



ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Τ.Ε.Ι ΠΕΙΡΑΙΑ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

**« ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ NESTLE  
ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ»**

ΤΣΑΒΑΡΗ ΜΑΡΙΑ



ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ Ν. ΣΥΚΙΑΝΑΚΗΣ

ΜΑΙΟΣ 2013

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ**

ΙΣΤΟΡΙΑ NESTLE ΑΠΟ ΤΟ 1866 ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ -BRANDS

ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ- ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

NESTLE ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 “ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ 2 ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ NESTLE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ”**

ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ.

#### ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

ΓΕΝΙΚΗΣ, ΑΜΕΣΗΣ , ΤΑΜΕΙΑΚΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

#### ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΤΑΧΥΤΗΤΑΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ , ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ,

#### ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ, ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗΣ ΜΟΧΛΕΥΣΗΣ

ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ/ ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ,

ΠΑΓΙΑ / ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

#### ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΠΑΓΙΩΝ

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

### ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ



**1866-1905**

Ο παράγοντας-κλειδί ο οποίος έγραψε την αρχή της ιστορίας μιας επιχείρησης που αργότερα θα γινόταν η εταιρία Nestle, ήταν ο Henri Nestle, ένας εκπαιδευόμενος φαρμακοποιός, ο οποίος είχε την ιδέα να βρει υγιεινούς και οικονομικούς εναλλακτικούς τρόπους για να ταΐσουν οι μητέρες τα παιδιά που δεν ήταν σε θέση να θηλάσουν. Έτσι

στα μέσα της δεκαετίας του 1860, άρχισε να πειραματίζεται με ποικίλους συνδυασμούς αγελαδινού γάλακτος, σιτάλευρου και ζάχαρης καθώς προσπαθούσε να αναπτύξει μια εναλλακτική πηγή διατροφής των βρεφών. Τελικός σκοπός του ήταν να βοηθήσει στην καταπολέμηση του θανάτου των βρεφών εξ αιτίας του υποσιτισμού.

Ονόμασε το καινούριο προϊόν farine lactee (αλεύρι γαλαξία) henri nestle. Ο πρώτος του πελάτης ήταν ένα πρόωρο βρέφος που θεωρούταν χαμένη υπόθεση από τοπικούς γιατρούς καθώς δεν μπορούσε να ανεχτεί το γάλα της μαμάς του ή κάποιο συμβατικό υποκατάστατο. Το προϊόν έγινε ευρέως γνωστό και ο κόσμος γρήγορα αναγνώρισε την αξία του νέου προϊόντος, αφότου έσωσε την ζωή του παιδιού. Μέσα σε λίγα χρόνια η Farine Lactee βρισκόνταν στα ράφια μεγάλου μέρους της Ευρώπης.

Ο Henri Nestlé κατανοώντας την δύναμη του branding υιοθέτησε από την αρχή το δικό του οικόσημο σαν σήμα κατατεθέν. Στη γερμανική διάλεκτο, Nestlé σημαίνει **μικρή φωλιά**. Ένας από τους πράκτορες του του πρότεινε να αντικαταστήσει την «φωλιά» του με τον το λευκό σταυρό της σουηδικής σημαίας. Η απάντηση του ήταν σταθερή : ‘λυπάμαι που δεν μπορώ να σου επιτρέψω να αλλάξεις τη φωλιά μου για ένα σουηδικό σταυρό... δεν μπορώ να έχω διαφορετικό σήμα κατατεθέν για κάθε χώρα, ο καθένας μπορεί να κάνει χρήση του σταυρού αλλά κανένας άλλος δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει το οικόσημό μου.’

Εν τω μεταξύ οι αμερικάνοι Charles και George Page που το 1866 ίδρυσαν μία αγγλο-ελβετική εταιρεία συμπυκνωμένου γάλακτος, διεύρυναν την γραμμή παραγωγής ώστε να περιέχει τυρί και σκευάσματα για βρέφη. Η Nestle η οποία πωλήθηκε το 1874 στον Jules Monnerat ανταποκρίθηκε λανσάροντας και εκείνη ένα συμπυκνωμένο γάλα. Οι δύο εταιρίες ανταγωνίζονταν η μία την άλλη μέχρι την συγχώνευσή τους το 1905.

## **1905-1918**

Η εταιρία η οποία προήλθε από την συγχώνευση το 1905 ονομάστηκε Nestlé και άγγλο-ελβετική εταιρία γάλακτος. Από την αρχή του αιώνα η εταιρία είχε εργοστάσια στις

Ηνωμένες Πολιτείες στη Βρετανία και στην Ισπανία . Την περίοδο αυτή προσθέτει στην γκάμα των προϊόντων της την σοκολάτα μετά την επίτευξη συμφωνίας με την Swiss General Chocolate Company.

Οι εξαγωγές αυξήθηκαν ταχύτατα ενώ παράλληλα η εταιρία αντικατέστησε τους αντιπροσώπους πωλήσεων με τοπικές θυγατρικές εταιρίες. Το 1907 άρχισε πλήρους κλίμακας εργασίες στην Αυστραλία ενώ αποθήκες χτίστηκαν στην Σιγκαπούρη, Χονγκ Κονγκ και στη Βομβάη για να εφοδιάσει τη συνεχώς αναπτυσσόμενη ασιατική αγορά.

Η έναρξη του πρώτου παγκοσμίου πολέμου επέφερε σοβαρές διαταραχές. Η απόκτηση πρώτων υλών και η διανομή των προϊόντων γινόταν όλο και πιο δύσκολη. Η έλλειψη νωπού γάλακτος σε ολόκληρη την Ευρώπη ανάγκαζε τα εργοστάσια να πουλήσουν το σύνολο σχεδόν των προμηθειών τους για να ανταποκριθούν στις ανάγκες των τοπικών πόλεων. Παρ' όλα αυτά, ο πόλεμος δημιούργησε τεράστια νέα ζήτηση για γαλακτοκομικά προϊόντα, κυρίως με τη μορφή κυβερνητικών συμβάσεων. Η παγκόσμια παραγωγή της υπερδιπλασιάστηκε και αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η Nestlé να αγοράσει στις Ηνωμένες Πολιτείες αρκετά εργοστάσια, 40 στον αριθμό, ως το 1914.

## **1918-1938**

Νέα κρίση για την Nestle φέρνει μαζί του το τέλος του πρώτου παγκοσμίου πολέμου. Παράγοντες όπως η αύξηση της τιμής των πρώτων υλών, η παγκόσμια οικονομική επιβράδυνση και η επιδείνωση των συναλλαγματικών ισοτιμιών, σε συνδυασμό με την μείωση της αγοράς συμπυκνωμένου γάλακτος καθώς ήταν και πάλι διαθέσιμο το φρέσκο, εμβάθυνε την κατήφεια.

Το τμήμα μανάτζμεντ ανταποκρίθηκε γρήγορα με την βοήθεια του ειδικού τραπεζικού Louis Dapples ώστε να αναδιοργανωθεί η εταιρία. Οι διαδικασίες εκσυγχρονίστηκαν και η παραγωγή προσανατολίστηκε σύμφωνα με τις πωλήσεις για να μειωθούν τα χρέη που

εκκρεμούσαν. Το 1920 επίσης είδε την πρώτη επέκταση της Nestlé. Η Παρασκευή σοκολάτας έγινε η δεύτερη πιο σημαντική δραστηριότητα της. Καινούρια προϊόντα εμφανίστηκαν αμέσως όπως βυνοποιημένο γάλα, ένα ποτό σε σκόνη ονομαζόμενο Milo και ένα αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη για βρέφη.

Το ινστιτούτο βραζιλιάνικου καφέ πρώτο προσέγγισε τον Louis Dapples το 1930 αναζητώντας νέους τρόπους να μειώσει το μεγάλο πλεόνασμα της χώρας σε καφέ. Οχτώ χρόνια έρευνας κατέληξαν σε μια διαλυτή σκόνη που έφερε την επανάσταση στα μέχρι τότε δεδομένα του καφέ. Το **Nescafé** έγινε αμέσως επιτυχία την οποία διαδέχτηκε το **Nestea** στις αρχές της δεκαετίας του 1940.

