

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	5		
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7	4.8 Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2019).....	67
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	8	4.9 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2010-2018).....	68
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	9	4.10 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων (2018).....	75
1.2 Βασικές κατηγορίες supermarket.....	10	4.11 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων supermarket.....	77
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	11	4.12 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων supermarket.....	78
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	12	4.13 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2018).....	82
3. ΖΗΤΗΣΗ	19	5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	86
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	20	5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....	87
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	23	5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2014-2018).....	88
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	52	6. ΑΓΟΡΑ	89
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	54	6.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2010-2018).....	90
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών κυριότερων αλυσίδων supermarket (2014-2018).....	57	6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2010-2018).....	91
4.3 Κατάταξη μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2018.....	61	6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2016-2018).....	92
4.4 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	62		
4.5 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Περιφέρεια (2019).....	63		
4.6 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό (2019).....	64		
4.7 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (2019).....	66		

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6.4 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	93	7.7 Η αγορά στη Γερμανία.....	118
6.5 Δείκτες λιανικού εμπορίου (2010-2018).....	95	7.8 Η αγορά στη Γαλλία.....	119
6.6 Αγορές ΜΗΣΥΦΑ στα supermarket.....	96	7.9 Η αγορά στην Ισπανία.....	121
6.7 Τα 10 σημαντικότερα προβλήματα των επιχειρήσεων Λιανεμπορίου και FMCG.....	97	7.10 Η αγορά στην Ιταλία.....	123
6.8 Οι σημαντικότερες προτεραιότητες των επιχειρήσεων Λιανεμπορίου και FMCG.....	98	7.11 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	125
6.9 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	99	7.12 Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων supermarket της Ελλάδας με άλλες χώρες.....	126
6.10 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	101	7.13 Οι online αγορές σε supermarket στην παγκόσμια αγορά.....	127
7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ.....	108	8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	129
7.1 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....	109	8.1 SWOT ανάλυση.....	130
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-28	110	8.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	131
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-28.....	111	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-28.....	112	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων του κλάδου (2010-2018).....	134
7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	113	Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	135
7.6 Η αγορά στο Ην. Βασίλειο.....	114	Β. Δείκτες ρευστότητας.....	177
		Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	198
		Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	240
		Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	275
		ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	276