

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΣΥΝΟΨΗ</b> .....	6	4.8 Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2020).....	63
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	8	4.9 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2010-2019).....	64
<b>1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ</b> .....	9	4.10 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων (2019).....	71
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	10	4.11 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων supermarket.....	73
1.2 Βασικές κατηγορίες supermarket.....	11	4.12 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων supermarket.....	74
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	12	4.13 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2019).....	78
<b>2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ</b> .....	13	<b>5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ</b> .....	82
<b>3. ΖΗΤΗΣΗ</b> .....	21	5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....	83
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	22	5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2015-2019).....	84
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	25	<b>6. ΑΓΟΡΑ</b> .....	85
<b>4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ</b> .....	48	6.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2010-2019).....	86
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	50	6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2010-2019).....	87
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών κυριότερων αλυσίδων supermarket (2015-2019).....	53	6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2017-2019).....	88
4.3 Κατάταξη μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2019.....	57		
4.4 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	58		
4.5 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Περιφέρεια (2020).....	59		
4.6 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό (2020).....	60		
4.7 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (2020).....	62		

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6.4 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	89	7.7 Η αγορά στη Γερμανία.....	116
6.5 Δείκτες λιανικού εμπορίου (2010-2019).....	92	7.8 Η αγορά στη Γαλλία.....	117
6.6 Αγορές ΜΗΣΥΦΑ στα supermarket.....	93	7.9 Η αγορά στην Ισπανία.....	119
6.7 Τα 10 σημαντικότερα προβλήματα των επιχειρήσεων Λιανεμπορίου και FMCG.....	94	7.10 Η αγορά στην Ιταλία.....	120
6.8 Οι σημαντικότερες προτεραιότητες των επιχειρήσεων Λιανεμπορίου και FMCG.....	95	7.11 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	121
6.9 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	97	7.12 Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων supermarket της Ελλάδας με άλλες χώρες.....	122
6.10 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	99	7.13 Οι online αγορές σε supermarket στην παγκόσμια αγορά.....	123
<b>7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ</b> .....	106	7.14 Οι online αγορές ειδών supermarket στις ΗΠΑ.....	124
7.1 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....	107	7.15 Επίδραση ιού Covid-19 στις online επισκέψεις σε επιλεγμένους τομείς παγκοσμίως....	125
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-28 .....	108	<b>8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ</b> .....	126
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-28.....	109	8.1 SWOT ανάλυση.....	127
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-28.....	110	8.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	128
7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	111	<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>	
7.6 Η αγορά στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	113	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων του κλάδου (2010-2019).....	130
		A. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	131

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

Β. Δείκτες ρευστότητας.....	173
Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	194
Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	236
Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	271
<b>ΠΗΓΕΣ &amp; ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>272</b>