

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	22		
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	23		
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	26		
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	52		
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	54		
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών αλυσίδων supermarket (2019-2023).....	60		
4.3 Κατάταξη αλυσίδων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2023.....	65		
4.4 Κατάταξη κυριότερων ομίλων supermarket βάσει κύκλου εργασιών 2023.....	67		
4.5 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	68		
4.6 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Περιφέρεια (2024).....	69		
4.7 Δείκτες καταστημάτων supermarket ανά Νομό (2024).....	70		
4.8 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, του πληθυσμού και του ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (1/2).....			72
4.9 Ποσοστιαία κατανομή καταστημάτων supermarket, του πληθυσμού και του ΑΕΠ, ανά Περιφέρεια (2/2).....			73
4.10 Διάθρωση καταστημάτων αλυσίδων supermarket ανά μέγεθος αλυσίδας (2024).....			74
4.11 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου (2014-2023).....			75
4.12 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων (2023).....			82
4.13 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων supermarket.....			84
4.14 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων supermarket.....			85
4.15 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2023).....			89
4.16 Εξέλιξη χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2019-2023).....			94
5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ			99
5.1 Μεθοδολογία αποτίμησης.....			100
5.2 Αποτίμηση επιχειρήσεων του κλάδου (2019-2023).....			101

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6. ΑΓΟΡΑ	102	7.5 Η αγορά στις ΗΠΑ.....	124
6.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2014-2023).....	103	7.6 Η αγορά στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	125
6.2 Κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων αλυσίδων supermarket (2014-2023).....	104	7.7 Η αγορά στη Γερμανία.....	126
6.3 Αθροιστικός βαθμός συγκέντρωσης αλυσίδων supermarket (2021-2023).....	105	7.8 Η αγορά στη Γαλλία.....	127
6.4 Εγχώρια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στα είδη supermarket.....	106	7.9 Η αγορά στην Ισπανία.....	128
6.5 Δείκτες λιανικού εμπορίου.....	107	7.10 Η αγορά στην Ιταλία.....	129
6.6 Διαχρονική εξέλιξη αγορών ΜΗΣΥΦΑ στα supermarket.....	108	7.11 Η αγορά στην Πορτογαλία.....	130
6.7 Οι παράγοντες επίδρασης των τιμών από τις επιχειρήσεις Λιανεμπορίου και FMCG.....	109	7.12 Οι online αγορές ειδών supermarket στις ΗΠΑ.....	131
6.8 Το franchising ως μέθοδος επέκτασης.....	110	8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	132
6.9 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	112	8.1 SWOT ανάλυση.....	133
7. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	119	8.2 Κύρια ευρήματα - Προοπτικές.....	134
7.1 Πωλήσεις των μεγαλύτερων επιχειρήσεων λιανικής τροφίμων στην Ευρώπη (2023).....	120	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
7.2 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο στην ΕΕ-27	121	Χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων του κλάδου (2014-2023).....	137
7.3 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	122	Α. Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και χρημ/κής μόχλευσης.....	138
7.4 Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, σε επιλεγμένες χώρες της ΕΕ-27.....	123	Β. Δείκτες ρευστότητας.....	192
		Γ. Δείκτες δραστηριότητας.....	219
		Δ. Δείκτες αποδοτικότητας.....	273
		Τύποι χρηματοοικονομικών δεικτών.....	318
		ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	319