



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ – ΣΑΡΑΝΤΗΣ



ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ : ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΚΟΝΔΥΛΗ

ΓΙΑΝΝΗΣ ΛΑΟΥΜΤΖΗΣ 11795

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΝΙΚΟΣ ΣΥΚΙΑΝΑΚΗΣ

ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ 2013

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
----------------------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ.....	8
---	---

2.1 Σκοπός της ανάλυσης.....	8
2.2 Διακρίσεις της ανάλυσης.....	8
2.2.1 Ανάλογα με την θέση του αναλυτή.....	9
2.2.2 Ανάλογα με τα στάδια διενέργειας της ανάλυσης.....	9
2.3 Αριθμοδείκτες.....	10
2.3.1 Αριθμοδείκτες ρευστότητας.....	11
2.3.1.1 Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας.....	11
2.3.1.2 Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας.....	12
2.3.1.3 Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας.....	13
2.3.1.4 Αριθμοδείκτης αμυντικού χρονικού διαστήματος.....	13
2.3.2 Αριθμοδείκτες δραστηριότητας.....	14
2.3.2.1 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων.....	14
2.3.2.2 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων.....	15
2.3.2.3 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεως βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.....	16
2.3.2.4 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού.....	17
2.3.2.5 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων.....	17
2.3.3 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας.....	18
2.3.3.1 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων.....	18
2.3.3.2 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού.....	19
2.3.3.3 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικών κεφαλαίων.....	20
2.3.3.4 Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους.....	20

2.3.3.5	Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους.....	21
2.3.3.6	Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....		22
3.1	Ο κλάδος των καλλυντικών.....	22
3.2	Χαρακτηριστικά του κλάδου.....	28
3.3	Ανταγωνισμός.....	31
.		
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ ΑΒΕΕ ΚΑΙ ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.....		34
4.1	Ιστορία αναδρομή της εταιρείας.....	34
4.2	Εταιρική ταυτότητα.....	37
4.3	Δραστηριότητα.....	38
4.4	Προϊόντα.....	41
4.5	Οργανωτική δομή.....	43
4.6	Στόχοι και στρατηγική.....	45
4.7	Ιστορική αναδρομή της εταιρείας Γρ. Σαράντης Α.Β.Ε.Ε.....	46
4.8	Τομείς Δραστηριότητας.....	49
4.9	Ανθρώπινο Δυναμικό.....	51
4.10	Έρευνα και Ανάπτυξη.....	52
4.11	Διευθυντικά Στελέχη.....	53
4.12	Αρμοδιότητες Δ.Σ.....	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΙ ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.....		56
5.1	Αριθμοδείκτες ρευστότητας.....	56
5.1.1	Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας.....	56
5.1.2	Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας.....	57
5.1.3	Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας.....	57
5.2	Αριθμοδείκτες δραστηριότητας.....	58
5.2.1	Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων.....	58

5.2.2	Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων.....	59
5.2.3	Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεων βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.....	60
5.2.4	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού.....	61
5.2.5	Αριθμοδείκτης ταχύτητας ιδίων κεφαλαίων.....	61
5.3	Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας.....	62
5.3.1	Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων.....	62
5.3.2	Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού.....	62
5.3.3	Αριθμοδείκτης συνολικού κεφαλαίου.....	63
5.3.4	Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους.....	64
5.3.5	Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους.....	65
5.3.6	Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως.....	65
5.4	Αριθμοδείκτες ρευστότητας.....	66
5.4.1	Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας.....	66
5.4.2	Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας.....	67
5.4.3	Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας.....	67
5.5	Αριθμοδείκτες δραστηριότητας.....	68
5.5.1	Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων.....	68
5.5.2	Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων.....	69
5.5.3	Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεως βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.....	69
5.5.4	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού.....	70
5.6	Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας.....	71
5.6.1	Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων.....	71
5.6.2	Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού.....	71
5.6.3	Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικού κεφαλαίου.....	72
5.6.4	Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους.....	72
5.6.5	Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους.....	73
5.6.6	Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως.....	73
5.7	Σύγκριση αποτελεσμάτων μεταξύ των δεικτών.....	74
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	79
	Βιβλιογραφία.....	80

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ευρύτερο επιστημονικό πεδίο στο οποίο ανήκει το θέμα της πτυχιακής είναι το οικονομικό. Το θέμα αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι η μελέτη και η σύγκριση των οικονομικών θέσεων των εταιριών Παπουτσάνης Α.Β.Ε.Ε. και Σαράντης οι οποίες τηρούν βιβλία Γ' κατηγορίας και αντικείμενο δραστηριότητας και των δύο είναι η εμπορία σαπυνοποιίας – καλλυντικών ειδών.

Σκοπός της εργασίας είναι να παρουσιαστεί το εύρος που καλύπτεται από την ανάλυση οικονομικών καταστάσεων με την βοήθεια αριθμοδεικτών, καθώς και η παρουσίαση της οικονομικής καταστάσεως των δυο επιχειρήσεων. Επιπλέον μέσω αυτής της ανάλυσης θα προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε σε ποια από της δύο επιχειρήσεις είναι προτιμότερο να επενδύσουμε.

Θα γίνει ανάλυση και σύγκριση δύο ετών από το 2011 έως 2012. Με αυτόν τον τρόπο θα δούμε την πορεία των επιχειρήσεων καθώς και τις διακυμάνσεις του μέσα σε αυτό το χρονικό πλαίσιο. Ο λόγος που επιλέχθηκε να εξεταστούν δύο έτη είναι για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε την πορεία των εξεταζόμενων επιχειρήσεων. Επιπλέον θα συγκρίνουμε τις επιχειρήσεις μεταξύ τους ώστε να κατανοήσουμε τα αποτελέσματα τους και σε επίπεδο κλάδου.

Συγκεκριμένα η πτυχιακή αυτή αποτελείται από οκτώ κεφάλαια.

Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί την εισαγωγή της εργασίας, όπου περιγράφεται το αντικείμενο της συγκεκριμένης εργασίας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας περιγράφονται ο σκοπός, τα είδη και τα στάδια της ανάλυσης των λογιστικών καταστάσεων. Επίσης περιλαμβάνονται οι αριθμοδείκτες, όπου παρουσιάζεται η έννοια και η κατηγοριοποίηση των αριθμοδεικτών.

Το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τον κλάδο των καλλυντικών όπου αναλύονται γενικά τα χαρακτηριστικά του κλάδου. Συγκεκριμένα αναφέρονται τα προϊόντα που ασχολείται ο κλάδος και ο ανταγωνισμός που υπάρχει μεταξύ των εταιριών του κλάδου αυτού.

Στο τέταρτο και πέμπτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη ιστορική διαδρομή για τις εταιρίες Παπουτσάνης και Σαράντης, αντίστοιχα. Αναφέρεται η δραστηριότητα με την οποία ασχολείται η επιχείρηση και τους στόχους και τη στρατηγική που έχει η επιχείρηση.

Στο έκτο και έβδομο κεφάλαιο γίνεται ο υπολογισμός των αριθμοδεικτών, η ανάλυση και η παρουσίαση των αποτελεσμάτων για κάθε εταιρεία, με σκοπό την ανάλυση των οικονομικών στοιχείων και της οικονομικής κατάστασης των δύο εταιριών.

Στο όγδοο κεφάλαιο γίνεται η σύγκριση των αριθμοδεικτών των δύο εταιριών και αναφέρονται τα συμπεράσματα που βγάλαμε από τη σύγκριση αυτή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Ανάλυση βασικών οικονομικών καταστάσεων είναι η διερεύνηση των στοιχείων του ισολογισμού και της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης, καθώς και πολλών συμπληρωματικών πινάκων οικονομικών καταστάσεων.

2.1 Σκοπός της ανάλυσης χρηματοοικονομικών καταστάσεων

Βασικός σκοπός της ανάλυσης χρηματοοικονομικών καταστάσεων είναι η διευκόλυνση της λήψης αποφάσεων οι οποίες αφορούν την αποτελεσματική κατανομή οικονομικών πόρων. Η λήψη αυτών των αποφάσεων απαιτεί εκτίμηση της μακροχρόνιας και βραχυχρόνιας δυνατότητας επιβίωσης καθώς και της αποδοτικότητας της επιχείρησης. Οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις παρέχουν διάφορα οικονομικά στοιχεία τα οποία αντλούμε από τις οικονομικές ή λογιστικές καταστάσεις των επιχειρήσεων. Η ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων ενδιαφέρουν κυρίως τους επιχειρηματίες αφού πρέπει να γνωρίζουν την πορεία της επιχείρησης, τα δυνατά και αδύνατα σημεία της ώστε να δώσουν περισσότερη έμφαση όπου χρειάζεται. Εκτός όμως από τους επιχειρηματίες υπάρχουν και ομάδες που ενδιαφέρονται για την πορεία της όπως η διοίκηση, οι μέτοχοι, οι πιστωτές, οι δημόσιες υπηρεσίες, οι εργαζόμενοι και οι πελάτες κ.τ.λ. οι οποίες επηρεάζονται οικονομικά.

2.2 Διακρίσεις της ανάλυσης λογιστικών καταστάσεων

Η ανάλυση των λογιστικών καταστάσεων ανάλογα με τη θέση του αναλυτή και τα στάδια διενεργείας της, διακρίνεται στα εξής είδη :

2.2.1 Ανάλογα με την θέση του αναλυτή

Υπάρχουν δυο είδη αναλύσεως των λογιστικών καταστάσεων ανάλογα με τη θέση εκείνου που διενεργεί :

α) Εσωτερική ανάλυση : Όταν η ανάλυση γίνεται από πρόσωπα που βρίσκονται εντός της επιχείρησης κ έχουν πρόσβαση στα βιβλία και στα λογιστικά έγγραφα, όπως οι υπάλληλοι της επιχείρησης και οι ελεγκτές. Στην περίπτωση αυτή υπάρχουν πλήρη στοιχεία και πλήθος πληροφοριών στη διάθεση των υπαλλήλων και των ελεγκτών, οι οποίοι μπορούν να σχηματίσουν ορθή εικόνα για την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης.

β) Εξωτερική ανάλυση : Όταν η ανάλυση ενεργείται από πρόσωπα που βρίσκονται εκτός της επιχείρησης, όπως οι τράπεζες, οι οικονομολόγοι και γενικά τρίτοι. Τα άτομα που διενεργούν αυτού του είδους την ανάλυση συλλέγουν τα στοιχεία τους από τις δημοσιευόμενες λογιστικές καταστάσεις και πιθανόν από διάφορες άλλες πηγές, όπως άρθρα του οικονομικού τύπου, πληροφορίες από χρηματιστηριακούς κύκλους κ.τ.λ.

2.2.2 Ανάλογα με τα στάδια διενέργειας της αναλύσεως

α) Τυπική ανάλυση : Ελέγχεται αν εφαρμόζονται οι σωστές αρχές για τη σύνταξη του ισολογισμού δηλαδή σαφήνεια, ειλικρίνεια και ομοιομορφία.

β) Ουσιαστική ανάλυση : Είναι η ανάλυση που γίνεται με τη χρήση αριθμοδεικτών.

<< Η τυπική ανάλυση προηγείται της ουσιαστικής και αποτελεί, κατά κάποιο τρόπο, το προπαρασκευαστικό στάδιο αυτής>> (Νιάρχου 2004)

2.3 Αριθμοδείκτες

Η ανάλυση πραγματοποιείται με την χρήση αριθμοδεικτών οι οποίοι αποτελούν την πιο διαδεδομένη μέθοδο που χρησιμοποιείται στην ερμηνεία των οικονομικών στοιχείων των επιχειρήσεων. Οι αριθμοδείκτες παρέχουν ενδείξεις για την πορεία της επιχείρησης, καθώς και για την ορθότητα και την αποτελεσματικότητα των πολιτικών που ακολουθούνται από την διοίκηση της.

Ορισμός αριθμοδεικτών : Γενικά, ως αριθμοδείκτης ορίζεται το πηλίκο ενός μεγέθους των λογιστικών καταστάσεων μιας επιχείρησης προς ένα άλλο μέγεθος των ίδιων καταστάσεων, και το αποτέλεσμα της διαίρεσης αυτής μας δίνει ένα ποσοστό το οποίο μπορεί να συγκριθεί με τα αντίστοιχα ποσοστά άλλων επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου.

<<Αριθμοδείκτης είναι η σχέση ενός κονδυλίου του ισολογισμού ή της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης προς ένα άλλο>> (Νιάρχος 2004)

Συνεπώς, οι αριθμοδείκτες είναι πολύτιμοι, γιατί είναι ο μόνος τρόπος που επιτρέπει:

α) Τον έλεγχο της οικονομικότητας σ' όλες τις εκφράσεις που παίρνει, τόσο στην επιχειρηματική περιουσιακή συγκρότηση, όσο και στην επιχειρηματική δράση.

β) Τη σύγκριση της οικονομικότητας στις διάφορες μορφές της, τόσο ανάμεσα σε διαφορετικές (συγκρίσιμες πάντως) επιχειρήσεις στο ίδιο χρονικό σημείο και αποδειχνει έτσι τη σχετική θέση της καθεμιάς, όσο και στην ίδια επιχείρηση σε διαφορετικά χρονικά σημεία και αποδειχνει την εξέλιξη της οικονομικότητας στις διάφορες μορφές της, διαχρονικά.

Το σπουδαιότερο ζήτημα στην ανάλυση ειδικά με τους αριθμοδείκτες, αλλά και γενικά με οποιοδήποτε άλλο μέσο, αποτελεί η ερμηνεία των δεικτών και η εξαγωγή συμπερασμάτων. Με βάση τα συμπεράσματα που εξάγονται η διοίκηση μιας επιχείρησης μπορεί να αναλάβει κάποιες ενέργειες οι οποίες

μπορούν να επηρεάσουν τα μελλοντικά επίπεδα των αριθμοδεικτών. Ο αναλυτής θα πρέπει να προβλέψει την επίδραση των διαφόρων ενεργειών της διοίκησης στα μελλοντικά επίπεδα των δεικτών και να εξάγει τα κατάλληλα συμπεράσματα, γεγονός το οποίο αποτελεί το σπουδαιότερο βήμα στην ανάλυση λογιστικών καταστάσεων.

Ταξινόμηση αριθμοδεικτών: Οι αριθμοδείκτες μπορούν να ομαδοποιηθούν στις ακόλουθες κατηγορίες ανάλογα με τις διάφορες πτυχές της οικονομικής κατάστασης και δραστηριότητας της επιχείρησης.

2.3.1 Αριθμοδείκτες ρευστότητας (Liquidity ratios)

Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό τόσο της βραχυχρόνιας οικονομικής θέσεως μιας επιχειρήσεως όσο και της ικανότητάς της να ανταποκριθεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της.

*<<Ο όρος ρευστότητα αναφέρεται στην ικανότητα της επιχειρήσεως να ανταποκριθεί στις τρέχουσες υποχρεώσεις της και κατ' επέκταση στην ικανότητάς της να μετατρέψει τα περιουσιακά της στοιχεία σε χρηματικά μέσα.
>> (Αδαμίδης 1998)*

2.3.1.1 Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας (Current ratio)

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας είναι γνωστός ως αριθμοδείκτης έμμεσης ή ονομαστικής ή κυκλοφοριακής ρευστότητας ή κεφαλαίου κίνησης. Ο δείκτης αυτός αντανάκλα την τρέχουσα ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται στην πληρωμή των καθημερινών υποχρεώσεών της και αποτελεί ένα δείκτη φερεγγυότητας της επιχείρησης ως προς τους βραχυπρόθεσμους δανειστές ή πιστωτές.

$$\text{Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν ενεργητικο}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Γενικά όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας τόσο μεγαλύτερη είναι η βραχυπρόθεσμη ρευστότητα της επιχείρησης αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι τα επιθυμητά όρια του δείκτη αυτού είναι μεταξύ 2 και 2,5. Ωστόσο αυτά τα όρια δεν είναι απόλυτα, αλλά διαφοροποιούνται με βάση την δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Το ικανοποιητικό επίπεδο ρευστότητας συνεπάγεται μεγαλύτερη φερεγγυότητα για μια επιχείρηση, καθώς και την καθιστά ικανή να ανταπεξέλθει σε έκτακτα γεγονότα και κινδύνους με τους οποίους μπορεί να έρθει αντιμέτωπη.

