



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ & ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Π.Μ.Σ. ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ
ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ (M.B.A. - T.Q.M. INTL.)**

Διπλωματική Εργασία
«ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΛΑΔΟΥ ΓΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΠΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»

Χριστίνα Παπουτσάνη (Χημικός Μηχανικός Ε.Μ.Π.)

Επιβλέπων
Δημήτριος Γεωργακέλλος
Καθηγητής Πανεπιστημίου Πειραιώς

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ : ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων - Ολική Ποιότητα» με διεθνή προσανατολισμό

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή [δευτέρα] σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)


Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - Ολική Ποιότητα με διεθνή προσανατολισμό με τίτλο:

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΛΑΔΟΥ ΓΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΠΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/τριας 

Όνοματεπώνυμο ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗ ΧΡΙΣΤΙΝΑ

Ημερομηνία 18/11/2020



Η παρούσα εργασία έγινε για εκπαιδευτικούς σκοπούς και ορισμένα από τα στοιχεία που περιέχει ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή.

Η διπλωματική μου εργασία είναι αφιερωμένη στους αγαπημένους μου γονείς.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά, τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Δημήτριο Γεωργακέλλο, για την εμπιστοσύνη, την υπομονή, όπως επίσης και την αφιέρωση πολύτιμου χρόνου, προκειμένου να ολοκληρωθεί η διπλωματική μου εργασία.

Επίσης, αισθάνομαι την ανάγκη, να εκφράσω την απέραντη ευγνωμοσύνη μου, στους γονείς μου για όλα όσα μου έχουν προσφέρει ειδικά κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών, και την ανιδιοτελή στήριξή τους σε κάθε μου επιλογή.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο κλάδος της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα παρόλο που βιώνει καθημερινά πιέσεις από φορολογικές επιβαρύνσεις, από νομικές απαγορεύσεις, από καινοτομικά προϊόντα που τείνουν να υποκαταστήσουν τα παραδοσιακά τσιγάρα και λοιπά προϊόντα καπνού, συνεχίζει και επιβιώνει, να αναπτύσσεται και να εξελίσσεται. Αν και πλέον στη χώρα μας ο αριθμός των καπνοβιομηχανιών είναι σημαντικά μικρός, αυτές παρόλη την οικονομική κατάσταση εμφανίζουν ακόμα και σήμερα κέρδη, ενώ ταυτόχρονα ενισχύουν και την εξαγωγική τους δραστηριότητα. Στην παρούσα εργασία γίνεται εξέταση του κλάδου της καπνοβιομηχανίας στην Ελλαδική επικράτεια. Συγκεκριμένα, λαμβάνει χώρα λεπτομερής ανάλυση του παραγωγικού τομέα αλλά και γενικότερα της αγοράς, ενώ επίσης εστιάζει και στην χρηματοοικονομική ανάλυση των τριών μεγαλύτερων παραγωγικών εταιριών Καρέλιας, PMI-Παπαστράτος και ΣΕΚΑΠ. Η τελευταία γίνεται με σκοπό να προσδιορίσει σε ποια από τις τρεις εταιρίες θα ήταν αποδοτική μία επένδυση σε περίπτωση που κάποιος υποψήφιος επενδυτής ήθελε να επικεντρωθεί σε αυτόν τον κλάδο. Στη συγκεκριμένη εργασία δεν επιλέγεται αποκλειστικά μία εταιρία, απλά γίνονται προτάσεις βάσει δυνάμεων – αδυναμιών, ευκαιριών – απειλών για τις εταιρίες που υπερτερούν.

Λέξεις κλειδιά: αριθμοδείκτες, καπνοβιομηχανία, Καρέλιας, ΣΕΚΑΠ, PMI-Παπαστράτος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	9
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	10
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	15
1.1 Σκοπός Διπλωματικής Εργασίας	15
1.2 Δομή Διπλωματικής Εργασίας	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	17
2.1 Ιστορικά Στοιχεία	17
2.2 Χρήση Καπνού και Συνέπειες για την Υγεία.....	18
2.3 Ο καπνός στην Ελλάδα	19
2.4 Κύκλος ζωής της παραγωγής καπνού	20
2.5 Διεθνείς Καπνοβιομηχανίες	21
2.6 Ο κλάδος της Καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα	22
2.7 Εναρμόνιση της ιδέας του επενδυτικού προγράμματος με το γενικό πλαίσιο των οικονομικών συνθηκών της χώρας.	23
2.8 Πορεία ενεργειών που προηγήθηκαν πριν τη συγκεκριμένη μελέτη.	24
2.9 Αναφορά δαπανών κατά το προ επενδυτικό σχέδιο για τυχόν προκαταρκτικές μελέτες και έρευνες.	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΛΑΔΟΥ.....	25
3.1 Περιγραφή και Ορισμός Κλάδου	25
3.2 Γενικά στοιχεία του κλάδου	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΓΧΩΡΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ.....	32
4.1 Οι εταιρίες του κλάδου της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα	32
4.2 Εισαγωγές – Εξαγωγές.....	35
4.3 Μεριδία αγοράς επιχειρήσεων του κλάδου	37
4.3.1 Μεταποιητικές επιχειρήσεις κλάδου	37
4.3.2 Επιχειρήσεις παραγωγής τσιγάρων.....	39
4.3.3 Επιχειρήσεις εισαγωγής τσιγάρων	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ	43
5.1 Καταναλωτική Συμπεριφορά	43
5.2 Οικονομικοί Παράγοντες.....	50
5.2.1 Οικονομική Κρίση:.....	50
5.2.2 Τιμές πώλησης των καπνικών προϊόντων & Υψηλή φορολόγηση:.....	51
5.2.3 Λαθρεμπόριο Τσιγάρων:	51
5.3 Εθισμός	53
5.4 Δημογραφικά Στοιχεία	53
5.5 Κοινωνικό Status	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: PEST ANALYSIS	57
6.1 Πολιτικό – Θεσμικό πλαίσιο	57
6.1.1 Πολιτικό	57

6.1.2 Θεσμικό πλαίσιο	59
6.2 Οικονομικό Περιβάλλον	64
6.2.1 Ανασκόπηση:	64
6.2.2 2019:	64
6.2.3 Σήμερα:.....	65
6.3 Κοινωνικό Περιβάλλον	66
6.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΠΕΝΤΕ ΔΥΝΑΜΕΩΝ ΤΟΥ PORTER	68
7.1 Απειλή από νεοεισερχόμενες εταιρείες:.....	69
7.2 Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών.....	70
7.3 Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.....	70
7.4 Απειλή από υποκατάστατα	70
7.5 Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων εταιριών	71
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ	
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΣΙΓΑΡΩΝ	73
8.1 Αριθμοδείκτες Ρευστότητας	73
8.1.1 Δείκτης Κυκλοφοριακής Ρευστότητας:.....	74
8.1.2 Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας:	75
8.2 Αριθμοδείκτες Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης και Κεφαλαιακής Διάρθρωσης ..	76
8.2.1 Αριθμοδείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια	77
8.2.2 Αριθμοδείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης	78
8.3 Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας	79
8.3.1 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων.....	79
8.3.2 Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Εξόφλησης Προμηθευτών	80
8.3.3 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων.....	82
8.3.4 Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού.....	83
8.3.5 Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων	84
8.4 Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	85
8.4.1 Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	85
8.4.2 Αποδοτικότητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων ή Συνολικού Ενεργητικού	87
8.4.3 Περιθώριο Μικτού Κέρδους.....	88
8.4.4 Περιθώριο Καθαρού Κέρδους.....	89
8.5 Αριθμοδείκτες Επένδυσης	91
8.5.1 Αριθμοδείκτης Κερδών ανά Μετοχή	91
8.5.2 Αριθμοδείκτης Τιμής προς Κέρδη ανά Μετοχή.....	92
8.5.3 Αριθμοδείκτης Μερισματικής Απόδοσης.....	93
8.5.4 Αριθμοδείκτης Διανεμόμενων Κερδών	95
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – SWOT ANALYSIS	96
9.1 Αποτελέσματα.....	96
9.2 SWOT Analysis.....	97
9.1.1 SWOT Analysis – Καρέλιας	99
9.1.2 SWOT Analysis – PMI-Παπαστράτος	100
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	103

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Διεθνείς Καπνοβιομηχανίες.....	22
Πίνακας 2: Κατηγοριοποίηση του καπνού με βάση την παραγωγή καπνικών προϊόντων.....	25
Πίνακας 3: Κύκλος εργασιών ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού... 	37
Πίνακας 4: Κύκλος εργασιών ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων .	39
Πίνακας 5: Κύκλος εργασιών ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων... 	40
Πίνακας 6: Μέσος όρος μηνιαίων ποσοτήτων προϊόντων καπνού (τροφίμων και καυσίμων) που αποκτήθηκαν από τα νοικοκυριά κατά τάξεις μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών και κατά τρόπο κτήσεως. Σύνολο χώρας. Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών, 2018	56
Πίνακας 7: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών καπνικών προϊόντων των νοικοκυριών κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος και κατά τρόπο κτήσεως. Σύνολο χώρας. Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών, 2018	56
Πίνακας 8: Συντελεστές Βιομηχανοποιημένων Καπνών (Klimantiris, S. n.d.).....	58
Πίνακας 9: Συγκεντρωτικός Πίνακας Ανάλυσης Αριθμοδεικτών.	96

