

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	5		
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7		
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	8		
1.1 Ορισμός του κλάδου.....	9	4.5 Σύγκριση χρηματοοικονομικών δεικτών ομάδων επιχειρήσεων αλυσίδων supermarket (2015).....	58
1.2 Κατηγορίες προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.....	10	4.6 Διάρθρωση Ενεργητικού-Παθητικού ενοποιημένου ισολογισμού αλυσίδων supermarket.....	59
1.3 Ενδεικτικές μάρκες προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.....	11	4.7 Εξέλιξη αποτελεσμάτων αλυσίδων supermarket.....	60
1.4 Ιστορική εξέλιξη προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας..	12	4.8 Συγκριτική αξιολόγηση χρηματοοικονομικών δεικτών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2015).....	64
1.5 Εξέλιξη τάσεων στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.....	14	4.9 Προμηθευτές (παραγωγοί) προϊόντων PL.....	71
1.6 Γενικά στοιχεία.....	15	4.10 Ενδεικτικοί προμηθευτές (παραγωγοί) προϊόντων PL.....	72
1.7 Γενικά χαρακτηριστικά	16	5. ΑΓΟΡΑ	75
2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	19	5.1 Μέγεθος εγχώριας αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (2009-2016).....	76
3. ΖΗΤΗΣΗ	25	5.2 Μέγεθος εγχώριας αγοράς αλυσίδων supermarket (2009-2016).....	77
3.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	26	5.3 Εξέλιξη μεριδίου αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας	78
3.2 Ανάλυση επιλεγμένων προσδιοριστικών παραγόντων ζήτησης.....	29	5.4 Μεριδίο προϊόντων PL ανά προϊοντική κατηγορία.....	80
4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	43	5.5 Οι πέντε δυνάμεις του Porter.....	81
4.1 Οι κυριότερες αλυσίδες supermarket.....	45		
4.2 Εξέλιξη κύκλου εργασιών μεγαλύτερων αλυσίδων supermarket (2011-2015).....	48		
4.3 Οι μεγαλύτεροι όμιλοι κοινών αγορών.....	51		
4.4 Χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου των αλυσίδων supermarket (2010-2015).....	52		

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

6. ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ	84
6.1 Γενικά στοιχεία της διεθνούς αγοράς.....	85
6.2 Διεθνείς στάσεις καταναλωτών.....	87
6.3 Μέρηδια αγοράς προϊόντων PL στην Ευρώπη.....	88
6.4 Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας σε επιλεγμένες Ευρωπαϊκές αγορές.....	91
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	99
7.1 SWOT Ανάλυση.....	100
7.2 Κύρια ευρήματα – Προοπτικές.....	101
ΠΗΓΕΣ & ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	103