

---

# TAM – Total Addressable Market

Επικ. Καθ. Αντώνης Λιβιεράτος  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, ΕΚΠΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Εθνικόν και Καποδιστριακόν  
Πανεπιστήμιον Αθηνών

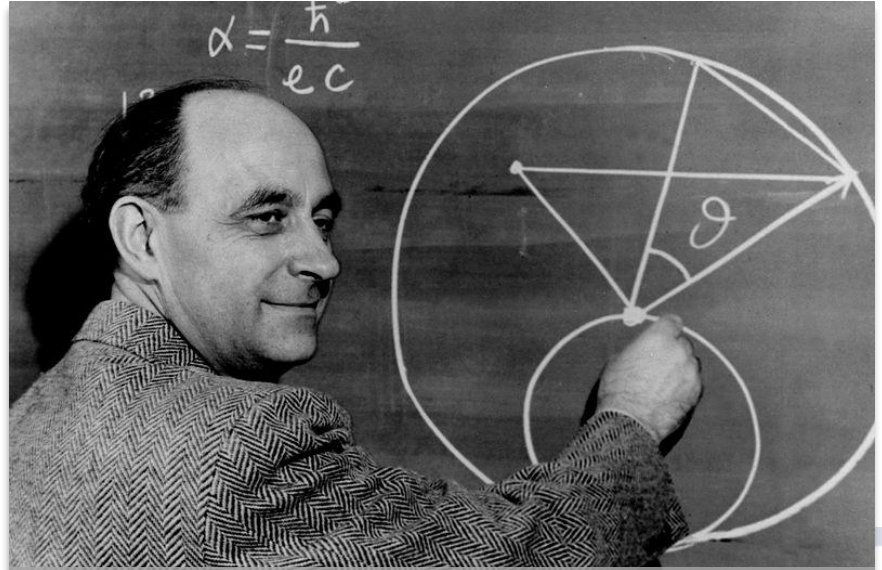
— ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837 —

---

# Fermi questions



*Πόσους κουρδιστές  
πιάνων έχει το Παρίσι;*



Fermi questions

Ο Enrico Fermi, ήταν διάσημος καθώς ήταν σε θέση να κάνει γρήγορες εκτιμήσεις με ελάχιστα ή καθόλου δεδομένα που αρχικά φάνινονταν αδύνατο να απαντηθούν.

# Μελέτη περίπτωση Goody's

## Fermi questions στα οικονομικά

### Άσκηση.

Τα Goody's θέλουν να οργανώσουν την παραγωγή του δικού τους κρέατος για τα burger. Τι δυναμικότητας πρέπει να είναι το εργοστάσιο σε ετήσια βάση?

(πόσους τόνους κρέας θα πρέπει να παράγει το εργοστάσιο σε ετήσια βάση?)

Κάντε υποθέσεις εργασίας χρησιμοποιώντας ως τιμή αναφοράς το 1 καθώς πολλαπλάσια ή διαιρετέα του 1 με δυνάμεις του 10 π.χ. 1, 10, 100, 1.000, και 0,1, 0,01).



### Απάντηση

Πόσα καταστήματα Goody's υπάρχουν στην Ελλάδα; **100**

Πόσοι πελάτες ανά κατάστημα ανά ημέρα: **1.000**

Πόσα burger ανά πελάτη: **1**

Πόσα ζυγίζει κάθε burger: **0,1 κιλά (100 γραμμάρια)**

Ανά μέρα χρειαζόμαστε **10.000 κιλά (10 τόνους)**

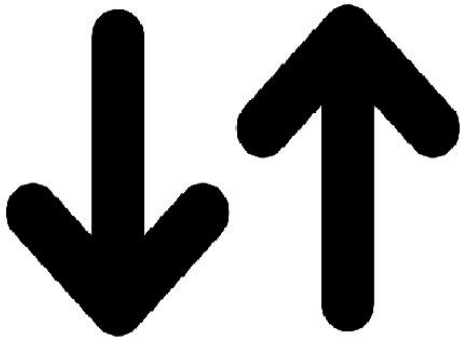
$10 \text{ τόνοι} \times 365 \text{ μέρες} = \mathbf{3.650 \text{ τόνοι ανά έτος}}$

