

Кейс Додо Пицца - расчет емкости рынков

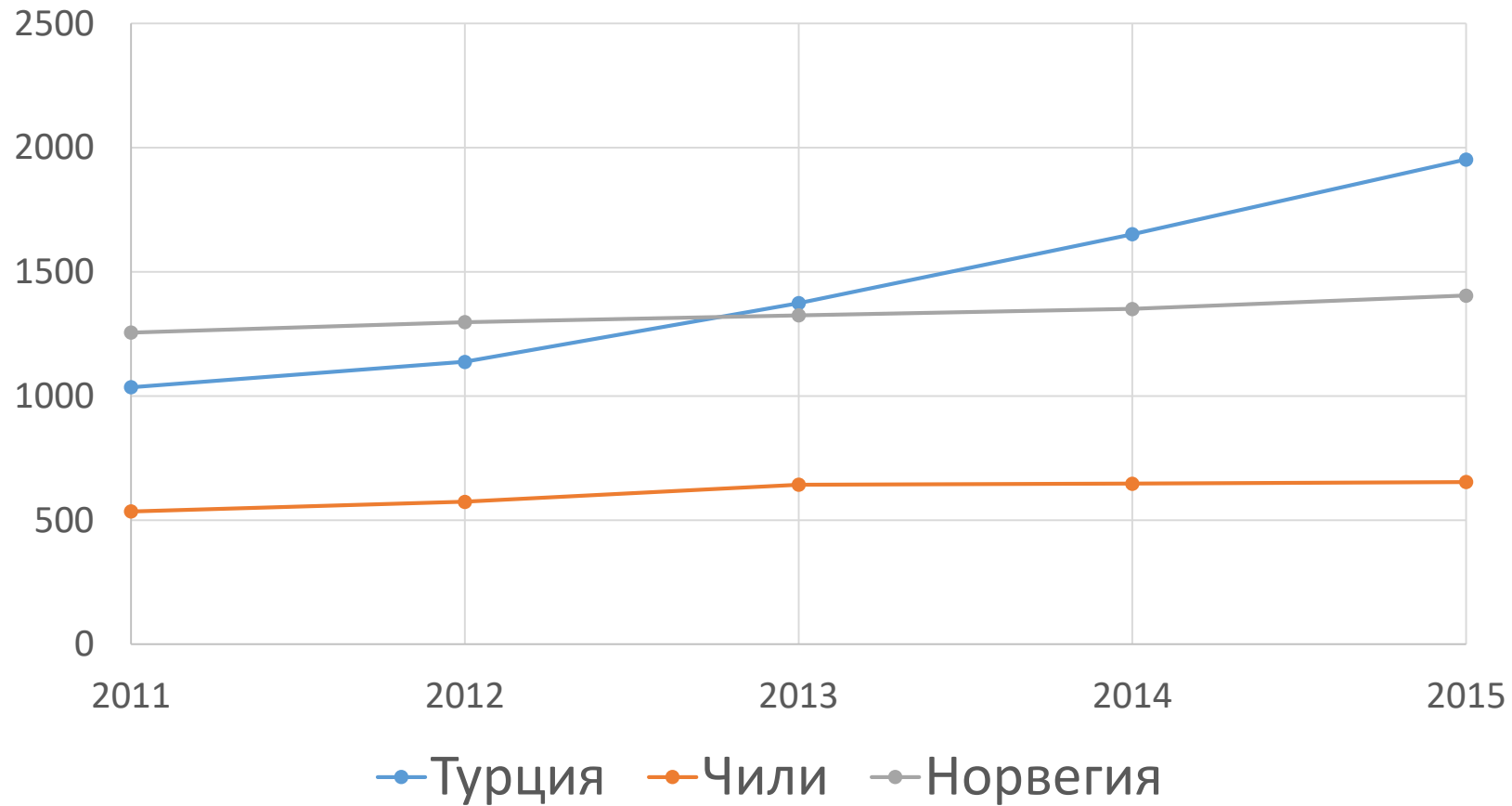