#### **1938-1944**

Οι συνέπειες της έναρξης του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου έγιναν αμέσως αισθητές από τη Nestle. Τα κέρδη έπεσαν από τα 20 εκατομμύρια δολάρια το 1938 στα 6 εκατομμύρια το 1939. Η ουδέτερη Ελβετία έγινε όλο και πιο απομονωμένη σε μια Ευρώπη εν μέσω πόλεμου, και η Εταιρία μετέφερε πολλά από τα στελέχη της στα γραφεία της στο Stamford. Η πρώτη πραγματικά παγκόσμια σύγκρουση εξαφάνισε για πάντα την παραδοσιακή δομή της εταιρίας. Για να ξεπεραστούν τα προβλήματα διανομής στην Ευρώπη και την Ασία, εργοστάσια καθιερώθηκαν σε αναπτυσσόμενες χώρες ειδικά στην λατινική Αμερική. Κατά ειρωνεία, ο δεύτερος παγκόσμιος πόλεμος επιτάχυνε την εισαγωγή του καινούριου προϊόντος Nescafé στην αγορά. Μετά τη εισαγωγή και των Ηνωμένων Πολιτειών στον πόλεμο το Nescafé έγινε το αγαπημένο ποτό των αμερικάνων που σερβίρονταν σε Ευρώπη και Ασία. Επίπεδα της ετήσιας παραγωγής έφτασαν το ένα εκατομμύριο περιπτώσεις το 1943. Όπως στον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο η παραγωγή και οι πωλήσεις αυξήθηκαν σε μια οικονομία εν μέσω πολέμου. Οι πωλήσεις της Nestle από 100 εκατομμύρια δολάρια το 1938 εκτοξεύτηκαν σε 225 εκατομμύρια το 1945.

## **1944-1975**

Με το τέλος του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου ξεκίνησε η πιο δυναμική φάση της ιστορίας της Nestle. Η εταιρία διαφοροποιείται , προσθέτει νέα προϊόντα στη γραμμή παραγωγής και αποκτά ξένες εταιρίες. Το 1947, η Nestle συγχωνεύτηκε με την Alimentana S.A. την εταιρία που κατασκεύαζε τα καρυκεύματα και τις σούπες Maggi. Η ένωση τους δημιούργησε την εταιρία Nestlé Alimentana. Ακολούθησαν οι εταιρίες Crosse & Blackwell, Libby και Stouffer μέσα στα επόμενα χρόνια.

Εν τω μεταξύ η Nescafe συνέχιζε την εκπληκτική της άνοδο. Από το 1950 έως το 1959 οι πωλήσεις της σχεδόν τριπλασιάστηκαν και από το 1960 ως το 1974 τετραπλασιάστηκαν! Οι συνολικές πωλήσεις της εταιρίας διπλασιάστηκαν δύο φορές μέσα σε 15 χρόνια μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Η ανάπτυξη της αποξήρανσης οδήγησε στην εισαγωγή του στιγμιαίου καφέ Taster's Choice το 1966.

Το 1974 η διοίκηση της Nestle αποφάσισε να διαφοροποιηθεί και να επιχειρήσει εκτός βιομηχανίας φαγητού. Έτσι έγινε μεγάλος μέτοχος της L'oreal, μιας κορυφαίας κατασκευάστριας εταιρίας καλλυντικών στον κόσμο.

## **1975-1981**

Η οικονομική θέση της εταιρίας επιδεινώθηκε καθώς η αύξηση της τιμής του πετρελαίου επέφερε μείωση στην ανάπτυξη των βιομηχανικών χωρών. Τελικά ανάμεσα στο 1975 και το 1977 η τιμή των κόκκων καφέ τετραπλασιάστηκε και η τιμή του κακάο τριπλασιάστηκε. Η εταιρία αναγκάστηκε και πάλι να ανταποκριθεί άμεσα σε μια ταχέως μεταβαλλόμενη αγορά. Για να διατηρήσει μια ισορροπία η Nestle επιχείρησε για δεύτερη φορά εκτός της βιομηχανίας φαγητού, αποκτώντας τα εργαστήρια Alcon, Inc, έναν κατασκευαστή φαρμακευτικών και οφθαλμολογικών προϊόντων.

Το να τολμήσει ένα τέτοιο βήμα σε περιόδους συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού και μείωσης κερδών απαιτούσε τόλμη και όραμα. Η Alcon περισσότερο και από τη L'oreal αντιπροσώπευε ένα άλμα σε άγνωστα ύδατα για τη Nestle. Αλλά όπως είπε ο πρόεδρος της ομάδας pierre Liotard-Vogt, 'Σήμερα βρίσκουμε τον εαυτό μας μπροστά σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, εκ των οποίων έχουν όλα ένα κοινό: συμβάλλουν στην ικανοποίηση των απαιτήσεων του ανθρώπινου σώματος με ποικίλους τρόπους.

### **1981-1995**

Τη δεκαετία του 80 η εταιρία αποφάσισε διπλή στρατηγική. Αρχικά να βελτιώσει την οικονομική της κατάσταση μέσα από εσωτερικές προσαρμογές και πωλήσεις, και έπειτα να συνεχίσει τις στρατηγικές εξαγορές. Έτσι, μεταξύ 1980 και 1984, η Εταιρεία εκποίησε ορισμένες μη στρατηγικές ή ασύμφωρες επιχειρήσεις. Την ίδια στιγμή, κατάφερε να θέσει τέρμα σε μια σοβαρή διένεξη για την εμπορία του παρασκευάσματος για βρέφη στον Τρίτο Κόσμο. Η συζήτηση αυτή οδήγησε σε μοϊκοτάζ των προϊόντων της Nestle από ορισμένες οργανώσεις. Το ζήτημα αυτό είναι ακόμη ζωντανό σε ορισμένους κύκλους, αλλά δεν υπάρχει πλέον καμία σημαντική δραστηριότητα μοϊκοτάζ. Το 1984, η βελτίωση της γραμμής της Nestle επέτρεψε στην εταιρεία να ξεκινήσει ένα νέο γύρο εξαγορών, συμπεριλαμβανομένης μια δημόσιας προσφοράς των 3 δισ. δολαρίων για τον αμερικανικό γίγαντα τροφίμων, Carnation. Εκείνη την εποχή, η εξαγορα αυτή ήταν μία από τις μεγαλύτερες στην ιστορία της βιομηχανίας τροφίμων.

### **1996-2002**

Το πρώτο μισό της δεκαετίας του 1990 αποδείχθηκε ευνοϊκό για τη Nestle. Οι εμπορικοί φραγμοί κατέρρευσαν και η παγκόσμια οικονομική αγορά εξελίχθηκε σε μια σειρά από



λιγότερο ή περισσότερο ολοκληρωμένους εμπορικούς χώρους. Το άνοιγμα της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, και της Κίνας, καθώς και μια γενική τάση απελευθέρωσης των άμεσων ξένων επενδύσεων ήταν καλό νέο για μια εταιρεία με συμφέροντα όπως απομακρυσμένες και διαφορετικές μεταξύ τους όπως η Nestle. Αν και η πρόοδος από τότε δεν ήταν τόσο ενθαρρυντική, οι γενικές τάσεις παρέμεναν θετικές. Τον Ιούλιο του 2000, η Nestle λάνσαρε σε επίπεδο ομίλου μια πρωτοβουλία με τίτλο GLOBE (Global Business Excellence), με στόχο την εναρμόνιση και την απλούστευση των επιχειρησιακών αρχιτεκτονικών διαδικασιών, επιτρέποντας στη Nestle να συνειδητοποιήσει τα πλεονεκτήματα ενός παγκόσμιου ηγέτη, ελαχιστοποιώντας τα μειονεκτήματα του μεγέθους. Υπήρξαν δύο σημαντικές εξαγορές στη Βόρειο Αμερική το 2002: τον Ιούλιο, η Nestle ανακοίνωσε ότι το αμερικάνικο παγωτό U.S. πρόκειται να συγχωνευθεί με το Dreyer, και τον Αύγουστο, ανακοινώθηκε από το Chef America, Inc, μια κορυφαία απόκτηση ύψους 2,6 δις δολαρίων που δραστηριοποιείται σε κατεψυγμένα τρόφιμα.

## **2003-2009**

Το έτος 2003 ξεκίνησε καλά με την εξαγορά της Mönchpick Ice Cream, ενισχύοντας τη θέση της Nestle ως ένας από τους ηγέτες στην παγκόσμια αγορά των σούπερ κατηγορία premium.

Το 2006, Jenny Craig και ο θείος του Toby προστέθηκαν στο Nestlé χαρτοφυλακίου και το 2007 είδε Novartis Medical Nutrition, Gerber και Henniez ενταχθούν στην Εταιρεία. Η Nestle σύναψε στρατηγική συμμαχία με τη βελγική chocolatier Pierre Marcolini στο τέλος του ίδιου έτους. Το 2008, η Nestle άρχισε μια διαδικασία πώλησης της Alcon από την εκποίηση 24,8%, στη Novartis. Το 2009, η Nestle άνοιξε το Chocolate Κέντρο Αριστείας στη Broc, την Ελβετία, με τον Pierre Marcolini ένα από τα chocolatiers πλοιάρχου.

## ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΕΣ-ΚΛΕΙΔΙΑ

1866

Ίδρυση της αγγλο-ελβετικής εταιρίας συμπυκνωμένου γάλακτος.

1867

Η Nestlé λανσάρει τα βρεφικά δημητριακά.

1905

Nestlé and Anglo Swiss Condensed Milk Co. (το νέο όνομα για την εταιρία συμπυκνωμένου γάλακτος μετά τη συγχώνευση)

1929

Συγχώνευση με την Peter, Cailler, Kohler Chocolats Suisses S.A.