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Αριθμός παραγωγών ανά ποικιλία καπνού (Πηγή: Stochasis, 2017)	27
Διάγραμμα 2: Διάρθρωση παραγωγών ανά ποικιλία καπνού (2016) (Πηγή: Stochasis, 2017).....	27
Διάγραμμα 3: Καλλιεργούμενες εκτάσεις καπνού ανά ποικιλία (Πηγή: Stochasis, 2017).....	28
Διάγραμμα 4: Διάρθρωση καλλιεργούμενων εκτάσεων ανά ποικιλία καπνού (Πηγή: Stochasis, 2017)	28
Διάγραμμα 5: Καλλιεργούμενες εκτάσεις ανά νομό σε εκτάρια (2016) (Πηγή: Stochasis, 2017).....	29
Διάγραμμα 6: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά ποικιλία_ Μπασμάς (Πηγή: Stochasis, 2017).....	29
Διάγραμμα 7: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_ Virginia (Πηγή: Stochasis, 2017).....	30
Διάγραμμα 8: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_ Κατερίνη (Πηγή: Stochasis, 2017).....	30
Διάγραμμα 9: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_ Burley (Πηγή: Stochasis, 2017)	31
Διάγραμμα 10: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_ Σ-79 Κατερίνη (Πηγή: Stochasis, 2017).....	31
Διάγραμμα 11: Συνολική αξία (σε εκατ. Ευρώ) εισαγωγών και εξαγωγών για το έτος 2019 σε σχέση με την αξία εισαγωγών και εξαγωγών για την κατηγορία Ποτά και Καπνός (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)	36
Διάγραμμα 12: Ποσοστιαία συσχέτιση εισαγωγών και εξαγωγών Συνόλου Προϊόντων (εξαιρουμένων πετρελαιοειδών και πλοίων) με τα προϊόντα Ποτών και Καπνού.	36

Διάγραμμα 13: Μεριδία αγοράς ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών 2012 - 2015 (Πηγή: Stochasis, 2017)	38
Διάγραμμα 14: Μεριδία αγοράς ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών 2016 - 2020 (Συνάρτηση FORECAST).....	38
Διάγραμμα 15: Μεριδία αγοράς ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών 2012 – 2015 (Πηγή: Stochasis, 2017)	39
Διάγραμμα 16: Μεριδία αγοράς ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών (Συνάρτηση: FORECAST).....	40
Διάγραμμα 17: Μεριδία αγοράς ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων βάσει κύκλου εργασιών 2012 – 2015 (Πηγή: Stochasis, 2017)	41
Διάγραμμα 18: Μεριδία αγοράς ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων βάσει κύκλου εργασιών (Συνάρτηση: FORECAST).....	41
Διάγραμμα 19: Διαχρονική εξέλιξη (ανά 5ετία) αριθμού καπνιστών ηλικίας 15 και άνω στην Ελλάδα (Πηγή: Stochasis, 2017)	45
Διάγραμμα 20: Αριθμός καθημερινών καπνιστών (Πηγή: Stochasis, 2017)	45
Διάγραμμα 21: Κατανομή πληθυσμού ως προς το κάπνισμα (2014) (Πηγή: Stochasis, 2017).....	46
Διάγραμμα 22: Κατανομή πληθυσμού ως προς το κάπνισμα 2014/2009 (Πηγή: Stochasis, 2017).....	46
Διάγραμμα 23: Ημερήσια κατανάλωση τσιγάρων όσων καπνίζουν καθημερινά (Πηγή: Stochasis, 2017)	47
Διάγραμμα 24: Συχνότητα καπνίσματος ανά ηλικιακή ομάδα (Πηγή: Stochasis, 2017).....	48
Διάγραμμα 25: Ηλικία έναρξης καπνίσματος για όσους κάπνισαν τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα οποτεδήποτε στη ζωή τους (Πηγή: Stochasis, 2017).....	48
Διάγραμμα 26: Έκθεση σε καπνό τσιγάρου το τελευταίο 6μηνο (2014) (Πηγή: Stochasis, 2017).....	49

Διάγραμμα 27: Φύλο καπνιστών (Πηγή: Stochasis, 2017)	49
Διάγραμμα 28: Συχνότητα καπνίσματος ανά φύλο (Πηγή: Stochasis, 2017)	50
Διάγραμμα 29: Δείκτης Τιμών Παραγωγού στη Βιομηχανία: Έιδη Καπνού, Έτος βάσης 2010 (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)	51
Διάγραμμα 30: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών καπνού και καπνικών προϊόντων των νοικοκυριών κατά Αστικές και Αγροτικές περιοχές σε αξία (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ) ...	54
Διάγραμμα 31: Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών (Πηγή: Stochasis, 2017)	54
Διάγραμμα 32: Εξέλιξη μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών σε αξία (Πηγή ΕΛΣΤΑΤ)	55
Διάγραμμα 33: Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα.	74
Διάγραμμα 34: Αριθμοδείκτης άμεσης (ειδικής) ρευστότητας για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	76
Διάγραμμα 35: Αριθμοδείκτης σχέσεως ξένων προς ίδιων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	77
Διάγραμμα 36: Αριθμοδείκτης σχέσεως ξένων προς ίδιων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	78
Διάγραμμα 37: Αριθμοδείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	80
Διάγραμμα 38: Αριθμοδείκτης μέσης περιόδου εξόφλησης προμηθευτών για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα.....	81
Διάγραμμα 39: Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	82
Διάγραμμα 40: Αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα.....	83

Διάγραμμα 41: Αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ιδίων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα.....	84
Διάγραμμα 42: Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	86
Διάγραμμα 43: Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα.....	87
Διάγραμμα 44: Αριθμοδείκτης περιθώριου μικτού κέρδους για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	89
Διάγραμμα 45: Αριθμοδείκτης περιθωρίου καθαρού κέρδους για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	90
Διάγραμμα 46: Αριθμοδείκτης κέρδους ανά μετοχή για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	92
Διάγραμμα 47: Αριθμοδείκτης τιμής ανά κέρδος ανά μετοχή για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	93
Διάγραμμα 48: Αριθμοδείκτης μερισματικής απόδοσης για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	94
Διάγραμμα 49: Αριθμοδείκτης μερισματικής απόδοσης για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα	95

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Διαδικασία παραγωγής καπνού	21
Εικόνα 2: Γεωγραφική κατανομή καπνιζόντων	44
Εικόνα 3: Δείκτες Οικονομικού Κλίματος: Ε.Ε.-27, Ευρωζώνη και Ελλάδα, (1990-2017=100, εποχικά εξομαλυμένα στοιχεία) (Institute for Economic and Industrial Research n.d.)	65
Εικόνα 4: Οικονομικές προσδοκίες και προσδοκίες απασχόλησης (Europa n.d.)..	66
Εικόνα 5: Πέντε δυνάμεις του Porter	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Σκοπός Διπλωματικής Εργασίας

Σκοπός της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει αναλυτικά τον κλάδο της Ελληνικής Καπνοβιομηχανίας και να εξετάσει τυχόν ύπαρξη επενδυτικής ευκαιρίας σε μία από τις τρεις μεγαλύτερες παραγωγικές καπνοβιομηχανίες της χώρας μας. Συγκεκριμένα, θα πραγματοποιηθεί εκτενής ανάλυση της αγοράς καπνού στην Ελλάδα και λεπτομερής χρηματοοικονομική ανάλυση των εταιριών Καρέλιας, ΣΕΚΑΠ και Παπαστράτος. Η χρηματοοικονομική ανάλυση θα βασιστεί σε αριθμοδείκτες, οι οποίοι θα υπολογιστούν με δεδομένα που αντλήθηκαν από τις ηλεκτρονικές σελίδες των εταιριών. Τα αποτελέσματα της χρηματοοικονομικής μελέτης θα μπορούν να στηρίξουν την επιλογή ενός υποψήφιου επενδυτή, για το ποια εταιρία τον συμφέρει περισσότερο να επενδύσει τα χρήματά του και γιατί, σε περίπτωση που τον ενδιαφέρει αποκλειστικά ο παραγωγικός κλάδος της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα.

1.2 Δομή Διπλωματικής Εργασίας

Το πρώτο κεφάλαιο περιλαμβάνει την εισαγωγή. Σε αυτήν παρουσιάζεται ο σκοπός για τον οποίο εκπονείται η συγκεκριμένη μελέτη καθώς επίσης και η δομή που έχει αυτή.

Το δεύτερο κεφάλαιο περιλαμβάνει ιστορική αναδρομή του καπνού στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως, το που χρησιμοποιείται ο καπνός και τι συνέπειες έχει για την υγεία, τον κύκλο ζωής και παραγωγής του καπνού, τις διεθνείς καπνοβιομηχανίες, τον ελληνικό κλάδο την καπνοβιομηχανίας, την εναρμόνιση της ιδέας του επενδυτικού προγράμματος με το γενικό πλαίσιο των οικονομικών συνθηκών της χώρας, την πορεία ενεργειών που προηγήθηκαν πριν τη συγκεκριμένη μελέτη καθώς και την αναφορά δαπανών κατά το προ επενδυτικό σχέδιο για τυχόν προκαταρκτικές μελέτες και έρευνες.

Το τρίτο κεφάλαιο εστιάζει περισσότερο στην περιγραφή του κλάδου της ελληνικής καπνοβιομηχανίας εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά του.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, δίνονται λεπτομέρειες για τις εταιρίες του κλάδου της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα, στοιχεία για εισαγωγές και εξαγωγές που πραγματοποιούνται, τα μερίδια αγοράς επιχειρήσεων του κλάδου ενώ τέλος γίνεται αναφορά στις μεταποιητικές επιχειρήσεις κλάδου, στις επιχειρήσεις παραγωγής τσιγάρων και στις επιχειρήσεις εισαγωγής τσιγάρων.

Το πέμπτο κεφάλαιο εστιάζει στους καταναλωτές καπνικών προϊόντων ερμηνεύοντας την καταναλωτική τους συμπεριφορά και τη ζήτηση των καπνικών προϊόντων εξετάζοντας τους παράγοντες από τους οποίους επηρεάζεται όπως οικονομικοί παράγοντες, εθισμός, δημογραφικά στοιχεία και κοινωνικό status.

Στο έκτο κεφάλαιο πραγματοποιείται PEST Analysis του κλάδου της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα εξετάζοντας λεπτομερώς το πολιτικό και θεσμικό πλαίσιο της χώρας μας, το οικονομικό περιβάλλον που επικρατεί, το κοινωνικό και το τεχνολογικό περιβάλλον που επηρεάζουν άμεσα την επιβίωση μιας εταιρίας στον συγκεκριμένο κλάδο.

Ανάλυση πέντε δυνάμεων Porter περιλαμβάνεται στο έβδομο κεφάλαιο. Εξετάζονται όλες οι δυνάμεις που επηρεάζουν την ένταξη ή όχι μιας εταιρίας μέσα στον κλάδο. Αυτές είναι η απειλή από νεοεισερχόμενες εταιρείες, η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών, η απειλή από υποκατάστατα και ο ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων εταιριών.

