

# **Analiza rynku piwa Heineken 'Grupa Zywca' w latach 1993 – 2010**

**Wstęp .....3**

**Rozdział 1.**

**Zdefiniowanie rynku piwa w Polsce**

1.1 Rynek piwa w Polsce .....4

1.2 Cel oraz zakres przestrzenny i czasowy analizy .....6

**Rozdział 2.**

**Ocena głównych tendencji na badanym rynku**

2.1 Zmiana popytu, ceny i produkcji piwa Heineken w latach 1993 – 2010 .....7

2.2 Czynniki wpływające na zmiany rynkowe .....8

2.3 Substytuty i towary komplementarne .....9

**Rozdział 3.**

**Charakterystyka podmiotów występujących na rynku**

3.1 Wyróżnienie głównych konkurentów i ich produktów .....11

3.2 Analiza udziałów rynkowych .....13

3.3 Analiza konkurencji – ocena stopnia zmonopolizowania rynku .....16

3.4 Analiza grup strategicznych .....17

**Rozdział 4.**

**Ocena pojemności rynku**

4.1 Oszacowanie pojemności rynku piwa .....21

4.2 Fazy rozwoju rynku piwa w Polsce .....22

## **Rozdział 5.**

### **Segmentacja rynku piwa**

5.1 Analiza poszczególnych segmentów rynku piwa .....25

## **Rozdział 6.**

### **Analiza przestrzennego zróżnicowania rynku**

6.1 Analiza dysproporcji produkcji i popytu .....28

**Podsumowanie .....30**

**Spis literatury .....31**