1934

Λανσάρει το ρόφημα Milo

1938

Λανσάρει το Nescafé

1947

Nestlé Alimentana S.A. (το νέο όνομα μετά τη συγχώνευση με τη Maggi)

1948

Λανσάρει το Nestea και το Nesquik

1969

Vittel (αρχικά είχε μόνο ενδιαφέρον για μετοχικές επιχειρήσεις)

1971

Συνένωση με την Ursina-Franck

1973

Stouffer's (with Lean Cuisine) (υπηρεσίες φαγητού)

1974

Συνεργασία με τη L'Oréal )

1977

Το καινούριο όνομα της εταιρίας : Nestlé S.A.

Alcon (2002: partial IPO; 2008: partial sale)

1981

Gal derma (κοινοπραξία με τη L'Oréal)

1985

Carnation (κοινοπραξία Coffee-mate και Friskies)

1986

Δημιουργία της Nestlé Nespresso S.A.

1988

Buitoni-Perugina, Rowntree (κοινοπραξία με KitKat)

1990

Cereal Partners Worldwide (κοινοπραξία με General Mills)

1991

Beverage Partners Worldwide (κοινοπραξία με Coca-Cola)

1992

Perrier (κοινοπραξία με Poland Spring)

1993

Δημιουργία της Nestlé Sources Internationales (2002: Nestlé Waters)

1997

Creation of Nutrition Strategic Business Division (2006: Nestlé Nutrition)

1998

San Pellegrino(εμφιαλωμένο νερό) and Spillers Petfoods (ζωοτροφές)

Launch of Nestlé Pure Life (εμφιαλωμένο νερό)

2000

Power Bar (διατροφή για αθλητές)

2001

Ralston Purina (φροντίδα κατοικίδιων)

2002

Schöller and Chef America

Dairy Partners Americas (κοινοπραξία με τη Fonterra)

Laboratoires innéon (κοινοπραξία με τη L'Oréal)

2003

Mövenpick and Dreyer's (παγωτά)

2005

Wagner(πίτσα), Protéika (βοηθήματα αδυνατίσματος) and Musashi  
(συμπληρώματα διατροφής για αθλητές)

2006

Creation of Food Services Strategic Business Division (2009: Nestlé Professional)

Lactalis Nestlé Produits Frais (associate)

Jenny Craig, Uncle Tobys and Delta Ice Cream (*υπογραφή μη δεσμευτικού  
Μνημονίου Συνεργασίας με τη Δέλτα*)

2007

Novartis Medical Nutrition, Gerber and Henniez (εταιρία εμφιαλωμένου νερού)

\*\*\* Με την εξαγορά η Nestle **θα τριπλασιάσει τις πωλήσεις της** στην εθνική της αγορά. Οι μονάδες εμφιαλωμένου νερού καλύπτουν το 10% του συνόλου των εσόδων του ομίλου και αποτελούν ένα από τα βασικά σημεία ανάπτυξης.

2009

Vitality Beverage business (ποτά)

2010

Kraft Pizza

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

### **TA BRANDS THΣ NESTLE**

Το 'BRAND' είναι αυτό που χαρακτηρίζει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, περιλαμβάνει ένα όνομα, ένα σημάδι ή ένα σύμβολο ή ακόμα έναν ήχο, έναν συνδυασμό χρωμάτων ή ένα σλόγκαν.

### **ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ**

Cerelac, Gerber, Gerber Graduates, NaturNes, Nestum

### **ΕΜΦΙΑΛΟΜΕΝΟ ΝΕΡΟ**

Nestlé Pure Life, Perrier, Poland Spring, S.Pellegrino

### **ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ**

Chocapic, Cini Minis, Cookie Crisp, Estrelitas, Fitness, Nesquik Cereal

### **ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗ**

Aero, Butterfinger, Cailler, Crunch, Kit Kat, Orion, Smarties, Wonka

### **ΚΑΦΕΣ**

Nescafé, Nescafé 3 in 1, Nescafé Cappuccino, Nescafé Classic, Nescafé Decaff, Nescafé Dolce Gusto, Nescafé Gold, Nespresso

## **ΜΑΓΕΙΡΙΚΗ, ΔΙΑΤΗΡΗΜΕΝΑ ΜΕ ΑΠΛΗ ΨΥΞΗ ΚΑΙ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Buitoni, Herta, Hot Pockets, Lean Cuisine, Maggi, Stouffer's, Thomy

## **ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ**

Carnation, Coffee-Mate, La Laitière, Nido

## **ΠΟΤΑ**

Juicy Juice, Milo, Nesquik, Nestea

## **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΑΓΗΤΟΥ**

Chef, Chef-Mate, Maggi, Milo, Minor's, Nescafé, Nestea, Sjora, Lean Cuisine, Stouffer's

## **ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ**

Boost, Nutren Junior, Peptamen, Resource

## **ΠΑΓΩΤΑ**

Dreyer's, Extrême, Häagen-Dazs, Mövenpick, Nestlé Ice Cream

## **ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΚΑΤΟΙΚΙΑΙΩΝ**

Alpo, Bakers Complete, Beneful, Cat Chow, Chef Michael's Canine Creations, Dog Chow, Fancy Feast, Felix, Friskies, Gourmet, Purina, Purina ONE, Pro Plan

## **ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΓΙΑ ΑΘΛΗΤΕΣ**

Power Bar

## **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΒΑΡΟΥΣ**

Jenny Craig

## **ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

Καταναλωτές

### **Ανταποκρίνεται στις Ανάγκες των Καταναλωτών**

Η Nestlé είναι μια επιχείρηση που στηρίζεται στον καταναλωτή. Στόχος της είναι η δημιουργία μακροπρόθεσμης αξίας που θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες των καταναλωτών. Γι αυτό το λόγο προσαρμόζει τα προϊόντα της στις επιθυμίες τους σε συνολικά πάνω από 100 χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται. Έρχεται σε επαφή μαζί τους μέσω διαδικτύου, μέσω ανοιχτών τηλεφωνικών γραμμών και με άλλους τρόπους, ώστε να ακούει τις απόψεις τους. Ανταποκρίνεται στις προτιμήσεις τους διεξάγοντας γευστικές δοκιμές σε ευρεία κλίμακα έτσι ώστε να εξασφαλίζει πως οι καταναλωτές θα προτιμούν τα δικά της προϊόντα έναντι αυτά των ανταγωνιστών της.

## **ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ NESTLE ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

- 1.** Η επικοινωνία της Nestlé με τον καταναλωτή αντικατοπτρίζει το μέτρο στην κατανάλωση φαγητού ώστε να μην τον ενθαρρύνει στον υπερσιτισμό. Τούτο είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τα παιδιά.
- 2.** Κατευθύνει τα παιδιά προς την επιδίωξη υγιεινής και δραστήριας ζωής μακριά από την καθιστική ζωή.
- 3.** Οι διαφημίσεις δεν προτρέπουν έμμεσα στην αντικατάσταση του γεύματος με σνακ ούτε ενθαρρύνουν την υπερβολική κατανάλωση σνακ.
- 4.** Δεσμεύεται ώστε οι διαφημίσεις που απευθύνονται σε παιδιά να μην υπονομεύουν την εξουσία, την ευθύνη ή την κρίση των γονέων ή κηδεμόνων.
- 5.** Η διαφήμιση της Nestlé που απευθύνεται σε παιδιά δεν απεικονίζει παιδιά σε επισφαλείς συνθήκες, ούτε τα ενθαρρύνει να αποδέχονται προσκλήσεις από αγνώστους.
- 6.** Το περιεχόμενό της πρέπει να αντανακλά το καλό γούστο σε κάθε συγκεκριμένη χώρα και κουλτούρα. Δεν πρέπει να απεικονίζει διακρίσεις ή προσβλητικές μορφές συμπεριφοράς για θρησκευτικές, πολιτικές, εθνικές, πολιτισμικές ή κοινωνικές ομάδες.
- 7.** Σε ό,τι αφορά την διαφημιστική πολιτική, δεν συνάδει με τις αρχές η χορηγία σε τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά προγράμματα ή περιοδικά, που έχουν ως στρατηγική για την προσέλκυση τηλεθεατών, ακροατηρίου ή αναγνωστικού κοινού την εκμετάλλευση θεμάτων βίας, σεξ, ή που ενθαρρύνουν την προσβλητική συμπεριφορά απέναντι σε άλλους.