# Ανάλυση αγοράς – Total Addressable Market (TAM)

**Total Addressable Market TAM** (Συνολικά Απευθυνόμενη Αγορά) είναι το μέγεθος της αγοράς στην οποία απευθύνομαι.

Είναι ένα «θεωρητικό» νούμερο: αν όλοι όσοι έχουν το πρόβλημα το οποίο προσπαθώ να λύσω αγοράσουν μόνο από εμένα, τότε ποιά θα είναι τα έσοδα (τζίρος) τον οποίο θα πετύχω (=μερίδιο αγοράς 100%).

Το TAM μπορεί να μετρηθεί σε αριθμό πελατών/χρηστών και σε Ευρώ (προτιμάμε TAM σε Ευρώ).



Δύο τρόποι υπολογισμού TAM:

- Top down (κλαδικές μελέτες)
- Bottom up (υπολογισμός)

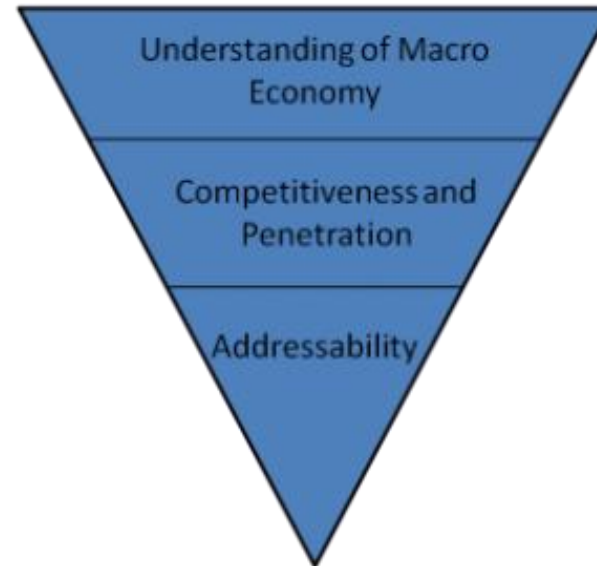


# Ανάλυση αγοράς – Total Addressable Market (TAM)

**Bottoms-Up Approach**



**Top-Down Approach**



# TAM - Από πάνω προς τα κάτω (top down)

Κλαδική μελέτη προσδιορίζει

- το μέγεθος της συνολικής αγοράς.
- το μέγεθος της συνολικής δαπάνης
- την ανάπτυξη της αγοράς

Εταιρίες στην Ελλάδα που εκδίδουν κλαδικές μελέτες

- ICAP
- Stochasis

Ενδείκνυται για ώριμες αγορές, καλά προσδιορισμένες και χωρίς μεγάλες μεταβολές.

**ΠΡΟΣΟΧΗ:** Μία κλαδική μελέτη που έγινε πριν 10 χρόνια δεν έχει πλέον ιδιαίτερη αξία

## 1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου

---

- Αριθμός εισαγωγικών επιχειρήσεων καινούριων αυτοκινήτων (2012): 29
- Αριθμός εργαζομένων: ≈3.000
- Μέγεθος αγοράς καινούριων αυτοκινήτων, σε τεμάχια (2012): 58 χιλ.
- Μέγεθος αγοράς καινούριων αυτοκινήτων σε αξία (2012): ≈ €619 εκ.
- Συλλογικοί φορείς:  
Σύνδεσμος Εισαγωγέων Αντιπροσώπων Αυτοκινήτων (ΣΕΑΑ): [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr)

# Ανάλυση αγοράς – Total Addressable Market (TAM)

Υπολογισμός TAM Bottom up:

1. Προσδιορισμός αγορών στόχων
2. Για κάθε αγορά στόχος αναγνωρίζονται ‘τυπικοί πελάτες’  
(π.χ. μια αγορά στόχος μπορεί να έχει 3 τυπικούς πελάτες α) μεγάλους, β) μικρούς και γ) μεσαίους)
3. Προσπάθεια προσδιορισμού της ποσότητας που θα είχε ανάγκη ο κάθε τυπικός πελάτης και τιμής την οποία θα ήταν διατεθειμένος να αγοράσει
4. Εύρεση συνολικής αξίας ανά τυπικό πελάτη
5. Πολλαπλασιασμός αξίας τυπικού πελάτη με αριθμό πελατών



