

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	5	4.8 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια.	67
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7	4.9 Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2022).....	68
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	8	4.10 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2012-2021).....	69
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	9	4.11 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων (2021).....	76
1.2 Βασικές κατηγορίες supermarket.....	10	4.12 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων supermarket.....	78
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	11	4.13 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων supermarket.....	79
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	12	4.14 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2021).....	83
3. ΖΗΤΗΣΗ	21	5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	87
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	22	5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....	88
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	25	5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2017-2021).....	89
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	51	6. ΑΓΟΡΑ	90
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	53	6.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2012-2021).....	91
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών αλυσίδων supermarket (2017-2021).....	56		
4.3 Κατάταξη αλυσίδων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2021.....	60		
4.4 Κατάταξη κυριότερων ομίλων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2021.....	62		
4.5 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	63		
4.6 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Περιφέρεια (2022).....	64		
4.7 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό (2022).....	65		

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2012-2021).....	92	7.7 Η αγορά στη Γερμανία.....	116
6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2019-2021).....	93	7.8 Η αγορά στη Γαλλία.....	117
6.4 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	94	7.9 Η αγορά στην Ισπανία.....	119
6.5 Δείκτες λιανικού εμπορίου.....	95	7.10 Η αγορά στην Ιταλία.....	120
6.6 Αγορές ΜΗΣΥΦΑ στα supermarket.....	96	7.11 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	121
6.7 Οι παράγοντες επίδρασης των τιμών από τις επιχειρήσεις Λιανεμπορίου και FMCG.....	98	7.12 Οι online αγορές σε supermarket στην παγκόσμια αγορά.....	122
6.8 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	99	7.13 Οι online αγορές ειδών supermarket στις ΗΠΑ.....	123
6.9 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	101	8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	124
7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	108	8.1 SWOT ανάλυση.....	125
7.1 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....	109	8.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	126
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-27	110	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	111	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων του κλάδου (2012-2021).....	128
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	112	Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	129
7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	113	Β. Δείκτες ρευστότητας.....	183
7.6 Η αγορά στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	114	Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	210
		Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	264
		Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	309
		ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	310