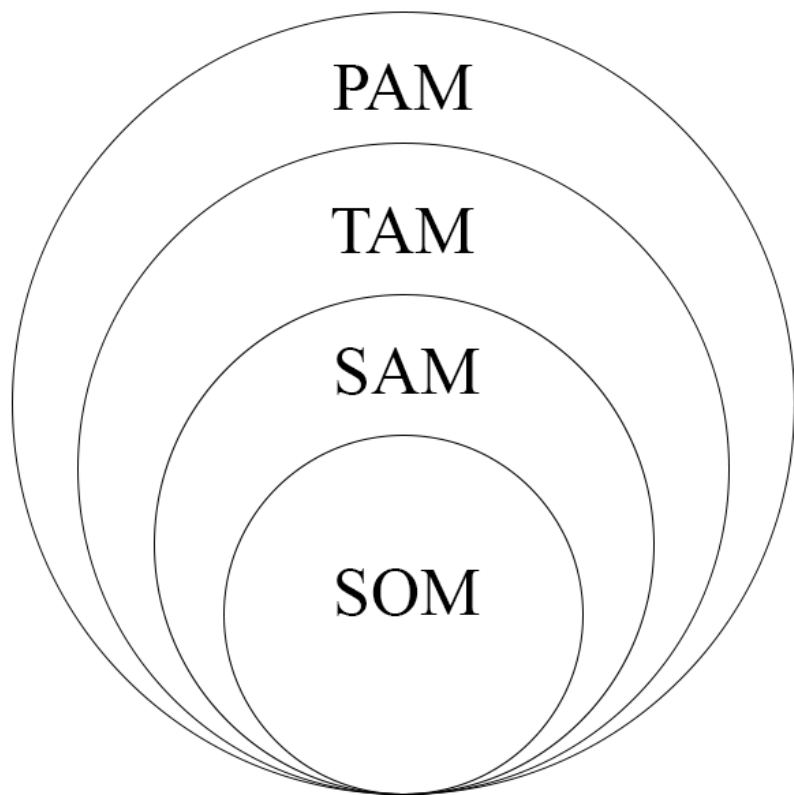
3. Супермаркет. Вы собираетесь открывать элитные супермаркеты только в Москве? Ваш SAM — часть TAM, которая идет в такие супермаркеты Москвы.



# SOM

**Serviceable & Obtainable Market** реально достижимый объем рынка

*На какой рынок вы можете выйти с вашими текущими ресурсами?*



## **Показывает**

Объём продаж, который компания может получить с помощью доступных ей инструментов и ресурсов.

исключает клиентов, которые потенциально есть на рынке, но компания не сможет до них достучаться

учитывает конкуренцию, конверсию продаж, доступные бюджеты



# SOM

**Serviceable & Obtainable Market** реально достижимый объем рынка

*На какой рынок вы можете выйти с вашими текущими ресурсами?*

1. Чай. Вы, наверное, не сможете обеспечить весь ЕС чаем с первого дня. Во-первых, вам не хватает чая, сотрудников, заводов. Во-вторых, есть другие конкуренты.

