+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Рынок сладких и соленых снеков в Литве

https://marketpublishers.ru/r/S70D56D92AARU.html
Дата: 27.11.2015
Страниц: 25
Цена: 94 050 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: S70D56D92AARU

Описание

Язык исследования - английский. С полной версией содержания на английском языке (вкл. названия таблиц, рисунков и графиков), можно ознакомиться здесь.

Экономический кризис существенно снизил расходы населения на продовольственные товары не первой необходимости. В 2010 году литовский рынок сладких и соленых снеков стабилизировался, хотя и не демонстрировал устойчивого роста.

Отчет «Рынок сладких и соленых снеков в Литве», подготовленный компанией Euromonitor International, является подробным маркетинговым исследованием национального рынка данной продукции. В отчете приводятся последние данные по объемам розничной торговли за 2005-2009гг., что позволяет выделить секторы рынка, которые являются локомотивами роста. Важная роль отводится анализу факторов, влияющих на развитие рынка, будь то изменения нормативно-правовой базы, вопросы ценообразования или проблемы реализации продукции. В отчете даны прогнозы развития рынка до 2014 года, а также указаны ведущие компании и основные торговые марки.

Отчет охватывает следующую продукцию: чипсы/криспы, экструдированные снеки, фруктовые снеки, орехи, попкорн, соленые крендельки, тортилья/кукурузные чипсы и другие снеки

Информация, содержащаяся в отчете: объем рынков (исторические и прогнозные данные), рыночные доли компаний и торговых марок, сведения о реализации продукции

Ценность отчета:

Отчет содержит детальный анализ национального рынка снеков.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

В отчете указаны ключевые секторы роста и выявлены факторы, влияющие на развитие рынка.

В отчете дана оценка конкурентной среды, ключевых игроков и ведущих торговых марок.

Сделан прогноз развития рынка на пятилетний период.

Компания Euromonitor International имеет более 30 лет опыта в подготовке маркетинговых отчетов, деловых справочников и онлайновых баз данных. Представительства компании находятся в следующих городах: Лондон, Чикаго, Сингапур, Шанхай, Вильнюс, Дубай, Кейптаун и Сантьяго. К услугам компании - более 600 бизнес-аналитиков по всему миру. Как следствие, компания Euromonitor International обладает уникальными возможностями и надежными ресурсами для содействия тому, чтобы клиенты могли осуществлять стратегическое планирование своей деятельности.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Содержание

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОТЧЕТА

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА НА УРОВЕНЬ ПРОДАЖ ФАСОВАННЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ ФОРМ ПОТРЕБЛЕНИЯ

УГРОЗА МЕСТНЫМ КОМПАНИЯМ СО СТОРОНЫ РАСШИРЕНИЯ ИМПОРТА

СУПЕРМАРКЕТЫ/ГИПЕРМАРКЕТЫ КАК ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РЫНКА

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Уровень продаж фасованных продуктов питания по видам, в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 2. Уровень продаж фасованных продуктов питания по видам, в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 3. Уровень продаж фасованных продуктов питания по видам: темпы роста в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 4. Уровень продаж фасованных продуктов питания по видам: темпы роста в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 5. Доли компаний, владеющих мировыми брендами, на рынке фасованных продуктов питания (2005-2009гг.)
Таблица 6. Доли компаний, владеющих национальными брендами, на рынке фасованных продуктов питания (2005-2009гг.)
Таблица 7. Доли национальных брендов на рынке фасованных продуктов питания (2006-2009гг.)
Таблица 8. Проникновение частных независимых производителей на рынок, по видам продукции (2005-2009гг.)
Таблица 9. Уровень продаж фасованных продуктов питания по видам каналов распространения, в процентном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 10. Уровень продаж фасованных продуктов питания по видам каналов распространения и по типам продукции, в процентном выражении (2010гг.)
Таблица 11. Прогноз продаж фасованных продуктов питания по видам, в натуральном