2.3.1.2 Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας (Quick ratio)

Ο αριθμοδείκτης ειδικής ή πραγματικής ή άμεσης ρευστότητας χρησιμοποιείται για να προσδιοριστεί αν μια εταιρεία έχει την ικανότητα να ανταποκρίνεται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της ρευστοποιώντας αμέσως ρευστοποιήσιμα στοιχεία χωρίς να προσφεύγει στα αποθέματα. Τα αποθέματα αφαιρούνται διότι παρουσιάζουν την μικρότερη ρευστότητα μεταξύ των κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων και γιατί από την ρευστοποίηση τους είναι πολύ πιθανό να προκύψει ζημιά.

$$\text{Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν ενεργητικό} - \text{αποθέματα}}{\text{βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Ο δείκτης θεωρείται ικανοποιητικός για μια εταιρεία όταν είναι μεγαλύτερος της μονάδας. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης τόσο σε καλύτερη θέση από πλευρά ρευστότητας είναι η συγκεκριμένη εταιρεία. Αντίθετα, αν ο αριθμοδείκτης είναι μικρότερος της μονάδας δείχνει ότι αμέσως ρευστοποιήσιμα στοιχεία της επιχειρήσεως είναι ανεπαρκή για να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις με αποτέλεσμα η επιχείρηση να εξαρτάται από μελλοντικές πωλήσεις της, προκειμένου να εξασφαλίσει επαρκή ρευστότητα.

2.3.1.3 Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας (Acid-test ratio)

Ο αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας εκφράζει την ικανότητα μιας επιχειρήσεως για την εξόφληση των τρεχουσών και ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων της με τα μετρητά που διαθέτει.

$$\text{Αριθμοδείκτης ταμειακής Ρευστότητας} = \frac{\text{Διαθέσιμο ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις} - \text{προκαταβολές}}$$

2.3.1.4 Αριθμοδείκτης αμυντικού χρονικού διαστήματος (Defensive-interval ratio)

Ο αριθμοδείκτης αμυντικού χρονικού διαστήματος βασίζεται στα αμέσως ρευστοποιημένα στοιχεία μιας επιχείρησης που αποτελούν ανά πάσα στιγμή τη βασική πηγή ρευστών για την ικανοποίηση των τρεχουσών και προβλεπόμενων ημερήσιων αναγκών σε μετρητά.

$$\text{Αριθμοδείκτης αμυντικού χρονικού διαστήματος} = \frac{\text{Διαθέσιμα} + \text{Απαιτήσεις}}{\text{Προβλεπόμενες ημερήσιες λειτουργικές δαπάνες}}$$

2.3.2 Αριθμοδείκτες δραστηριότητας (Activity ratios)

Ο αριθμοδείκτης δραστηριότητας ή κυκλοφοριακής ταχύτητας μας δείχνει πόσο αποτελεσματικά χρησιμοποιεί μια εταιρεία τα περιουσιακά της στοιχεία.

<<Η χρησιμοποίηση ορισμένων αριθμοδεικτών δραστηριότητας βοηθά να Προσδιορίσουμε το βαθμό μετατροπής ορισμένων περιουσιακών στοιχείων (αποθεμάτων, απαιτήσεων) σε ρευστά.>> (Νιάρχος 2004)

2.3.2.1 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων (Receivables turnover ratio)

Με τη βοήθεια του αριθμοδείκτη μπορούμε να υπολογίσουμε το χρονικό διάστημα που η επιχείρηση περιμένει να εισπράξει τις απαιτήσεις της, δηλαδή, το χρονικό διάστημα από τη στιγμή που αυτή θα μετατραπεί σε μετρητά ή το χρονικό διάστημα που έμειναν ανείσπρακτες οι απαιτήσεις.

<<Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων δείχνει πόσες φορές, κατά μέσο όρο, εισπράττονται κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσεως οι απαιτήσεις της επιχείρησης>>(Νιάρχος, 2004)

$$\text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων} = \frac{\text{Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Μέσος όρος απαιτήσεων}}$$

Εάν ο αριθμοδείκτης είναι μεγάλος, η επιχείρηση έχει μικρή διάρκεια παραμονής των εισπράξεων, θετικό γι' αυτήν. Ένας μικρός αριθμοδείκτης

μπορεί να παρέχει ένδειξη ότι ίσως η επιχείρηση να αναγκάζεται να δανείζεται βραχυπρόθεσμα για να είναι σε θέση να εξοφλεί τις υποχρεώσεις της.

Αν διαιρέσουμε τις ημέρες του έτους 365 με την τιμή του Αριθμοδείκτη Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Απαιτήσεων, προκύπτει ο μέσος χρόνος είσπραξης των απαιτήσεων.

2.3.2.2 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων (Inventories turnover ratio)

Ένας σημαντικός δείκτης για την αξιολόγηση των αποθεμάτων τόσο από την άποψη της ρευστότητας, όσο και από την άποψη της αποδοτικότητας της επιχείρησης, είναι ο δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας των αποθεμάτων.

<<Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει πόσες φορές ανανεώθηκαν τα αποθέματα της επιχειρήσεως σε σχέση με τις πωλήσεις της μέσα στη χρήση.>> (Νιάρχος, 2004).

$$\text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων} = \frac{\text{Κόστος πωληθέντων}}{\text{Μέσο απόθεμα προϊόντων}}$$

Όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή του αριθμοδείκτη, τόσο πιο αποτελεσματικά λειτουργεί η επιχείρηση, όμως όσο χαμηλότερη είναι η τιμή του τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα υπέρ-αποθεματοποίησης.

Αν διαιρέσουμε τον αριθμό ημερών του έτους (365 ημέρες) με τον Αριθμοδείκτη Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων, τότε θα έχουμε σε αριθμό ημερών το χρόνο που παρέμειναν τα αποθέματα στην επιχείρηση, μέχρις ότου πωληθούν.

2.3.2.3 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεως βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (Trade creditors to purchases ratio)

<<Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει πόσες φορές μέσα στη χρήση ανανεώθηκαν οι ληφθείσες από την επιχείρηση πιστώσεις, ή αλλιώς πόσες φορές το κόστος πωληθέντων καλύπτει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης.>> (Νιάρχος, 2004).

$$\text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεως βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων} = \frac{\text{Κόστος πωληθέντων}}{\text{Μέσο ύψος βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων}}$$

Η παρακολούθηση του συγκεκριμένου αριθμοδείκτη για μια σειρά ετών δείχνει την πολιτική της επιχείρησης ως προς τη χρηματοδότηση των αγορών της.

Μπορούμε να συσχετίσουμε τον δείκτη αυτόν με τον δείκτη κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων. Εάν ισχύει κυκλοφοριακή ταχύτητα απαιτήσεων > κυκλοφοριακή ταχύτητα υποχρεώσεων είναι καλό για την επιχείρηση γιατί οι υποχρεώσεις εξοφλούνται με ποιο αργό ρυθμό από ότι εισπράττονται οι απαιτήσεις.

Αν διαιρέσουμε τον αριθμό ημερών του έτους (365 ημέρες) με τον Αριθμοδείκτη Ταχύτητας Κυκλοφορίας Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων, τότε έχουμε σε αριθμό ημερών, το χρονικό διάστημα που παραμένουν απλήρωτες οι υποχρεώσεις της επιχείρησης.

2.3.2.4 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού (Asset Turnover Ratio)

Ο Δείκτης Κυκλοφορίας Ταχύτητας Ενεργητικού αναφέρεται στη σχέση του συνολικού ενεργητικού με τις ετήσιες πωλήσεις, δείχνει το βαθμό αξιοποίησης και αποτελεσματικότητας του συνολικού ενεργητικού.

<<Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει αν υπάρχει ή όχι υπερεπένδυση κεφαλαίων στην επιχείρηση σε σχέση με το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιεί.>>
(Νιάρχος, 2004).

Αριθμοδείκτης ταχύτητας

κυκλοφορίας ενεργητικού

$$= \frac{\text{Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$$

Ένας υψηλός δείκτης δείχνει, ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία, προκειμένου να πραγματοποιεί τις πωλήσεις της. Ένας χαμηλός δείκτης αποτελεί ένδειξη μη εντατικής χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων.

2.3.2.5 Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ίδιων κεφαλαίων (Owner's equity turnover ratio)

Ο αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ίδιων Κεφαλαίων δείχνει το βαθμό χρησιμοποίησης των ίδιων κεφαλαίων σε σχέση με τις πωλήσεις. Ουσιαστικά, δείχνει τις πωλήσεις που πραγματοποίησε η επιχείρηση με κάθε μονάδα κεφαλαίων.

$$\text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων} = \frac{\text{Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Σύνολο ιδίων κεφαλαίων}}$$

Ένας υψηλός δείκτης μας δείχνει ότι η επιχείρηση έχει μεγάλες πωλήσεις σε σχέση με το μικρό ύψος των ιδίων κεφαλαίων και ενδεχομένως να υπάρχουν αυξημένα κέρδη. Ο αριθμοδείκτης αυτός έχει περιορισμένη αξία ως προς την αξιοπιστία και σπουδαιότητα των πληροφοριών που δίνει, γιατί είναι ένας σύνθετος δείκτης.

2.3.3 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας (Profitability ratios)

Η χρησιμοποίησή τους αποσκοπεί στο να υπολογίσουν την αποδοτικότητα μιας επιχείρησης, στην αποδοτικότητα των κερδών καθώς επίσης και την ικανότητα της διοικήσεώς της.

Οι δείκτες της αποδοτικότητας καταδεικνύουν την ικανότητα μιας επιχείρησης να δημιουργεί κέρδη, τα οποία θα ικανοποιούν τους μετόχους, τους πιστωτές, τη διοίκηση και τους εργαζόμενους

2.3.3.1 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων (Return on net worth)

Ο αριθμοδείκτης αναφέρεται στα κεφάλαια που ανήκουν στους κοινούς μετόχους.

Μας απεικονίζει την κερδοφόρα δυναμικότητα μιας επιχείρησης και παρέχει ένδειξη κατά πόσο πραγματοποιήθηκε ο στόχος της για ένα ικανοποιητικό αποτέλεσμα.

Μετρά την αποτελεσματικότητα με την οποία τα κεφάλαια των φορέων της επιχείρησης απασχολούνται σε αυτήν.

$$\text{Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας} = \frac{\text{Καθαρά λειτουργικά κέρδη}}{\text{Ίδια κεφάλαια}}$$

ίδιων κεφαλαίων

Ένας υψηλός δείκτης αποτελεί ένδειξη ότι η επιχείρηση ευημερεί και αυτό μπορεί να οφείλεται στην επιτυχημένη διοίκηση της, σε ευνοϊκές για αυτήν οικονομικές συνθήκες, στην εύστοχη χρησιμοποίηση των κεφαλαίων της

2.3.3.2 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού (Return on total assets)

Μετράει την απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης και επιτρέπει την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της λειτουργίας της

$$\text{Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας} = \frac{\text{Καθαρά λειτουργικά κέρδη}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$$

Ενεργητικού

Όσο υψηλότερη είναι η τιμή του δείκτη τόσο πιο ελκυστική είναι η μετοχή, καθώς αναμένεται από τους επενδυτές η απόκτηση μεγαλύτερου μερίσματος.

2.3.3.3 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικού κεφαλαίου

$$\text{Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας} = \frac{\text{Καθαρά λειτουργικά κέρδη} + T \Xi K}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$$

συνολικού κεφαλαίου

2.3.3.4 Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου ή μικτού κέρδους (Gross profit margin)

Ο δείκτης αυτός εκφράζει τη λειτουργική αποδοτικότητα μιας επιχείρησης, δηλαδή πόσο επικερδής είναι ώστε το ποσοστό μικτού κέρδους να επαρκεί για την κάλυψη των οργανικών και ανόργανων εξόδων και συγχρόνων να αφήνει ικανοποιητικό καθαρό κέρδος.

$$\text{Αριθμοδείκτης μικτού} = \frac{\text{Μεικτά κέρδη εκμεταλλεύσεως}}{\text{Κύκλος εργασιών}}$$

περιθωρίου κέρδους

Όσο μεγαλύτερος είναι αυτός ο αριθμοδείκτης, τόσο πιο επιτυχημένη θεωρείται μια επιχείρηση. Επιπλέον, υψηλή τιμή του δείκτη συνεπάγεται αγορά αποθεμάτων σε φθηνές τιμές και πωλήσεις σε υψηλές.

2.3.3.5 Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους (Net profit margin)

Ο αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους θεωρείται ένας από τους σπουδαιότερους που χρησιμοποιούν οι αναλυτές για την πρόβλεψη των μελλοντικών κερδών.

Ο δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους, δείχνει το ποσοστό του καθαρού κέρδους που επιτυγχάνει μια επιχείρηση από τις πωλήσεις, δηλαδή, δείχνει το κέρδος από τις λειτουργικές δραστηριότητες.

$$\text{Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους} = \frac{\text{Καθαρά κέρδη χρήσης}}{\text{Κύκλος εργασιών}}$$

Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης αυτός, τόσο πιο επικερδής είναι η επιχείρηση.

2.3.3.6 Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως (Financial leverage ratio)

Ο αριθμοδείκτης αυτός μας δείχνει το ποσοστό της μεταβολής των καθαρών λειτουργικών κερδών προς διάθεση στους μετόχους από την μεταβολή των καθαρών κερδών προ φόρων και χρηματοοικονομικών εξόδων.

$$\text{Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως} = \frac{\text{Αποδοτικότητα ίδιων κεφαλαίων}}{\text{Αποδοτικότητα συνολικών κεφαλαίων}}$$

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Ο κλάδος των καλλυντικών

Η λέξη καλλυντικά προέρχεται ετυμολογικά από την ελληνική λέξη <<κάλλος>>. Με τον όρο <<καλλυντικά>> υποδεικνύεται η προσπάθεια που γίνεται, διαμέσου των προϊόντων αυτών, για την αισθητική αποκατάσταση της εξωτερικής εμφάνισης του κάθε ατόμου.

*<<Ως «καλλυντικό» νοείται κάθε ουσία ή παρασκεύασμα το οποίο προορίζεται να έλθει σε επαφή με διάφορα εξωτερικά μέρη του ανθρωπίνου σώματος (επιδερμίδα, τριχωτά μέρη του σώματος και της κεφαλής, νύχια, χείλη και εξωτερικά γεννητικά όργανα) ή με τα δόντια και το βλεννογόνο της στοματικής κοιλότητας με αποκλειστικό ή κύριο σκοπό τον καθαρισμό τους, αρωματισμό προστασία τους ή τη διατήρησή τους σε καλή κατάσταση>>
(Άρθρο 1 της οδηγίας 76/768/ΕΟΚ)*

Η Βιομηχανία Καλλυντικών αντιπροσωπεύει μία μεγάλη οικογένεια προϊόντων ομορφιάς και προσωπικής υγιεινής. Ένα σημαντικό μέρος των προϊόντων που εμείς ονομάζουμε καλλυντικά είναι βασικά προϊόντα προσωπικής υγιεινής και καλλωπισμού που περιλαμβάνουν αποσμητικά, σαμπουάν, σαπούνια, οδοντόκρεμες και αντηλιακά. Είναι γεγονός ότι κάθε άνθρωπος χρησιμοποιεί τουλάχιστον ένα από τα προϊόντα της βιομηχανίας μας κάθε μέρα. Κάθε χρόνο η βιομηχανία καλλυντικών λανσάρει στην αγορά χιλιάδες προϊόντα με νέα βελτιωμένη σύνθεση. Οι συνεχείς καινοτομίες αποτελούν αναγκαία συνθήκη, όχι μόνο για να μπορέσει η βιομηχανία να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της, αλλά και για να βελτιώσει την αποτελεσματικότητά και τις προδιαγραφές ασφάλειας των προϊόντων της για τον άνθρωπο και το περιβάλλον.

Ο κλάδος των καλλυντικών, η “όμορφη βιομηχανία”, όπως συνηθίζεται να αποκαλείται, θεωρούνταν ένας από τους δυναμικότερους και πιο υγιείς κλάδους της ελληνικής βιομηχανίας, καθώς οι ρυθμοί ανάπτυξης που

παρουσίαζε δεν ακολουθούσαν τη γενικότερη πορεία της ελληνικής οικονομίας.

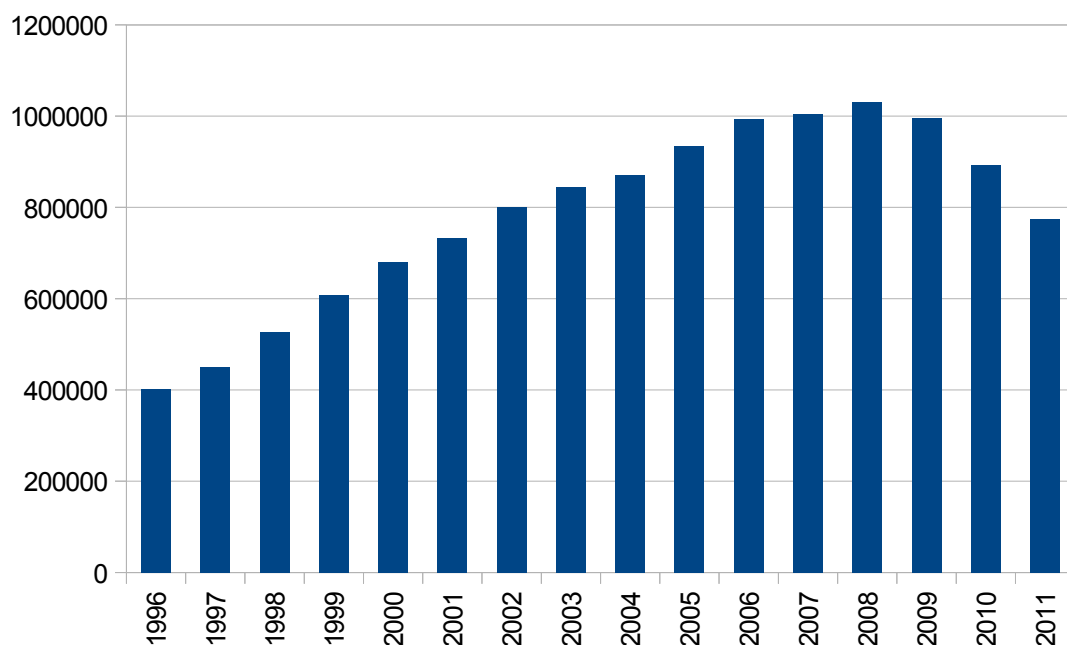
Η βιομηχανία των καλλυντικών δραστηριοποιείται στην παραγωγή, εξαγωγή, προώθηση και εν γένει εμπορία καταναλωτικών αγαθών, όπως καλλυντικών, και άλλων ειδών προσωπικής περιποίησης, καθώς και των πρώτων υλών παρασκευής αυτών.