# Ανάλυση αγοράς – Total Addressable Market (TAM)

Αν αναλάβουμε όλες τις καντίνες στα γήπεδα της Α' Εθνικής ποδοσφαίρου της Τσεχίας πόσα έσοδα θα έχουμε;

Υποθέσεις εργασίας:

- Οι καντίνες θα προσφέρουν μόνο μπύρες και λουκάνικα (ένα είδος από το καθένα)
- Το πρωτάθλημα δεν έχει play-off (=κάθε ομάδα θα παίξει με όλες τις άλλες ομάδες δύο φορές – μία φορά στην έδρα της και μία φορά εκτός έδρας)



# Ανάλυση αγοράς – Total Addressable Market (TAM)

#	Stadium	Capacity	Average	Capacity
1	<u>Fortuna Arena</u>	19.370	17.594	90.8 %
2	<u>epet Arena</u>	18.349	16.953	92.4 %
3	<u>AGC Aréna Na Stínadlech</u>	17.078	5.917	34.7 %
4	<u>Městský stadion - Vitkovice Aréna</u>	15.123	9.055	59.9 %
5	<u>Andrův stadion</u>	12.464	4.188	33.6 %
6	<u>Doosan Aréna</u>	11.700	8.802	75.2 %
7	<u>Stadion U Nisy</u>	9.900	3.088	31.2 %
8	<u>Malšovická aréna</u>	9.300	7.467	80.3 %
9	<u>Městský fotbalový stadion Miroslava Valenty</u>	8.000	4.916	61.5 %
10	<u>Fotbalový stadion Střelecký ostrov</u>	6.746	2.922	43.3 %
11	<u>Stadion Letná</u>	6.375	3.580	56.2 %
12	<u>Ďolíček</u>	6.300	5.125	81.4 %
13	<u>Střelnice</u>	6.108	2.586	42.3 %
14	<u>Lokotrans Arena</u>	5.000	2.815	56.3 %
15	<u>Městský stadion</u>	4.833	2.716	56.2 %
16	<u>CFIG Arena</u>	4.620	3.510	76.0 %
	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	10.079	6.327	

30 αγωνιστικές

8 παιχνίδια/ανά αγωνιστική

ΣΥΝΟΛΟ 240 αγώνες

Μέσο όρος θεατών 6.300

**Σύνολο θεατών 1,5 εκ. θεατές**

Υπόθεση εργασίας:

- 0,5 λουκάνικα ανά θεατή

- 1 μπύρα ανά θεατή

Τιμές:

Λουκάνικο: 3 Ευρώ

Μπύρα: 2 Ευρώ

Τζίρος Λουκάνικα: 2,25 εκ. Ευρώ

Τζίρος Μπύρες: 3 εκ. Ευρώ

**ΣΥΝΟΛΟ: 5,25 εκ. Ευρώ**

# Ανάλυση αγοράς – Total Addressable Market (TAM)

Αν ένα προϊόν έχει χρήση που υπερβαίνει το ένα έτος, τότε θα πρέπει να «μεταφράσουμε» τα έσοδα σε ετήσια βάση.



Η παγκόσμια ανάγκη για γερανοφόρα είναι 50.000 οχήματα.

Κάθε όχημα κοστίζει 60.000 Ευρώ.

Συνολική Αγορά:  $50.000 \times 60.000 = 3$  δις. Ευρώ

**ΌΜΩΣ**, κατά μέσο όρο η διάρκεια ζωής ενός γερανοφόρου είναι 10 έτη.

Επομένως το TAM σε ετήσια βάση είναι  $3$  δις/ $10$  χρόνια =  $300$  εκ. Ευρώ.