Στο κεφάλαιο οκτώ λαμβάνει χώρα χρηματοοικονομική ανάλυση, η οποία έχει ως στόχο τον προσδιορισμό των δυνατών και αδύνατων σημείων της επιχείρησης καθώς επίσης τη διαπίστωση του κατά πόσο αυτή είναι χρηματοοικονομικά ισχυρή και επικερδής. Σε αυτήν τη μελέτη, θα χρησιμοποιήσουμε αναλογίες, επειδή είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος εξαγωγής πιστωτικών αποτελεσμάτων σχετικά με την οικονομική κατάσταση, την απόδοση και τη ρευστότητα μιας εταιρείας. Σε αυτούς θα βασιστούμε επίσης για να καταλήξουμε και στο ποια εταιρία υποστηρίζει καλύτερα τη δυνατότητα μιας επένδυσης.

Στο ένατο κεφάλαιο συνοψίζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των αριθμοδεικτών για τις τρεις παραγωγικές εταιρίες καπνού του κεφαλαίου οκτώ, καθώς επίσης για τη διευκόλυνση της επιλογής εταιρίας προς επένδυση πραγματοποιείται SWOT Analysis των εταιριών που υπερέιχαν και είχαν τα καλύτερα αποτελέσματα.

Το τελευταίο κεφάλαιο, το δέκατο, αναφέρει όλη την βιβλιογραφία στην οποία στηρίχθηκε η συγκεκριμένη μελέτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1 Ιστορικά Στοιχεία

Η ιστορία της προέλευσης και της εξάπλωσης του καπνού ανάγεται χιλιάδες χρόνια. Το φυτό καπνού είναι αυτόχθονο στην Αμερική, όπου η καλλιέργειά του ξεκίνησε από τους ιθαγενείς Ινδούς το έτος 6000 π.Χ. Ο καπνός εισήχθη στην Ευρώπη το 1492 όταν ο Christopher Columbus και το πλήρωμά του επέστρεψαν από το πρώτο τους ταξίδι στην Αμερική μαζί με τα φύλλα και τους σπόρους καπνού. Από την Ευρώπη, ο καπνός εξαπλώθηκε σε άλλα μέρη του κόσμου τον 16ο αιώνα. (Manu Raj Mathur, 2012)

Στις αρχές του 16ου αιώνα, ο καπνός εισήχθη στη Μέση Ανατολή από Αιγύπτιους. Ο καπνός εισήχθη στην Κίνα και την Ιαπωνία μεταξύ 1530 και 1600, και ο ιαπωνικός στρατός εισήγαγε τον καπνό στην Κορέα την τελευταία δεκαετία του 16ου αιώνα. Κατά την ίδια περίοδο, Πορτογάλοι και Ισπανοί έμποροι πήραν καπνό στην Αφρική κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους. Η Πορτογαλία έφερε τον καπνό στην Ινδία στις αρχές του 17ου αιώνα, όπου χρησιμοποιούσαν τα φύλλα καπνού ως ανταλλακτικό για μπαχαρικά και υφάσματα. (Manu Raj Mathur, 2012)

Το φυτό καπνού ονομάστηκε βοτανικά από τον Σουηδό βοτανολόγο Carolus Linnaeus το 1753. Περιέγραψε 2 είδη του φυτού τοκόκο: το *nicotiana rustica* και το *nicotiana tabacum*. Ονόμασε το εργοστάσιο καπνού από τον Γάλλο Διπλωμάτη Jean Nicot, ο οποίος εισήγαγε και διαδόθηκε τον καπνό στη Γαλλία ως θεραπεία για ημικρανίες. Ιστορικά, ο καπνός έχει χρησιμοποιηθεί για διάφορους σκοπούς. Αυτά ποικίλλουν από καιρό σε καιρό και από περιοχή σε περιοχή. Ο καπνός χρησιμοποιήθηκε κυρίως από ιθαγενείς Αμερικανούς για τελετουργικούς σκοπούς. Συνήθιζαν να χρησιμοποιούν τον καπνό για κάπνισμα, κατάποση από το στόμα ως σιρόπι και μάζημα. Έπιναν ακόμη και καπνό μέσω πρωκτικών κλύσματα σε μια πνευματική τελετή. Στην Αϊτή, ο καπνός χρησιμοποιήθηκε ως φάρμακο για τον καθαρισμό των ρινικών διόδων και ως αναλγητικό. (Manu Raj Mathur, 2012)

Τον 16ο αιώνα, οι Ευρωπαίοι γιατροί συνήθιζαν να προτείνουν τον καπνό ως θεραπεία για τον πονοκέφαλο, τον πονόδοντο, τα νύχια που πέφτουν και τον καρκίνο. Η ψυχαγωγική χρήση του καπνού ξεκίνησε το δεύτερο μισό του 16ου αιώνα, όταν το κάπνισμα έγινε δημοφιλές από τον Thomas Harriot (κατά την επιστροφή του από τη Βιρτζίνια, όπου στάλθηκε για να διερευνήσει ευκαιρίες στη νεοαποκτηθείσα αποικία) και του Sir Walter Raleigh (ένας Άγγλος αριστοκράτης, ο οποίος ανέπτυξε την τέχνη της θεραπείας των φύλλων καπνού με τρόπο που διαδόθηκε το κάπνισμα στη βρετανική αριστοκρατία). Στις αρχές του 17ου αιώνα, το κάπνισμα έγινε δημοφιλές στις Κάτω Χώρες και αργότερα τον 18ο και 19ο αιώνα, εξαπλώθηκε σε όλη την Ευρώπη και στις χώρες της Ανατολικής Ασίας. Στην Ινδία και τη Μέση Ανατολή, το κάπνισμα ναργιλέ ή σωλήνων νερού (όπου ο καπνός καπνού διηθήθηκε μέσω νερού για να ξεπεραστούν οι υποτιθέμενες κακές επιπτώσεις του) ήταν δημοφιλής μεταξύ ευγενών και ελίτ τάξεων. (Manu Raj Mathur, 2012)

Οι στοματικές και ρινικές μορφές χρήσης καπνού έγιναν δημοφιλείς τον 18ο αιώνα. Στην Ινδία, το μάζημα των διαφορετικών γεύσεων των νιφάδων καπνού κέρδισε τη δημοτικότητα, ιδίως μεταξύ των γυναικών. Οι γυναίκες, εκείνες τις εποχές

συνήθιζαν να χρωματίζουν τα χείλη και το στόμα τους κόκκινα, μασώντας καπνό. Ο καπνός ρουθουνίσματος έγινε επίσης ευρέως αποδεκτός, γεγονός που οδήγησε σε αύξηση των εισαγωγών τοξίκου στην Ινδία κατά τους Μεσαίωνα. Κατά τη διάρκεια του Κριμαϊκού πολέμου, η χρήση τσιγάρων άρχισε να γίνεται δημοφιλής. Η κατανάλωση τσιγάρων αυξήθηκε εκθετικά κατά τη διάρκεια του Α Παγκοσμίου Πολέμου και μέχρι το τέλος του Β 'Παγκοσμίου Πολέμου, το κάπνισμα ήταν η πιο κοινή μορφή κατανάλωσης καπνού στις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου. Το κάπνισμα έμεινε βαθιά ριζωμένο στη δυτική κοινωνία μετά τον Β 'Παγκόσμιο Πόλεμο. Το κάπνισμα παραμένει το πιο δημοφιλές μέσο κατανάλωσης καπνού παγκοσμίως.

(Manu Raj Mathur, 2012)

2.2 Χρήση Καπνού και Συνέπειες για την Υγεία

Παρόλο που το μεγαλύτερο μέρος του καπνού που καταναλώνεται σε ολόκληρο τον κόσμο είναι με τη μορφή παρασκευασμένων τσιγάρων, καπνίζεται και σε άλλα προϊόντα, όπως πούρα, σωλήνες νερού, τσιγάρα γαρίφαλου, καπνός τυλιγμένος σε τεντού ή temburni αποξηραμένο ινδικό έβανο φύλλο που είναι δεμένο με ένα νήμα από βαμβάκι και παπύρωση (ρωσικά τσιγάρα με χαρτόνι). Οι σωλήνες νερού (sheesha) είναι συνηθισμένοι στη Μέση Ανατολή και σε ορισμένες ασιατικές χώρες. (Alshishtawy, 2013)

Η χρήση καπνού είναι πλέον η μοναδική αιτία θανάτου που μπορεί να προληφθεί στον κόσμο. Περισσότεροι θάνατοι προκαλούνται κάθε χρόνο από τη χρήση καπνού σε σχέση με τους θανάτους από τον ιό της ανθρώπινης ανοσοανεπάρκειας (HIV), τη φυματίωση και την ελονοσία. Επιστημονικές γνώσεις σχετικά με τις επιπτώσεις του καπνίσματος καπνού συσσωρεύθηκαν κατά τον τελευταίο αιώνα μετά από στοιχεία που συνδέουν το κάπνισμα και τον καρκίνο. Μεταξύ 1920 και 1940, ένας φαρμακοποιός, ο Angel Honorio Roffo, δημοσίευσε άρθρα που δείχνουν ότι οι καρκίνοι μπορούν να προκληθούν πειραματικά από την έκθεση σε πίσσα από καμένο καπνό. Οι Roffo et al. Περαιτέρω έδειξε ότι ο καρκίνος μπορεί να προκληθεί από καπνό χωρίς νικοτίνη, που σημαίνει ότι η ίδια η πίσσα ήταν καρκινογόνος. (Alshishtawy, 2013)

