

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|                                                                                                |    |                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>ΣΥΝΟΨΗ</b> .....                                                                            | 5  | 4.7. Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων επιχειρήσεων (2014)..... | 57 |
| <b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....                                                                          | 7  | <b>5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ</b> .....                                          | 61 |
| <b>1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ</b> .....                                                            | 8  | 5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....                                                            | 62 |
| 1.1. Ορισμός του κλάδου.....                                                                   | 9  | 5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2011-2014).....                                     | 63 |
| 1.2. Βασικές κατηγορίες supermarket.....                                                       | 10 | 5.3 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου, ανά δεκάδα (2011-2014).....                         | 64 |
| 1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....                                                            | 11 | <b>6. ΑΓΟΡΑ</b> .....                                                                      | 65 |
| <b>2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ</b> .....                                                                | 12 | 6.1. Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2009-2015).....                         | 66 |
| <b>3. ΖΗΤΗΣΗ</b> .....                                                                         | 17 | 6.2. Μέγεθος εγχώριας αγοράς mini-market και περιπτέρων (2009-2014).....                   | 67 |
| 3.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....                                                   | 18 | 6.3 Εξέλιξη μεριδίου αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (2009-2015).....                  | 68 |
| 3.2. Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....                               | 20 | 6.4 Μεριδία αγοράς αλυσίδων supermarket (2014).....                                        | 69 |
| <b>4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ</b> .....                                                                       | 36 | 6.5. Εξέλιξη κύκλου εργασιών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2010-2014).....             | 70 |
| 4.1. Κυριότερες αλυσίδες supermarket.....                                                      | 38 | 6.6. Δείκτες λιανικού εμπορίου (2009-2014).....                                            | 73 |
| 4.2. Κυριότεροι όμιλοι κοινών αγορών.....                                                      | 42 | 6.7 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....                                               | 74 |
| 4.3. Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νόμο (2015).....                                     | 43 | 6.8. Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....                                                     | 76 |
| 4.4. Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (2015)..... | 45 | <b>7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ</b> .....                                                              | 78 |
| 4.5. Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2015).....               | 46 | 7.1 Τάσεις στη διεθνή αγορά supermarket.....                                               | 79 |
| 4.6. Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2009-2014).....                                     | 47 |                                                                                            |    |

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|                                                                                    |            |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 7.2 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....          | 81         |
| 7.3 Η αγορά στις ΗΠΑ.....                                                          | 82         |
| 7.4 Η αγορά στο Ην. Βασίλειο.....                                                  | 83         |
| 7.5 Η αγορά στη Γερμανία.....                                                      | 87         |
| 7.6 Η αγορά στη Γαλλία.....                                                        | 89         |
| 7.7 Η αγορά στην Ισπανία.....                                                      | 91         |
| 7.8 Η αγορά στην Ιταλία.....                                                       | 93         |
| 7.9 Η αγορά στην Πορτογαλία.....                                                   | 95         |
| <b>8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....</b>                                           | <b>96</b>  |
| 8.1. SWOT ανάλυση.....                                                             | 97         |
| 8.2. Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....                                              | 98         |
| <b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>                                                                   |            |
| Χρηματοοικονομικοί δείκτες των κυριοτέρων επιχειρήσεων του κλάδου (2009-2014)..... | 101        |
| Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....                      | 102        |
| Β. Δείκτες ρευστότητας.....                                                        | 132        |
| Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....                                                     | 150        |
| Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....                                                     | 180        |
| Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....                                              | 210        |
| <b>ΠΗΓΕΣ &amp; ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>                                               | <b>211</b> |