



**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КАЗУС

ПО

ВАЕВ 010 ОСНОВИ НА МАРКЕТИНГА

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

УВОД

Пазарът на дъвки регистрира спад от 1% по текущи цени и 2% в обемно изражение през 2016 г., за да достигне 15 040 тона и 489,4 милиона долара; това е незначително подобрение в стойността в сравнение с 2015 г., докато ръстът на обема продължава да се влошава.

Wrigley Canada и Cadbury Adams Canada остават доминиращи играчи на пазара на дъвки през 2016 г., съответно с дял от 49% и 47%, като по-малките играчи ще получат оставащия дял. Основните търговци предприемат решителни мерки за ограничаване на разходите, за да поддържат своята рентабилност. Например Wrigley Canada е обявила в началото на 2015 г. плана да затвори производствения си завод в Торонто, посочвайки спадащите продажби на дъвки и необходимостта от консолидиране на производствения капацитет. Въпреки спада, големите марки продължават да бъдат популярни сред потребителите, както се предполага от факта, че Wickley's 5 Gum Ascent Wintermint е спечелила наградата за най-добър нов продукт за 2015 г..

Пазарът на дъвки се очаква да продължи да намалява с отрицателен CAGR от 1% както по отношение на обема на търговията на дребно, така и в стойностно изражение при постоянни цени от 2016 г., за да достигне 14,230 тона и 475 млн. CAD през 2021 г. Продължителният натиск от различни външни фактори намалява привличането на по-младото поколение, което ще продължи да подкопава продажбите.

Пазарът на дъвки до голяма степен се движи от фактори като склонност на потребителите към спонтанни покупки и ползи за зъбите. Съществуват няколко ограничения, които забавят пазара – нарастващи опасения за околната среда и проблемите с изхвърлянето на дъвките. Нарастващата популярност на натуралните продукти и въвеждането на иновативни дъвки с нови вкусове и продукти с множество ползи за здравето са добра възможност.

Като част от такъв конкурентен пазар, Colgate трябва да има за цел да осигури максимална стойност за потребителите на пазара, предлагайки стратегия, която трябва да се фокусира върху множество сегменти. " Colgate " трябва да идентифицира всички възрасти във всяка една икономическа среда като свой целеви пазар, с най-голям фокус върху поколението бейби бумър. Нарастващото население на Канада може да окаже положително влияние върху дъвките на Colgate. Тази промяна ще доведе до по-голямо търсене на дъвки, които помагат за поддържането на зъбите, чувствителността на зъбите и проблемите с венците. Бейби бумерите обикновено имат най-висок разполагаем доход и се грижат повече за своето здраве. Това позволява на Colgate да позиционира