Πίνακας 1 : Εγχώρια αγορά καλλυντικών (1996 – 2011)		
Έτος	Φαινομενική κατανάλωση	Ετήσια μεταβολή (%)
1996	402100	-
1997	451000	12,2
1998	527300	16,9
1999	607500	15,2
2000	680600	12,0
2001	733500	7,8
2002	801500	9,3
2003	845500	5,5
2004	870900	3,0
2005	934190	7,3
2006	992600	6,3
2007	1005000	1,2
2008	1031000	2,6
2009	996000	-3,4
2010	893000	-10,3
2011	775000	-13,2

(Πηγή: ICAP 2012)

Διάγραμμα (Πίνακας 1)

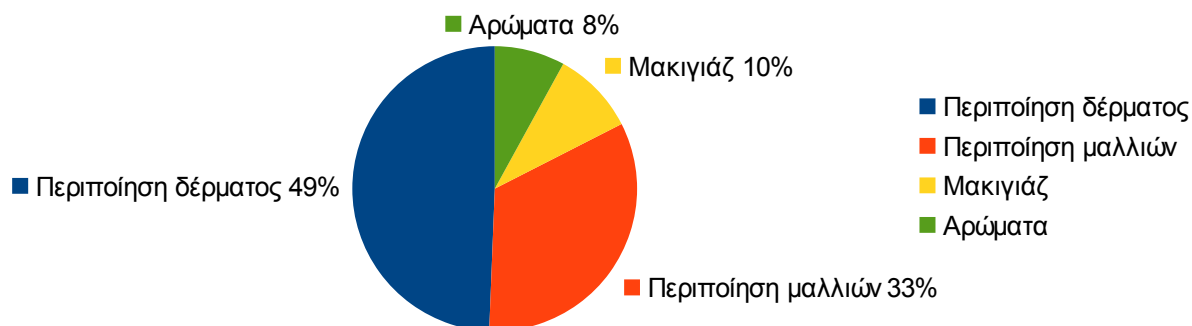
Εξέλιξη της εγχώριας αγοράς καλλυντικών (1996 – 2011)



Τα καλλυντικά προϊόντα, ανάλογα με τη χρήση τους διακρίνονται στις ακόλουθες κατηγορίες.

- *Προϊόντα περιποίησης μαλλιών:* όπου περιλαμβάνονται τα σαμπουάν, οι κρέμες και οι βαφές μαλλιών καθώς και τα προϊόντα styling.
- *Προϊόντα περιποίησης δέρματος :* όπου περιλαμβάνονται τα καλλυντικά προσώπου και σώματος, τα σαπούνια, τα αντηλιακά, τα προϊόντα για το μπάνιο, τα προϊόντα ξυρίσματος, τα αποσμητικά και τα αποτριχωτικά.
- *Προϊόντα μακιγιάζ:* για το πρόσωπο, τα μάτια, τα χείλη και τα νύχια.
- *Αρώματα – κολόνιες*

Διάρθρωση της εγχώριας αγοράς καλλυντικών (2010)



(Πηγή : ICAP 2012)

Επιπλέον με γνώμονα τη σύστασή τους, τα καλλυντικά διακρίνονται σε τέσσερες μεγάλες κατηγορίες:

- **Φυσικά καλλυντικά:** Είναι τα καλλυντικά που όλα τους τα συστατικά προέρχονται από φυσικές, χημικά ανεπεξεργαστες ζωικές ουσίες.
- **Φυσικής προέλευσης καλλυντικά:** Είναι τα καλλυντικά που περιέχουν συνήθως μερικά ή όλα τα ενεργά συστατικά των οποίων προέρχονται από φυσικές ουσίες και ίσως μέρος των ανενεργών, δηλαδή μπορεί να περιέχουν και ποσότητα συνθετικών ουσιών.
- **Χημικά ή συνθετικής προέλευσης καλλυντικά:** Είναι αυτά που περιέχουν πληθώρα συστατικών: φυσικά, ζωικά, ιχθυέλαια, ορυκτά, συνθετικά προϊόντα βιοτεχνολογίας, δηλαδή είναι τα προϊόντα με τα περισσότερα μείγματα συστατικών.
- **Βιολογικά καλλυντικά:** Είναι τα προϊόντα που περιέχουν οργανικά συστατικά και παρασκευάζονται σύμφωνα με τα πρότυπα παραγωγής βιολογικών προϊόντων.

Στον κλάδο των καλλυντικών, πέραν από τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή ή την εισαγωγή προϊόντων, υπάρχουν διαφορετικά κανάλια διανομής, τα οποία διαφέρουν ανάλογα με την κατηγορία του προϊόντος και την τοποθέτηση που επιθυμεί η επιχείρηση για καθένα από τα προϊόντα της. Έτσι τα κανάλια αυτά διαχωρίζονται σε:

- *Δίκτυο ευρείας διανομής* : που περιλαμβάνει τα super markets και εμπορικά καταστήματα.
- *Δίκτυο επιλεκτικής διανομής* : που περιλαμβάνει τα εμπορικά καταστήματα.
- *Δίκτυο φαρμακείων.*
- *Δίκτυο κομμωτηρίων.*
- *Δίκτυο απευθείας πωλήσεων.*
- *Δίκτυο ινστιτούτων αισθητικής.*

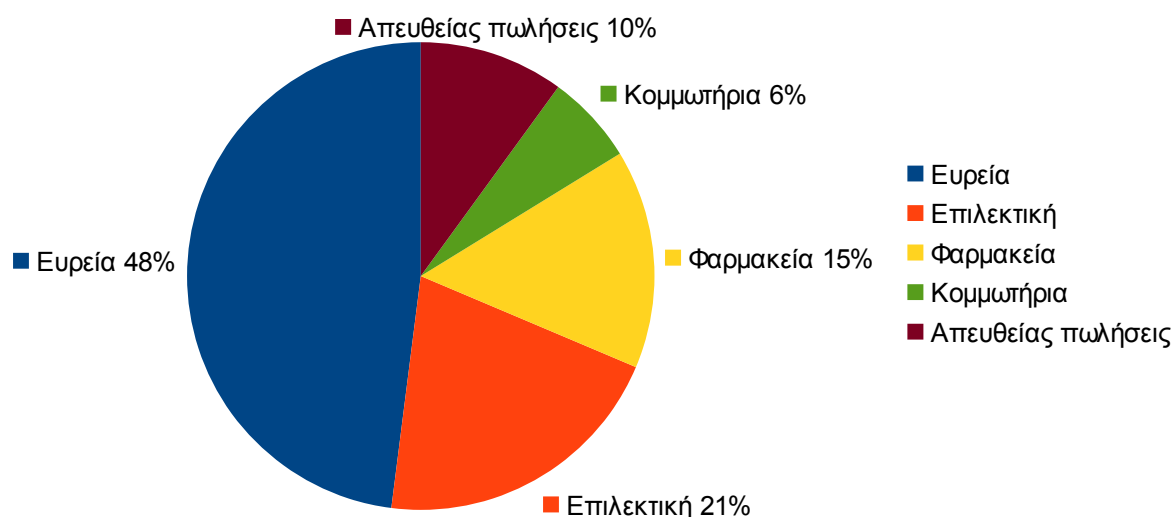
Πίνακας 2 : Εγχώρια αγορά καλλυντικών ανά κανάλι διανομής (1996-2011)

Έτος	Ευρεία	Επιλεκτική	Φαρμακεία	Κομμωτήρια	Απευθείας πώληση	Σύνολο
1996	184900	127700	32300	35200	22000	402100
1997	199450	129150	38150	38150	46100	451000
1998	225000	146700	49900	47000	58700	527300
1999	286700	162600	54300	49900	54000	607500
2000	319800	199400	58700	54000	48700	680600
2001	349000	213000	63000	60000	48500	733500
2002	379000	236000	67000	67000	52500	801500
2003	385578	236322	74700	82150	60300	845500
2004	392275	240425	78400	87100	65200	870900
2005	421215	269475	86350	82150	75000	934190
2006	422300	265300	102000	75000	78000	992600
2007	470500	276000	104500	68500	85500	1005000
2008	485000	237500	147000	64000	97500	1031000
2009	475300	221200	142300	60200	97000	996000
2010	428000	184000	135000	55000	91000	893000
2011	376000	147000	122000	50000	80000	775000

(Πηγή: ICAP 2012)

Διάγραμμα (Πίνακας 2)

Διάρθρωση της εγχώριας αγοράς καλλυντικών ανά κανάλι διανομής (2010)



3.2 Χαρακτηριστικά του κλάδου

Η μεγάλη διεύρυνση του κοινού στόχου των υπηρεσιών ομορφιάς-υγείας είναι ένα άλλο χαρακτηριστικό στοιχείο που συμβάλλει θετικά στην ανάπτυξη της συγκεκριμένης αγοράς. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι, ενώ το σύνολο των ατόμων που δέχονται τις υπηρεσίες του κλάδου είναι κυρίως γυναίκες σε ποσοστό περίπου 80%, τα τελευταία χρόνια η ζήτηση των συγκεκριμένων υπηρεσιών από τον ανδρικό πληθυσμό αυξάνεται με σημαντικούς ρυθμούς, δημιουργώντας ένα νέο πελατειακό κοινό για τις αλυσίδες. Όσον αφορά στις ηλικίες στις οποίες απευθύνεται ο κλάδος, αυτές κυμαίνονται μεταξύ 15 και 70 έτη, με το μεγαλύτερο κομμάτι της ζήτησης να απορροφάται από την ηλικιακή ομάδα 25-45 ετών, καταλαμβάνοντας ποσοστό μεγέθους 55%.

«Μια αγορά που συνεχώς διευρύνεται» είναι το κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου υπηρεσιών προσωπικής φροντίδας και ευεξίας. Υπηρεσίες που μέχρι πριν από λίγα χρόνια, προσφέρονταν από μεμονωμένους επαγγελματίες ή μικρές εταιρείες, ενώ σήμερα αποτελούν αντικείμενο μεγάλων αλυσίδων, με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης.

Πίνακας 3 : Εισαγωγές καλλυντικών (2000-2010)		
Έτος	Εισαγωγές	Ετήσια μεταβολή (%)
2000	298586685	-
2001	291247009	-2,5
2002	405687678	39,3
2003	330761336	-18,5
2004	359443297	8,7
2005	368873908	2,6
2006	396757651	7,6
2007	441554340	11,3
2008	490412149	11,1
2009	450285018	-8,2
2010	378630048	-15,9

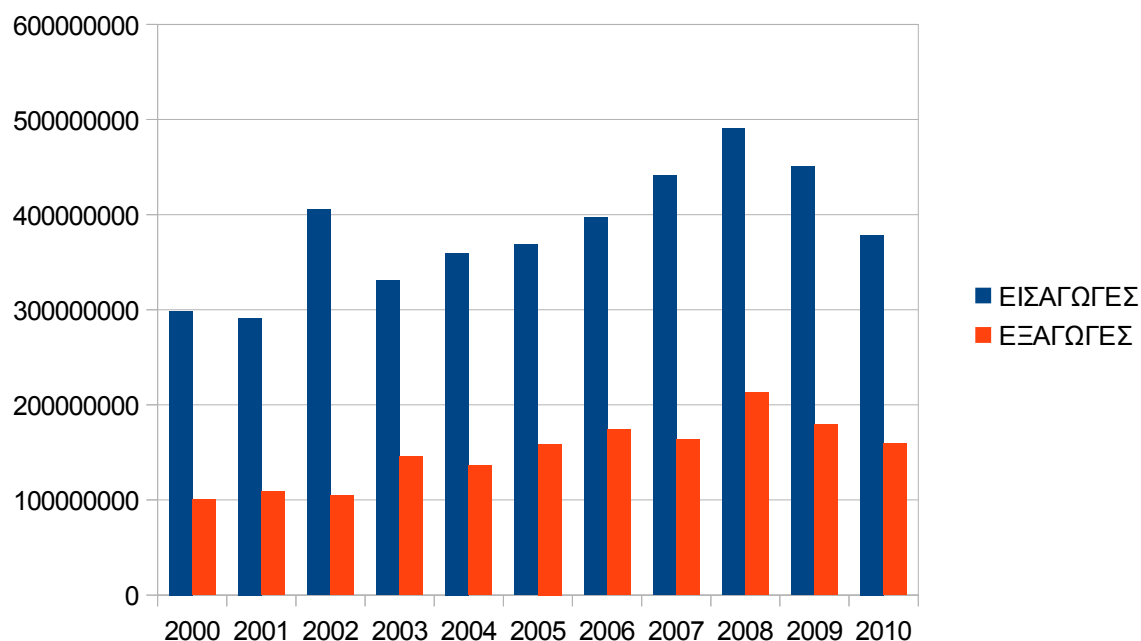
(Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ 2011)

Πίνακας 4 : Εξαγωγές καλλυντικών (2000-2010)		
Έτος	Εξαγωγές	Ετήσια μεταβολή (%)
2000	100719897	-
2001	108534867	7,8
2002	104491748	-3,7
2003	145600482	39,3
2004	136140130	-6,5
2005	158885379	16,7
2006	174402519	9,8
2007	163509012	-6,2
2008	212845159	30,2
2009	179524589	-15,7
2010	159075010	-11,4

(Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ 2011)

Διάγραμμα (Πίνακας 3-4)

Διαχρονική εξέλιξη εισαγωγών-εξαγωγών (2000 – 2010)



3.3 Ανταγωνισμός

Η εγχώρια αγορά των καλλυντικών χαρακτηρίζεται από τον έντονο ανταγωνισμό που επικρατεί μεταξύ των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εισαγωγή καλλυντικών προϊόντων είναι πολυάριθμες, ενώ μεγάλος είναι και ο αριθμός των εμπορικών σημάτων που κυκλοφορούν στην αγορά, ιδιαίτερα στο κανάλι της ευρείας και επιλεκτικής διανομής.

Η εγκατάσταση θυγατρικών επιχειρήσεων από τις πολυεθνικές, ανάγκασε τις ελληνικές εταιρίες να οργανωθούν και να εκσυγχρονιστούν προκειμένου να γίνουν ανταγωνιστικές.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, η ανάπτυξη της εγχώριας παραγωγής να αυξηθεί τόσο πολύ τα επόμενα χρόνια, ώστε από τη δεκαετία του '80, τα εγχώριας

παραγόμενα προϊόντα καλύπτουν το 80% της ελληνικής αγοράς καλλυντικών (ICAP, 1999).

Οι συνθήκες που αναδεικνύουν τον πολύ έντονο ανταγωνισμό στον κλάδο είναι ότι:

- Οι επιχειρήσεις για να αυξήσουν την πώληση των προϊόντων τους στην αγορά, χρησιμοποιούν διαφημίσεις, προσφορές 1+1, μειωμένες τιμές.
- Οι καταναλωτές μεταπηδούν από το προϊόν μιας φίρμας σε κάποιο αντίστοιχο μιας άλλης
- Συνεχής παρουσίαση ποικιλιών στα προϊόντα τους.

Προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον έντονο ανταγωνισμό που επικρατεί στον κλάδο και να διευρύνουν τα μερίδια που κατέχουν στην αγορά, αρκετές επιχειρήσεις επικεντρώνονται στην κυκλοφορία ολοένα και πιο εξειδικευμένων προϊόντων. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν και τα φυσικά – φυτικά καλλυντικά, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει ανοδική πορεία λόγω της στροφής των καταναλωτών σε πιο υγιεινό τρόπο ζωής.

Η διαφήμιση συνιστά σημαντικό παράγοντα προσδιορισμού της ζήτησης των προϊόντων καλλυντικών, με τα περιοδικά να αποτελούν το κύριο μέσο προβολής αυτών και να ακολουθεί η τηλεόραση.

