

di superfici si accompagnano ad elevate produttività, per addetto (0.32) ed al metro quadrato (0.39).

Il fattore 4 sembra indicare un elemento di disfunzionalità o di inefficienza aziendale. Esso presenta infatti significative correlazioni negative come la produttività (0.55) e con il volume d'affari (-0.30) ed elevate correlazioni positive con il costo del lavoro (0.84) e con le spese (0.83). Ciò nonostante esso presenti una correlazione negativa con gli addetti per 100 metri quadrati il che è indicativo di una scarsa presenza di personale dipendente.

Tale fattore è caratteristico dei discount di media dimensione (tra i 550 ed i 900 metri quadrati) indipendentemente dal tipo di impresa.

Esso sembra cioè evidenziare in modo piuttosto chiaro come la gestione discount sia in grado di cogliere i suoi migliori risultati o sulle grandi (si veda anche il fattore precedentemente considerato) ovvero sulle piccole superfici di vendita.

Il fattore 5, infine, presenta significative correlazioni positive con la dimensione 100-399 metri quadrati, con la produttività per addetto ed al metro quadrato e con le vendite totali, nonché una correlazione più debole ma comunque positiva, con l'utile percentuale sulle vendite. Tale fattore sembra in realtà rafforzare l'indicazione emersa - per contrasto - dall'analisi del precedente fattore, secondo la quale i discount di piccole dimensioni consentono di ottenere risultati economici decisamente "soddisfacenti". Ciò costituisce una peculiarità del comparto discount. Una ulteriore peculiarità del discount rispetto al resto del dettaglio moderno è rappresentata dal fatto che la soglia dimensionale che consente di cogliere i migliori risultati in termini di vendite è quella superiore ai 1.200 metri qua