выражении (2010-2015гг.)
Таблица 12. Прогноз продаж фасованных продуктов питания по видам, в стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 13. Прогноз темпов роста продаж фасованных продуктов питания по видам, %, в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 14. Прогноз темпов роста продаж фасованных продуктов питания (по видам продукции), %, в стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 15. Уровень продаж фасованных продуктов питания (по видам продукции) в системе общественного питания, в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 16. Темпы роста продаж фасованных продуктов питания (по видам продукции) в системе общественного питания и кейтеринга, в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 17. Прогноз роста продаж фасованных продуктов питания (по видам продукции) в системе общественного питания и кейтеринга, в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 18. Прогноз темпов роста продаж фасованных продуктов питания (по видам продукции) в системе общественного питания и кейтеринга, %, в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 19. Уровень продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 20. Уровень продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 21. Рост уровня продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), %, в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 22. Рост уровня продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), %, в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 23. Доли компаний на рынке продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (2005-2010гг.)
Таблица 24. Доли ведущих брендов на рынке продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (2006-2010гг.)
Таблица 25. Прогноз продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 26. Прогноз продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), в

стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 27. Прогноз темпов роста продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 28. Прогноз темпов роста продаж продуктов питания, «покупаемых под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза» (по видам продукции), в стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 29. Уровень продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 30. Уровень продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 31. Рост уровня продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), %, в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 32. Рост уровня продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), %, в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 33. Доли компаний на рынке основных продовольственных товаров (2005-2010гг.)
Таблица 34. Доли ведущих брендов на рынке основных продовольственных товаров (2006-2010гг.)
Таблица 35. Прогноз продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 36. Прогноз продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), в стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 37. Прогноз темпов роста продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 38. Прогноз темпов роста продаж основных продовольственных товаров (по видам продукции), в стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 39. Уровень продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 40. Уровень продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 41. Рост уровня продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), %, в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 42. Рост уровня продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), %, в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 43. Доли компаний в сегменте готовой еды (2005-2010гг.)
Таблица 44. Доли ведущих брендов в сегменте готовой еды (2006-2010гг.)
Таблица 45. Прогноз продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 46. Прогноз продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), в стоимостном

выражении (2010-2015гг.)
Таблица 47. Прогноз темпов роста продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 48. Прогноз темпов роста продаж в сегменте готовой еды (по видам продукции), в стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 49. Уровень продаж снеков (по видам продукции), в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 50. Уровень продаж снеков (по видам продукции), в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 51. Рост уровня продаж снеков (по видам продукции), %, в натуральном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 52. Рост уровня продаж снеков (по видам продукции), %, в стоимостном выражении (2005-2010гг.)
Таблица 53. Доли компаний на рынке снеков (2005-2010гг.)
Таблица 54. Доли ведущих брендов в сегменте снеков (2006-2010гг.)
Таблица 55. Продажи снеков (по типам каналов распространения), в процентном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 56. Прогноз продаж снеков (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 57. Прогноз продаж снеков (по видам продукции), в стоимостном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 58. Прогноз темпов роста продаж снеков (по видам продукции), в натуральном выражении (2010-2015гг.)
Таблица 59. Прогноз темпов роста продаж снеков (по видам продукции), в стоимостном выражении (2010-2015гг.)

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ

Обзорная статья 1. Eugesta Uab
Основные сведения
Деятельность компании
Экономические показатели
Статистические данные (2009г.)
Положение на рынке
Обзорная статья 2. Nematekas Zub
Основные сведения
Деятельность компании
Экономические показатели
Статистические данные (2009г.)

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Положение на рынке
Обзорная статья 3. Pieno Zvaigzdes AB
Основные сведения
Деятельность компании
Экономические показатели
Статистические данные (2009г.)
Положение на рынке
Обзорная статья 4. Sanitex UAB
Основные сведения
Деятельность компании
Экономические показатели
Статистические данные (2009г.)
Положение на рынке
Обзорная статья 5. Vilniaus Duona Plius UAB
Основные сведения
Деятельность компании
Экономические показатели
Статистические данные (2009г.)
Положение на рынке

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Product name: Рынок сладких и соленых снеков в Литве

Product link: https://marketpublishers.ru/r/S70D56D92AARU.html

Цена: 94 050 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service: info@marketpublishers.ru

Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page https://marketpublishers.ru/r/S70D56D92AARU.html

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:

Фамилия:

Email:

Компания:

Адрес:

Город:

Zip code:

Страна:

Tel:

Факс:

Your message:

**All fields are required

Custumer signature _____

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at https://marketpublishers.com/docs/terms.html

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970