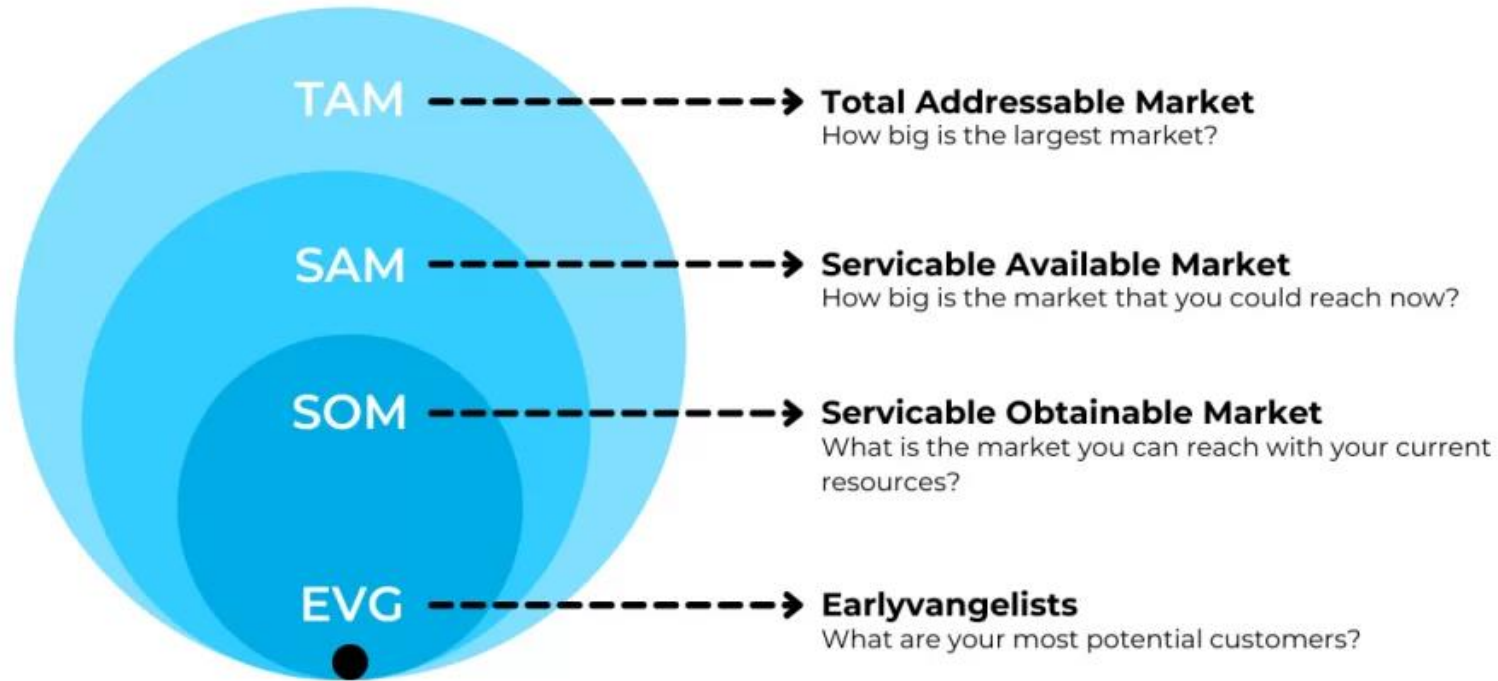
2. Программное обеспечение. Рассчитайте SOM на основе вашей маркетинговой стратегии (какую долю рынка вы сможете получить по годам ....?) и ваших производственных мощностей (сколько чая вы сможете произвести, а затем продать?) Какова будет ваша приблизительная доля рынка через 3 года?

3. Супермаркет. Можно предположить, что самыми лояльными клиентами будут люди, живущие и работающие поблизости. Москва — очень большой город с большим количеством супермаркетов, поэтому, если вы откроете менее 10 супермаркетов, SOM вряд ли составит хотя бы 1% от SAM.



# TAM-SAM-SOM +

TAM SAM SOM





*Кто ваши самые потенциальные клиенты?*

Клиенты, которых вы собираетесь обслужить в **ближайшее время**, чтобы подтвердить ваши предположения и бизнес-модель.