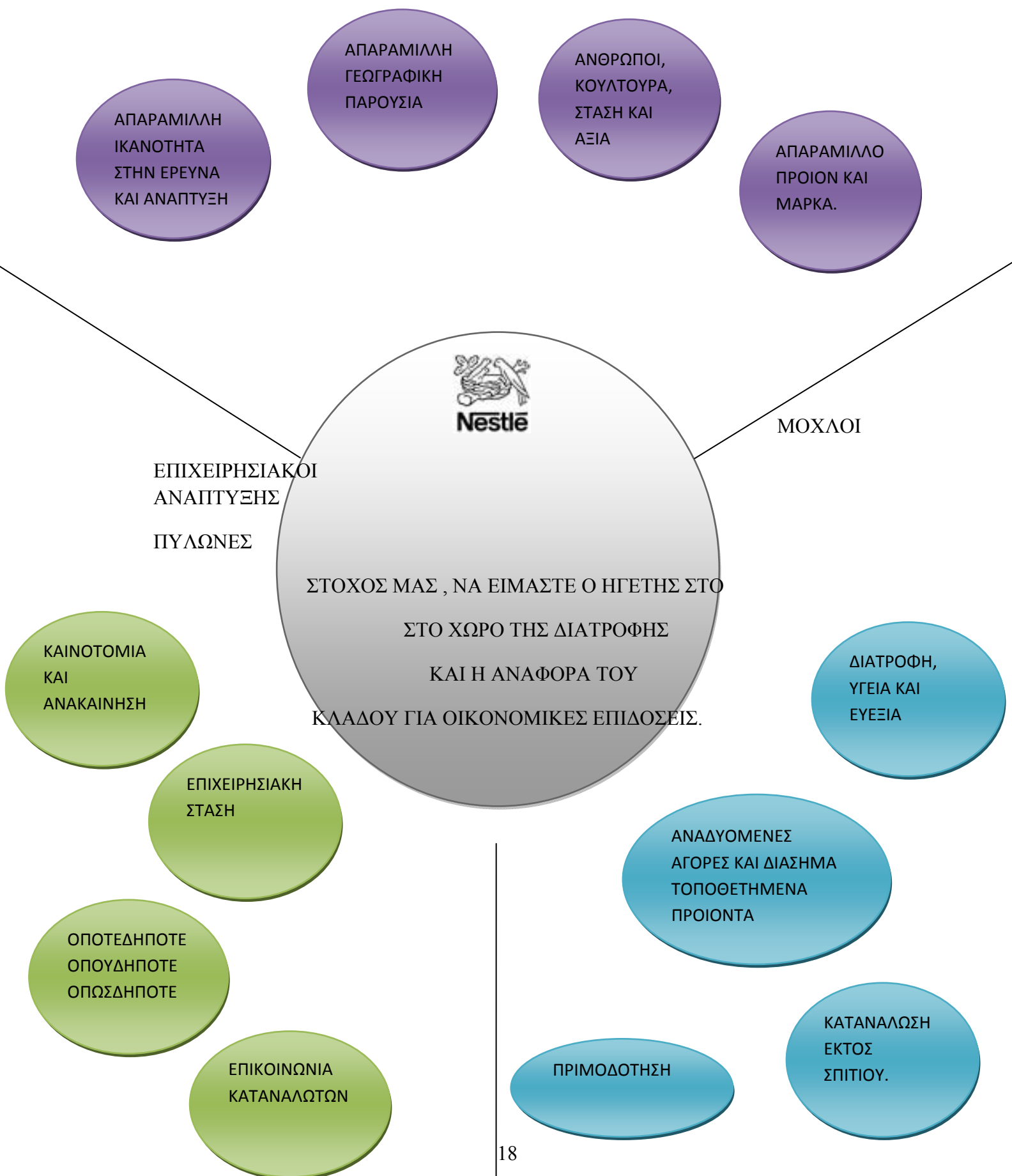


## **ΤΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΗΣ NESTLE ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΗΣ.**

Η αξιοπιστία, η στρατηγική της έμφαση στη συνεχή καινοτομία και ανανέωση, η αναγνωρισιμότητα των προϊόντων της καθώς και η παγκόσμια πρωτοπορία της σε έρευνα και επιστήμη των τροφίμων, της έχουν δώσει την ηγετική θέση σε πάνω από 100 χώρες παγκοσμίως.

Η ετήσια επένδυση της nestle σε έρευνα και ανάπτυξη είναι η μεγαλύτερη του κλάδου. Το προσωπικό της στον τομέα αυτό ξεπερνά τα 3000 άτομα, ενώ το ερευνητικό της κέντρο αναγνωρίζεται παγκοσμίως ως ένα από τα κορυφαία κέντρα ερευνών στο είδος του. Αξίζει να αναφέρουμε ότι, κατά την τελευταία διετία, το έργο του τομέα Έρευνας και Ανάπτυξης της Nestlé είχε ως αποτέλεσμα 700 νέα ή βελτιωμένα προϊόντα, με επιστημονικώς τεκμηριωμένα και συγκεκριμένα διατροφικά πλεονεκτήματα.

## ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ



## ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η έρευνα και η ανάπτυξη ηγούνται μιας μεγάλης ποικιλίας δραστηριοτήτων που σχετίζονται με το περιβάλλον εστιάζοντας σε:

- Περιβαλλοντικά ορθές παραγωγικές τεχνικές και κριτήρια για την προμήθεια των αγροτικών πρώτων υλών.
- Μεθόδους επεξεργασίας που ελαχιστοποιούν την κατανάλωση νερού και ενέργειας και την παραγωγή αποβλήτων.
- Μεθόδους μείωσης του όγκου απορριμμάτων και περιβαλλοντικά ορθές επιλογές σχετικά με τη διαχείριση των αποβλήτων.
- Πρωτότυπους τρόπους ανάκτησης παραγώγων έτσι ώστε να δημιουργούνται δευτερογενείς πρώτες ύλες και επιπλέον ενέργεια.

Σχετικά με τις ιδιαίτερα σημαντικές καινοτομίες σε ζητήματα παραγωγής προϊόντων ή διαδικασιών, τα κέντρα έρευνας και ανάπτυξης της Nestlé μελετούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Αυτή η μελέτη καλύπτει σημαντικές φάσεις του κύκλου ζωής ενός προϊόντος, από τη συλλογή των πρώτων υλών και την επεξεργασία, έως το συσκευασμένο προϊόν που διατίθεται στο καταναλωτικό κοινό και την περαιτέρω τύχη των υλικών συσκευασίας.

Η διοίκηση της Έρευνας και Ανάπτυξης βρίσκεται στα κεντρικά γραφεία της εταιρίας στη Ελβετία. Στον τομέα αυτόν απασχολούνται 600 εργαζόμενοι, από τους οποίους οι 150 ασχολούνται αποκλειστικά με τον τομέα για την εγγυημένη ποιότητα των προϊόντων.

Η πιο πρόσφατη καινοτομία του τμήματος είναι η εξελιγμένη υποαλλεργική τροφή για βρέφη, η οποία λόγω της δομής μιας πρωτεΐνης, μειώνει τον κίνδυνο της αλλεργίας και είναι πιο εύπεπτη για τα βρέφη. Το προϊόν αυτό είναι γνωστό με το όνομα probiotic και κυκλοφόρησε για πρώτη φορά το 1994 στην αγορά της Γαλλίας ως αποτέλεσμα μακροχρόνιων προσπαθειών του τομέα Έρευνας και Ανάπτυξης.

## ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η nestle έχει καταφέρει να ενσωματώσει περιβαλλοντικές πολιτικές, προγράμματα και πρακτικές σε κάθε επιχειρηματική της δραστηριότητα, σαν στοιχείο της διοίκησης. Σχεδιάζει και χρησιμοποιεί εγκαταστάσεις, διεξάγει δραστηριότητες με βάση την αποτελεσματική και αειφόρο χρήση των ανανεώσιμων πόρων, την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων στο περιβάλλον και της δημιουργίας αποβλήτων. Επίσης φροντίζει για την ασφαλή και την υπεύθυνη διάθεση των βιομηχανικών λυμάτων.

Τηρεί την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία και τις κανονιστικές ρυθμίσεις για περιβαλλοντικά θέματα σε κάθε αγορά. Ακόμα όμως και σε περιπτώσεις όπου δεν υπάρχει ή είναι ανεπαρκής η νομοθεσία, η εταιρία εφαρμόζει τις εσωτερικές προδιαγραφές της.

Παρέχει τις κατάλληλες πληροφορίες, επικοινωνία και εκπαίδευση προκειμένου να κάνει κατανοητά, εσωτερικά και εξωτερικά, την δέσμευση και τις ενέργειές της σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος.

Υποστηρίζει τους επαγγελματικούς συνδέσμους, όπως το **Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο**, στο έργο τους υπέρ της προστασίας του περιβάλλοντος και στις προσπάθειές τους να θεσπίσουν κατευθυντήριες γραμμές για την διαχείριση του περιβάλλοντος.