# Ανάλυση αγοράς – Total Addressable Market (TAM)

Η λύση αφορά ηλικίες 5 έως 15 που πάσχουν από σκολίωση.  
Εκτιμώμενη τιμή 150 Ευρώ. Χρόνος χρήσης 5 χρόνια.



Υπολογίζεται πως το **2-3%** του πληθυσμού πάσχει από σκολίωση

	Συνολικός πληθυσμός	% πληθυσμού ηλικίας 5-15	Πληθυσμός ηλικίας 5-15
Ευρώπη 27	447 εκ.	4,8%	21,34 εκ.
ΗΠΑ	328 εκ.	4,6%	16,10 εκ.
Ιαπωνία	126 εκ.	6,6%	8,35 εκ.
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>			<b>45,79 εκ.</b>

Αριθμός πελατών/χρηστών:  
 $45,79 \times 2\% = 910$  χιλιάδες

TAM σε έσοδα:  
 $910 \text{ χιλ.} \times 150 \text{ Ευρώ} = 136 \text{ εκ. Ευρώ}$

TAM σε ετήσια βάση  
 $136 \text{ εκ. Ευρώ} / 5 \text{ χρόνια} = 27,2 \text{ εκ.}$

# Μελέτη περίπτωση: Μηχάνημα ανάλυσης οίνου

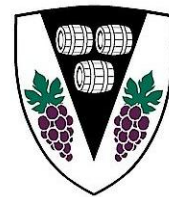
Μηχάνημα ανάλυσης οίνου

Εκτιμώμενη τιμή προϊόντος: 20.000 Ευρώ

Αγορές στόχοι: Οινοποιία και οινοποιητικά εργαστήρια

Πατέντα: Στις 11 μεγαλύτερες οινοπαραγωγές χώρες και στην Ελλάδα. Δεν υπάρχει πατέντα στην Κίνα.

Διάρκεια ζωής: 10 χρόνια



THE INSTITUTE OF  
MASTERS  
of WINE

‘Master of Wine’ με πολύ καλή γνώση της ελληνικής και της διεθνούς αγοράς

*«...μόνο οινοποιοί με τζίρο άνω των 500 χιλ. έχουν οιολογικό εργαστήριο in-house και θα ενδιαφερόντουσαν...»*

*«...περίπου ένα στα τέσσερα οινοποιητικά εργαστήρια θα ενδιαφερόντουσαν...»*

*«...εκτός της Κίνας, οι υπόλοιπες (ώριμες) αγορές έχουν τη δομή της ελληνικής αγοράς...»*

# Μελέτη περίπτωση: Μηχάνημα ανάλυσης οίνου

## Στοιχεία Ελληνικής Αγοράς

3,1 εκ. hl η παραγωγή κρασιού

- 680 οινοποιεία από τα οποία τα 60 έχουν κύκλο εργασιών πάνω από 500 χιλ. Ευρώ.

- 80 οινολογικά εργαστήρια

## Μέγεθος ελληνικής αγοράς

60 οινοποιεία

20 οινολογικά εργαστήρια

ΣΥΝΟΛΟ 80 εν δυνάμει πελάτες

80 πελάτες X 20.000 Ευρώ = 1,6 εκ. Ευρώ

	Παραγωγή οίνου σε εκ. hl
Ελλάδα	3,1
Γαλλία	45,29
Ιταλία	48,58
Ισπανία	36,09
ΗΠΑ	19,62
Αργεντινή	16,25
Αυστραλία	11,24
Νοτ. Αφρική	9,22
Χιλή	8,84
Ρωσία	8,24
Γερμανία	7,19
Πορτογαλία	6,76
<b>ΣΥΝΟΛΟ 12</b>	<b>220,42</b>

## TAM για 12 χώρες στις οποίες υπάρχει πατέντα

**Υπόθεση εργασίας:** Η παγκόσμια αγορά έχει την δομή της ελληνικής

**Ελληνική αγορά:** 3,1 εκ. hl παραγωγή κρασιού =>  
TAM: 1,6 εκ.

12 χώρες: 220,42 εκ. hl παραγωγή κρασιού => 113 εκ.

Σε ετήσια βάση: 113 εκ./10 χρόνια = 11,3 εκ.