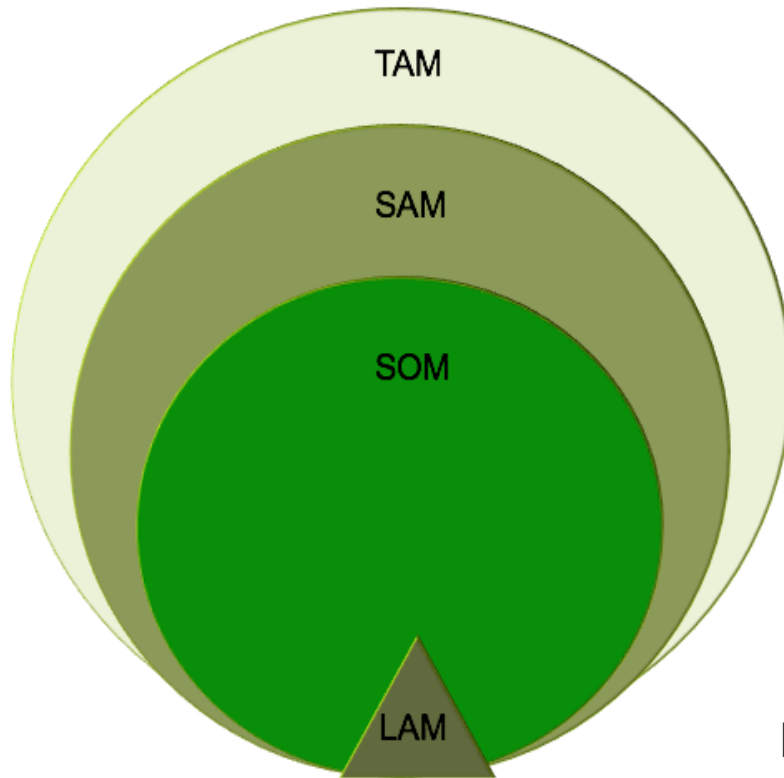
### **Как узнать**

- У них проблема.
- Они понимают, что у них проблемы.
- Они активно ищут решение.
- Проблема настолько болезненна, что они придумали собственное решение.
- Есть деньги или бюджет для решения проблемы.





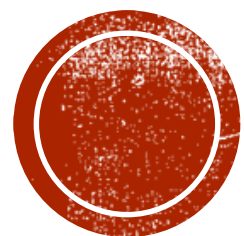
# TAM-SAM-SOM +



**TAM** – Total  
Addressable Market  
**SAM** – Service  
Addressable Market  
**SOM** – Service  
Obtainable Market  
**LAM** – Launch  
Addressable Market.  
Who can buy your  
product at MVP?

**LAUNCH ADDRESSABLE MARKET**





**КАК ПОСЧИТАТЬ?**

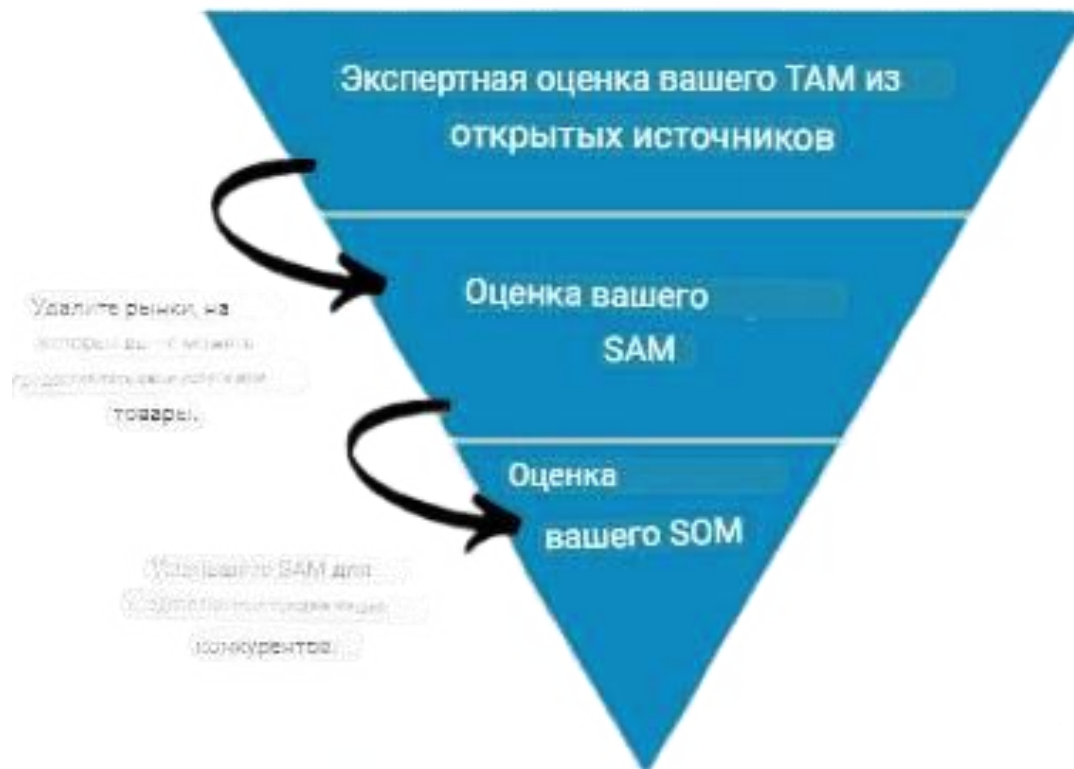


# МЕТОДИКИ

- Внешнее исследование
- Подход «сверху вниз»
- Подход «снизу вверх»
- Подход теории ценности
- От конкурентов



# TOP-DOWN ИЛИ СВЕРХУ-ВНИЗ



1. Экспертная оценка вашего TAM из открытых источников
2. Удалите рынки, на которых вы не можете предоставлять свои услуги или товары.
3. Уменьшите SAM для предполагаемых продаж ваших конкурентов.