В. Кропотин

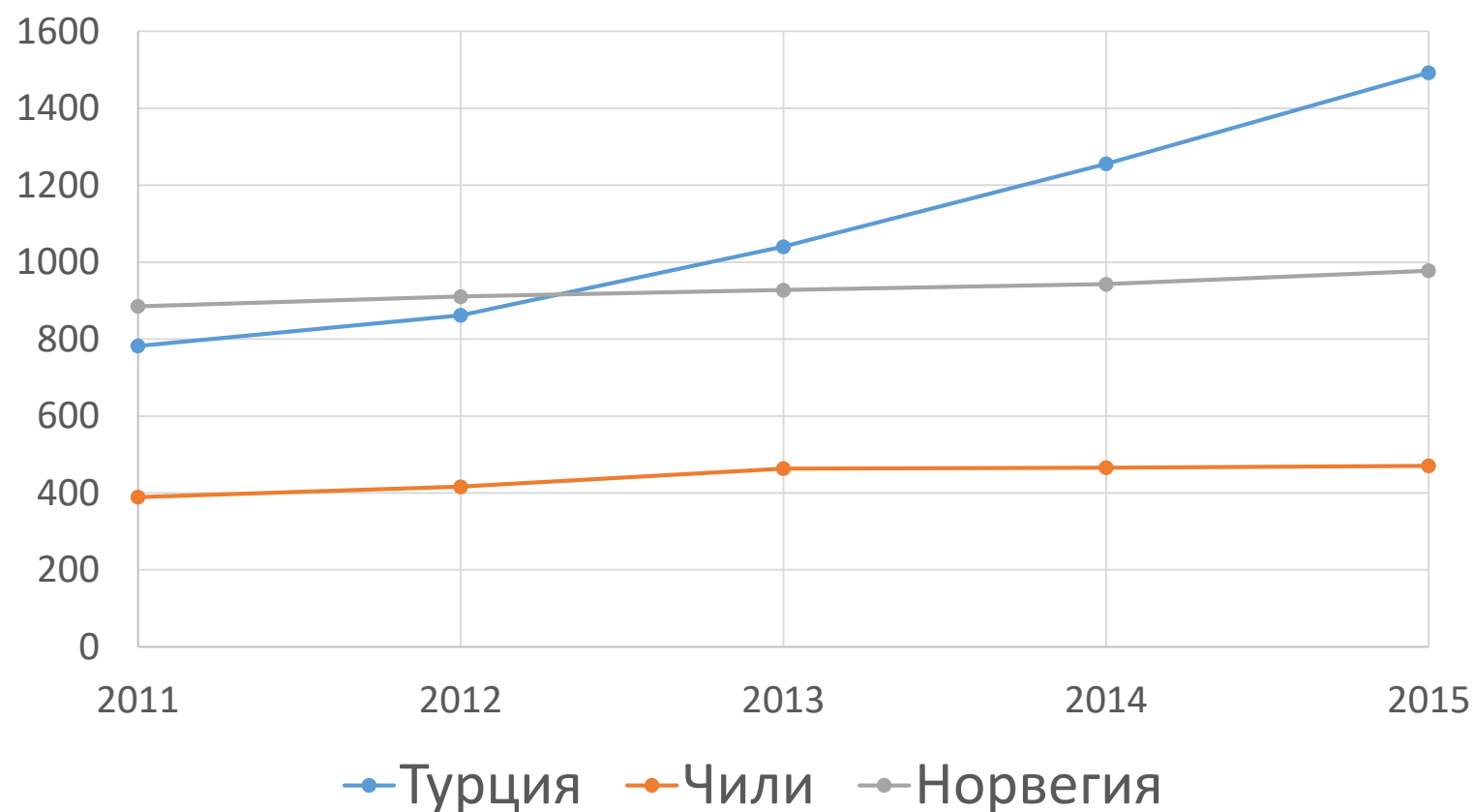
Д. Попов

А. Кашипов

