

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	5		
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7		
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	8		
1.1. Ορισμός του κλάδου.....	9		
1.2. Βασικές κατηγορίες supermarket.....	10		
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	11		
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	12		
3. ΖΗΤΗΣΗ	18		
3.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	19		
3.2. Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	22		
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	51		
4.1. Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	53		
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2013-2017).....	56		
4.3 Κατάταξη κυριότερων αλυσίδων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2017.....	60		
4.4 Κατάταξη κυριότερων αλυσίδων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2016.....	61		
4.5. Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	63		
4.6. Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό (2018).....	64		
4.7. Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (2018).....	66		
4.8. Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2017).....		67	
4.9. Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2010-2017).....		68	
4.10 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων (2017).....		74	
4.11 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού.....		76	
4.12 Εξέλιξη αποτελεσμάτων επιχειρήσεων του κλάδου.....		81	
4.13 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2017).....		69	
5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ		85	
5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....		86	
5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2011-2017).....		87	
6. ΑΓΟΡΑ		88	
6.1. Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2009-2017).....		89	
6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2009-2017).....		90	
6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2016-2017).....		91	

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6.4 Μέγεθος εγχώριας αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (2009-2016).....	92	7.7 Η αγορά στη Γερμανία.....	118
6.5 Εξέλιξη μεριδίου αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (2009-2016).....	93	7.8 Η αγορά στη Γαλλία.....	119
6.6 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	94	7.9 Η αγορά στην Ισπανία.....	121
6.7 Δείκτες λιανικού εμπορίου (2010-2017).....	96	7.10 Η αγορά στην Ιταλία.....	23
6.8 Αγορές ΜΗΣΥΦΑ στα supermarket.....	97	7.11 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	125
6.9 Τα 10 σημαντικότερα προβλήματα των επιχειρήσεων λιανεμπορίου FMCG.....	98	7.12 Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων supermarket της Ελλάδας με άλλες χώρες.....	125
6.10 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	99	7.13 Οι online αγορές σε supermarket στην παγκόσμια αγορά.....	127
6.11 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	101	8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	131
7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ.....	108	8.1. SWOT ανάλυση.....	132
7.1 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....	109	8.2. Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	133
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-28	110	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-28.....	111	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των κυριοτέρων επιχειρήσεων του κλάδου (2010-2017).....	136
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-28.....	112	Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	137
7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	113	Β. Δείκτες ρευστότητας.....	179
7.6 Η αγορά στο Ην. Βασίλειο.....	114	Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	200
		Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	242
		Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	277
		ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	278