# ПРИМЕР

Как рассчитать объём рынка «сверху вниз» для бухгалтерского онлайн-журнала медицинской направленности:

- В стране 8000 клиник. Подписка на медицинско-бухгалтерский журнал стоит 32 000 рублей.
- Умножаем число медицинских организаций на стоимость подписки — это значит, что TAM составит около 256 млн рублей.
- Предполагаем, что только 30% компаний готовы покупать журнал для бухгалтеров. Умножаем TAM на 30% — получаем SAM.
- На рынке, кроме нашего, четыре бухгалтерских журнала — значит, мы можем получить 20% рынка. Умножаем SAM на 20% — получаем SOM.



# ПРИМЕР 2

Размер рынка «сверху-вниз» для стартап Oncology AI:

\$ Размер рынка = \$ Размер рынка широкой отрасли  $\times$  % Целевая доля этого рынка

Размер рынка в широкой отрасли = 500 млрд долларов рынка медицинских услуг в

2025 году (или другое большое число в отраслевом отчете).

% Целевая доля этого рынка = 2%, относящиеся к нашему онкологическому стартапу

\$ Объем рынка = 500 млрд долларов  $\times$  2% = 10 млрд долларов.



# БОТТОМ-UP ИЛИ СНИЗУ-ВВЕРХ



1. Основные данные о вашем бизнесе
2. Добавьте рынки, на которых вы не можете напрямую предоставлять свои услуги или товары.
3. Добавление предполагаемых продаж конкурентов и аналогов



# ПРИМЕР

Как оценить рынок для бухгалтерского онлайн-журнала медицинской направленности по методу «снизу вверх»:

- На рынке 8000 клиник. Каждая сотая клиника, в которую звонят наши менеджеры, покупает подписку на журнал. Таким образом, если мы обзвоним все клиники, то можем получить 80 клиентов. Умножаем это число на цену подписки — 32 000 рублей в год — и получаем 2,56 млн рублей. Это наш **SOM**.
- По обзвонам мы знаем, что 30% всех клиник покупают подписку на журналы для бухгалтеров. Получается, что на нашем рынке **SAM** есть 2400 клиник, или 76,8 млн рублей в год. Это максимальный рынок, который мы получим, если вытесним конкурентов.
- Всего на рынке 8000 медицинских организаций. Умножаем это число на цену подписки журнала и получаем **TAM** — 256 млн рублей. Мы сможем выйти на рынок **TAM**, если научимся продавать журналы клиникам, которые пока не покупают их ни при каких условиях.
- Каждый год число частных медицинских организаций в стране растёт на 10%. Через три года на рынке **PAM** будет около 10,6 тысячи организаций и почти 340 млн рублей.





# ПРИМЕР 2

объём рынка «снизу - вверх» для стартап Oncology AI:

- \$ Объём рынка = количество клиентов x \$ средний доход на одного клиента в год
- \$ Средний доход на одного клиента в год = # Объём транзакции x \$ Ценообразование
- Количество целевых клиентов = 2000 больниц США с онкологическими сканерами
- \$ Средний доход на одного клиента в год = \$ 5 млн в год
- # Объём транзакции = 50 тыс. сканирований на больницу в год
- Цена = 100 долларов США за сканирование (исходя из того, что больница экономит 1000 долларов США за сканирование)
- Размер рынка в долларах США = 2000 x 5 миллионов долларов = 10 миллиардов долларов.