Το 1957, η πρώτη επίσημη δήλωση της κυβέρνησης των ΗΠΑ για το κάπνισμα και την υγεία μεταδόθηκε στην τηλεόραση. Ο Γενικός Χειρουργός, Leroy Burney, ανακοίνωσε ότι επιστημονικά στοιχεία υποστήριξαν το κάπνισμα ως αιτιώδη παράγοντα στην αιτιολογία του καρκίνου του πνεύμονα. Μέχρι το 1960, ο Joseph Garland, συντάκτης του New England Journal of Medicine επιβεβαίωσε ότι τα στοιχεία έχουν γίνει αρκετά ισχυρά για να υποδηλώσουν έναν αιτιολογικό ρόλο. Το κάπνισμα προκαλεί περίπου το 90% όλων των θανάτων από καρκίνο του πνεύμονα στους άνδρες και το 80% όλων των θανάτων από καρκίνο του πνεύμονα στις γυναίκες. Οι κύριες ασθένειες που προκαλούνται από τον καπνό περιλαμβάνουν άλλους καρκίνους, στεφανιαίες καρδιακές παθήσεις, καρδιαγγειακές παθήσεις, χρόνιες αναπνευστικές παθήσεις, επιπλοκές εγκυμοσύνης και αναπνευστικές ασθένειες στα παιδιά. (Alshishtawy, 2013)

Παρά τον μεγάλο όγκο στοιχείων, οι κατασκευαστές τσιγάρων έχουν πει στους καπνιστές ότι τα προϊόντα τους δεν είναι επιβλαβή για την υγεία. Στην

πραγματικότητα, οι εταιρείες τσιγάρων συχνά υποσχέθηκαν στους καταναλωτές ότι οι μάρκες τους ήταν καλύτερες για αυτές από τις μάρκες των ανταγωνιστών τους, επειδή ο καπνός ήταν λιγότερο ενοχλητικός, πιο ομαλός και πιο ήπιος. Ωστόσο, έγγραφα της εσωτερικής βιομηχανίας αποκάλυψαν ότι μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1950 οι εταιρείες καπνού γνώριζαν και αποδέχτηκαν την απόδειξη ότι το κάπνισμα ήταν αιτία καρκίνου. Αυτά τα έγγραφα αποκάλυψαν επίσης ότι οι εταιρείες καπνού σκόπιμα συνωμότησαν για να συγχέουν τη δημόσια συζήτηση σχετικά με το κάπνισμα και την υγεία και επέλεξαν τους επιστήμονες μέσω ερευνητικών χρηματοδοτικών προσφορών που διοχετεύονταν μέσω τρίτων οργανισμών. (Alshishtawy, 2013)

Οι κατασκευαστές καπνού παραδέχτηκαν πρόσφατα ότι το κάπνισμα προκαλεί καρκίνο του πνεύμονα και άλλες ασθένειες και σε διάφορους βαθμούς. Παρ' όλα αυτά, αντέκρουσαν τις κατηγορίες που έγιναν σε αγωγές προσωπικών τραυματισμών ότι τα προϊόντα τους προκάλεσαν καρκίνο. Οι ειδικοί στον τομέα της άμυνας κατέθεσαν ότι οι περισσότεροι άνθρωποι ξεκινούν το κάπνισμα λόγω πίεσης από ομοτίμους ή επειδή τα μέλη της οικογένειας καπνίζουν, όχι επειδή επηρεάστηκαν από τη διαφήμιση. Οι μάρτυρες υπεράσπισης δήλωσαν ότι οι εταιρείες καπνού δεν διαφημίζουν τα προϊόντα τους σε παιδιά κάτω των 21 ετών. Εμπειρογνώμονες κατέθεσαν ότι η νικοτίνη δεν είναι εθιστική και ότι οι άνθρωποι με κίνητρα μπορούν να σταματήσουν το κάπνισμα, ότι τα τσιγάρα, σε αντίθεση με τα σκληρά φάρμακα, δεν είναι εθιστικά και τα συμπτώματα στέρησης είναι ήπια, ότι η νικοτίνη δεν επηρεάζει την ανθρώπινη κρίση ή τη λήψη αποφάσεων, και ότι οι άνθρωποι καπνίζουν για χαλάρωση, γεύση και απόλαυση, όχι επειδή είναι εθισμένοι. (Alshishtawy, 2013)

Η παγκόσμια ανταπόκριση στην πανδημία θανάτου και νόσου που προκαλείται από τον καπνό ήταν World Health Organization's (WHO) Framework Convention on Tobacco Control (FCTC), η πρώτη παγκόσμια συνθήκη για την υγεία. Εφαρμόστηκαν πολιτικές, όπως απαγορεύσεις για άμεση και έμμεση διαφήμιση καπνού, φόρος καπνού και αυξήσεις τιμών, προώθηση δημόσιων χώρων και χώρων εργασίας χωρίς καπνό και εκτύπωση προειδοποιήσεων για την υγεία στη συσκευασία καπνού. Κάλεσε επίσης τις χώρες να καταρτίσουν προγράμματα για την εθνική, περιφερειακή και παγκόσμια εποπτεία της χρήσης καπνού. (Alshishtawy, 2013)

2.3 Ο καπνός στην Ελλάδα

Το 1909 ήρθε στην Ελλάδα η πρώτη μηχανή για την κατασκευή τσιγάρων η οποία μπορούσε να παράγει περίπου 200.000 έως 250.000 τσιγάρα την ημέρα, όταν αντίστοιχα με το ανθρώπινο χέρι παράγονταν 2.000 έως 3.000 τσιγάρα. 167 μηχανές παραγωγής και 13 επιχειρήσεις λειτουργούσαν στην Ελλάδα μέχρι το 1926.

Η εισαγωγή των πρώτων σιγαροποιητικών μηχανών στην ελληνική καπνοβιομηχανία αποτέλεσε έναν από τους σημαντικότερους σταθμούς στην εξέλιξή της.

Την περίοδο του μεσοπολέμου, ο καπνός αποτελεί ένα από τα κυριότερα εξαγωγικά αγαθά της χώρας με ετήσια παραγωγή περίπου 40.000 τόνους. Η ίδρυση των καπνοβιομηχανιών Καρέλια ΑΕ το 1888 και Παπαστράτος το 1930 καθώς και άλλων επιχειρήσεων τις επόμενες δεκαετίες οδηγούν για πρώτη φορά στην

υιοθέτηση στρατηγικών μάρκετινγκ στην αγορά των τσιγάρων έχοντας ως αποτέλεσμα την αύξηση της κατανάλωσης καθώς και των τιμών πώλησης των προϊόντων καπνού. Με την είσοδο της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την υιοθέτηση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής, οι καπνοβιομηχανίες είχαν πλέον τη δυνατότητα να εισάγουν καπνό για παραγωγή τσιγάρων, με αποτέλεσμα τη μείωση της εγχώρια παραγωγής (Σκούρας, 2001).

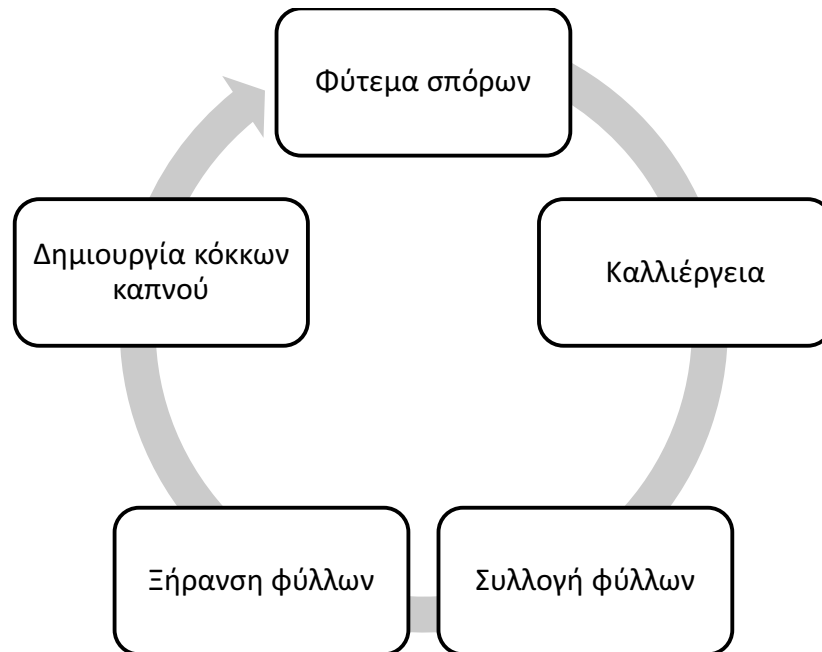
Το μεγαλύτερο μέρος (90% - 95%) της Ελληνικής παραγωγής καπνού, αφού επεξεργασθεί στην Ελλάδα προωθείται από τις εταιρείες εμπορίας καπνού, στο εξωτερικό. Λόγω της υψηλής ποιότητας των ελληνικών καπνών, το μεγαλύτερο ποσοστό της ελληνικής παραγωγής πωλείται σε γνωστές πολυεθνικές εταιρείες τσιγάρων ενώ οι υπόλοιπες ποσότητες επαρκούν για να καλύψουν τις ανάγκες των εγχώριων καπνοβιομηχανιών (ICAP, 2004)

Θέλοντας να τοποθετήσουμε την Ελλάδα στη διεθνή αγορά καπνών, η χώρα μας βρίσκεται στην 8η θέση διεθνώς από άποψη παραγωγής καπνών, 2η στην Ευρώπη με παραγωγή 130,000 τόνων ετησίως και στην 6η θέση από την άποψη εξαγωγών.

2.4 Κύκλος ζωής της παραγωγής καπνού

Ο καπνός είναι μονοετές, ποώδες φυτό το οποίο καλλιεργείται για τα φύλλα του, που μετά από ειδική επεξεργασία χρησιμοποιούνται για την παραγωγή καπνικών προϊόντων (Wikipedia, 2016).

Ο καπνός παράγεται με τρόπο τέτοιο, που όταν η όλη διαδικασία ολοκληρωθεί τότε καθορίζεται ο κύκλος ζωής του και γίνεται και η τελική αξιολόγηση. Η παραγωγή του καπνού ακολουθεί μία ολοκληρωμένη διαδικασία η οποία ξεκινά με τη μορφή σπόρων και καταλήγει στη μορφή των κόκκων. Τα βήματα που αποτελούν ένα ολοκληρωμένο κύκλο ζωής παραγωγής του καπνού περιγράφονται στο παρακάτω σχήμα.