Οι πιο συνηθισμένοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση είναι:

- Η οικονομική κατάσταση των καταναλωτών.
- Η τιμή του προϊόντος.
- Τα χρήματα που διαθέτουν οι εταιρείες για διαφήμιση.
- Ποιά προϊόντα τους έχουν μεγαλύτερη προτίμηση.
- Ο πληθυσμός της χώρας.
- Οι τιμές που υπάρχουν στις πρώτες ύλες ή τα υποκατάστατα που χρησιμοποιούν.
- Προτιμήσεις ανάλογα με το είδος του προϊόντος.

Η οικονομική κατάσταση σήμερα στην Ελλάδα δεν ευρίσκεται σε καλή κατάσταση.

Η ελληνική αγορά αντιμετωπίζει μεγάλα προβλήματα. Τα σκληρά μέτρα που πάρθηκαν μείωσαν κατά πολύ το πραγματικό εισόδημα των πολιτών με αποτέλεσμα η οικονομία να έχει

εισέλθει σε βαθιά ύφεση.

Η έλλειψη ρευστότητας στην αγορά δοκιμάζει τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές.

Πίνακας 5 : Μερίδια παραγωγής (2010)	
Επιχείρηση	Μερίδιο
Ελληνικά ΑΕ	12,0%
Frezyderm ΑΒΕΕ	6,5% - 7,0%
Παπουτσάνης ΑΒΕΕ	6,0%
Κορρές ΑΕ	5,0%
Τσέτη Ι. & Ξιρ. ΑΒΕΕ	2,0%
Lavipharm ΑΕ	2,0%
Fresh Formula ΑΕ	2,0%
Φαρκόμ ΑΕ	1,5%
Miss Sandy ΑΒΕΕ	1,0%

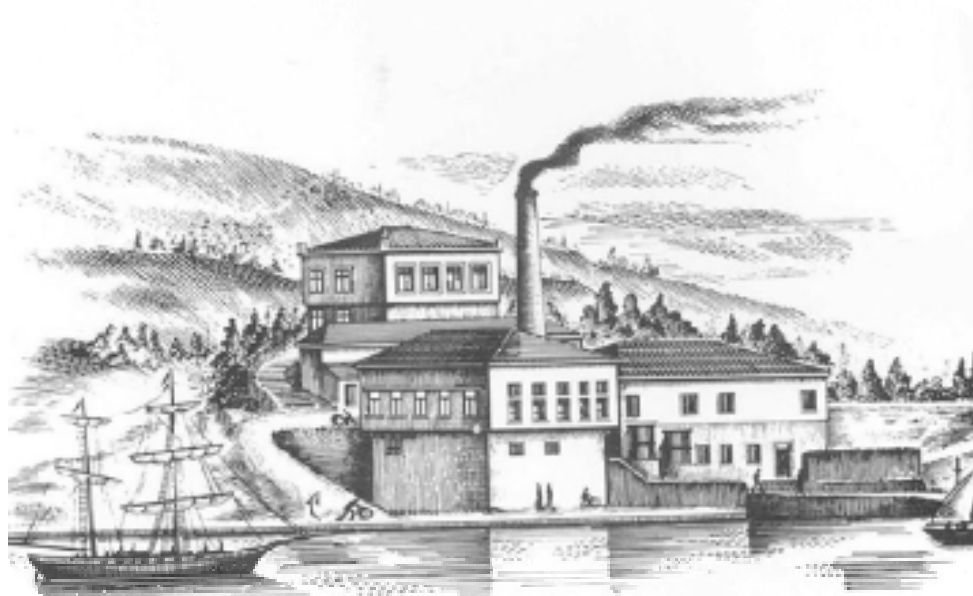
(Πηγή: ICAP 2011)

Πίνακας 6 : Μεριδια αγοράς (2010)	
Επιχείρηση	Μερίδιο
L Oreal Hellas AE	17,0%
Έστε Λώντερ Ελλάς AE	6,0%
Notos Com	6,0%
Rilken AE	4,5%
Γερολυμάτος	4,0%
Σαράντης Γρ. ABEE	4,0%
Beierdorf Hellas AE	3,0%
Pierre Fabrre Hellas AE	2,5%
Ελλένικα AE	2,5%
Oriflame Ελλάς	2,5%
Dior Hellas AE	2,5%
Wella Ελλάς	2,0%
Αρόμκα AE	2,0%
LR Health & Beauty	2,0%
Κορρές AE	2,0%

(Πηγή: ICAP 2011)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ ΑΒΕΕ



4.1 Ιστορική αναδρομή της εταιρείας

- 1870 : Ο Δημήτρης Παπουτσάνης ιδρύει στο Πλωμάρι της Λέσβου, το πρώτο εργοστάσιο παραγωγής ελαιόλαδου με μηχανήματα ατμού με τη γνωστή επωνυμία “Π. Δ. Παπουτσάνης”.
- 1913 : Οι παραγωγικές εγκαταστάσεις της εταιρείας μεταφέρονται στον Πειραιά και προστίθενται οι πρώτες σύγχρονες γραμμές παραγωγής σαπουνιού.
- 1960 : Η εταιρεία μετατρέπεται σε ανώνυμη εταιρεία.
- 1965 : Το εργοστάσιο παραγωγής μεταφέρεται στην Κάτω Κηφισιά, όπου διατηρείται μέχρι το καταστροφικό σεισμό της 7ης Σεπτεμβρίου το 1999.

Ξεκινά η πολιτική επέκτασης των δραστηριοτήτων της Π. Δ. Παπουτσάνης με την απόκτηση του 47,70% της εταιρείας ΒΙΟΡΥΛ.

- 1972 : Η Π. Δ. Παπουτσάνης εισέρχεται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και αρχίζει η διαπραγμάτευση των μετοχών της.
- 1992 : Η Π. Δ. ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ αποφασίζει να αξιοποιήσει το πανελλαδικό εμπορικό της δίκτυο, προσφέροντάς το και για τη διακίνηση προϊόντων τρίτων.
- 1994 : Αποκτά την εταιρεία διανομών MAN TRANIDE K.F.T., η οποία μετονομάστηκε σε PLIAS HUNGARY K.F.T. Και δραστηριοποιείται στην Ουγγαρία στον τομέα της εμπορίας τόσο των προϊόντων της εταιρείας, όσο και προϊόντων των εταιριών ΣΑΡΑΝΤΗΣ και ΕΥΡΗΚΑ.
- 1997 : Η εταιρεία GAGEO A.B.E.E. εντάσσεται στο δυναμικό της Π. Δ. ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ με την εξαγορά πλειοψηφικού μεριδίου.
- 1999 : Η Π. Δ. ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ αποκτά σημαντική πλειοψηφική συμμετοχή στην εταιρεία ΤΣΑΚΙΡΗΣ και μειοψηφικό πακέτο στην OLYMPUS FOODS.

Ο καταστροφικός σεισμός της 7ης Σεπτεμβρίου προκαλεί ανεπανόρθωτες ζημιές στο εργοστάσιο της Π. Δ. ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ και λαμβάνεται η απόφαση για κατασκευή νέου εργοστασίου στη Ριτσώνα Ευβοίας.

- 2000 : Η εταιρεία μετονομάζεται σε PLIAS ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ.

Ολοκληρώνεται η κατασκευή του νέου εργοστασίου στη Ριτσώνα.

- 2001 : Ξεκινά η κατασκευή του νέου εργοστασίου σαπουνιών και καλλυντικών στη Ριτσώνα.

Αρχίζουν οι εργασίες κατεδάφισης των κτιρίων του εργοστασίου στην Κηφισιά. Αποκτά επιπλέον ποσοστό 31% στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ΤΣΑΚΙΡΗΣ Α.Ε., κατέχοντας τελικά το 100% της εν λόγω εταιρείας.

- 2003 : Η PLIAS προχωρά σε πώληση του συνόλου των μετοχών που κατέχει στο μετοχικό κεφάλαιο της ΤΣΑΚΙΡΗΣ Α.Β.Ε.Ε. με σκοπό τη βελτίωση της χρηματοοικονομικής της κατάστασης, την εξασφάλιση σημαντικών χρηματοροών, τη μείωση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων και τη βελτίωση της καθαρής θέσης του Ομίλου.
- 2004 : Η PLIAS αυξάνει το ποσοστό συμμετοχής της στην εταιρεία OLYMPUS FOODS Α.Β.Ε.Ε. από 75% σε 91%.

- 2005 : Ο Γρ. Σαράντης εξαγοράζει θυγατρική της PLIAS στην Ουγγαρία, αλλά ματαιώνεται η συμφωνία.
- 2007 : Η εταιρεία προέβη στην πώληση της OLYMPUS FOODS A.B.E.E..
- 2008 : Η εταιρεία αποκτά το 100% στην GAGEO.
- 2009: Αρχίζει η διαδικασία συγχώνευσης με GAGEO.
- 2011 : Η εταιρεία PLIAS A.B.E.E. γνωστοποίησε ότι η επωνυμία που θα χρησιμοποιείται θα είναι ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (αλλαγή επωνυμίας).



4.2 Εταιρική ταυτότητα

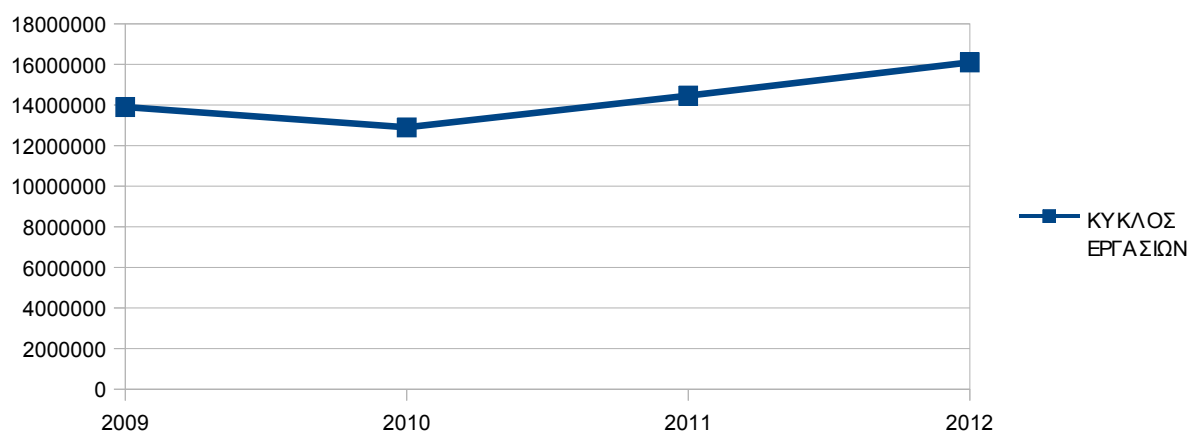


Η Παπουτσάνης Ανώνυμη Βιομηχανική Και Εμπορική Εταιρεία Καταναλωτικών Αγαθών, με τον τίτλο ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ ΑΒΕΕ, ιδρύθηκε το 1870 στο Πλωμάρι της Λέσβου. Η εταιρεία είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από το 1972, στον κλάδο “Είδη προσωπικής υγιεινής και φροντίδας”.

Στην οικογένεια Παπουτσάνη ανήκει το πρώτο ατμοκίνητο ελαιοτριβείο και σαπυνοποιείο του Πλωμαρίου. Ιδρύθηκε από τον Δημήτριο Ι. Παπουτσάνη (1825-1879) το 1870 και παρήγε εκτός από εκλεκτό ελαιόλαδο, και μικρή ποσότητα σαπουνιού. Ο Δημήτριος Παπουτσάνης, ασχολιόταν με το γενικό εμπόριο και συνεργαζόταν με εμπορικούς οίκους της Μασσαλίας, της Γένοβας, της Αλεξάνδρειας, της Σμύρνης και της Κωνσταντινούπολης κ είχε ιδιόκτητο πλοίο για τη μεταφορά των εμπορευμάτων του.

Ο Παπουτσάνης είναι μια από τις ιστορικότητες βιομηχανίες της Ελλάδος με ένα σύγχρονο εργοστάσιο στη Ριτσώνα Ευβοίας και επίσης το μεγαλύτερο εργοστάσιο παραγωγής σαπουνιού στα Βαλκάνια και ένα από τα μεγαλύτερα στην Ευρώπη.

Κύκλος εργασιών της εταιρείας Παπουτσάνη (2009 - 2012)



Το α' τρίμηνο του 2013, ο κύκλος εργασιών ανήλθε σε 3.400.000 εκατ. Ευρώ έναντι 3.300.000 εκατ. Ευρώ την αντίστοιχη περσινή περίοδο, αυξημένος κατά 4,4%.

Από τις παραπάνω πωλήσεις το 20% αφορά πωλήσεις επώνυμων προϊόντων στο εσωτερικό και εξωτερικό, το 20% πωλήσεις προς τη ξενοδοχειακή αγορά και το υπόλοιπο 60% παραγωγές τρίτων και βιομηχανικές πωλήσεις.

4.3 Δραστηριότητα

Η ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ δραστηριοποιείται στην παραγωγή, εισαγωγή, εξαγωγή, προώθηση και εν γένει εμπορία καταναλωτικών αγαθών, όπως ειδών σαπυνοποιίας, προϊόντων καλλυντικών και άλλων ειδών προσωπικής περιποίησης, καθώς και των πρώτων υλών παρασκευής αυτών.

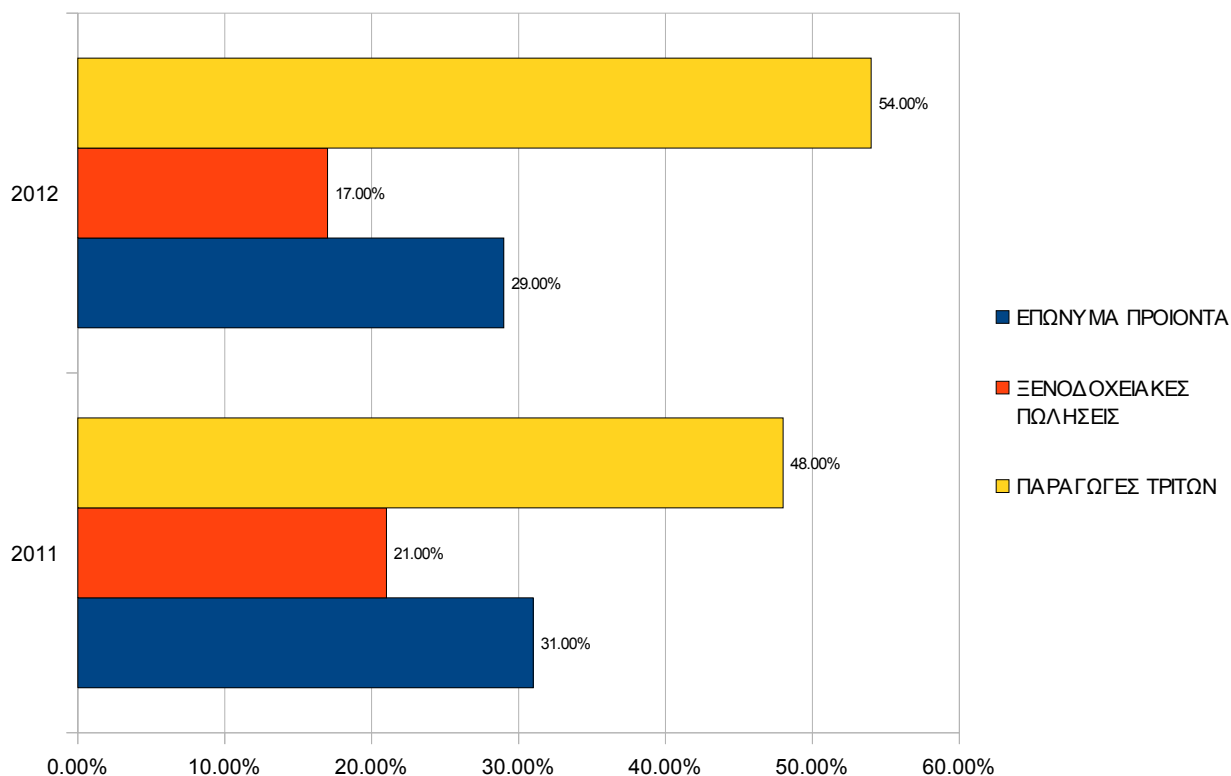
Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε 3 κύριες κατηγορίες προϊόντων :

- *Επώνυμα προϊόντα*. Περιλαμβάνονται τα στερεά σαπουνία (Aromatics, Καραβάκι, Glycerine Παπουτσάνης, Πράσινα παραδοσιακά. Επίσης αφρόλουτρα, αφρός ξυρίσματος, κρέμες περιποίησης σώματος και προσώπου.