Θέτει περιβαλλοντικούς στόχους, παρακολουθεί την πρόοδο τους, ελέγχει τα αποτελέσματα και καθορίζει τις μελλοντικές ενέργειες. Η δραστηριότητα αυτή, που διεξάγεται από εξειδικευμένο προσωπικό της Nestlé, εξασφαλίζει την διαρκή βελτίωση της περιβαλλοντικής της απόδοσης σε όλη την αλυσίδα παραγωγής, από

την παραγωγή και προμήθεια των πρώτων υλών, στην παρασκευή, συσκευασία, διανομή και, εν τέλει, στον καταναλωτή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΥΟ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ NESTLE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΤΗΣ NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε. ΚΑΙ ΤΗΣ NESTLE HELLAS ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε. ΓΙΑ ΤΙΣ ΧΡΗΣΕΙΣ 2008 ΚΑΙ 2009, ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ.

1. Αριθμοδείκτες. Εισαγωγικά στοιχεία.

#### ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ (RATIO) -ΟΡΙΣΜΟΣ

Κατά το Ε.Γ.Λ.Σ. οι αριθμοδείκτες είναι σχέσεις που καταρτίζονται με σκοπό τον προσδιορισμό της πραγματικής θέσεως ή της αποδοτικότητας των διαφόρων τμημάτων ή ολόκληρων τομέων της οικονομικής μονάδας και σε τελική ανάλυση, της πραγματικής καταστάσεως ολόκληρης της οικονομικής μονάδας ή γενικότερα του κλάδου στον οποίο ανήκει η μονάδα αυτή.

Οι αριθμοδείκτες ονομάζονται **εσωτερικοί**, όταν γίνεται χρήση στοιχείων που δεν δημοσιεύονται ή δεν είναι εύκολα διαθέσιμα στο πλατύ κοινό και **εξωτερικοί** όταν χρησιμοποιούν δημοσιευμένα στοιχεία όπως π.χ. του ισολογισμού τέλους χρήσεως. Επίσης οι αριθμοδείκτες καλούνται **απολογιστικοί** όταν βασίζονται σε ιστορικά στοιχεία και **προϋπολογιστικοί** όταν προκύπτουν με βάση τα στοιχεία προϋπολογισμών. **Πρότυποι** αριθμοδείκτες είναι αυτοί που συνιστούν επιθυμητό στόχο και αποτελούν βάση συγκρίσεων. Τέλος υπάρχουν και οι **μέσοι** αριθμοδείκτες οι οποίοι εξάγονται μεταξύ ομοειδών επιχειρήσεων και χρησιμεύουν κυρίως για την εκτίμηση της θέσεως μιας επιχειρήσεως έναντι των συναγωνιστριών της.

Οι αριθμοδείκτες είναι για την επιχείρηση το αναλυτικό μέσο και ο γνώμονας για τη λήψη οποιασδήποτε αποφάσεως καθώς επίσης προειδοποιούν για τυχόν ανωμαλίες σχετικές με την διαχείριση και γενικά για όλα τα ευπαθή της σημεία.

Μεταξύ των διαφόρων μέσων ελέγχου και μετρήσεως της λειτουργίας μιας σύγχρονης επιχειρήσεως σημαντική θέση κατέχουν οι αριθμοδείκτες, οι οποίοι εκφράζουν λογικές σχέσεις, ενδεικτικές της αξίας των δυο βασικών λειτουργιών της:

της διαχείρισεως και της εκμεταλλεύσεως. Οι αριθμοδείκτες έχουν ως σκοπό τους να τροφοδοτούν την σύγχρονη επιχείρηση με πολύτιμες πληροφορίες για την εγ γένει πορεία της.

Η χρησιμοποίηση των αριθμοδεικτών πρέπει να γίνεται με σύνεση και κριτικό πνεύμα και δεν πρέπει να επιδιώκουμε αποτελέσματα και συμπεράσματα περισσότερα από εκείνα που μπορούν να μας δώσουν ούτε πρέπει να παίρνουμε υπόψη μας μόνο εκείνους που τυχόν εξυπηρετούν κάποιες σκοπιμότητες.

Ο λόγος που οδήγησε στην καθιέρωση της χρησιμοποίησεως των αριθμοδεικτών προέρχεται από την αναγκη να γίνεται αμέσως αντιληπτή η πραγματική αξία και η σπουδαιότητα των απολύτων μεγεθών.

#### **ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ**

Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας περιγράφουν την τρέχουσα οικονομική κατάσταση της επιχείρησης, κατάσταση η οποία ενδιαφέρει αφενός τη διοίκηση και αφετέρου τρίτους όπως πιστωτές, προμηθευτές και μετόχους. Ειδικά όμως για τη διοίκηση, η οικογένεια των αριθμοδεικτών ρευστότητας αποκαλύπτει τον τρόπο με τον οποίο απασχολούνται τα κεφάλαια κινήσεώς της, αν τα κεφάλαια είναι επαρκή σε σχέση με τις εργασίες της, ή αν υπολείπονται από τα κανονικά οπότε υπάρχει πρόβλημα μετρητών. Επίσης, η διαχρονική παρακολούθησή τους επιτρέπει να διαπιστωθεί αν υπάρχει βελτίωση ή όχι της τρέχουσας οικονομικής της κατάστασης.

Σημειώνεται πως όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης ρευστότητας τόσο καλύτερη από πλευράς ρευστότητας είναι η θέση της επιχείρησης.

#### **ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ Ή ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ**

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας υπολογίζεται διαιρώντας το κυκλοφορούν ενεργητικό με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Συνήθως το κυκλοφορούν ενεργητικό περιλαμβάνει τα ταμιακά διαθέσιμα, τα μετατρέψιμα χρεόγραφα, τις απαιτήσεις(η εισπρακτέους λογαριασμούς)και τα αποθέματα.

Οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις αποτελούνται από τους πληρωτέους λογαριασμούς, τα βραχυπρόθεσμα πληρωτέα γραμμάτια, τις τρέχουσες δόσεις των μακροπρόθεσμων δανείων, τους φόρους που οφείλονται και τις λοιπές δεδουλευμένες δαπάνες(κυρίως μισθούς).Ο δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας αποτελεί το πιο συνηθισμένο μέσο μέτρησης της βραχυπρόθεσμης φερεγγυότητας της επιχείρησης, διότι δείχνει το βαθμό κάλυψης των απαιτήσεων των βραχυπρόθεσμων δανειστών της με περιουσιακά στοιχεία που κανονικά μπορούν να ρευστοποιηθούν μέσα σε μια περίοδο που αντιστοιχεί περίπου με την περίοδο λήξης των απαιτήσεων.

Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης τόσο μεγαλύτερο είναι και το <<περιθώριο ασφαλείας>> των βραχυπρόθεσμων δανειστών της επιχείρησης. Όταν ο δείκτης γενικής ρευστότητας είναι γύρω στο 2:1, τότε θεωρείται πολύ καλός, ενώ ο δείκτης 1,5:1 είναι πιθανόν αποδεκτός.

Ο υπολογισμός του δείκτη γενικής ρευστότητας είναι ο εξής:

$$\frac{\text{ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ}}{\text{ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ}} = \frac{\text{κυκλοφορούν+χρ.μεταβ/κοί λογ/μοί}}{\text{βραχ. Υποχρ. + πιστ.μεταβ. λογ/μοί}}$$

#### ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΗΣ ΑΜΕΣΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

Ο δείκτης άμεσης ρευστότητας είναι παρόμοιος με τον δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας με τη διαφορά ότι ο αριθμητής του κλάσματος περιλαμβάνει μόνο τα στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού που ρευστοποιούνται ευκολότερα, όπως είναι τα ταμιακά διαθέσιμα και οι απαιτήσεις. Δηλαδή από το κυκλοφορούν ενεργητικό αναιρούνται τα αποθέματα, που αποτελούν τα στοιχεία τα οποία



παρουσιάζουν τη μικρότερη δυνατότητα ρευστοποίησης και που είναι πιθανόν από τη ρευστοποίηση τους να προκύψουν ζημιές. **Για να θεωρηθεί ο δείκτης αυτός ικανοποιητικός, θα πρέπει η τιμή του να είναι μεγαλύτερη της μονάδα.**

Ο δείκτης άμεσης ρευστότητας υπολογίζεται από το λόγο:

$$\frac{\text{ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ}}{\text{ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ}} = \frac{\text{κυκλοφορούν+χρ.μεταβ/κοί λογ/μοί- (αποθέματα)}}{\text{βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

### ΤΑΜΕΙΑΚΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

Ένας τρίτος αριθμοδείκτης, ο οποίος μας δίνει την εικόνα της επάρκειας η όχι μετρητών στην επιχείρηση σε σχέση με τις τρέχουσες λειτουργικές της ανάγκες, είναι ο αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας. Η ταμειακή ρευστότητα εκφράζει την ικανότητα μιας επιχειρήσεως για την εξόφληση των τρέχουσων και ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων της με τα μετρητά που διαθέτει.

Ο αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας είναι το πηλίκο της διαιρέσεως του συνόλου του διαθέσιμου ενεργητικού μιας επιχειρήσεως με το σύνολο των ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων της.