# ФОРМУЛЫ

TAM (Total Addressable Market) - Total demand for a product category per year

**# of Total Customers x \$ Avg Revenue per Customer per Year**

SAM (Serviceable Available Market) - % of the TAM targeted by your business

**TAM x % Your Target Segment**

SOM (Serviceable Obtainable Market) - % of SAM you can realistically capture

**SAM x % Your Market Share**



# ЕЩЕ ФОРМУЛЫ

Total addressable market - aka TAM

**# of TOTAL Customers x \$ Avg Revenue per Customer per Year**

Initial addressable market - akin to SAM (Serviceable Available Market)

**# of TARGET Customers x \$ Avg Revenue per Customer per Year**

Revenue in 5 years - akin to SOM (Serviceable Obtainable Market)

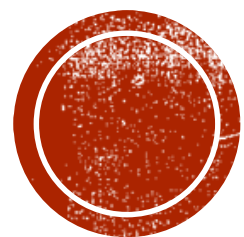
**# of ACQUIRED Customers x \$ Avg Revenue per Customer per Year**



# МЕТОДИКИ. ЧТО ВЫБРАТЬ?

- Внешнее исследование
- Подход «сверху вниз»
- Подход «снизу вверх»
- Подход теории ценности
- От конкурентов





**ГДЕ БРАТЬ ДАННЫЕ?**



# ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

СОБСТВЕННЫЕ  
МЕТРИКИ

ГОТОВЫЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ