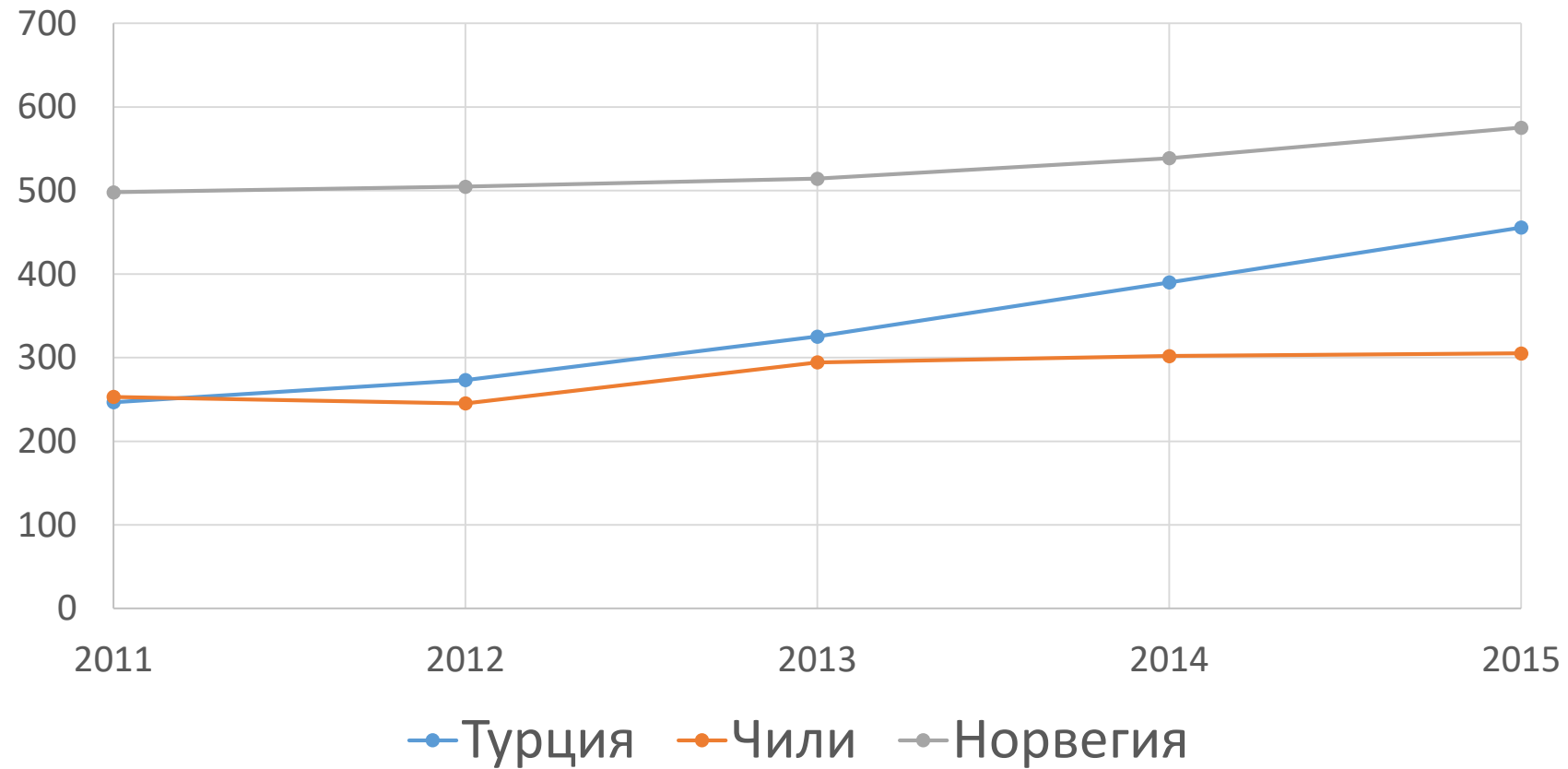
РАМ – Рынок фастфуда (\$ mn)



