

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΣΥΝΟΨΗ</b> .....	5	4.8 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων	
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	7	supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια.	68
<b>1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ</b> .....	8	4.9 Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων	
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	9	supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2023).....	69
1.2 Βασικές κατηγορίες supermarket.....	10	4.10 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου	
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	11	(2013-2022).....	70
<b>2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ</b> .....	12	4.11 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών	
<b>3. ΖΗΤΗΣΗ</b> .....	21	ομάδων επιχειρήσεων (2022).....	77
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	22	4.12 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού	
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών	25	ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων	
παραγόντων ζήτησης.....	52	supermarket.....	79
<b>4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ</b> .....	54	4.13 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων	
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	57	supermarket.....	80
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών αλυσίδων		4.14 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών	
supermarket (2018-2022).....	61	δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket	
4.3 Κατάταξη αλυσίδων supermarket βάσει		(2022).....	84
κύκλου εργασιών 2022.....	63	<b>5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ</b> .....	89
4.4 Κατάταξη κυριότερων ομίλων supermarket		5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....	90
βάσει κύκλου εργασιών 2022.....	64	5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου	
4.5 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	65	(2018-2022).....	91
4.6 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά		<b>6. ΑΓΟΡΑ</b> .....	92
Περιφέρεια (2023).....	66	6.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων	
4.7 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό		supermarket (2013-2022).....	93
(2023).....			

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2013-2022).....	94	7.7 Η αγορά στη Γερμανία.....	118
6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2020-2022).....	95	7.8 Η αγορά στη Γαλλία.....	119
6.4 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	96	7.9 Η αγορά στην Ισπανία.....	121
6.5 Δείκτες λιανικού εμπορίου.....	97	7.10 Η αγορά στην Ιταλία.....	122
6.6 Αγορές ΜΗΣΥΦΑ στα supermarket.....	98	7.11 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	123
6.7 Οι παράγοντες επίδρασης των τιμών από τις επιχειρήσεις Λιανεμπορίου και FMCG.....	100	7.12 Οι online αγορές ειδών supermarket στις ΗΠΑ.....	124
6.8 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	101	<b>8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ</b> .....	125
6.9 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	103	8.1 SWOT ανάλυση.....	126
<b>7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ</b> .....	110	8.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	127
7.1 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....	111	<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>	
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-27 .....	112	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων του κλάδου (2013-2022).....	129
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	113	Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	130
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	114	Β. Δείκτες ρευστότητας.....	184
7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	115	Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	211
7.6 Η αγορά στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	116	Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	265
		Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	310
		<b>ΠΗΓΕΣ &amp; ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	311