Οι τιμές που μπορεί να πάρει ο αριθμοδείκτης κυμαίνονται μεταξύ του μηδενός και της μονάδος. Όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή του αριθμοδείκτη, δηλαδή πλησιάζει προς τη μονάδα, τόσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός ρευστότητας. Ο αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας εκφράζεται από τον τύπο:

$$\frac{\text{ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ}}{\text{ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ}} = \frac{\text{ταμειακά και ισοδύναμα ταμειακά στοιχεία*}}{\text{βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

\*Τα χρηματικά διαθέσιμα και ισοδύναμα αυτών περιλαμβάνουν τα υπόλοιπα ταμείου, τις καταθέσεις όψεως και τις βραχυπρόθεσμες μέχρι τριών μηνών επενδύσεων υψηλής ρευστοποίησης και χαμηλού ρίσκου.

Στην εργασία μας θα εφαρμόσουμε αρχικά τους τρεις αυτούς από τους **αριθμοδείκτες ρευστότητας** ,(1.γενικής, 2.άμεσης,3. ταμειακής) ώστε να μελετήσουμε τη πορεία των επιχειρήσεων διαχρονικά. Θα συγκρίνουμε τις οικονομικές καταστάσεις των ετών 2008 και 2009, ώστε να καταλήξουμε σε κάποια πρώτα συμπεράσματα σχετικά με τις μεταβολές που θα παρατηρήσουμε.

#### ΣΚΟΠΙΜΟ ΕΙΝΑΙ ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΜΕΛΕΤΗ ΜΑΣ ΝΑ ΕΠΙΣΗΜΑΝΟΥΜΕ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΠΟΥ ΕΞΕΤΑΖΟΥΜΕ .

Η ελληνική οικονομία αντιμετώπισε μεγάλη πρόκληση το 2009 αφού η οικονομική κρίση του 2008 επηρέασε όλους τους τομείς της οικονομίας. Τα ασθενή δημόσια οικονομικά έχουν τεθεί υπό τον έλεγχο της ΕΕ και η νέα κυβέρνηση ανακοινώνει διάφορα άμεσα μέτρα για να βελτιώσει τη θέση ρευστότητας της χώρας.

Η ύφεση της οικονομίας το 2009 σε συνδυασμό με τις αναγγελίες της κυβέρνησης, μέτρων για τη μείωση των δημοσίων δαπανών είχαν άμεσο αρνητικό αντίκτυπο στην εμπιστοσύνη των καταναλωτών, η οποία βρίσκεται στα χαμηλότερα επίπεδα της τα τελευταία χρόνια. Η κρίση ρευστότητας στην Ελλάδα, έκανε την πρόσβαση σε κεφάλαια ακριβότερη για τις Ελληνικές τράπεζες με τα επιτόκια να βρίσκονται αρκετά πάνω από τα ευρωπαϊκά επίπεδα, κατά συνέπεια, να είναι ακριβότερη ή αδύνατη η αναχρηματοδότηση των πιστώσεων για τις επιχειρήσεις.

Αρχικά θα ασχοληθούμε με την NESTLE HELLAS A.E.

	31.12.2009	31.12.2008
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>		
Ιδιοχρησιμοποιούμενα ενσώματα πάγια στοιχεία	30.923.229	31.566.260
Άυλα περιουσιακά στοιχεία	9.214.202	12.345.430
Λοιπά μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία	157.883.127	157.124.874
Αποθέματα	25.601.749	33.788.780
Απαιτήσεις από πελάτες	48.858.651	55.337.980
Λοιπά κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία	32.539.887	3.175.972
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>305.020.845</b>	<b>293.339.296</b>
<b>ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ &amp; ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>		
Μετοχικό Κεφάλαιο	18.656.726	18.656.726
Λοιπά Στοιχεία Ιδίων Κεφαλαίων	119.707.669	76.642.703
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων (α)	138.364.395	95.299.429
Προβλέψεις/Λοιπές μακρ. Υποχρεώσεις	11.388.321	11.092.225
Βραχυπρόθεσμες δανειακές υποχρεώσεις	86.656.710	110.764.817
Λοιπές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	68.611.419	76.182.825
Σύνολο υποχρεώσεων (β)	166.656.450	198.039.867
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ &amp; ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ (α) +(β)</b>	<b>305.020.845</b>	<b>293.339.296</b>

	2009	2008	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
<b>ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ</b>	368.113.097	378.193.614	10.080.517

<b>NESTLE HELLAS ΑΕ</b>	2009	2008	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
<b>ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	0,689	0,493	↑0,196
<b>ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	0,524	0,312	↑0,212
<b>ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	0,209	0,016	↑0,193

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας παρουσίασε μια άνοδο 0,196 σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Αυτό σημαίνει μικρή αύξηση της ικανότητας κάλυψης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων αλλά ταυτόχρονα απέχει αρκετά από το φυσιολογικό εύρος που είναι 1-2.

Εξετάζοντας τον δείκτη άμεσης ρευστότητας ο οποίος είναι συντηρητικότερος σε σχέση με αυτόν της γενικής καθώς δεν λαμβάνει υπόψη τα αποθέματα βλέπουμε μεν ότι αυξήθηκε κατά 0,212 αν τον συσχετίσουμε όμως με το φυσιολογικό εύρος παρατηρούμε και εδώ μια δυσκολία κάλυψης των βραχυπρόθεσμων αναγκών σε ρευστότητα.

Η ταμειακή ρευστότητα είναι το πλέον συντηρητικότερο μέτρο ρευστότητας καθώς δεν σχετίζεται ούτε με τις απαιτήσεις ούτε με τα αποθέματα. Και εδώ βλέπουμε έναν αρκετά χαμηλό δείκτη και μια δυσκολία από την επιχείρηση. Παρατηρώντας την οικονομική κατάσταση της εταιρίας βλέπουμε μεγάλη αύξηση των χρηματικών διαθεσίμων και άλλων ισοδύναμων από το 2008 στο 2009 κατά 29 εκ. ευρώ. Αυτό θα μπορούσε να οφείλεται πιθανών στην αύξηση των ιδίων κεφαλαίων τα οποία είναι και αυτά αυξημένα σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά κατά 43 εκ. ευρώ. Ίσως αυτό είναι μια προσπάθεια στήριξης και τόνωσης της επιχείρησης στους δύσκολους καιρούς που διανύει.

Στην συνέχεια παραθέτουμε τους ισολογισμούς της **NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.** 2008, 2009.

<b>NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.</b>		
	31.12.2009	31.12.2008
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>		
Ενσώματα πάγια	51.452.000	50.223.000
Υπεραξία	74.136.000	74.136.000
Λοιπά άυλα περιουσιακά στοιχεία	12.000	33.000
Συμμετοχές σε θυγατρικές	0	27.184.000
Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	927.000	474.000
Αποθέματα	6.632.000	6.631.000
Εμπορικές απαιτήσεις	20.844.000	17.110.000
Λοιπές απαιτήσεις	5.685.000	4.434.000
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα.	1.246.000	437.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>160.934.000</b>	<b>180.662.000</b>
<b>ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>		
Μετοχικό κεφαλαίο	12.655.000	12.655.000
Υπέρ το άρτιο	67.277.000	67.277.000
Αποθεματικά	12.068.000	12.068.000
Αποτελέσματα εις νέο (ζημίες)/ κέρδη	(32.728.000)	1.370.000
Επιχορηγήσεις	391.000	423.000
Αναβαλλόμενος φόρος	2.484.000	2.397.000
Μακροπρόθεσμες προβλέψεις	3.893.000	3.019.000
Εμπορικές υποχρεώσεις	7.299.000	7.127.000
Βραχυπρόθεσμα Δανής	79.527.000	66.144.000
Τρέχων φόρος εισοδήματος	-	567.000
Λοιπές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	8.068.000	7.615.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ</b>	<b>101.662.000</b>	<b>180.662.000</b>

	2009	2008	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	71.019.000	79.556.000	8.537.000

NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ ΑΕ	2009	2008	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
<b>ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	0,362	0,351	0,011
<b>ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	0,292	0,269	0,023
<b>ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	0,013	0,005	0,008

Και σε αυτή την επιχείρηση διακρίνουμε πρόβλημα ρευστότητας. Οι δείκτες είναι αρκετά χαμηλότεροι από τα φυσιολογικά εύρη και η βελτίωση σχετικά με το προηγούμενο έτος είναι ελάχιστη. Σχετικά με την προηγούμενη εταιρία υπάρχει μεγαλύτερη δυσκολία τακτοποίησης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.

Για να κατανοήσουμε καλύτερα την οικονομική κατάσταση των δύο εταιριών θα προχωρήσουμε σε περαιτέρω ανάλυση με την χρησιμοποίηση μερικών ακόμα αριθμοδεικτών.

## **ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

### ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

Ο αριθμοδείκτης αυτός σύμφωνα με τη θεωρητική άποψη που γίνεται αποδεκτή ως η σωστή, υπολογίζεται εάν διαιρέσουμε το ύψος των πιστωτικών πωλήσεων της

λογιστικής χρήσης με το μέσο ύψος των ανείσπρακτων πωλήσεων κατά την ίδια χρονική περίοδο.