Εικόνα 1: Διαδικασία παραγωγής καπνού

- **Φύτεμα σπόρων:** το πρώτο βήμα στην παραγωγή του καπνού είναι η φύτευση των σπόρων σε ειδικά καπνοσπορεία και στη συνέχεια αφού ποτιστούν, γίνονται τα μικρά φυτά τα οποία είναι έτοιμα να φυτευτούν στο κατάλληλο έδαφος.
- **Καλλιέργεια:** γίνεται κυρίως τους μήνες Δεκέμβριο, Ιανουάριο. Μετά τη φύτευση, ακολουθούν δύο σκαλίσματα σε διάστημα 15 – 20 ημερών.
- **Συλλογή φύλλων:** όταν επέλθει η ωρίμανση, κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, τα φύλλα κόβονται σταδιακά, προκειμένου να προχωρήσουν στη διαδικασία της αποξήρανσης. Αφού τοποθετηθούν τα φύλλα σε αρμάθες, το πρώτο στάδιο που είναι το κιτρίνισμα, συντελείται υπό σκιά και κατά προτίμηση σε υγρό περιβάλλον για 1 – 2 μέρες. Μετά εκτίθενται στον ήλιο για την πλήρη αποξήρανσή τους.
- **Ξήρανση φύλλων:** τα φύλλα αποθηκεύονται σε αποθήκες και θα πρέπει να ελέγχονται τακτικά και να λαμβάνονται τα κατάλληλα μέτρα, όπως αερισμός της αποθήκης, κατάλληλη θέρμανση και αραίωση των αρμάθων, ώστε να αποφευχθεί το μούχλιασμα των φύλλων. Στη συνέχεια γίνεται διαλογή των φύλλων σε πρώτη ποιότητα, δεύτερη και τελευταία η οποία και καταστρέφεται.
- **Δημιουργία κόκκων καπνού:** Μετά την αποξήρανση και τη διαλογή των φύλλων το προϊόν μεταφέρεται στα εργοστάσια σε μορφή δεμάτων, έτσι ώστε να προχωρήσει η επεξεργασία του. Στις καπνοβιομηχανίες θα απομακρυνθούν τα κεντρικά νεύρα των φύλλων και θα παραμείνουν πολύ μικρά κομμάτια τα οποία με τα κατάλληλα μηχανήματα θα προχωρήσουν στην παραγωγή των τσιγάρων και πούρων.

2.5 Διεθνείς Καπνοβιομηχανίες

- China National Tobacco Company: Η China National Tobacco Corp., η οποία εξυπηρετεί 300 εκατομμύρια καπνιστές στην Κίνα, είναι η μεγαλύτερη καπνοβιομηχανία στον κόσμο. Το 2013 κατασκεύασε περίπου 2,5 τρισεκατομμύρια τσιγάρα. Αμέσως μεγαλύτερος ανταγωνιστής της, η Philip Morris International (PMI), που παράγει 880 δισεκατομμύρια. Η Κίνα είναι ο μεγαλύτερος πάροχος καπνού και η συγκεκριμένη εταιρία κατέχει τις πιο προηγμένες τεχνικές κέρδους. Κατέχει το 44% του μεριδίου αγοράς παγκοσμίως, πράγμα που σημαίνει ότι η συγκεκριμένη εταιρία είχε το ήμισυ των μετοχών στην παραγωγή καπνού και στην παραγωγή προϊόντων.
- Altria Group Inc: Κινεζική εταιρία η οποία συνδέεται με την Philip Morris International και βρίσκεται στην κορυφή της βαθμολογίας εταιριών παγκοσμίως. Το προσωπικό της αποτελείται από ανθρώπους με υψηλές δεξιότητες που στόχο έχουν να κρατήσουν τον έλεγχο σε όλες τις διαδικασίες.
- Imperial Tobacco Group: βρίσκεται ανάμεσα στις κορυφαίες εταιρίες καπνού. Είναι σχετικά νεότερη, αλλά ξεκίνησε με επιτυχία, με την παραγωγή καπνού και προϊόντα αυτού. Τα έσοδα και το κέρδος είναι αναμφισβήτητα το ένα σκέλος του σκοπού της, στην πραγματικότητα όμως η εταιρία προσδοκά να πάρει τις κορυφαίες μετοχές στην παγκόσμια αγορά, πράγμα το οποίο είναι πολύ καλό σημάδι για την πορεία της εταιρίας. Η εταιρία αυτή τώρα έκανε αύξηση στο εργατικό δυναμικό της, όσο και στις πρώτες ύλες ώστε κατάφερε να έχει τις περισσότερες μετοχές σε παγκόσμιο επίπεδο στον κλάδο του καπνού και να έχει η ίδια περισσότερο κέρδος.
- Japan Tobacco International: η εταιρία κατέχει μόλις το 9% των μετοχών πάνω στην υδρόγειο. Μία από τις παλαιότερες εταιρίες που υπάρχουν στον κλάδο.
- British American Tobacco: βρετανική εταιρία που υπάρχει στην Αμερική και είναι ένα από τα έσοδα συλλογής Company, η οποία έχει ποσοστό 11% σε μετοχές στην παραγωγή του καπνού και των προϊόντων που σχετίζονται με αυτό στην παγκόσμια αγορά. (Stavropoulos, 2014)

Πίνακας 1: Διεθνείς Καπνοβιομηχανίες

COMPANY NAME	GLOBAL SHARES	PROFIT (\$)	REVENUE (\$)
CHINA NATIONAL TOBACCO COMPANY	44%	16 billion	91 billion
ALTRIA GROUP INC.	15%	7 billion	67 billion
IMPERIAL TOBACCO GROUP	45%	2 billion	38 billion
JAPAN TOBACCO INTERNATIONAL	9%	1,5 billion	58 billion
BRITISH AMERICAN TOBACCO	11%	4 billion	65 billion

2.6 Ο κλάδος της Καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα

Ο κλάδος της καπνοβιομηχανίας είναι από τους ελάχιστους που συμβάλουν ουσιαστικά στην πρωτογενή παραγωγή της χώρας, ενώ τα καπνικά είναι από τα βασικά εξαγωγίμα ελληνικά προϊόντα, αφού πλέον του 90% της εθνικής παραγωγής εξάγεται, σύμφωνα και με τα τελευταία στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ.

Συνολικά σ' όλα τα στάδια της αλυσίδας παραγωγής, μεταποίησης, βιομηχανοποίησης και λιανικής πώλησης, εκτιμάται ότι απασχολείται σημαντικός αριθμός ανθρωπίνου δυναμικού, περισσότερες από 60.000 οικογένειες. Παράλληλα, περισσότερα από 3 δισ. ευρώ ετησίως εισρέουν στα ταμεία του κράτους από την πώληση καπνικών προϊόντων, μέσω του ειδικού φόρου κατανάλωσης και του ΦΠΑ. Επίσης, ο κλάδος αποτελεί περίπου το 10% των εξαγωγών των αγροτικών προϊόντων, ενώ το 2015 ήταν το 2ο προϊόν πίσω από το ελαιόλαδο σε ανάπτυξη εξαγωγών, και ταυτόχρονα δείχνει ανθεκτικότητα και αντίσταση στα χρόνια της κρίσης, λόγω της ιδιαιτερότητάς του.

Τέλος, η παραγωγικότητα των ελληνικών καπνοβιομηχανιών κατέγραψε δραματική πτώση (της τάξης του 80%) το 2006, σημειώνοντας μικρή ανάκαμψη τα τελευταία χρόνια.

2.7 Εναρμόνιση της ιδέας του επενδυτικού προγράμματος με το γενικό πλαίσιο των οικονομικών συνθηκών της χώρας.

Βασική προϋπόθεση για την εξυγίανση και την ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας, και κυρίως χωρών που μαστιζονται από οικονομική κρίση, αποτελούν οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Το θετικό αποτέλεσμα που αποφέρουν στις χώρες υποδοχής αποτελεί η βελτίωση της παραγωγικότητάς της, η μείωση της ανεργίας, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η διάχυση τεχνολογίας, τεχνογνωσίας και νέων μεθόδων παραγωγής και διοίκησης που αποφέρουν υψηλή ανταγωνιστικότητα, εκπαίδευση προσωπικού, δημιουργία διεθνών δικτύων, ευκολότερη πρόσβαση στις αγορές. (Tosounidis, 2016)

Οι ξένοι επενδυτές από την άλλη μεριά, για να εφαρμόσουν ένα μακροχρόνιο επενδυτικό σχέδιο εξετάζουν στη χώρα υποδοχής συγκεκριμένους σημαντικούς παράγοντες, οι οποίοι προσφέρουν τις ευνοϊκότερες συνθήκες σε συνδυασμό με το μικρότερο ρίσκο επένδυσης, μεγιστοποιώντας παράλληλα τα κέρδη τους, όπως είναι το μέγεθος της εγχώριας αγοράς, η οικονομική και πολιτική σταθερότητα, η μείωση της γραφειοκρατίας, η εξάλειψη της διαφθοράς, τα φορολογικά κίνητρα που δίνονται από την εκάστοτε χώρα υποδοχής, το εργατικό δυναμικό, την ύπαρξη πρώτων υλών και κατάλληλων υποδομών. (Tosounidis, 2016)

Όσον αφορά τώρα την ελληνική οικονομία, το επίπεδο προσέλκυσης ξένων επενδύσεων της τελευταίας δεκαετίας δεν κινείται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Αυτό οφείλεται αφενός μεν επειδή η χώρα δεν κατάφερε να εκμεταλλευτεί τις ευνοϊκές συγκυρίες (είσοδος στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στη ζώνη του Ευρώ) καθώς και τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα (γεωστρατηγική θέση, κλιματολογικές συνθήκες, ανθρώπινο δυναμικό, υποδομές, πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, φυσικοί και ορυκτοί πόροι) και αφετέρου δε δεν αντιμετώπισε αποτελεσματικά τα χρόνια διαρθρωτικά της προβλήματα (πολύπλοκο γραφειοκρατικό σύστημα, αναποτελεσματικός δημόσιος τομέας και υπάρχουσα διαφθορά, ασταθές νομικό και

φορολογικό περιβάλλον, χρονοβόρο σύστημα αδειοδότησης, ταχεία απονομή δικαιοσύνης). (Tosounidis, 2016)

Στη συγκεκριμένη μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία θα αξιολογήσουμε την εφικτότητα ενός επενδυτικού προγράμματος το οποίο αφορά τον παραγωγικό κλάδο της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα και ποια από τις εταιρίες που περιλαμβάνονται σε αυτόν δίνει την ευνοϊκότερη απόδοση σε πιθανή επενδυτική δραστηριότητα.