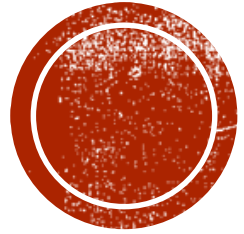
ЭКСПЕРТНЫЕ  
ОЦЕНКИ

СТАТИСТИКА  
ЗАПРОСОВ

АУДИТОРИИ

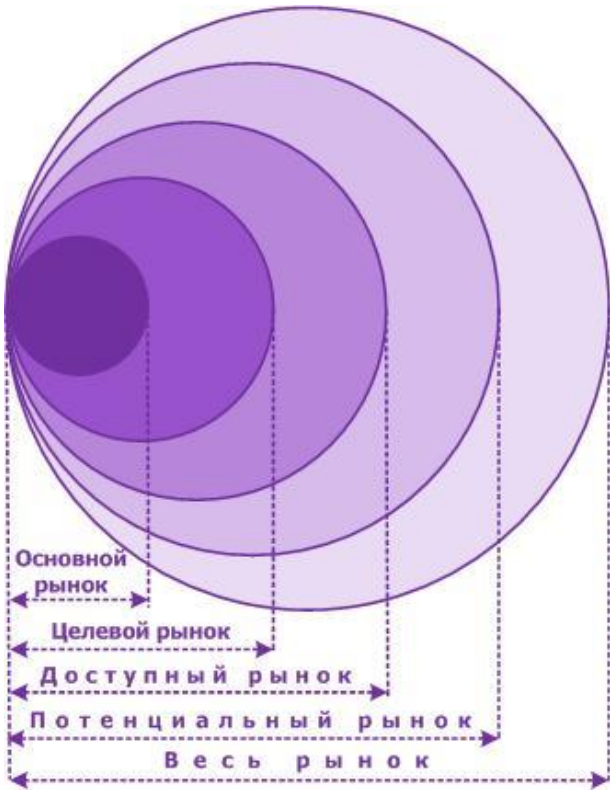
АНАЛИЗ  
КОНКУРЕНТОВ



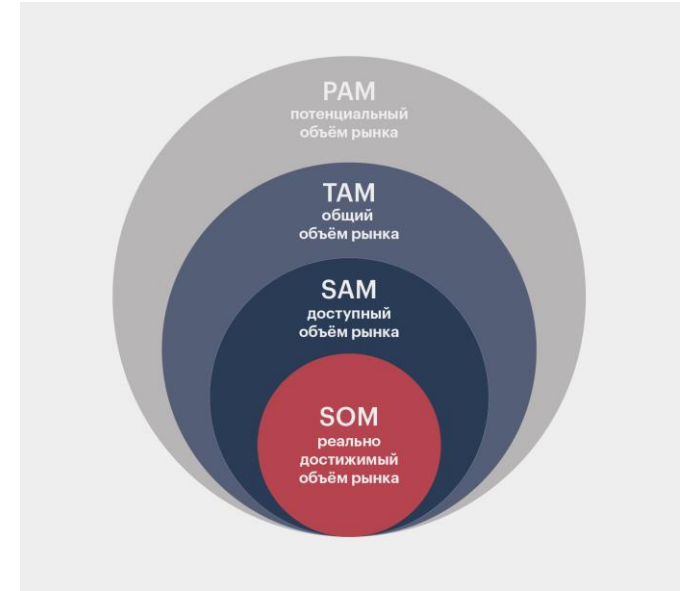
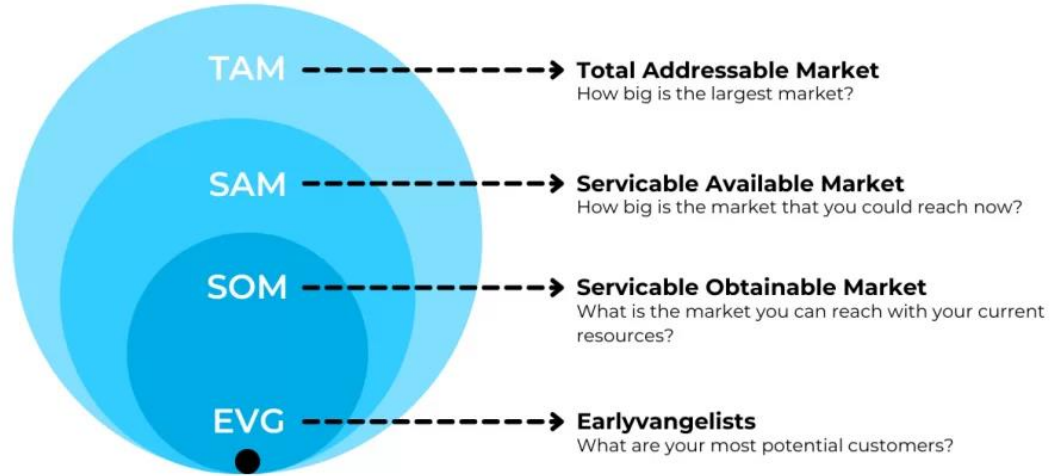


# ВИЗУАЛІЗАЦІЯ

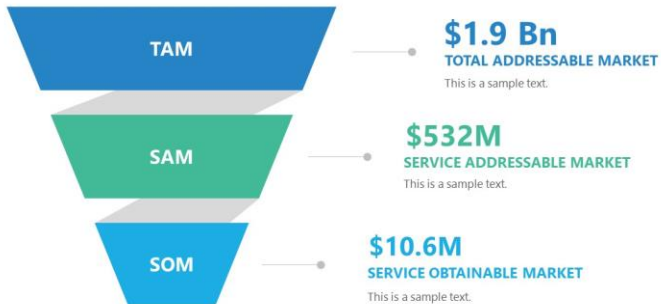




## TAM SAM SOM



### TAM SAM SOM PowerPoint Template



TAM SAM SOM			
	\$150m	\$200m	\$15m
<b>TAM</b>	<b>Total Addressable Market</b>	<b>SAM</b>	<b>Service Addressable Market</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</li> <li>• Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere</li> <li>• Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</li> <li>• Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere</li> <li>• Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</li> <li>• Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere</li> <li>• Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.</li> </ul>	<b>SOM</b>
<b>Service Obtainable Market</b>			
<p><b>Key Highlights</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.</p>			

