

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	6	4.8 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων	
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8	supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια.	67
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	9	4.9 Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων	
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	10	supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2021).....	68
1.2 Βασικές κατηγορίες supermarket.....	11	4.10 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου	
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	12	(2010-2020).....	69
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	13	4.11 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών	
3. ΖΗΤΗΣΗ	22	ομάδων επιχειρήσεων (2020).....	76
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	23	4.12 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού	
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών	26	ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων	
παραγόντων ζήτησης.....	51	supermarket.....	78
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	53	4.13 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων	
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	56	supermarket.....	79
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών κυριότερων	60	4.14 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών	
αλυσίδων supermarket (2016-2020).....	62	δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket	
4.3 Κατάταξη μεγαλύτερων αλυσίδων	63	(2020).....	83
supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2020.....	64	5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	87
4.4 Κατάταξη κυριότερων ομίλων supermarket	66	5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....	88
βάσει κύκλου εργασιών 2020.....	67	5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου	
4.5 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	68	(2016-2020).....	89
4.6 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά	69	6. ΑΓΟΡΑ	90
Περιφέρεια (2021).....	70	6.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων	
4.7 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό	71	supermarket (2010-2020).....	91
(2021).....	72		

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2010-2020).....	92	7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	115
6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2018-2020).....	93	7.6 Η αγορά στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	116
6.4 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	94	7.7 Η αγορά στη Γερμανία.....	118
6.5 Δείκτες λιανικού εμπορίου (2010-2020).....	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.....	98	7.10 Η αγορά στην Ιταλία.....	122
6.8 Οι σημαντικότερες προτεραιότητες των επιχειρήσεων Λιανεμπορίου και FMCG.....	99	7.11 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	123
6.9 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	101	7.12 Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων supermarket της Ελλάδας με άλλες χώρες.....	124
6.10 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	103	7.13 Οι online αγορές σε supermarket στην παγκόσμια αγορά.....	125
7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	110	7.14 Οι online αγορές ειδών supermarket στις ΗΠΑ.....	126
7.1 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....	111	8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	127
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-27	112	8.1 SWOT ανάλυση.....	128
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	113	8.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	129
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	114	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
		Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων του κλάδου (2010-2020).....	131
		Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	132
		Β. Δείκτες ρευστότητας.....	186

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	213
Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	267
Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	312
ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	313