2.8 Πορεία ενεργειών που προηγήθηκαν πριν τη συγκεκριμένη μελέτη.

Αναφορικά με τη σύνταξη της συγκεκριμένης μελέτης ήταν σχετικά εύκολο να βρεθούν επίσημες μελέτες και έρευνες για τον κλάδο, καθώς αυτός είναι αρκετά ανεπτυγμένος στην ελληνική αγορά. Πολλές έρευνες επικεντρώνονταν στον κλάδο της καπνοβιομηχανίας και οι περισσότερες εταιρίες αυτού είχαν δημοσιευμένα πολλά σημαντικά στοιχεία που μας βοήθησαν στην εκπόνηση της μελέτης. Προβλήματα δε, εντοπίστηκαν στη συλλογή στοιχείων που αφορούσαν την επικαιροποίηση των στοιχείων που συλλέχθηκαν.

Η αξιοποίηση της κλαδικής μελέτης της “STOCHASIS” αποτέλεσε βασικό κατευθυντήριο άξονα για την εκπόνηση της παρούσας προμελέτης, προκειμένου να κριθεί η βιωσιμότητα και επιτυχία του επενδυτικού σχεδίου.

2.9 Αναφορά δαπανών κατά το προ επενδυτικό σχέδιο για τυχόν προκαταρκτικές μελέτες και έρευνες.

Βασική παράμετρο σε κάθε είδους μελέτης συνιστά το κόστος. Δεδομένου ότι η προμελέτη για το παρόν σχέδιο έγινε μέσα στα πλαίσια μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας ελαχιστοποιείται το συνολικό κόστος της εκπόνησής της. Χρειάζεται, βέβαια να υπολογιστεί πέρα από το κόστος της προμελέτης και όλα τα επιμέρους έξοδα των σχετικών ερευνών και προ επενδυτικών μελετών που χρειάστηκαν να διεξαχθούν (Καρβούνης, 2006). Στη συγκεκριμένη μελέτη δεν υπήρξε κάποιο επιπλέον έξοδο το οποίο προστέθηκε στο κόστος της προμελέτης καθώς η βασική έρευνα που χρησιμοποιήθηκε παραχωρήθηκε δωρεάν από την σχολή στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΛΑΔΟΥ

3.1 Περιγραφή και Ορισμός Κλάδου

Σύμφωνα με το Άρθρο 2 της Οδηγίας 2014/40 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 3ης Απριλίου 2014, Νόμου 4419/2016 - ΦΕΚ 174/Α/20.09.2016 ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί: (Αnon., 2014)

- «καπνός: φύλλα και άλλα φυσικά, επεξεργασμένα ή ανεπεξέργαστα τμήματα φυτών καπνού, συμπεριλαμβανομένου του διογκωμένου και του ανακατεργασμένου καπνού».
- «καπνός πίπας: καπνός που μπορεί να καταναλωθεί μέσω διαδικασίας καύσης και που προορίζεται αποκλειστικά για χρήση σε πίπα».
- «καπνός για στριφτά τσιγάρα»: καπνός που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή τσιγάρων από καταναλωτές ή από καταστήματα λιανικής πώλησης».
- «τσιγάρο: α) οι κύλινδροι καπνού που μπορούν να καπνίζονται ως έχουν και οι οποίοι δεν είναι πούρα ή πουράκια, β) οι κύλινδροι καπνού οι οποίοι με απλό μη βιομηχανικό χειρισμό γλιστρούν μέσα σε σωλήνες τσιγάρων, γ) οι κύλινδροι καπνού οι οποίοι με απλό μη βιομηχανικό χειρισμό περιτυλίγονται σε τσιγαρόχαρτα».
- «πούρο: α) οι κύλινδροι καπνού με εξωτερικό περίβλημα από φυσικό καπνό, β) οι κύλινδροι καπνού με τεμαχισμένο μείγμα καπνού και με εξωτερικό περιτύλιγμα στο σύνηθες χρώμα του πουρού, από ανασυσταθέντα καπνό, που καλύπτει πλήρως το προϊόν και όπου χρειάζεται και το φίλτρο, όχι όμως και το επιστόμιο στην περίπτωση προϊόντων με επιστόμιο, όπου το βάρος ανά μονάδα, μη περιλαμβανομένου του φίλτρου ή του επιστομίου, δεν είναι μικρότερο από 2,3 γραμμάρια ούτε μεγαλύτερο από 10 γραμμάρια και η περίμετρος στο ένα τρίτο τουλάχιστον του μήκους δεν είναι μικρότερη από 34 χιλιοστά».
- «πουράκι: πουρό μεγίστου βάρους 3 γραμμάρων».

Πίνακας 2: Κατηγοριοποίηση του καπνού με βάση την παραγωγή καπνικών προϊόντων

Προϊόν	Υποκατηγορίες
Τσιγάρα	<ul style="list-style-type: none"> • Έτοιμα τσιγάρα • Στριφτά τσιγάρα • Ινδονησιακά τσιγάρα με μπαχαρικά • Ινδικά τσιγάρα τυλιγμένα με φύλλα βοτάνων
Πούρα	<ul style="list-style-type: none"> • Μεγάλα πούρα • Λεπτά πούρα • Μικρά πούρα

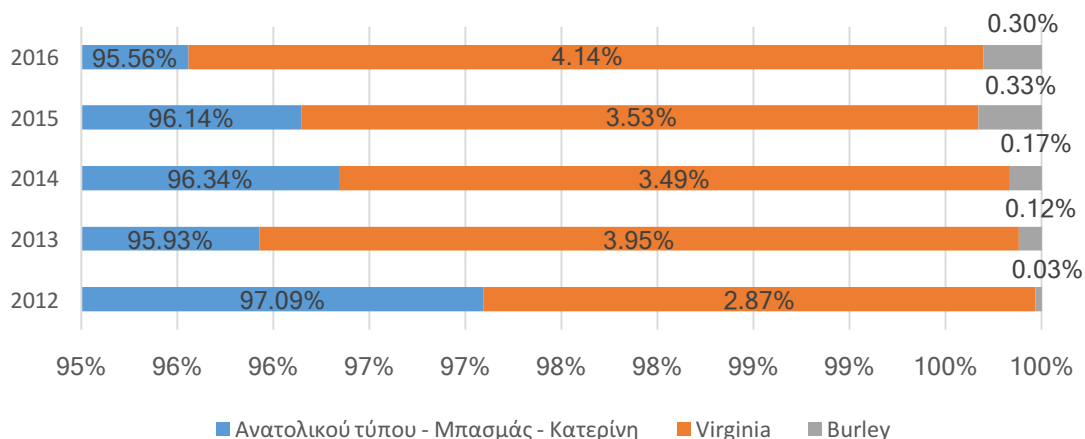
Καπνός καπνισμένος σε δοχείο (πίπα)	<ul style="list-style-type: none"> • Καπνός πίπας • Ιρανικό μίγμα καπνού και βοτάνων • Μίγμα για ναργιλέ
Καπνός για κατανάλωση	<ul style="list-style-type: none"> • Καπνός μασήματος • Καπνός πτυσίματος • Ινδικό μίγμα μασήματος • Σκανδιναβικό μίγμα μασήματος • Τσίχλα καπνού • Σκόνη εισπνοής
Ύδωρ καπνού	<ul style="list-style-type: none"> • Εντομοκτόνο
Αλοιφή καπνού	<ul style="list-style-type: none"> • Φαρμακευτική χρήση
Υποπροϊόντα	<ul style="list-style-type: none"> • Χαρτί τσιγάρων • Έλαια • Σπορέλαια • Ζωοτροφές
Υποκατάστατα	<ul style="list-style-type: none"> • Υποκατάστατα καπνίσματος • Τσίχλες νικοτίνης • Καραμέλες νικοτίνης • Επιθέματα νικοτίνης • Τσιγάρα με νικοτινούχο ατμό

Πηγή: (Κιοκρα, 2016)

3.2 Γενικά στοιχεία του κλάδου

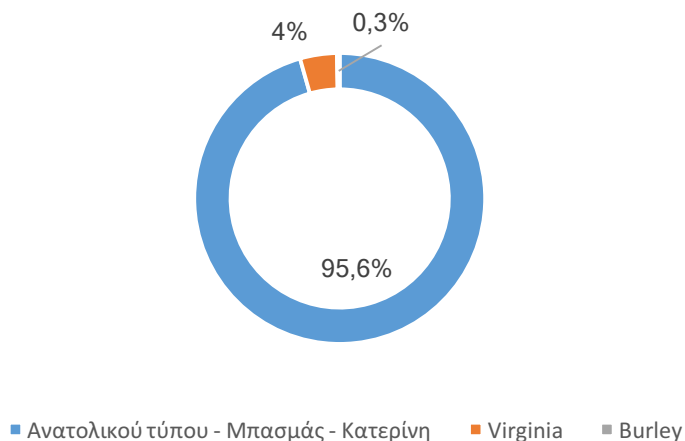
Ο αριθμός Ελλήνων καπνοπαραγωγών για το 2015 βάσει μελέτης Stochasis υπολογίσθηκε στους 15.821 ενώ το σύνολο καλλιεργημένων εκτάσεων καπνού σε χιλιάδες εκτάρια για το 2016 ήταν περίπου 17.834.