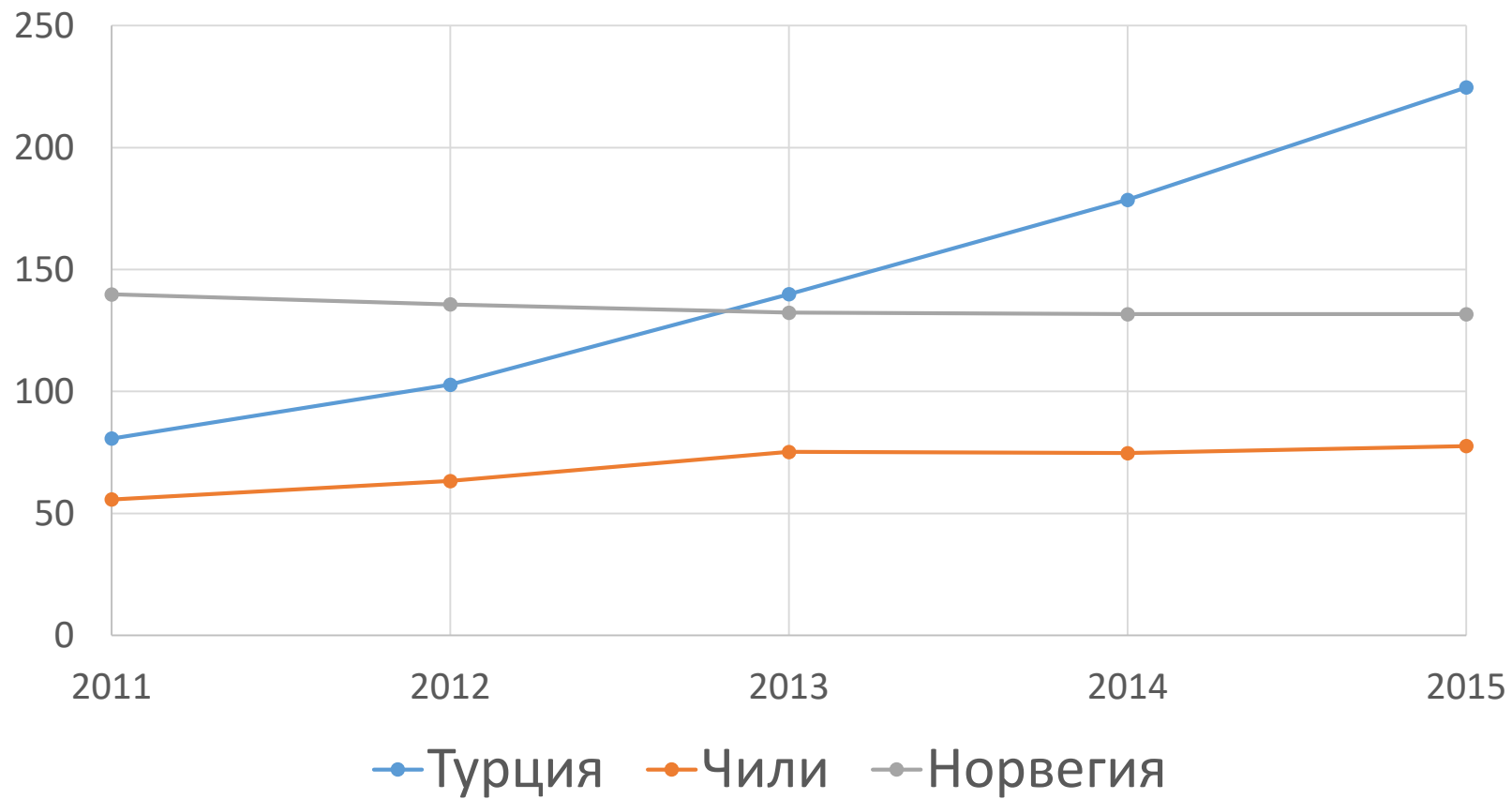
ТАМ - Доля в ресторанах и с доставкой в фастфуде (\$ mn)



SAM – Рынок Пиццы (\$ mn)



SOM – Доля рынка компании-лидера (\$ mn)



Выводы

- Объем рынка фастфуда в Турции растет быстрее, чем в остальных представленных странах
- Объем рынка пиццы в Норвегии самый крупный, однако он проигрывает по показателям роста рынку Турции
- В Турции компания – лидер имеет большую долю рынка (\$ mn), чем норвежская компания-лидер
- При росте объема рынка в Норвегии, доля лидера падает
- В Чили не развит рынок доставки пиццы
- Объем рынка Чили невысок в сравнении с другими странами

Рынок пиццы в Норвегии

Плюсы

- Стабильный рынок
- Высокий объем

Минусы

- Высокий уровень конкуренции
- Насыщенный рынок
- Возможный спад объемов рынка

Рынок пиццы в Чили

Плюсы

- Стабильный рынок пиццы
- Свободная ниша (доставка пиццы)

Минусы

- Малый объем рынка

Рынок пиццы в Турции

Плюсы

- **Колоссальный** рост рынка

Минусы

- Присутствует сильный лидер рынка, за которым будет тяжело угнаться

Рынок Турции – лучшее решение:

- Объем рынка быстро растет
- Объем рынка пиццы увеличивается быстрее, чем доля рынка компании-лидера
- Рынок не насыщен
- Есть возможность развиваться с услугой доставки