- *Ξενοδοχειακά προϊόντα.* Περιλαμβάνονται τα προϊόντα Olivia, Ski Essentials, Καραβάκι κ.ά.. Διανέμονται σε μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες και σε ξενοδοχειακές μονάδες τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό,
- *Προϊόντα τρίτων, ιδιωτική ετικέτα.* Η συγκεκριμένη κατηγορία παρουσίασε αύξηση σε σχέση με προηγούμενα χρόνια, λόγω νέων συνεργασιών και ανάπτυξης υφισταμένων.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ				
	2012		2011	
Κατηγορία	Αξία πωλήσεων	Ποσοστό	Αξία πωλήσεων	Ποσοστό
Επώνυμα	4.642.011	28,81%	4.423.945	30,59%
Ξενοδοχειακά	2.684.300	16,66%	3.156.401	21,83%
Ιδιωτική ετικέτα τριών	8.788.620	54,54%	6.880.556	47,58%
ΣΥΝΟΛΟ	16.114.931	100,00%	14.460.902	100,00%

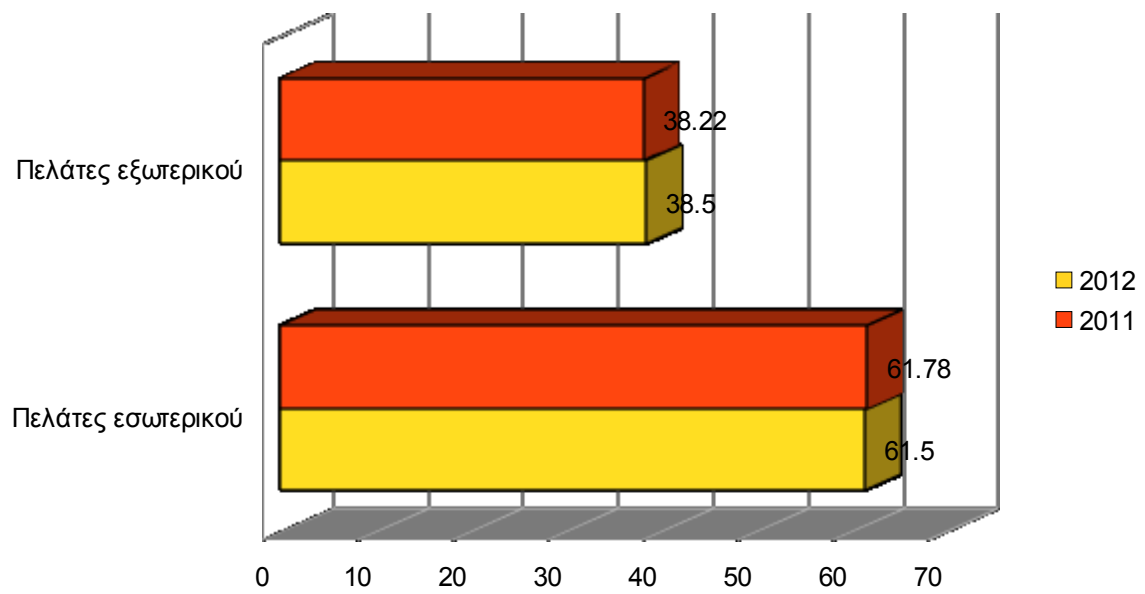
Ποσοστά ανά κατηγορίες προϊόντων



ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

	2012		2011	
	Αξία πωλήσεων	Ποσοστό	Αξία πωλήσεων	Ποσοστό
Πελάτες εσωτερικού	9.910.253	61,50%	8.933.498	61,78%
Πελάτες εξωτερικού	6.204.678	38,50%	5.527.404	38,22%
Σύνολο πωλήσεων	16.114.931	100,00%	14.460.902	100,00%

Οι εξαγωγές κυρίως γίνονται σε Ευρώπη, Αμερική, Καναδά, Κίνα και Ν. Αφρική.



4.4 Προϊόντα



<p>ΠΑΡΟΥΤΣΑΝΙΣ</p> 	<p>Το παραδοσιακό πράσινο ή λευκό σαπούνι από ελαιόλαδο.</p>
<p>AROMATICS</p> 	<p>Σαπούνια, αφρόλουτρα και κρέμες σώματος.</p>
<p>NATURA</p> 	<p>Σαπούνια και κρεμοσάπωνα.</p>
<p>KARAVAKI</p> 	<p>Σαπούνια, σαμπουάν, αφρόλουτρα και αφρός ξυρίσματος, κάποια από τα περιέχουν χαμομήλι.</p>

<p>ΠΑΟΥΤΣΑΝΙΣ FAMILY</p> 	<p>Παιδικά σαμπουάν, αφρόλουτρα και κρεμοσάπωνα.</p>
<p>ΠΑΟΥΤΣΑΝΙΣ GLYCERLINE</p> 	<p>Σαπούνια γλυκερίνης.</p>
<p>OLIVIA</p> 	<p>Σαπούνια για το σώμα και για το πρόσωπο, σαπούνια φυτικά με έλαια λεβάντας, μέλι και αλόη, κρέμες και μάσκες μαλλιών, αφρόλουτρα, κρέμες σώματος και χεριών και σετ δώρου ξενοδοχειακή σειρά.</p>

4.5 Οργανωτική δομή



ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε		
Όνοματεπώνυμο	Θέση στο Δ/Σ	Ιδιότητα
Γεώργιος Γκάτζαρος	Πρόεδρος Δ/Σ	Εκτελεστικό μέλος
Μενέλαος Τασόπουλος	Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος	Εκτελεστικό μέλος
Γεώργιος Μηνούδης	Μέλος του Δ/Σ	Μη εκτελεστικό μέλος
Χρήστος Γεωργαλής	Μέλος του Δ/Σ	Μη εκτελεστικό ανεξάρτητο μέλος
Δημήτριος Παπουτσάνης	Μέλος του Δ/Σ	Μη εκτελεστικό ανεξάρτητο μέλος

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρείας Παπουτσάνης Α.Β.Ε.Ε. απαρτίζεται από 5 μέλη. Η θητεία είναι τριετής και λήγει την 29η Ιουνίου 2013. Το Διοικητικό Συμβούλιο ευθύνεται για την διοίκηση και τη διαχείριση των εταιρικών υποθέσεων. Αποφασίζει γενικά για κάθε ζήτημα που αφορά την εταιρεία και ενεργεί κάθε πράξη εκτός από εκείνες που είτε από τον Νόμο, είτε από το Καταστατικό, έχει αρμοδιότητα η Γενική Συνέλευση των Μετόχων.

4.6 Στόχοι και στρατηγική

Τα τελευταία χρόνια υπήρξε ίσως μια μεικτή στρατηγική ανάπτυξης με έμφαση στην παραγωγή σαπουνιών και καλλυντικών από τη μία, αλλά και στη διανομή και εμπορική δραστηριότητα διαφόρων άλλων προϊόντων. Έχοντας πλέον απεμπλακεί από όλες τις εμπορικές δραστηριότητες που δεν ήταν σχετικές με σαπούνια και καλλυντικά, επικεντρωθήκαμε αποκλειστικά στην παραγωγή σαπουνιών και καλλυντικών, προκειμένου να γίνει ξανά ο Παπουτσάνης το συνώνυμο της ποιότητας, αρμονίας και καινοτομίας στο χώρο.

Πρωταρχικός στόχος της εταιρείας είναι να ικανοποιεί τις ανάγκες του καταναλωτή, δημιουργώντας νέα πρωτοποριακά προϊόντα σε εξαιρετική ποιότητα και ανταγωνιστικές τιμές. Γενικά, βασικότεροι στόχοι της επιχείρησης είναι η σταθερότητα και η ασφάλεια με μετρημένη οργανική ανάπτυξη, παρά μια πολιτική έντονης επέκτασης. Κοιτάζοντας προς το μέλλον και με δεδομένο ότι το εργοστάσιο δεν έχει ανάγκη σημαντικών επενδύσεων σε μηχανολογικό εξοπλισμό, όλο το βάρος θα δοθεί στην εξέλιξη και περαιτέρω βελτίωση των προϊόντων μας είτε προορίζονται για τον τελικό καταναλωτή, δηλαδή των δικών μας επωνύμων προϊόντων, είτε για την αλυσίδα super market , είτε για τον ξενοδόχο που αγοράζει προϊόντα για τα δωμάτιά του. Ανάμεσα στους στόχους μας είναι η ανάπτυξη των εξαγωγών στις υπάρχουσες αγορές, αλλά και η επέκταση σε νέες. Επίσης, εφόσον βρούμε τους κατάλληλους

συνεργάτες, στοχεύουμε τις αγορές των Βαλκανίων με τα επώνυμα προϊόντα που διακινούμε στην Ελλάδα.

Με τις προοπτικές για το 2013, σε εμπορικό επίπεδο, οι προσπάθειες της διοίκησης για περαιτέρω ανάπτυξη του κύκλου εργασιών στις αγορές του εξωτερικού και του εσωτερικού υποστηρίζονται από την καθετοποίηση της εταιρείας και τις παραγωγικές – ποιοτικές δυνατότητες της. Παράλληλα σε λειτουργικό επίπεδο παραμένει ο στόχος μείωσης κόστους και δαπανών μέσω αύξησης της παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας των παραγωγικών εγκαταστάσεων της. Η εταιρεία στοχεύει στην ταχεία είσπραξη των οφειλομένων ποσών και η αποφυγή επισφαλειών παρά το στόχο της ανάπτυξης των εργασιών. Δεν προβλέπεται η εξαγορά ή πώληση εταιριών, ή οποιαδήποτε άλλη μεταβολή στην σύνθεση του Ομίλου για την επόμενη χρήση. Η θυγατρική εταιρεία που περιλαμβάνεται στην ενοποίηση έχει διακόψει τη δραστηριότητά της και δεν προβλέπεται επαναδραστηριοποίησή της, την επόμενη χρήση.

"Με βάση τα σημερινά δεδομένα, και παρά τη συνεχιζόμενη εξαιρετικά δύσκολη οικονομική συγκυρία πιστεύουμε ότι και κατά την υπόλοιπη χρήση του 2013 θα συνεχίσουμε την ανάπτυξη της Παπουτσάνης και βελτίωση των οικονομικών μας αποτελεσμάτων"

(Πηγή : Capital.gr)

4.7 Ιστορική αναδρομή της εταιρείας Γρ. Σαράντης Α.Β.Ε.Ε.

Το 1930, ιδρύεται στην Κωνσταντινούπολη από τον Γρηγόρη Σαράντη η εταιρεία που έμελλε να διαμορφώσει το τοπίο των επιχειρήσεων καλλωπισμού στην Ελλάδα. Με αντικείμενο την αντιπροσώπευση και διάθεση καλλυντικών πολυτελείας, η εταιρεία, που μέχρι σήμερα φέρει το όνομά του ιδρυτή της, αποτελεί σημείο αναφοράς για τον επιχειρηματικό κόσμο στον κλάδο των καλλυντικών προϊόντων. Το 1956, η πολιτική κατάσταση επιτάσσει τη μεταφορά της έδρας της εταιρείας στην Αθήνα. Το γεγονός αυτό γίνεται η απαρχή της μεγάλης ανάπτυξης της επιχείρησης, η οποία έχει ήδη αποκτήσει

βαθεία γνώση του αντικειμένου στο οποίο δραστηριοποιείται. Το 1965, με τη δημιουργία νέων εργοστασιακών εγκαταστάσεων στο Μαρούσι, η εταιρεία Σαράντης εγκαινιάζει μία αυτόνομη παραγωγική δραστηριότητα, με πρώτα προϊόντα τα καλλυντικά Prosar και Clochard. Τα δύο αυτά brands εξακολουθούν ακόμα και σήμερα να αποτελούν διαχρονικές αξίες στο χώρο της κοσμετολογίας, έχοντας διαγράψει μία επιτυχημένη πορεία στην περιποίηση γενεών!

Η δεκαετία του 1980 βρίσκει τον Όμιλο Σαράντη να αναπτύσσει μία σαφή στρατηγική ανάπτυξης και επέκτασης των δραστηριοτήτων του. Συνάπτονται νέες συνεργασίες με ηγετικές εταιρίες καλλυντικών της Ευρώπης και της Αμερικής (Estee Lauder, Clinique κ.α.), ενώ οι συνεχώς αυξανόμενες καταναλωτικές επιθυμίες καλύπτονται με νέα, πρωτοποριακά προϊόντα. Η δεκαετία του 1990 είναι από τις πλέον δυναμικές για τον Όμιλο Σαράντη. Η στρατηγική της διαρκούς επέκτασης αποδίδει καρπούς και η οικονομική συγκυρία ευνοεί την ανάπτυξη των κλάδων στους οποίους δραστηριοποιείται ο Όμιλος. Νέα, ιδιοπαραγόμενα προϊόντα τοποθετούνται στα «ράφια» ενός όλο και περισσότερο ευρέως δικτύου διανομής. Από τους πρωτοπόρους στον εγχώριο επιχειρηματικό κόσμο, ο Όμιλος Σαράντη εισάγεται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών το 1994, αποκτώντας τα εχέγγυα για μία διαρκώς ανοδική πορεία.

Σημαντικό σημάδι της ανθοφορίας του Ομίλου αποτελεί η επέκτασή του στην αγορά των Βαλκανίων το 1995, προσδίδοντας στη δραστηριότητά του πολυεθνικό χαρακτήρα. Είναι από τις πρώτες Ελληνικές εταιρίες που διεισδύουν στην αγορά αυτή, κάτι που συνιστά ένα ποιοτικό άλμα, ειδικά για τα δεδομένα της περιόδου εκείνης. Σήμερα, ο Όμιλος έχει παρουσία, πέρα από την Ελλάδα, σε επτά χώρες στην Α. Ευρώπη, με ισάριθμες θυγατρικές: Πολωνία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία, Σκόπια, Τσεχία και Ουγγαρία. Το 1997, ο Όμιλος Σαράντη επεκτείνει το φάσμα των δραστηριοτήτων του, ξεκινώντας την παραγωγή προϊόντων οικιακής χρήσης.

Η διετία 1997-1999 εγκαινιάζει την κτηριακή «αναδιάρθρωση» του Ομίλου. Οι αποθηκευτικοί χώροι και το κέντρο διανομής μεταφέρονται το 1997 σε νέες, υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις στα Οινόφυτα Βοιωτίας, σε μία ιδιόκτητη έκταση 98 στρεμμάτων και 27.000 τ.μ. κτιριακής κάλυψης. Τον Αύγουστο του 1999 μεταφέρονται στον ίδιο χώρο και οι παραγωγικές εγκαταστάσεις του

Ομίλου. Το 2002 συνάπτεται joint venture με την Estee Lauder , κίνηση που ενισχύει τη δραστηριότητα του Ομίλου στο χώρο των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής. Αυτή η στρατηγικής σημασίας απόφαση ενισχύει περαιτέρω την παρουσία του Ομίλου τόσο στην Ελλάδα, όσο και στις αγορές της Ρουμανίας και της Βουλγαρίας. Το 2004 ολοκληρώνεται το πλάνο συγχωνεύσεων των θυγατρικών εταιριών του Ομίλου στην Ελλάδα, σχηματίζοντας μία δυναμική, ισχυρή εταιρεία με μακρά παράδοση και σίγουρα ένα πολλά υποσχόμενο μέλλον! Το 2005 χαρακτηρίζεται από μια σειρά από ενέργειες που εξυπηρετούν τα στρατηγικά σχέδια του Ομίλου για επέκταση των δραστηριοτήτων του στην Ανατολική Ευρώπη και περαιτέρω ενίσχυση των ιδιοπαργώμενων προϊόντων του στις βασικές κατηγορίες δραστηριοποίησης του. Επίσης εντατικοποιήθηκαν οι ενέργειες για τη σύσταση θυγατρικής εταιρείας στην Ουγγαρία εντός του 2006. Επιπρόσθετα, κατά τη διάρκεια του 2005 πραγματοποιήθηκαν επιτυχώς τα επαναλανσάρια του STR8 και του Carroten, ενώ παράλληλα συνάφθηκαν νέες συνεργασίες για τη διάθεση νέων καλλυντικών όπως prada, miss sisty.

Το 2006 ο Όμιλος συμπληρώνει 50 'Σπουδαία' χρόνια στην Ελληνική αγορά προσφέροντας 'Σπουδαία Προϊόντα' για τις καθημερινές ανάγκες 100 εκατομμυρίων καταναλωτών στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιανατολικής Ευρώπης. Παράλληλα, το 2006 συστάθηκε η θυγατρική του Ομίλου στην Ουγγαρία. Το 2007 και το 2008 συνεχίζεται η δυναμική ανάπτυξη του Ομίλου σε όλους τους τομείς και σε όλες τις χώρες δραστηριοποίησής του. Χαρακτηριστικό της αναπτυξιακής εξέλιξης του Ομίλου αποτελούν οι εξαγορές της ρουμανικής εταιρείας καλλυντικών ELMIPLANT και της ουγγρικής εταιρείας προϊόντων συσκευασίας τροφίμων TRADE 90 που πραγματοποιήθηκαν το 2007 και το 2008 αντίστοιχα.