Αριθμός παραγωγών ανά ποικιλία καπνού



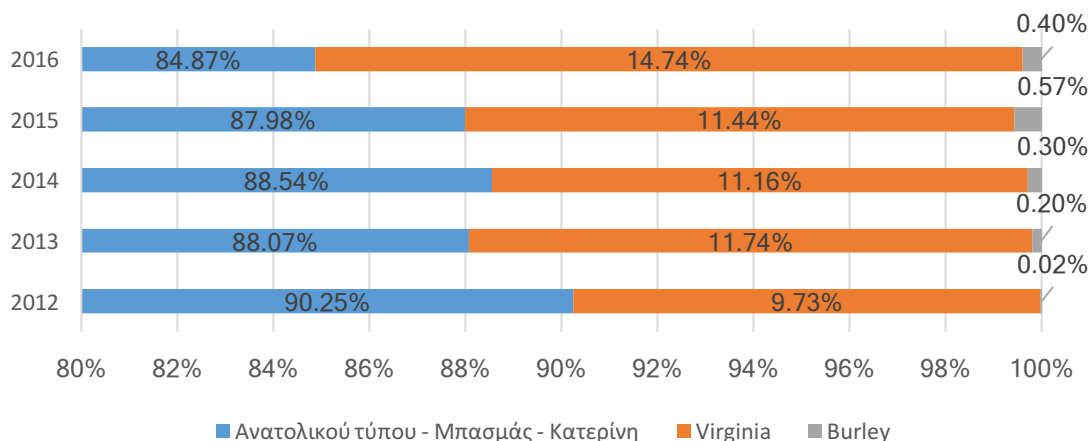
Διάγραμμα 1: Αριθμός παραγωγών ανά ποικιλία καπνού (Στοχασίς, 2017)

Διάρθρωση παραγωγών ανά ποικιλία καπνού (2016)



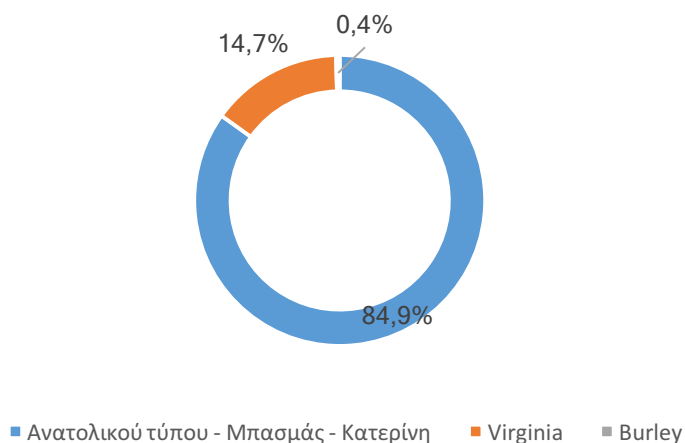
Διάγραμμα 2: Διάρθρωση παραγωγών ανά ποικιλία καπνού (2016) (Στοχασίς, 2017)

Καλλιεργούμενες εκτάσεις καπνού



Διάγραμμα 3: Καλλιεργούμενες εκτάσεις καπνού ανά ποικιλία (Στοχασίς, 2017)

Διάρθρωση καλλιεργούμενων εκτάσεων ανά ποικιλία καπνού

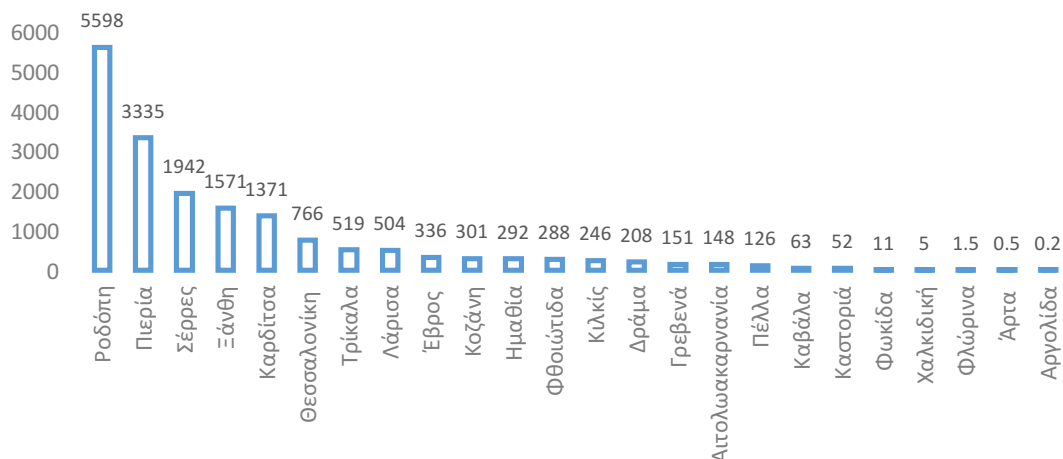


Διάγραμμα 4: Διάρθρωση καλλιεργούμενων εκτάσεων ανά ποικιλία καπνού (Στοχασίς, 2017)

Όσον αφορά στη γεωγραφική διάρθρωση των καλλιεργούμενων εκτάσεων, παρατηρείται ότι στη Ροδόπη, την Πιερία, τις Σέρρες, την Ξάνθη και την Καρδίτσα αντιστοιχεί το 77,5% των συνολικών καλλιεργούμενων εκτάσεων καπνού.

Το 72,8% της συνολικής παραγωγής το 2016 επικεντρώνεται στον καπνό Ανατολικού τύπου. Αυτό συμβαίνει καθώς είναι καλλιέργειες, οι οποίες δεν απαιτούν αρδεύσεις και λιπάνσεις, ενώ ταυτόχρονα αναπτύσσονται ικανοποιητικά σε ξηρά, αβαθή, χαλικώδη εδάφη, μικρής γονιμότητας σε ορεινές και ημιορεινές περιοχές. Η καλλιέργεια του Μπασμά και της Κατερίνης αφορά περισσότερο από το 80% των συνολικών εκτάσεων (62,6% και 21,8% αντίστοιχα). [Stochasis 2016]

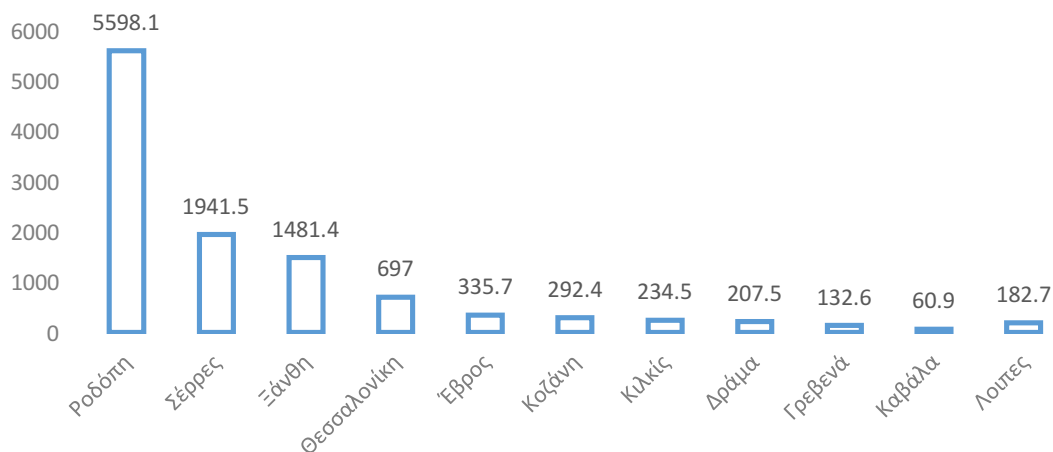
Καλλιεργούμενες εκτάσεις ανά νομό σε εκτάρια (2016)



Διάγραμμα 5: Καλλιεργούμενες εκτάσεις ανά νομό σε εκτάρια (2016) (Στοχασίς, 2017)

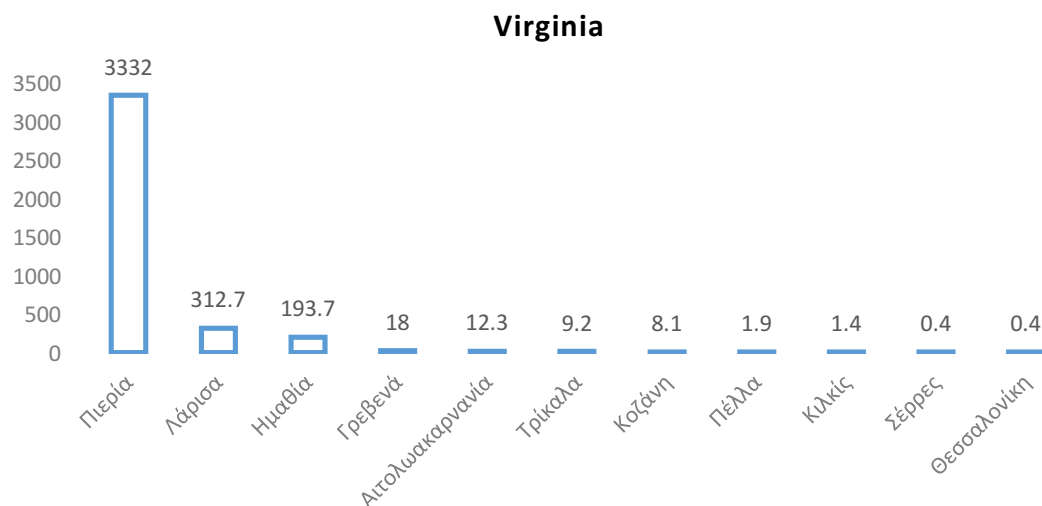
Το μεγαλύτερο μέρος της καλλιέργειας καπνού βρίσκεται στη βόρεια Ελλάδα με πρώτη σε έκταση εκταριών την Ροδόπη, δεύτερη την Πιερία και τρίτη τις Σέρρες. Στην Άρτα και την Αργολίδα καλλιεργείται πολύ μικρός αριθμός εκταριών.