Όμως το ύψος των πιστωτικών πωλήσεων σπάνια είναι γνωστό στους εκτός της επιχείρησης λαμβάνοντας αποφάσεις. Γι αυτό συνήθως ο αριθμοδείκτης αυτός υπολογίζεται με τη διαίρεση των καθαρών πωλήσεων με το μέσο όρο των ανείσπρακτων απαιτήσεων κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσης.

Ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων δείχνει πόσες φορές, κατά μέσο όρο, εισπράττονται κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσεως οι απαιτήσεις της επιχειρήσεως.

Ο δείκτης είναι αρκετά μεγαλύτερος της μονάδος(3 η 4 και πλέον φορές)και ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση, τις πραγματικές ανάγκες και δυνατότητες τούτης αλλά και τις συνθήκες της αγοράς και τον ανταγωνισμό.

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων υπολογίζεται από τον τύπο:

<b>ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ</b>	=	<u>Καθαρές πωλήσεις</u> Απαιτήσεις
----------------------------------	---	---------------------------------------

<b>ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ</b>	2009	2008
<b>NESTLE HELLAS A.E.</b>	48	54
<b>NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ ΑΕ</b>	136	99

Για την πρώτη εταιρία διακρίνουμε μία μείωση των ημερών που απαιτούνται για την ρευστοποίηση των απαιτήσεων, πράγμα που είναι καλό καθώς εισπράττει πιο γρήγορα σε σχέση με την προηγούμενη σεζόν. Δεν μπορούμε να πούμε βέβαια το ίδιο και για την δεύτερη επιχείρηση η οποία σε σχέση με το 2008 έχει αυξήσει τις μέρες μέσα στις οποίες εισπράττει τις απαιτήσεις της από 99 σε 136.

#### ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Η ικανότητα μιας επιχειρήσεως να πουλάει τα αποθέματα της γρήγορα αποτελεί ένα ακόμη μέτρο του βαθμού χρησιμοποίησης των περιουσιακών της στοιχείων.

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων βρίσκεται αν διαιρέσουμε το κόστος των πωληθέντων προϊόντων η εμπορευμάτων μιας επιχειρήσεως με το μέσο απόθεμα των προϊόντων της.

Αν δεν είναι γνωστό στον εξωτερικό αναλυτή το κόστος των πωληθέντων, τότε για τον υπολογισμό της ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων χρησιμοποιείται η αξία των πωλήσεων που πραγματοποιηθήκαν μέσα σε μια χρονική περίοδο.

Ο δείκτης είναι αρκετές φορές μεγαλύτερος της μονάδας και ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση αλλά και τις συνθήκες της αγοράς.

Ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων είναι ο εξής:

ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	=	<u>Κόστος πωληθέντων</u> Μέσα αποθέματα
--------------------------------------	---	--

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	2009
NESTLE HELLAS A.E.	73 ΜΕΡΕΣ
NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.	66 ΜΕΡΕΣ

Η NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε. είναι σε καλύτερη κατάσταση όσον αφορά το απαιτούμενο διάστημα για την ανακύκλωση των αποθεμάτων μέσα στη χρήση καθώς χρειάστηκε 66 μέρες σε σχέση με την NESTLE HELLAS Α.Ε. που χρειάστηκε 73.

## **ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ**



### ΔΕΙΚΤΗΣ ΣΧΕΣΕΩΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ (αυτονομίας)

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται, μαζί με άλλους συγγενείς δείκτες, κυρίως στην αξιολόγηση της βιωσιμότητας μιας επιχείρησης. Χρησιμεύει επίσης, στην εκτίμηση της πιστοληπτικής ικανότητας μιας μονάδος δίνοντας ένα μέτρο κάλυψης που μπορούν να προσφέρουν οι ιδιοκτήτες στους πιστωτές. Από την άλλη μεριά, η σχέση ιδίων προς σύνολο κεφαλαίων δίνει και μια εικόνα της αυτονομίας που μπορεί να έχει μια επιχείρηση και της ανεξαρτησίας της από δανεικά κεφάλαια και άλλους πιστωτές. Ταυτοχρόνως όμως, φαίνεται αντίστοιχα και το επίπεδο κεφαλαιακής μόχλευσης στο οποίο (σκόπιμα, θα πρέπει) διατηρεί την επιχείρηση η διοίκηση της.

Ένας υψηλός δείκτης ιδίων προς σύνολο κεφαλαίων (ορια<1) αφήνει περιθώρια για αποδοτικότερη κεφαλαιακή διάρθρωση και επομένως ο αναλυτής θα πρέπει να αναμένει μια κίνηση της διοίκησης να εκμεταλλευθεί το περιθώριο που φαίνεται ότι υπάρχει μια μόχλευση.

Θα μπορούσαμε να πούμε, επίσης, ότι ένας υψηλός δείκτης ιδίων προς σύνολο κεφαλαίων δεν προδιαθέτει αρνητικά για τη ρευστότητα στα επόμενα χρονιά αφού από την πλευρά των (χαμηλού ύψους) ξένων κεφαλαίων η πίεση για ταμειακές εκροές εξυπηρέτησης τους θα είναι χαμηλή και αντιμετώπισιμη, ειδικά σε περιόδους χαμηλής κερδοφορίας.

ΔΕΙΚΤΗΣ ΣΧΕΣΕΩΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	=	Ίδια κεφάλαια Σύνολο παθητικού
------------------------------	---	-----------------------------------

ΣΧΕΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	2009	2008
<b>NESTLE HELLAS A.E.</b>	45,3%	32,4%
<b>NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ A.E.</b>	36,8%	51,6%

Στην NESTLE HELLAS A.E., έχουμε αύξηση της αυτονομίας κατά 12,9% , κοιτάζοντας τον ισολογισμό βλέπουμε ότι αυτό οφείλεται στην ταυτόχρονη αύξηση των ιδίων κεφαλαίων και στη μείωση των υποχρεώσεων. Αυτό μπορεί να συμβαίνει μέσα στα πλαίσια στήριξης της εταιρίας από τους επενδυτές.

Για την NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε. , βλέπουμε μείωση της αυτονομίας από το 2008 μέχρι το 2009 τα ίδια κεφάλαια μειώθηκαν λόγω των ζημιών και το ποσοστό αυτονομίας μειώθηκε κατά 14,8%.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗΣ ΜΟΧΛΕΥΣΗΣ

Ο αριθμοδείκτης υπερχρέωσης και επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης χρησιμεύει σαν άμεση ένδειξη της υπερχρέωσης της επιχείρησης με ξένα κεφάλαια και χρησιμοποιείται πιο πολύ από τους δανειστές της επιχείρησης για να εκτιμήσουν το βαθμό ασφάλειας που τους εξασφαλίζουν τα ίδια κεφάλαια αλλά και από τη διοίκηση και τους μετόχους της εταιρείας για να διαπιστώσουν το επίπεδο στο οποίο έχει φθάσει η χρήση κεφαλαιακής μόχλευσης η αυτό που λέγεται διεθνώς trading on the equity.

Ο συγκεκριμένος δείκτης υπολογίζεται από την σχέση :

ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗΣ ΜΟΧΛΕΥΣΗΣ	=	$\frac{\text{Υποχρεώσεις}}{\text{Ίδια κεφάλαια}}$
--	---	---

	2009	2008
<b>NESTLE HELLAS A.E</b>	2,204	3,078
<b>NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.</b>	2,715	1,934

Αυτός ο δείκτης είναι αντίστροφος από τον προηγούμενο. Για την NESTLE HELLAS Α.Ε. , βλέπουμε ότι οι υποχρεώσεις το 2008 ήταν κατά τρεις περίπου φορές μεγαλύτερες από τα ίδια κεφάλαια. Το 2009 τα πράγματα έγιναν καλύτερα αφού η σχέση υποχρεώσεων προς ιδίων κεφαλαίων βελτιώθηκε και έγινε 2,204.

Όσον αφορά την NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε. το επίπεδο κεφαλαιακής μόχλευσης αυξήθηκε πράγμα που σημαίνει την μείωση των ιδίων κεφαλαίων και την αύξηση των υποχρεώσεων.

ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ

Ο αριθμοδείκτης των κυκλοφοριακών στοιχείων μιας επιχειρήσεως προς το σύνολο των υποχρεώσεων της δείχνει τη ρευστότητα των μακροχρόνιων υποχρεώσεων της και βρίσκεται από την ακόλουθη σχέση :

ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣ ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	=	<u>Κυκλοφορούν ενεργητικό</u> Υποχρεώσεις
---	---	--

Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι σημαντικός αν ληφθεί υπόψη ότι ορισμένα κυκλοφοριακά στοιχεία έχουν σχετικά χαμηλό βαθμό ρευστοποίησης. Ο αριθμοδείκτης αυτός επηρεάζεται αντίστροφα (αρνητικά) από λειτουργικές και έκτακτες ζημιές. Ένας σχετικά υψηλός αριθμοδείκτης ( $\Rightarrow 1$ ) παρέχει ένδειξη ότι, αν δεν υπάρξουν υπερβολικές ζημιές από τη ρευστοποίηση των κυκλοφοριακών στοιχείων, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις θα μπορούν να εξοφληθούν από το κεφάλαιο κινήσεως.