### Tam Sam Som Analysis for of Market Sizes



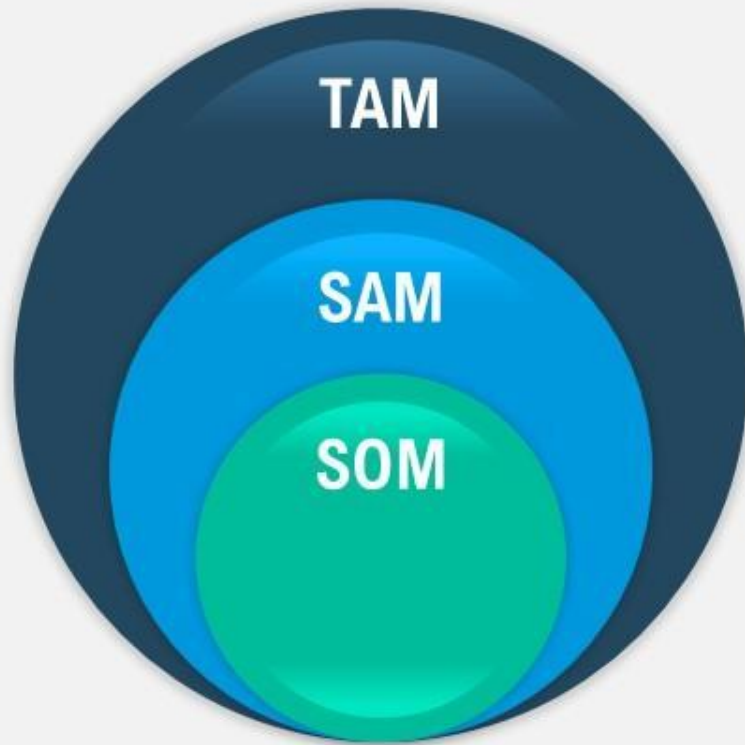


# Total Addressable Market (TAM)



# Tam Sam Som Analysis for Market Evaluation and CAGR

*This slide is 100% editable. Adapt it to your needs and capture your audience's attention.*



**\$49B**  
**\$85B**  
**16%**

*This slide is 100%  
editable. Adapt it to  
your need and  
capture your  
audience's attention.*

**\$34B**  
**\$65B**  
**11%**

*This slide is 100%  
editable. Adapt it to  
your need and  
capture your  
audience's attention.*

**\$16B**  
**\$37B**  
**15%**

*This slide is 100%  
editable. Adapt it to  
your need and  
capture your  
audience's attention.*

## Legend

TAM (CY15)

SAM (CY20)

CAGR (CY15-CY20)



# РЕЗЮМЕ

- Большие компании могут существовать только на больших рынках.
- Анализ рынка в формате TAM SAM SOM — это способ задокументировать вашу стратегию выхода на рынок и убедить инвесторов в рентабельности инвестиций (ROI), которую они могут получить, если вы захватите максимально возможный рынок.
- TAM — отличный показатель для определения потенциала целевого рынка, в то время как SAM и SOM помогают увидеть реалистичную и действенную перспективу.
- Указывайте свою методологию, а не предполагайте универсальные определения
- Оценивайте размер рынка, используя подход «снизу вверх», а не «сверху вниз».
- Проверяйте сравнением.
- Примеряйте на свои цифры и ресурсы
- Большинство успешных стартапов создают или меняют рынки, поэтому оценивайте гипотетический спрос на ваш продукт через 5-10 лет.
- Подумайте, как вы увеличите средний доход на одного клиента за счет решения дополнительных проблем ваших целевых клиентов и учтите это в анализе.



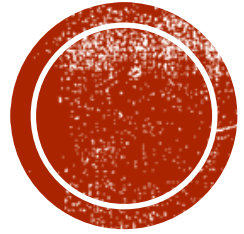
# НУЖНА ПОМОЩЬ? ЕСТЬ ВОПРОСЫ?

Пишите письма [korovin@apit.ru](mailto:korovin@apit.ru)

Владимир Коровин

[https://t.me/Vladimir P Korovin](https://t.me/Vladimir_P_Korovin)





# ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



# ПОЧИТАТЬ, ИСПОЛЬЗОВАТЬ

Статья - пошаговое руководство по расчету объема рынка на основе концепции TAM / SAM / SOM от Сергея Тихомирова	<a href="https://productframework.ru/tam-sam-som">https://productframework.ru/tam sam som</a>
Шаблон в Miro для копирования Сергея Тихомирова	<a href="https://miro.com/app/board/uXjVPLzO7IM=/">https://miro.com/app/board/uXjVPLzO7IM=/ /</a>
Еще один шаблон в Miro для копирования	<a href="https://miro.com/app/board/o9J_kpVVSzc=/">https://miro.com/app/board/o9J_kpVVSzc=/ /</a>
ScillBox. Как оценить объём рынка по методу PAM, TAM, SAM, SOM	<a href="https://skillbox.ru/media/marketing/kak-otsenit-obyem-rynka-metodom-pam-tam-sam-som-rasskazyvaem-na-primere-onlaynservisa/">https://skillbox.ru/media/marketing/kak-otsenit-obyem-rynka-metodom-pam-tam-sam-som-rasskazyvaem-na-primere-onlaynservisa/ /</a>

