

iono grandi differenze nella struttura delle variabili economiche tra la gestione del minimercato e del piccolo supermercato da 500 metri quadrati. Tuttavia, l'esame più dettagliato sulle singole poste di bilancio mette in evidenza la formazione di alcune economie di scala nella gestione delle spese di intermediazione esterna che, a parità di posizione della struttura dei margini, possono modificare in positivo l'indice di redditività aziendale.

Per quanto concerne la tipologia del supermercato da "700 metri quadrati", si notano segnali meno positivi che sembrano indicare un lieve peggioramento nella gestione aziendale. Questi segnali sono ascrivibili al fatto che all'incremento della forza lavoro media, tende a ridursi la produttività sia in termini di addetti che in termini di metri quadrati. Per contro, pur a parità del margine percentuale medio, aumenta in modo netto il peso del costo del lavoro sul margine commerciale e - sia pure in misura minore - sulle vendite. L'insieme di questi fattori, uniti ad un sensibile maggior costo per deperimented ammanchi inventariali, produce una riduzione del tasso di redditività commerciale, calcolata sia sulle vendite che in termini di metri quadrati.

Questi risultati, calcolati su "case studies" più selezionati, ripropongono quanto era già, in parte, emerso sull'insieme dei dati campionari: senza poter generalizzare, la tipologia in osservazione presenta alcuni elementi che sembrano sottolineare una maggior difficoltà, rispetto ad altre, nell'ottimalizzare il mix dei fattori produttivi.

Sostanzialmente diversa si presenta la situazione dei dati economici relativi ai supermercati per le dimensioni dei 900 e dei 1.500 me