Στα πλαίσια της περαιτέρω ενδυνάμωσης της παρουσίας του στην Ανατολική Ευρώπη και επίτευξης του στρατηγικού του στόχου να καταστεί μια από τις ηγετικές εταιρείες διανομής καταναλωτικών προϊόντων στην περιοχή, ο Όμιλος Σαράντη, προέβη το 2010 στην εξαγορά του προϊόντος KOLASTYNA, που περιλαμβάνει προϊόντα φροντίδας προσώπου και σώματος καθώς και προϊόντα αντηλιακής προστασίας και το 2011 στην εξαγορά των προϊόντων

οικιακής χρήσης DOMET στην Ουγγαρία και TOPSTAR στην Σερβία, που δραστηριοποιούνται στην κατηγορία εργαλείων - μέσων καθαρισμού για το νοικοκυριό. Επιπρόσθετα, το 2011 ο Όμιλος ενδυναμώνει περαιτέρω τον κλάδο Υγείας και Φροντίδας με την εξαγορά της εταιρείας Δ. ΚΟΥΚΟΥΖΕΛΗΣ ΕΠΕ. Μέσω της εξαγοράς αυτής ο όμιλος απέκτησε την μακροχρόνια διανομή των προϊόντων PIC και SERENITY του Ιταλικού Ομίλου ARTSANA καθώς και των Ιαπωνικών πιεσόμετρων ALPK2.

Τον Νοέμβριο του 2011 ο Όμιλος Σαράντη ανέλαβε την αντιπροσώπευση των εμπορικών σημάτων KOLYNOS, ACT, DENIM, TESORI D ORIENTE, VIDAL και LEOCREMA τα οποία είναι προϊόντα περιποίησης προσώπου και σώματος που πρωτίτερα διένειμε η εταιρεία Notos Com.

Τέλος, τον Δεκέμβριο του 2011 ο Όμιλος ενισχύει περαιτέρω το προιοντικό του χαρτοφυλάκιο αναλαμβάνοντας την αντιπροσώπευση του εμπορικού σήματος VAPONA. Τα προϊόντα VAPONA ανήκουν στην κατηγορία των εντομοαπωθητικών προϊόντων και συγκεκριμένα πρόκειται για προϊόντα για τον σκόρο και για έρποντα και ιπτάμενα έντομα. Παράλληλα, τον Δεκέμβριο του 2011 συστάθηκε η θυγατρική του Ομίλου στην Βοσνία.

Οι αναπτυξιακές κινήσεις του Ομίλου συνεχίζονται και το 2012 με την ανάληψη της αντιπροσωπείας του οίκου La Prairie Switzerland στην Ελλάδα. Ο οίκος La Prairie έχει ιστορία 80 ετών, ενώ τα προϊόντα του κατατάσσονται μεταξύ των κορυφαίων προϊόντων προσωπικής περιποίησης και φροντίδας. Επιπρόσθετα, από τον Μάιο του 2012 η εταιρεία ανέλαβε την αντιπροσώπευση των σημάτων Colour Catcher και Keep it White στην Ελλάδα, προϊόντα που ανήκουν στην spoteless Group με την οποία η εταιρεία ήδη συνεργάζεται στη διανομή και αντιπροσώπευση της Varona. Το Colour Catcher είναι ο ηγέτης των χρωμοπαγίδων σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

4.8 Τομείς Δραστηριότητας

Δύναμη της εταιρείας αποτελούν τα προϊόντα που διαθέτει στην αγορά καλύπτοντας τις καθημερινές ανάγκες των καταναλωτών στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής και Νοτιανατολικής Ευρώπης. Πιο συγκεκριμένα, η

εταιρεία διατηρεί σημαντικά ιδιοπαραγόμενα και διανεμόμενα καταναλωτικά προϊόντα, τα οποία θα μπορούσαν να καταταχθούν σε τρεις κατηγορίες :

- τα Καλλυντικά Ευρείας Διανομής
- τα προϊόντα Οικιακής Χρήσης
- τα προϊόντα της κατηγορίας Λοιπών Πωλήσεων

Τα καλλυντικά ευρείας διανομής και τα προϊόντα οικιακής χρήσης αποτελούν τους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης του Ομίλου, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των εν λόγω κατηγοριών είναι ιδιοπαραγόμενα προϊόντα τα οποία παράγονται στις σύγχρονες εγκαταστάσεις παραγωγής του Ομίλου σε Ελλάδα, Πολωνία, Ρουμανία και Ουγγαρία. Εξάλλου, στόχος της εταιρείας είναι η περαιτέρω ενδυνάμωση

του χαρτοφυλακίου των ιδιοπαραγόμενων προϊόντων και η περαιτέρω αύξηση των ηγετικών μεριδίων αγοράς που αυτά κατέχουν. Παράλληλα, η εταιρεία διατηρεί ισχυρό εμπορικά σήματα ηγετικών εταιρειών καταναλωτικών προϊόντων παγκοσμίως μέσω συμφωνιών αποκλειστικής διανομής που διατηρεί μαζί τους. Τα καλλυντικά ευρείας διανομής αποτελούν έναν από τους δύο βασικούς άξονες ανάπτυξης του Ομίλου Σαράντη, ενώ κρίσιμο σημείο αποτελεί το γεγονός ότι μεγάλο μέρος των 20 και πλέον εμπορικών σημάτων που απαρτίζουν το χαρτοφυλάκιο των καλλυντικών ευρείας διανομής, αποτελούν παραγωγή της ίδιας της εταιρείας. Τα καλλυντικά ευρείας διανομής αποτελούν μια από τις στρατηγικές αγορές στις οποίες έχει δώσει έμφαση η Διοίκηση του Ομίλου Σαράντη, στοχεύοντας παράλληλα στη σταδιακή ενίσχυση των πωλήσεων ιδιοπαραγόμενων προϊόντων. Η σχεδίαση των προϊόντων έχει γίνει σύμφωνα με τις απαιτήσεις των καταναλωτών και βρίσκεται πάντα μπροστά από τις τάσεις και τις εξελίξεις της αγοράς. Έτσι, εμπορικά σήματα όπως το STR8, το C-THRU, το BU, το CARROTEN, το BIOTEN και το ORZENE έχουν καταγράψει επιτυχημένη πορεία με αποτέλεσμα να κατέχουν ηγετικές θέσεις στις αγορές που διατίθενται, αλλά και στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Τα προϊόντα οικιακής χρήσεως του Ομίλου Σαράντη αποτελούν μια συνεχώς αναπτυσσόμενη κατηγορία προϊόντων και βρίσκονται σταθερά τα τελευταία χρόνια στις πρώτες επιλογές τόσο των Ελλήνων, όσο και των αλλοδαπών

καταναλωτών οι οποίοι αποτελούν και τον καλύτερο κριτή. Για το λόγο αυτό ο κλάδος των προϊόντων οικιακής χρήσεως θεωρείται ένας από τους πλέον στρατηγικούς κλάδους ανάπτυξης του Ομίλου. Το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων που απαρτίζουν τον κλάδο οικιακής χρήσης απαρτίζεται στη πλειοψηφία του από ιδιοπαραγόμενα προϊόντα, όπως είναι τα SANITAS, CAMEL, AFROSO, TEZA, FINO κλπ. Σημειώνεται ότι η διοίκηση του Ομίλου στοχεύει στην ενίσχυση της συνεισφοράς των εσόδων από τα ιδιοπαραγόμενα προϊόντα και στη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων.

Η κατηγορία των Λοιπών Πωλήσεων περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες των Προϊόντων Υγείας & Φροντίδας και των καλλυντικών Επιλεκτικής Διανομής. Επιπρόσθετα, αξίζει να αναφερθεί η κοινοπραξία που έχει συνάψει ο Όμιλος με την *estee lauder*. Ο κλάδος των προϊόντων Υγείας και Φροντίδας του Ομίλου δραστηριοποιείται στον φαρμακευτικό χώρο και ειδικότερα στον κλάδο O.T.C αντιπροσωπεύοντας και διανέμοντας ηγετικές μάρκες στον χώρο των βιταμινών, των συμπληρωμάτων διατροφής, των διαγνωστικών και των καλλυντικών φαρμακείου. Ο Όμιλος κατέχει ηγετική θέση στον κλάδο των προϊόντων υγείας και φροντίδας, καθώς συγκαταλέγεται στους βασικούς προμηθευτές Φαρμακείου, προσφέροντας μία πλούσια γκάμα προϊόντων υψηλής ποιότητας όπως τις βιταμίνες & τα συμπληρώματα διατροφής LANES, τα φυτικά συμπληρώματα διατροφής ORTIS, τα διαγνωστικά τεστ εγκυμοσύνης και ωορρηξίας CLEARBLUE. Ο όμιλος στα πλαίσια της περαιτέρω ενδυνάμωσης του κλάδου Υγείας και Φροντίδας, απέκτησε την διανομή των μαρκών PIC (είδη φλεβοκέντησης, θερμόμετρα, πιεσόμετρα και επιδεσμικά), και SERENITY (υποσέντονα) του Ιταλικού Ομίλου Artsana. Πρόσφατα λανσαρίστηκε η αντηλιακή σειρά προϊόντων 'Solene' η οποία παράγεται στην Ελλάδα από την εταιρεία Σαράντης, προσφέροντας αποτελεσματική προστασία και ασφαλές μαύρισμα.

4.9 Ανθρώπινο Δυναμικό

Στον Όμιλο Σαράντη οι εργαζόμενοι αποτελούν το πολυτιμότερο κεφάλαιό μας. Η διαρκής ανάπτυξη του Ομίλου μας στηρίζεται στην δική τους προσπάθεια, πρωτοβουλία, ενέργεια και δημιουργικότητα. Προσφέρουμε τις ευκαιρίες για προσωπική και επαγγελματική εξέλιξη σε ένα υψηλής ποιότητας, ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον. Ένα περιβάλλον που προάγει και αναγνωρίζει την προσπάθεια και συμβολή όλων των εργαζομένων. Μια κουλτούρα δυναμική, πρωτοποριακή που προάγει την καινοτομία και υψηλή απόδοση. Οι προοπτικές, οι αξίες μας, το ήθος, η δέσμευση στους ανθρώπους σε συνδυασμό με το δυναμικό και φιλόδοξο χαρακτήρα της εταιρείας καθιστούν τον Όμιλο Σαράντη ένα ιδανικό περιβάλλον εργασίας. Η ανάπτυξη των ανθρώπων μας μέσα από την εκπαίδευση και την εξειδίκευση είναι ένας από τους βασικούς μας στόχους. Επενδύουμε στους ανθρώπους μας, προσφέροντας προγράμματα που μετατρέπουν τα στελέχη μας το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα. Δίνεται η δυνατότητα στα στελέχη μας να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους, να αποκτήσουν ολοκληρωμένη εικόνα του αντικειμένου τους, και να παρακολουθούν τις αλλαγές που συντελούνται. Η απόδοση των ανθρώπων μας συνδέεται άμεσα με την επίτευξη των εταιρικών μας στόχων. Στηρίζουμε και ενθαρρύνουμε την κουλτούρα της υψηλής απόδοσης και την επιβραβεύουμε. Με τον τρόπο αυτό ευθυγραμμίζουμε τις προσπάθειες των ανθρώπων μας με τους εταιρικούς μας στόχους. Η επιλογή των Στελεχών γίνεται με βάση αξιολογητικά και αντικειμενικά συστήματα αξιολόγησης, που εστιάζουν στις γνώσεις, ικανότητα και την προσωπικότητα των υποψηφίων. Στόχος μας είναι να προσελκύσουμε δυναμικούς και φιλόδοξους επαγγελματίες που θα συνεισφέρουν στην επίτευξη των στρατηγικών στόχων της εταιρείας μας.

4.10 Έρευνα και Ανάπτυξη

Η τεχνογνωσία, η πείρα και η έμφαση στην υψηλή ποιότητα αποτελούν το μεγαλύτερο κεφάλαιο του ομίλου Σαράντη. Ως εκ τούτου, η συνεχής έρευνα καθώς και η ανάπτυξη νέων, αλλά και η διαρκής βελτίωση των υφισταμένων προϊόντων λειτουργούν ως κινητήρια δύναμη των ποικίλων δραστηριοτήτων του ομίλου. Παράλληλα, οι συνεργασίες με τα πιο εξειδικευμένα ινστιτούτα ερευνών του κόσμου διασφαλίζουν ώστε κάθε νέο προϊόν να ανταποκρίνεται στα πλέον απαιτητικά ποιοτικά κριτήρια αλλά και στις σύγχρονες ανάγκες ενός διαρκώς διευρυνόμενου καταναλωτικού κοινού. Στο τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης επιστήμονες όλων των ειδικοτήτων, χημικοί, φαρμακοποιοί και βιολόγοι διασφαλίζουν ώστε πάντα η επιστημονική γνώση να υλοποιείται με τον καλύτερο τρόπο σε προϊόντα καινοτόμα όσο και απόλυτα ασφαλή για την υγεία. Ο έλεγχος ποιότητας εγγυάται την απόλυτη ποιότητα κάθε προϊόντος, από το στάδιο της συλλογής πρώτων υλών μέχρι και την εμφάνιση του στα σημεία πώλησης. Έτσι, δημιουργούνται δεσμοί εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές, δεσμοί που έχουν φέρει τα προϊόντα του ομίλου Σαράντη στην κορυφή των προτιμήσεων των καταναλωτών.

4.11 Διευθυντικά Στελέχη

- **Πρόεδρος του Δ.Σ. - Εκτελεστικό Μέλος**
ΣΑΡΑΝΤΗΣ του ΠΑΝΤΑΖΗ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ
- **Αντιπρόεδρος Δ.Σ. & Διευθύνων Σύμβουλος- Εκτελεστικό Μέλος**
ΣΑΡΑΝΤΗΣ του ΠΑΝΤΑΖΗ ΚΥΡΙΑΚΟΣ
- **Εκτελεστικό Μέλος**
ΡΟΖΑΚΕΑΣ του ΠΕΤΡΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
- **Εκτελεστικό Μέλος**
ΣΤΑΜΑΤΙΟΥ του ΦΩΚΙΩΝΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
- **Μη Εκτελεστικό Μέλος**
ΣΑΡΑΝΤΗ του ΠΑΝΤΑΖΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ
- **Μη Εκτελεστικό Μέλος**
ΑΓΙΟΣΤΡΑΤΙΤΗΣ του ΜΙΛΤΙΑΔΗ ΑΝΤΩΝΙΟΣ
- **Ανεξάρτητο - Μη Εκτελεστικό Μέλος**
ΣΟΥΡΙΑΔΑΚΗΣ του ΙΩΑΝΝΗ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ
- **Ανεξάρτητο - Μη Εκτελεστικό Μέλος**
ΕΥΣΤΑΘΙΟΥ του ΚΩΝ/ΝΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

4.12 Αρμοδιότητες Δ.Σ

Γενικά- Σύνοψη

Ο αριθμός των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου καθορίζεται από τη Γενική Συνέλευση, μέσα στα πλαίσια που ορίζει ο Νόμος και το Καταστατικό της Εταιρείας. Το σημερινό Διοικητικό Συμβούλιο απαρτίζεται από 8 (οκτώ) μέλη, 4 (τέσσερα) από τα μέλη του ΔΣ είναι μη εκτελεστικά μέλη, ενώ 2 (δύο) εκ των μη εκτελεστικών είναι παράλληλα και ανεξάρτητα μέλη.

Το Διοικητικό Συμβούλιο έχει τις εξουσίες, τις αρμοδιότητες και τα καθήκοντα που του παρέχει ο Νόμος, η Γενική Συνέλευση και το Καταστατικό της Εταιρείας. Μέσα στα προαναφερθέντα πλαίσια, το Διοικητικό Συμβούλιο είναι το όργανο που ασκεί τη διοίκηση της εταιρείας. Στα καθήκοντά του περιλαμβάνονται η λήψη αποφάσεων και η ευθύνη άσκησης αποτελεσματικού ελέγχου σε όλες τις δραστηριότητες της εταιρείας.

Ειδικότερα το Διοικητικό Συμβούλιο έχει την ευθύνη για τα εξής:

- Τον καθορισμό της στρατηγικής και τον σχεδιασμό της εταιρικής κουλτούρας και γενικής πρακτικής της επιχείρησης. Την εφαρμογή της γενικής πολιτικής και την ευθύνη της ξεκάθαρης επικοινωνίας των αποφασισμένων επιχειρηματικών στόχων προς τα κατώτερα κλιμάκια. Την αξιολόγηση των εισηγήσεων και προτάσεων των Διευθυντών των Διευθύνσεων. Την έγκριση του επιχειρησιακού σχεδίου δράσεως και του ετήσιου προϋπολογισμού.
- Την παρακολούθηση και αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της εφαρμογής του επιχειρησιακού σχεδίου δράσεως.
- Τον έλεγχο και την έγκριση των μεγάλων κεφαλαιακών δαπανών, προς υλοποίηση επενδυτικών σχεδίων.
- Την εγκυρότητα και αρτιότητα των προς γνωστοποίηση οικονομικών καταστάσεων, συμπεριλαμβανομένης και της έκθεσης των Ορκωτών Ελεγκτών Λογιστών.
- Την συμμόρφωση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης με την εν ισχύ νομοθεσία, καθώς και την Εταιρική πρακτική. Την ύπαρξη Συστήματος Εσωτερικού Ελέγχου.