ΚΥΚΛ.ΕΝΕΡΓ/ ΣΥΝ.ΥΠΟΧΡ.	2009	2008
NESTLE HELLAS A.E	35%	31%
NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.	21%	15%

Η ικανότητα κάλυψης των υποχρεώσεων από το κυκλοφορούν ενεργητικό (απαιτήσεις, αποθέματα, ταμείο και ταμειακά ισοδύναμα) αυξήθηκε και στις δύο περιπτώσεις. Η δεύτερη εταιρία είναι σαφώς σε δυσκολότερη θέση αφού το κυκλοφορούν ενεργητικό της καλύπτει μόνο τον 15 % των συνολικών υποχρεώσεων για το 2008 και το 21% των υποχρεώσεων για το 2009.

## ΔΕΙΚΤΗΣ ΠΑΓΙΩΝ ΠΡΟΣ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

Ο αριθμοδείκτης αυτός αντανακλά, κατά κάποιο τρόπο, το βαθμό ασφαλείας που απολαμβάνουν οι μακροχρόνιοι πιστωτές της επιχειρήσεως.

Η παρακολούθηση του αριθμοδείκτη αυτού για μια σειρά ετών δείχνει την πολιτική που ακολουθεί η επιχείρηση στην χρηματοδότηση των παγίων περιουσιακών της στοιχείων. Μια αύξηση του αριθμοδείκτη διαχρονικά δείχνει τη μεταβολή του περιθωρίου ασφαλείας που απολαμβάνουν οι μακροχρόνιοι πιστωτές, καθώς και ότι τυχόν επέκταση των παγίων περιουσιακών στοιχείων χρηματοδοτήθηκε από κεφάλαια των φορέων(αύξηση κεφαλαίου)της επιχειρήσεως. Αντίθετα, μια μείωση του αριθμοδείκτη αυτού διαχρονικά δείχνει ότι μειώθηκε το περιθώριο ασφαλείας των μακροχρόνιων πιστωτών και ότι τυχόν επέκταση των παγίων χρηματοδοτήθηκε με την προσφυγή στο δανεισμό.

ΠΑΓΙΑ ΠΡΟΣ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	=	<u>Πάγιο ενεργητικό</u> Μακρ. υποχρεώσεις
---	---	--

ΠΑΓΙΑ/ ΜΑΚΡ.ΥΠΟΧΡ.	2009	2008
<b>NESTLE HELLAS A.E.</b>	1,32	1,88
<b>NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.</b>	18,69	26,04

Εδώ βλέπουμε μεγάλη διαφορά στις δύο επιχειρήσεις. Παρατηρούμε πως και στις δύο το πάγιο ενεργητικό καλύπτει τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις , στην δεύτερη όμως το πάγιο ενεργητικό είναι πολλαπλάσιο από τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις, Αν λάβουμε υπόψη τους προηγούμενους δείκτες θα καταλήξουμε πως αν και τα πάνω μέρη του ισολογισμού δηλαδή το πάγιο ενεργητικό καλύπτει τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις, δεν συμβαίνει το ίδιο και με τα κάτω μέρη του ισολογισμού δηλαδή το κυκλοφορούν ενεργητικό και τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις.

## **ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΠΑΓΙΩΝ**

### ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

Δείχνει το σχετικό μέγεθος του ενεργητικού σε σύγκριση με τις πωλήσεις (και το αντίστροφο) ή την κυκλοφορία / ανακύκλωση του ενεργητικού. Ένας υψηλός αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού(>1) σημαίνει ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία προκειμένου να πραγματοποιεί τις πωλήσεις της.

Αντίθετα, ένας χαμηλός αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού αποτελεί ένδειξη όχι εντατικής χρησιμοποιήσεως των περιουσιακών της στοιχείων, οπότε θα πρέπει η να αυξήσει το βαθμό χρησιμοποιήσεως αυτών η να προβεί σε ρευστοποίηση μέρους των περιουσιακών της στοιχείων.

Με άλλα λόγια ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει, αν υπάρχει η όχι υπερεπένδυση κεφαλαίων στην επιχείρηση, σε σχέση με το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιεί.

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	=	<u>Καθαρές πωλήσεις</u> Σύνολο ενεργητικού
---------------------------	---	---

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2009	2008
<b>NESTLE HELLAS A.E.</b>	1,20 φορές	1,28 φορές
<b>NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.</b>	0,44 φορές	0,44 φορές

Και εδώ διαφέρουν οι εταιρίες που εξετάζουμε. Η πρώτη εκμεταλλεύεται πολύ σωστά τα περιουσιακά της στοιχεία ενώ η άλλη θα πρέπει να ρευστοποιήσει κάποια από αυτά καθώς παρατηρείται υπερεπένδυση. Οι δύο χρονιές δεν παρουσιάζουν κάποια σημαντική αλλαγή για την NESTLE HELLAS A.E. , και καμία αλλαγή αντίστοιχα για την NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.

## ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει το βαθμό χρησιμοποίησης των παγίων περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης, σε σχέση με τις πωλήσεις της. Επίσης παρέχει ένδειξη του αν υπάρχει υπερεπένδυση σε πάγια σε σχέση με τις πωλήσεις.

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων είναι το πηλίκο της διαίρεσης των καθαρών πωλήσεων της χρήσεως με το σύνολο των καθαρών παγίων (δεν περιλαμβάνονται οι προσωρινές επενδύσεις και τα άυλα πάγια περιουσιακά στοιχεία), ήτοι:

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	=	<u>Καθαρές πωλήσεις</u> Πάγιο ενεργητικό
-------------------------------------	---	---

Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης αυτός(>1), τόσο πιο εντατική είναι η χρησιμοποίηση των παγίων περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της.

Μείωση του εν λόγω αριθμοδείκτη διαχρονικά υποδηλώνει μείωση του βαθμού χρησιμοποίησης των παγίων, η οποία πιθανώς να δείχνει υπερεπένδυση σε πάγια. Αντίθετα, αύξηση αυτού αποτελεί ένδειξη μιας πιο εντατικής χρησιμοποίησης των παγίων σε σχέση με τις πωλήσεις, χωρίς όμως αυτό να είναι πάντοτε βέβαιο. Γι αυτό κατά την ερμηνεία αυτού του αριθμοδείκτη πρέπει να είναι κανείς επιφυλακτικός.

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2009	2008
<b>NESTLE HELLAS A.E.</b>	1,85	1,88
<b>NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.</b>	0,56	0,52

Από τους δείκτες παρατηρούμε πως η πρώτη εταιρία χρησιμοποιεί πιο εντατικά τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία σε σχέση με την NESTLE ΕΛΛΑΣ ΠΑΓΩΤΑ Α.Ε.

που οι αριθμοδείκτες έχουν πέσει κάτω από την μονάδα. Η δεύτερη εταιρία όπως είδαμε και στον προηγούμενο πίνακα έχει υπερεπενδύσει σε πάγια τα οποία προφανώς δεν χρησιμοποιούνται εντατικά. Μικρές είναι και οι αυξομειώσεις για τα έτη που εξετάζουμε , τοις τάξεως του 0,04.

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η NESTLE από την αρχή της πορείας της είχε σκοπό να γίνει ο ηγέτης του κλάδου της, και να αναγνωρίζεται ως «σημείο αναφοράς» για οικονομικές επιδόσεις. Μέσα στην μακρόχρονη πορεία της αυτό προφανώς και το κατάφερε αφού έχει εξελιχθεί σε έναν παγκόσμιο οικονομικό κολοσσό. Από την μεγάλη πορεία της έχει πάρει πολλά μαθήματα αφού έχει επιβιώσει μέσα από δύο παγκόσμιους πολέμους. Η NESTLE με πολύ έξυπνες στρατηγικές κατάφερε να επιβιώσει μέσα από τις κρίσιμες καταστάσεις και να γίνει πιο ισχυρή. Όπως τότε λοιπόν έτσι και σήμερα που η χώρα μας διανύει δύσκολους καιρούς πιστεύουμε πως θα καταφέρουν οι εταιρίες του ομίλου στην Ελλάδα αλλά και η ίδια η Ελλάδα να επιβιώσουν και να βγουν πιο δυνατές μέσα από την δύσκολη οικονομική κατάσταση που περνά η χώρα μας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ NESTLE nestle.gr

HOMEPAGE ΤΗΣ NESTLE nestle.com

ΒΙΒΛΙΟ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

SCHWARTZ F. ‘NESTLE Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΝΟΣ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΟΥ ΓΙΓΑΝΤΑ’