

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	5	4.6. Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2010-2016).....	56
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7	4.7 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων (2015).....	62
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	8	4.8 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού.....	63
1.1. Ορισμός του κλάδου.....	9	4.9 Εξέλιξη αποτελεσμάτων επιχειρήσεων του κλάδου.....	64
1.2. Βασικές κατηγορίες supermarket.....	10	4.10 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2015).....	68
1.3 Γενικά στοιχεία του κλάδου.....	11	5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	75
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	12	5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....	76
3. ΖΗΤΗΣΗ	18	5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2011-2015).....	77
3.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	19	6. ΑΓΟΡΑ	78
3.2. Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	21	6.1. Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2009-2016).....	79
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	46	6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2009-2016).....	80
4.1. Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	48	6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2015-2016).....	81
4.2. Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	51		
4.3. Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό (2017).....	52		
4.4. Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, πληθυσμού & ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (2017).....	54		
4.5. Διάρθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2017).....	55		

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6.4 Μέγεθος εγχώριας αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (2009-2016).....	82	7.8 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	112
6.5 Εξέλιξη μεριδίου αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (2009-2016).....	83	7.9 Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων supermarket της Ελλάδας με άλλες χώρες.....	113
6.6 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	84	7.10 Οι online αγορές σε supermarket στην παγκόσμια αγορά.....	114
6.7 Εξέλιξη κύκλου εργασιών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2012-2016).....	86	8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	118
6.8 Δείκτες λιανικού εμπορίου (2009-2016).....	90	8.1. SWOT ανάλυση.....	119
6.9 Αγορές ΜΗΣΥΦΑ στα supermarket.....	91	8.2. Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	120
6.10 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	92	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
6.11 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	94	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των κυριότερων επιχειρήσεων του κλάδου (2010-2016).....	125
7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	97	A. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	126
7.1 Εξέλιξη πωλήσεων των 50 μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket διεθνώς.....	98	B. Δείκτες ρευστότητας.....	162
7.2 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	99	Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	180
7.3 Η αγορά στο Ην. Βασίλειο.....	100	Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	210
7.4 Η αγορά στη Γερμανία.....	104	Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	240
7.5 Η αγορά στη Γαλλία.....	106	ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	241
7.6 Η αγορά στην Ισπανία.....	108		
7.7 Η αγορά στην Ιταλία.....	110		