- Την παρακολούθηση και διευθέτηση τυχόν θεμάτων σύγκρουσης συμφερόντων μεταξύ των διευθυντικών στελεχών, των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου και των μετόχων, συμπεριλαμβανομένων και των περιπτώσεων κακοδιαχείρισης περιουσιακών στοιχείων ή συναλλαγών με συνδεδεμένα μέρη.

Επίσης το Διοικητικό Συμβούλιο:

- Ευθύνεται για την σύνταξη των οικονομικών εκθέσεων ετησίων, εξαμηνιαίων και τριμηνιαίων, στις οποίες αναφέρονται μεταξύ άλλων και οι συναλλαγές της εταιρείας με τις συνδεδεμένες με αυτήν επιχειρήσεις του άρθρου 42^ε παρ 5 του Κ.Ν 2190/20. Οι εκθέσεις αυτές γνωστοποιούνται στις εποπτικές αρχές, στο επενδυτικό κοινό και σε κάθε ενδιαφερόμενο όπως προβλέπεται από τις σχετικές αποφάσεις και εγκυκλίους της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς.
- Αποφασίζει για θέματα που αφορούν τις κάθε είδους αμοιβές που καταβάλλονται στα διευθυντικά στελέχη της εταιρείας και τη γενικότερη πολιτική αμοιβών της εταιρείας.

Στο πλαίσιο των ανωτέρω εξουσιών και καθηκόντων του, το Διοικητικό Συμβούλιο ενεργεί συλλογικά και οι σχετικές αποφάσεις του λαμβάνονται από όλα τα μέλη του ανεξαρτήτων της ιδιότητας τους ως εκτελεστικών, μη εκτελεστικών ή ανεξάρτητων.

Σύμφωνα με το Καταστατικό της Εταιρείας, το Διοικητικό Συμβούλιο δύναται να εκχωρεί με απόφαση δικαιώματα και εξουσίες του που σχετίζονται με τη διοίκηση, διαχείριση και εκπροσώπηση της εταιρείας σε ένα ή περισσότερα πρόσωπα, ανεξάρτητα αν τα πρόσωπα αυτά είναι μέλη του ή όχι. Ο τρόπος δέσμευσης και εκπροσώπησης της εταιρείας καθορίζεται από το Διοικητικό Συμβούλιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΙ ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.

5.1 Αριθμοδείκτες ρευστότητας

5.1.1 Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας

$$\text{Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

2012	2011	2010
$\frac{11152,00}{8326,10} = 1,3$ φορές	$\frac{13288,80}{12935,50} = 1,0$ φορές	$\frac{12786}{9385,3} = 1,4$ φορές

Ένας ικανοποιητικός αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας πρέπει να κυμαίνεται περίπου στις δύο, όμως στην ελεγχόμενη εταιρεία είναι πιο χαμηλός και αυτό δείχνει ότι η εταιρεία δεν είναι σε θέση να εξοφλεί τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της. Ειδικά, το 2011 όπου η τιμή του δείκτη είναι 1,0 βρίσκεται κάτω από τα όρια.

5.1.2 Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας

$$\text{Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν ενεργητικό} - \text{αποθέματα}}{\text{βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

2012	2011	2010
$\frac{6443,90}{8326,10} = 0,8 \text{ φορές}$	$\frac{7904,30}{12935,50} = 0.6 \text{ φορές}$	$\frac{8417,3}{9385,3} = 0.9 \text{ φορές}$

Ένας ικανοποιητικός δείκτης άμεσης ρευστότητας πρέπει να βρίσκεται περίπου στο ένα. Το 2012 και 2010 όπου οι δείκτες είναι 0,8 και 0,9 αντίστοιχα η εταιρεία βρίσκεται σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο ρευστότητας. Αντίθετα, το 2011 είναι στο περίπου στο όριο και αυτό σημαίνει ότι τα αμέσως ρευστοποιήσιμα στοιχεία της εταιρείας ήταν ανεπαρκή να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις.

5.1.3 Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας

$$\text{Αριθμοδείκτης ταμειακής Ρευστότητας} = \frac{\text{Διαθέσιμο ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις} - \text{προκαταβολές}}$$

2012	2011	2010
$\frac{2557,98}{8326,10} = 0,3$ φορές	$\frac{4464,17}{12935,50} = 0.3$ φορές	$\frac{5258,91}{9385,3} = 0,6$ φορές

Τα παραπάνω αποτελέσματα του αριθμοδείκτη ταμειακής ρευστότητας μας δείχνουν στην εταιρεία που εξετάζουμε ότι τα περιουσιακά στοιχεία της δεν καλύπτουν σε ικανοποιητικό βαθμό τις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της.

5.2 Αριθμοδείκτες δραστηριότητας

5.2.1 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων

$$\text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων} = \frac{\text{Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Μέσος όρος απαιτήσεων}}$$

2012	2011	2010
$\frac{16114,93}{2743,60} = 5,9$ φορές	$\frac{14460,90}{1925,80} = 7,5$ φορές	$\frac{12899,13}{5710} = 2,3$ φορές

Οι απαιτήσεις στην συγκεκριμένη εταιρεία εισπράττονται κατά μέσο όρο 6 φορές για το έτος 2012 και 7 φορές για το έτος 2011. Οι τιμές του δείκτη είναι ικανοποιητικές οπότε υπάρχει μεγάλη ταχύτητα στην είσπραξη των απαιτήσεων το οποίο σημαίνει μικρότερη πιθανότητα ζημιών από επισφαλείς πελάτες. Αντίθετα, για το έτος 2010 που ο δείκτης βρίσκεται στο 2,3 δεν είναι επαρκείς.

5.2.2 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων

$$\text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων} = \frac{\text{Κόστος πωληθέντων}}{\text{Μέσο απόθεμα προϊόντων}}$$

2012	2011	2010
$\frac{12564,45}{2523,2} = 5,0$ φορές	$\frac{11403,85}{2438,30} = 4,7$ φορές	$\frac{10514,9}{2643,2} = 4,0$ φορές

Όσο μεγαλύτερος είναι ο συγκεκριμένος δείκτης τόσο πιο αποτελεσματικά λειτουργεί η εταιρεία, αφού έχουμε μείωση εξόδων αποθήκευσης και μείωση κινδύνου μη πώλησης των αποθεμάτων λόγω αλλοιώσεων, καταστροφών και αλλαγή προτιμήσεων των καταναλωτών. Επομένως η εταιρεία λειτουργεί αποτελεσματικά. Έχουμε μια σταδιακή άνοδο τα τελευταία τρία χρόνια.

5.2.3 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεων βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων

Αριθμοδείκτης ταχύτητας	
εξοφλήσεως βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων	$= \frac{\text{Κόστος πωληθέντων}}{\text{Μέσο ύψος βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων}}$

2012	2011	2010
$\frac{12564,95}{10630,80} = 1,2$ φορές	$\frac{11403,85}{19399,80} = 0,6$ φορές	$\frac{10514,9}{9385,3} = 1,1$ φορές

Στην εταιρεία μας η κυκλοφοριακή ταχύτητα απαιτήσεων είναι μεγαλύτερη από την κυκλοφοριακή ταχύτητα υποχρεώσεων οπότε δεν χρειάζεται να διατηρεί μεγάλα ποσά σε κυκλοφοριακά στοιχεία αφού είναι σαν να χρηματοδοτείται από τους επενδυτές.

5.2.4 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού

Αριθμοδείκτης ταχύτητας

$$\text{κυκλοφορίας ενεργητικού} = \frac{\text{Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$$

2012	2011	2010
$\frac{16114,93}{37890,05} = 0,4$ φορές	$\frac{14460,90}{40655,74} = 0,4$ φορές	$\frac{12899,13}{41231,62} = 0,3$ φορές

Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι αρκετά μικρότερος της μονάδας και τα τρία έτη οπότε δεν είναι ικανοποιητικός. Αυτό σημαίνει πως τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας δεν χρησιμοποιούνται εντατικά. Στην περίπτωση αυτή καλό θα ήταν η εταιρεία είτε να αυξήσει το βαθμό αξιοποίησης των περιουσιακών της στοιχείων είτε να ρευστοποιήσει κάποια από τα περιουσιακά της στοιχεία αφού πιθανών να μη χρησιμοποιούνται παραγωγικά.

5.2.5 Αριθμοδείκτης ταχύτητας ίδιων κεφαλαίων

$$\text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας} = \frac{\text{Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Σύνολο ίδιων κεφαλαίων}}$$

κυκλοφορίας ίδιων κεφαλαίων

2012	2011	2010
$\frac{16114,93}{29447,5} = 0,5$ φορές	$\frac{14460,90}{30260,80} = 0,5$ φορές	$\frac{12899,13}{28830} = 0,4$ φορές

5.3 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας

5.3.1 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων

<p>Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας = $\frac{\text{Καθαρά λειτουργικά κέρδη}}{\text{Ίδια κεφάλαια}}$</p> <p>ιδίων κεφαλαίων</p>
--

2012	2011	2010
$\frac{-290,25}{19545,59} * 100 = -1,5 \%$	$\frac{-963,04}{19803,91} * 100 = -4,7\%$	$\frac{-3761,72}{20913,78} * 100 = -18\%$

Παρατηρούμε ότι και τα τρία έτη η εταιρεία έχει αρνητικό ποσοστό αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων το οποίο ίσως να οφείλεται σε ανεπαρκή διοίκηση. Όμως το αρνητικό ποσοστό μειώνεται μεταξύ του 2010-2011 κατά 13,3%.

5.3.2 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού

$$\text{Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας} = \frac{\text{Καθαρά λειτουργικά κέρδη}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}} \\ \text{Ενεργητικού}$$

2012	2011	2010
$\frac{-290,25}{58217,90} * 100 = -0,5\%$	$\frac{-963,04}{61271,6} * 100 = -1,6\%$	$\frac{-3761,72}{63511,9} * 100 = -5,9\%$

Ο αριθμοδείκτης αυτός μας δείχνει την απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων της εταιρείας. Διακρίνουμε αρνητικά ποσοστά τα οποία όμως μειώνονται σημαντικά από χρόνο σε χρόνο.

5.3.3 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικού κεφαλαίου

$$\text{Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας} = \frac{\text{Καθαρά λειτουργικά κέρδη} + \text{T Ξ Κ}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}} \\ \text{συνολικού κεφαλαίου}$$

2012	2011	2010
$\frac{379,9}{58217,9} * 100 = -0,7\%$	$\frac{1479,1}{61271,6} * 100 = -2,4\%$	$\frac{7050,8}{63511,9} * 100 = -11,1\%$

Τα ποσοστά της αποδοτικότητας συνολικών κεφαλαίων είναι αρνητικό οπότε η κατάσταση της εταιρείας δεν είναι κερδοφόρα. Αλλά έχει μειωθεί αρκετά το ποσοστό από το έτος 2010 στο 2011 από -11,1% σε -2,4% .

5.3.4 Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους

$$\text{Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους} = \frac{\text{Μεικτά κέρδη εκμεταλλεύσεως}}{\text{Κύκλος εργασιών}}$$

2012	2011	2010
$\frac{3549,99}{16114,93} * 100 = 22\%$	$\frac{3057,05}{14460,90} * 100 = 21,1\%$	$\frac{2384,25}{12899,13} * 100 = 18,5\%$

Μια επιχείρηση πρέπει να έχει ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό μικτού περιθωρίου κέρδους ώστε να μπορεί να καλύπτει τα λειτουργικά και άλλα έξοδα και συγχρόνως να της μένει ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος. Στην συγκεκριμένη εταιρεία το ποσοστό του μικτού κέρδους δεν είναι ιδιαίτερα υψηλό. Είναι πιθανό η εταιρεία να αντιμετωπίζει δυσκολία ικανοποίησης των εξόδων της αλλά και χαμηλά κέρδη ως και καθόλου.

5.3.5 Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους

$$\text{Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους} = \frac{\text{Καθαρά κέρδη χρήσης}}{\text{Κύκλος εργασιών}}$$

2012	2011	2010
$\frac{-290,25}{16114,93} * 100 = -1,8\%$	$\frac{-963,04}{14460,90} * 100 = -6,7\%$	$\frac{-3761,72}{12899,13} * 100 = -29,2\%$

Ο αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους μας δείχνει το ποσοστό καθαρού κέρδους που επιτυγχάνει μια επιχείρηση από τις λειτουργικές της δραστηριότητες. Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης εταιρείας είναι αρνητικά το οποίο σημαίνει ότι δεν υπάρχουν κέρδη και καλύπτει ζημίες προηγούμενων ετών. Όπως βλέπουμε το 2010 το ποσοστό είναι -29,2% το οποίο μειώθηκε αρκετά το 2011 στο -6,7% και το 2012 στο -1,8%.Αλλά η εταιρεία ακόμα παραμένει σε αρνητικό ποσοστό δηλαδή μη επικερδής.

5.3.6 Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως

$$\text{Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως} = \frac{\text{Αποδοτικότητα ίδιων κεφαλαίων}}{\text{Αποδοτικότητα συνολικών κεφαλαίων}}$$

2012	2011	2010
$\frac{-1,5}{-0,7} = 2,1$	$\frac{-4,7}{-2,4} = 2$	$\frac{-18}{-11,1} = 1,6$

Ο αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως και τα τρία έτη είναι μεγαλύτερος της μονάδας που σημαίνει ότι η επίδραση από τη χρήση των ξένων κεφαλαίων είναι θετική και επωφελής για την εταιρεία.

5.4 Αριθμοδείκτες ρευστότητας

5.4.1 Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας	2,19	1,66	1,96

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας μας δείχνει πόσες φορές είναι μεγαλύτερο το κυκλοφορούν ενεργητικό από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Σύμφωνα με όσα έχουμε διδαχθεί ο δείκτης αυτός πρέπει να κυμαίνεται μεταξύ 2 – 2,5. Παρατηρούμε λοιπόν ότι υπάρχει μείωση του δείκτη από το έτος 2010 στο 2011. Η μείωση είναι σχετική μικρή ωστόσο μας απομακρύνει από τα επιθυμητά όρια. Το 2012 ο δείκτης μας βρίσκεται ανάμεσα στα όρια τα οποία έχουμε θέσει. Ως εκ τούτου θα μπορούσαμε ίσως να συμπεράνουμε ότι το 2011 αποτέλεσε εξαίρεση, παρόλα αυτά θα μπορούσαμε να προβούμε σε συμπεράσματα μονάχα με τη βοήθεια και άλλων δεικτών.

5.4.2 Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας	1,73	1,26	1,51

Ο δείκτης ειδικής ρευστότητας μας δείχνει την δυνατότητα της επιχείρησης να ανταποκριθεί στις τρέχουσες υποχρεώσεις της. Τα επιθυμητά όρια σε αυτό τον αριθμοδείκτη κυμαίνονται μεταξύ 0,8 – 1,3. Καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης τριετίας παρατηρούμε ότι η επιχείρηση βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα, σε σχέση με τα παραπάνω όρια. Αυτό μπορεί να σχετίζεται με την πολιτική την οποία ακολουθεί η επιχείρηση ως προς τα αποθέματά της. Δεδομένου και της φύσης της επιχείρησης, οι πρώτες ύλες τις οποίες χρησιμοποιεί, έχουν αρκετά μεγάλη διάρκεια ζωής. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί η μεγάλη αύξηση που παρουσιάζουν οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις από το 2010 στο 2011. Το έτος 2012 μειώνονται οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της αλλά καταλήγουν σε υψηλότερο σημείο από ότι το 2010.

5.4.3 Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας	0,64	0,41	0,51

Ο αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας μας δείχνει αν και κατά πόσο τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης είναι σε θέση να καλύψουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Η συγκεκριμένη επιχείρηση δεν είναι σε

θέση να καλύψει τις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της σε μεγάλο βαθμό, γεγονός, το οποίο θα μπορούσε να μας προβληματίσει σχετικά με την ρευστότητα της. Θα πρέπει επιπλέον να επισημάνουμε ότι το 2011 μας δημιουργεί μεγάλο πρόβλημα διότι ο δείκτης της επιχείρησης βρίσκεται στο μικρότερο το σημείο, αυτό σε συνάρτηση με την μείωση των προηγούμενων δεικτών μας προβληματίζει, σχετικά με τα γεγονότα ή την πολιτική της επιχείρησης το έτος αυτό.

5.5 Αριθμοδείκτες δραστηριότητας

5.5.1 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων	3,31	3,08	3,03

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης των απαιτήσεων μας δείχνει πόσο συχνά εισπράττει η εταιρεία τις απαιτήσεις της από τους πελάτες της. Υπάρχει γενική αύξηση του δείκτη στην αρχή (από το 2010 στο 2011) σε μικρό βαθμό, ενώ στη συνέχεια (2012) σε μεγαλύτερο βαθμό. Αυτό συμβαίνει αφενός λόγο της μείωσης των πωλήσεων, γεγονός το οποίο μας προβληματίζει, και αφετέρου λόγο της αύξησης που υπάρχει στις απαιτήσεις της επιχείρησης από τους πελάτες. Από αυτό το δείκτη συμπεραίνουμε πρόβλημα το οποίο σε περίπτωση που συνεχιστεί η επιχείρηση είναι πολύ πιθανόν να αντιμετωπίσει πρόβλημα ρευστότητας, αφού ενώ οι πωλήσεις της μειώνονται, αυξάνονται οι απαιτήσεις της. Ωστόσο με την δεδομένη οικονομική κρίση που επικρατεί στην Ελληνική αγορά, είναι αρκετά λογική η μείωση των πωλήσεων της, με αποτέλεσμα να χρειαστεί ενδεχομένως να δούμε την πορεία της και το τρέχον ή και τα επόμενα χρόνια, ώστε να καταλήξουμε με σιγουριά σε κάποιο συμπέρασμα.

5.5.2 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων	3,62	3,26	3,06

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας των αποθεμάτων μας δείχνει πόσες φορές ανανεώνει η επιχείρηση τα αποθέματα της μέσα στη χρήση. Σε αυτό το δείκτη παρατηρείται αύξηση από το έτος 2010 έως το 2012. Αυτό εξηγείται από την αύξηση που παρουσιάζουν τα αποθέματα της επιχείρησης αλλά και από την μείωση του κόστους των πωληθέντων. Το δεύτερο, μας προβληματίζει αφού συνεπάγεται με την μείωση των πωλήσεων καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης τριετίας.

5.5.3 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεως βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξοφλήσεως βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων	2,96	2,64	2,54

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων μας δείχνει πόσο συχνά πληρώνει η επιχείρηση τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της μέσα στη χρήση. Παρατηρούμε αύξηση αυτού του αριθμοδείκτη και στα τρία έτη. Αυτή η αύξηση είναι αρκετά ευνοϊκή για την επιχείρηση, αφού έχει την ευχέρεια να καθυστερεί να πληρώσει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της, από αυτό συμπεραίνουμε τόσο ότι έχει

χτίσει ένα καλό όνομα, όσο και ότι υπάρχει σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ επιχείρησης και κατά κόρον των προμηθευτών της. Η αύξηση που παρατηρείται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης αλλά και η μείωση η οποία υπάρχει στο κόστος των πωληθέντων, έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του αριθμοδείκτη αυτού.

5.5.4 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού	1,01	0,92	0,90

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας του ενεργητικού μας δείχνει πόσες φορές μέσα στη χρήση ανανεώθηκαν οι ληφθείσες από την επιχείρηση πιστώσεις, πιο απλά μας δείχνει πόσες φορές καλύπτει το κόστος πωληθέντων, τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης. Υπάρχει σταδιακή αλλά σταθερή αύξηση από το έτος 2010 έως το 2012. Αυτή η αύξηση είναι θετική αφού οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τις επιχείρησης καλύπτονται ολοένα και περισσότερο από το κόστος των πωληθέντων. Το κόστος πωληθέντων συνεχώς μειώνεται όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, ενώ το σύνολο του ενεργητικού παρουσιάζει μείωση το έτος 2011, σε αντίθεση με το έτος 2012 στο οποίο υπάρχει αύξηση η οποία ξεπερνά το ύψος του ενεργητικού το 2010. Δηλαδή από τον ισολογισμό της επιχείρησης προκύπτει ότι το έτος 2012 το σύνολο του ενεργητικού βρίσκεται στο υψηλότερο σημείο της τριετίας. Όσον αφορά την μείωση του κόστους των πωληθέντων και κατ' επέκταση και των πωλήσεων, θα έχουμε μία πιο σφαιρική άποψη από την σύγκριση τις επιχείρησης με την επιχείρηση “Παπουτσάνης”, ώστε να εξετάσουμε την πορεία του κλάδου στην ισχύουσα οικονομική κατάσταση της χώρας. Με αυτόν τον τρόπο θα κατανοήσουμε με μεγαλύτερη ακρίβεια αν η

μείωση των πωλήσεων παρουσιάζετε μονάχα στην εξεταζόμενη επιχείρηση ή αν η μείωση αυτή είναι γενικό φαινόμενο στον κλάδο τα έτη 2011 και 2012.

5.6 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

5.6.1 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων	10,7	5,94	7,13

Μεταξύ του 2011 και του 2012 έχουμε αύξηση του δείκτη, αφού η εταιρεία παρουσίασε κέρδη προσφορών. Αυτό σημαίνει πως η αύξηση στα κεφάλαια των φορέων της επιχείρησης χρησιμοποιούνται ολοένα και πιο αποτελεσματικά. Η μείωση του δείκτη το 2011 σημαίνει ότι η επιχείρηση πάσχει σε κάποιο τομέα της.

5.6.2 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού	6,27	3,4	3,87

Η απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων της εταιρείας έχει μειωθεί το 2011. Αλλά το 2012 παρατηρούμε η εταιρεία να είναι σε θέση να παρέχει μεγάλη εξασφάλιση στους επενδυτές της.

5.6.3 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικού κεφαλαίου

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικού κεφαλαίου	7,46	3,97	4,62

Μεταξύ του 2012 και του 2011 έχουμε αύξηση του δείκτη, το οποίο σημαίνει, ότι η δυναμικότητα του συνόλου των κεφαλαίων στην επιχείρηση είναι κερδοφόρα. Επίσης, βελτιώνεται η αποδοτικότητα της επιχείρησης και η ικανότητά της για πραγματοποίηση κερδών.

5.6.4 Αριθμοδείκτης μεικτού περιθωρίου κέρδους

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους	47,51	47,96	49,22

Ο αριθμοδείκτης μεικτού περιθωρίου κέρδους όλα τα έτη κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα. Ο δείκτης είναι ικανοποιητικός καθώς μπορεί να αντιμετωπίσει την αύξηση του κόστους των πωλούμενων προϊόντων χωρίς δυσκολία όπου σημαίνει πως η διοίκηση έχει την ικανότητα.

5.6.5 Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους	6,47	4,46	5,58

Όσο μεγαλύτερος ο δείκτης τόσο πιο επικερδής η επιχείρηση. Το 2011 παρουσιάζεται μια πτώση και αυτό στα μειωμένα χρηματοοικονομικά έσοδα, όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα χρήσης.

5.6.6 Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως

	2012	2011	2010
Αριθμοδείκτης οικονομικής μοχλεύσεως	1,43	1,49	1,54

Διαπιστώνουμε ότι ο δείκτης είναι μεγαλύτερος της μονάδας άρα η επίδραση των ξένων κεφαλαίων στα κέρδη της επιχείρησης είναι θετική και επωφελής για την επιχείρηση.

5.7 Σύγκριση αποτελεσμάτων μεταξύ των δεικτών

- Δείκτης Γενικής Ρευστότητας

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (1,4): Παρατηρούμε ότι η εταιρεία ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. δεν μπορεί να εξοφλεί τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (2,19): Το 2012 παρατηρήθηκε μεγάλη αύξηση, πράγμα που μας δείχνει ότι η επιχείρηση θα μπορέσει να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, αλλά επειδή το 2010 και το 2011 ήταν μεγάλη η διαφορά, το συμπέρασμα θα δοθεί καθαρά και από την σύγκριση των άλλων δεικτών.

- Δείκτης ειδικής ρευστότητας

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (0,8): Για να είναι ικανοποιητικός ο δείκτης πρέπει να έχει ως αποτέλεσμα την μονάδα τουλάχιστον. Επειδή λοιπόν ο δείκτης βρίσκεται στο 0,8 σημαίνει ότι τα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της επιχείρησης δεν καλύπτουν τις υποχρεώσεις.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (1,73): Εφόσον βρίσκεται πάνω από την μονάδα, η επιχείρηση μπορεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της.

- Ταμειακής ρευστότητας

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (0,3): Τα παραπάνω αποτελέσματα του αριθμοδείκτη ταμειακής ρευστότητας μας δείχνουν στην εταιρεία που εξετάζουμε ότι τα περιουσιακά στοιχεία της δεν καλύπτουν σε ικανοποιητικό βαθμό τις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (0,64): Παρ'όλη την αύξηση του δείκτη, σε σχέση με τα προηγούμενα δύο χρόνια η επιχείρηση δεν είναι σε θέση να καλύψει τις υποχρεώσεις της σε μεγάλο βαθμό.

- Δείκτης Ταχύτητας Εισπράξεων Απαιτήσεων

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (≈ 6 φορές): Οι τιμές του δείκτη είναι ικανοποιητικές, πράγμα που μας δείχνει ότι υπάρχει μεγάλη ταχύτητα στην είσπραξη των απαιτήσεων.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ($\approx 3,3$ φορές): Παρατηρείται αύξηση σε σχέση με το 2010 και 2011, παρ'όλα αυτά διαπιστώνεται πρόβλημα, το οποίο αν συνεχιστεί η επιχείρηση θα αντιμετωπίσει πρόβλημα ρευστότητας.

- Δείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (5 φορές): Στη συγκεκριμένη επιχείρηση παρατηρείται μια σταδιακή άνοδος τα τελευταία χρόνια.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ($\approx 3,5$ φορές): Η επιχείρηση ναι μεν παρουσιάζει αύξηση, αλλά η αύξηση αυτή των εποθεμάτων συνεπάγεται με την μείωση των πωλήσεων τα τελευταία τρία χρόνια.

- Δείκτης Ταχύτητας Εξοφλήσεων Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (1,2 φορές): Στην εταιρεία ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ η κυκλοφοριακή ταχύτητα απαιτήσεων είναι μεγαλύτερη από την κυκλοφοριακή ταχύτητα υποχρεώσεων, οπότε δεν χρειάζεται να διατηρεί μεγάλα ποσά σε κυκλοφοριακά στοιχεία αφού είναι σαν να χρηματοδοτείται από τους επενδυτές.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (≈ 3 φορές): Παρατηρείται σχετική αύξηση σχετικά ευνοϊκή, πράγμα που μας δείχνει ότι η αύξηση που παρατηρείται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της, αλλά και η μείωση που υπάρχει στο κόστος των πωληθέντων έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση αυτού του αριθμοδείκτη.

- Δείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (0,4 φορές): Εφ'όσον είναι μικρότερος της μονάδας, δεν είναι ικανοποιητικός.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (1,01 φορές): Ο δείκτης όχι μόνο ξεπερνάει την μονάδα, αλλά παρατηρείται και συνεχής αύξηση, πράγμα που σημαίνει ότι οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης καλύπτονται όλο και

περισσότερο.

- Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (-1,5 %): Και τα τρία τελευταία έτη η εταιρεία έχει αρνητικά ποσοστά τα οποία όμως μειώνονται μεταξύ των ετών.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (10,7 %): Η εταιρεία παρουσιάζει αύξηση κερδών το οποίο σημαίνει ότι τα κεφάλαια των φορέων της επιχείρησης χρησιμοποιούνται ολοένα και πιο αποτελεσματικά.

- Δείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (-0,5 %): Παρατηρούμε αρνητικά ποσοστά τα οποία όμως μειώνονται μεταξύ των ετών.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (6,27 %): Η εταιρεία παρέχει εξασφάλιση στους επενδυτές της.

- Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Κεφαλαίου

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (-0,7 %): Τα ποσοστά είναι αρνητικά οπότε η κατάσταση της εταιρείας δεν είναι κερδοφόρα.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (7,46 %): Η δυναμικότητα του συνόλου των κεφαλαίων είναι κερδοφόρα.

- Δείκτης Μεικτού Περιθωρίου Κέρδους

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (22 %): Το ποσοστό δεν είναι ιδιαίτερα υψηλό. Μ' αυτόν τον τρόπο παρουσιάζονται προβλήματα ικανοποίησης εξόδων αλλά και χαμηλών κερδών.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (47,51 %): Ο δείκτης είναι ικανοποιητικός και κυμαίνεται σε σταθερά επίπεδα.

- Δείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (-1,8 %): Δεν υπάρχουν κέρδη και καλύπτονται ζημιές προηγούμενων ετών.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (6,47 %): Παρατηρούμε αύξηση τον τελευταίο χρόνο.

- Δείκτης Οικονομικής Μοχλεύσεως

ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (2,1): Και τα τρία έτη είναι μεγαλύτερος της μονάδας πράγμα που σημαίνει ότι η επίδραση από την χρήση των ξένων κεφαλαίων είναι θετική και επωφελής για την εταιρεία.

ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (1,43): Είναι μεγαλύτερος της μονάδας άρα η επίδραση των ξένων κεφαλαίων στα κέρδη της επιχείρησης είναι θετική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε με τη χρήση των αριθμοδεικτών όπου αξιολογήθηκαν και αξιοποιήθηκαν τα στοιχεία των οικονομικών καταστάσεων των εταιρειών Παπουτσάνης Α.Β.Ε.Ε. και ΓΡ. Σαράντης Α.Β.Ε.Ε. (ισολογισμός, κατάσταση αποτελεσμάτων). Από την ανάλυση προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα.

Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η επιχείρηση ΓΡ. Σαράντης Α.Β.Ε.Ε. έχει μεγαλύτερη ρευστότητα από την επιχείρηση Παπουτσάνης Α.Β.Ε.Ε., αφού οι δείκτες της πρώτης μας δίνουν αποτελέσματα αφενός καλύτερα από την επιχείρηση Παπουτσάνης Α.Β.Ε.Ε. και αφετέρου πιο κοντά στα επιθυμητά όρια τα οποία έχουμε θέσει. Με αυτά λοιπόν ως δεδομένα θα μπορούσαμε να πούμε ότι η επιχείρηση ΓΡ. Σαράντης Α.Β.Ε.Ε. είναι πού πιθανόν να μην αντιμετωπίσει άμεσα κάποιο πρόβλημα ρευστότητας.

Οι αριθμοδείκτες δραστηριότητας μας δείχνουν πόσες φορές οι επιχειρήσεις ανανεώνουν τα αποθέματα τους, καλύπτει το κόστος πωληθέντων τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τους, πληρώνουν οι επιχειρήσεις τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, αλλά και πόσες φορές εισπράττουν τις απαιτήσεις τους. Από τα αποτελέσματα αυτής της ομάδας αριθμοδεικτών, συμπεραίνουμε ότι η επιχείρηση Παπουτσάνης Α.Β.Ε.Ε. είναι σε καλύτερη θέση. Εισπράττει περισσότερες φορές τις απαιτήσεις της, ενώ πληρώνει λιγότερες φορές τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της. Αυτό το γεγονός το οποίο είναι και ζητούμενο για τις επιχειρήσεις βοηθάει στην ρευστότητα της εκάστοτε επιχείρησης.

Η επιλογή της επιχείρησης στην οποία θα επενδύσει κάποιος εξαρτάται από τα κριτήρια τα οποία έχει, την προσωπικότητα του αλλά και τους λόγους για τους οποίους θέλει να επενδύσει. Για αυτό το λόγο δεν προτείνουμε κάποια από τις δύο επιχειρήσεις, απλά εναποθέτουμε τα συμπεράσματα στα οποία έχουμε οδηγηθεί από την παραπάνω ανάλυση.

Βιβλιογραφία

Ανδρέα Ι. Νικολάου, *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων*, Εκδόσεις Ευγ. Μπένου, Αθήνα 1999.

Νικήτα Α. Νιάρχου, *Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων*, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 2004.

Κωνσταντίνος Κάντζος, *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1997.

Αργύρης Λέων Αδαμίδης, *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων*, Εκδόσεις University studio press, Αθήνα 1998.

Ευρυδίκη Σιφναίου, Νίκος Σηφουνάκης, Γιάννης Κουτσοιρίδης, *Ενθύμιον σαπυνοποιίας Λέσβου*, Εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα 2002.

Ευρυδίκη Σιφναίου, *Άρωμα σαπουνιού*, Εκδόσεις Αρχιπέλαγος, Αθήνα 2000.

www.acc.tei.pir (Παρουσιάσεις ανάλυσης χρηματοοικονομικών καταστάσεων), Ν.Συκιανάκης.

Κοντακος Γ. Αριστοτέλης, *Γενική λογιστική σε ευρώ*, Εκδοτικός οίκος ΕΛΛΗΝ – Γ. ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε., Αθήνα 2006

Κλαδική μελέτη ICAP : Καλλυντικά ,2012

Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (ΕΛΣΤΑΤ)

HELLASTAT : Καλλυντικά

Www.naftemporiki.gr

www.capital.gr

www.euro2day.gr

www.papoytsanis.gr

www.fmvoice.gr

www.traveltimes.gr

www.palo.gr

www.franchise-success.gr

www.agora.mfa.gr

<http://www.sarantis.gr/gr/index.asp>

<http://ir.sarantis.gr/el-gr/home/sarantis-investor-relations-home-page>

<http://www.ase.gr/>