Μπασμάς



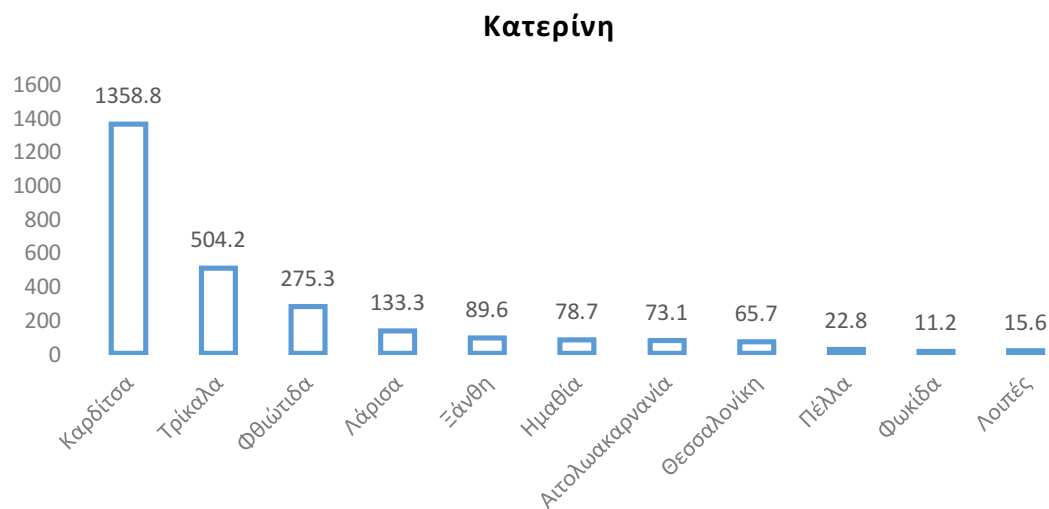
Διάγραμμα 6: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά ποικιλία_Μπασμάς (Στοχασίς, 2017)

Η Ροδόπη καλλιεργεί μόνο “μπασμά” από τα είδη καπνού, ενώ μεγάλο τμήμα αυτού καλλιεργείται και στις Σέρρες.



Διάγραμμα 7: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_ Virginia (Στοχασίς, 2017)

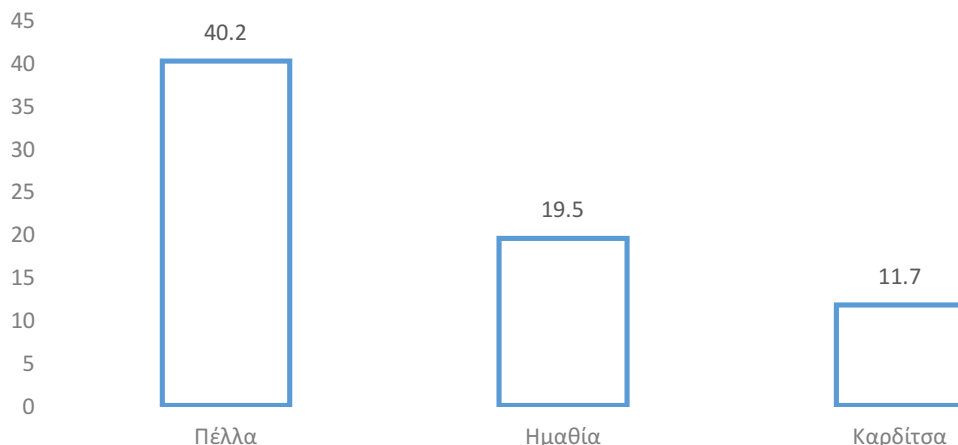
Η Πιερία καλλιεργεί μόνο τον τύπο Virginia ενώ η Καρδίτσα καλλιεργεί τον τύπο «Κατερίνη» και «Burley».



Διάγραμμα 8: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_ Κατερίνη (Στοχασίς, 2017)

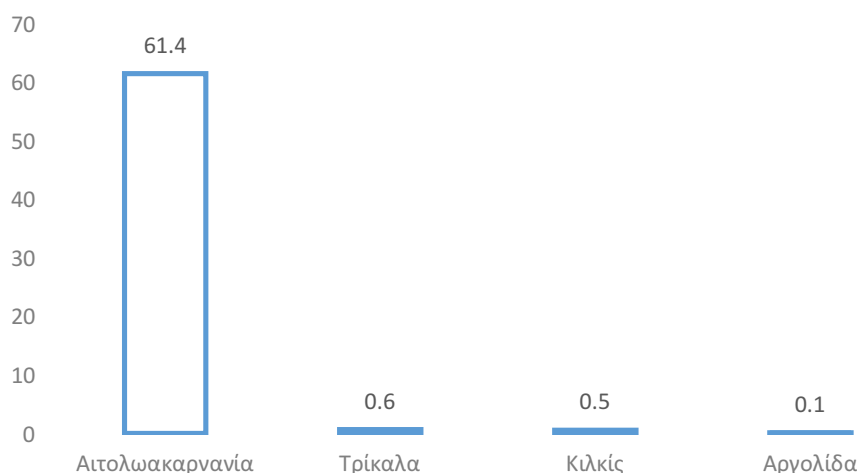
Στην Αιτωλωακαρνανία καλλιεργούνται τα είδη Virginia, Κατερίνη και Σ-79 Κατερίνη.

Burley



Διάγραμμα 9: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_Burley (Στοχασίς, 2017)

Σ-79 Κατερίνη



Διάγραμμα 10: Έκταση ποικιλιών καπνού ανά νομό_Σ-79 Κατερίνη (Στοχασίς, 2017)

Ο αριθμός των καπνεμπορικών επιχειρήσεων για το 2017 ήταν 6, ο αριθμός επιχειρήσεων παραγωγής καπνικών προϊόντων 3 ενώ ο αριθμός εισαγωγής καπνικών προϊόντων περίπου 10.

Το συνολικό μέγεθος της αγορά σε ποσότητα δίνεται παρακάτω:

- Μέγεθος εγχώριας παραγωγής καπνού σε τόνους (2016): 22.347
- Μέγεθος εγχώριας αγοράς τσιγάρων σε εκ. τεμάχια (2016): 16.319,3
- Μέγεθος εγχώριας αγοράς λεπτοκομμένου καπνού, τόνους (2016): 2.392

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΓΧΩΡΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Σημαντική μείωση στον αριθμό των καπνεμπορικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην πρώτη μεταποίηση καπνού έχει παρατηρηθεί, οι οποίες εξάγουν το μεγαλύτερο ποσοστό της παραγωγής τους. Αυτές είναι:

1. Ελληνική Ανώνυμος Εμπορική Βιομηχανική Εταιρεία – ΜΙΣΣΙΡΙΑΝ Α.Ε.
2. Ζαφείριος Ναξιάδης – Καπνά Εις Φύλλα Ανώνυμος Εταιρεία.
3. Καπνική Μιχαηλίδης Ανώνυμη Εταιρεία.
4. Καπνική Βιομηχανική Εμπορική Τουριστική Εξαγωγική Νίκος Γλεούλης Ανώνυμη Εταιρεία.
5. Συνεταιριστική Ένωση Καπνοπαραγωγών Ελλάδος – ΣΕΚΕ Α.Ε.

Όσον αφορά στις επιχειρήσεις παραγωγής καπνικών προϊόντων (π.χ. τσιγάρα) επίσης ο αριθμός τους είναι ιδιαίτερα περιορισμένος και η παράγωγή τους αφορά τόσο ελληνικά όσο και διεθνώς αναγνωρισμένα εμπορικά σήματα. Αυτές είναι:

1. Καπνοβιομηχανία Αφοι Γ. Καρέλια Α.Ε.
2. Παπαστράτος Ανώνυμος Βιομηχανική Εταιρεία Σιγαρέττων.
3. Συνεταιριστική Καπνοβιομηχανία Ελλάδος – ΣΕΚΑΠ Α.Ε.

Στην εγχώρια αγορά δραστηριοποιούνται επίσης εισαγωγικές επιχειρήσεις καπνικών προϊόντων, περισσότερες από τις παραγωγικές, με τις κυριότερες να αποτελούν θυγατρικές πολυεθνικών ομίλων. Αυτές είναι:

1. British American Tobacco Ελλάς Ανώνυμη Εμπορική Εταιρεία Καπνικών Προϊόντων.
2. Ιμπεριαλ Τομπάκο Ελλάς Ανώνυμη Εμπορική Εταιρεία Προϊόντων Καπνού.
3. Τζει Τι Ιντερνασιοναλ Ελλάς Ανώνυμη, Εμπορική Βιομηχανική Εταιρεία – J.T.International Hellas ΑΕΒΕ.

4.1 Οι εταιρίες του κλάδου της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα

Η δομή και η διάρθρωση του κλάδου όσον αφορά την προσφορά καπνικών προϊόντων στην εγχώρια αγορά, συγκροτείται από περιορισμένο αριθμό εταιρειών, ιδιαίτερα στον παραγωγικό τομέα, όπου συνεχίστηκε η συρρίκνωση και το 2013. Συγκεκριμένα, στην παραγωγή τσιγάρων δραστηριοποιούνται πλέον τρεις καπνοβιομηχανίες (Καρέλια, Παπαστράτος και Σεκάπ) οι οποίες αναλαμβάνουν την παραγωγή διεθνώς αναγνωρισμένων ξένων σημάτων, παράλληλα με την διάθεση των ελληνικών εμπορικών σημάτων (ICAP, 2014).

Όσον αφορά τον εισαγωγικό τομέα, οι επιχειρήσεις είναι συγκριτικά περισσότερες, με την πλειονότητα των εισαγωγικών εταιρειών να αποτελούν

θυγατρικές πολυεθνικών ομίλων με ισχυρή παρουσία στην διεθνή αγορά. Ωστόσο και σε αυτόν τον τομέα υφίσταται αυξημένη συγκέντρωση (ICAP, 2014).

Οι κυριότερες επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή, εισαγωγή αλλά και την εμπορία τσιγάρων στην Ελληνική επικράτεια είναι:

- **ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε.**

Η Καρέλια Α.Ε. ιδρύθηκε το 1888 και αποτελεί τη μεγαλύτερη ελληνικών συμφερόντων καπνοβιομηχανία της χώρας και τον πρώτο εξαγωγέα τσιγάρων της Ελλάδας, καθώς εξάγει σε περισσότερες από 65 χώρες, ενώ το 85% των πωλήσεων της (σε όγκο) πραγματοποιείται εκτός συνόρων. Αποτελεί μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες καπνοβιομηχανίες του κόσμου, ενώ κατέχει το 0,32% της παγκόσμιας κατανάλωσης, έχοντας παρουσία στη Δυτική και στην Ανατολική Ευρώπη, στη Βόρειο Αμερική, στη Μέση Ανατολή, στην Αφρική, αλλά και στην Άπω Ανατολή. Το 2019 παραγματοποίησε πωλήσεις 1.035.695.000ευρώ, 14.280.000.000 τσιγάρων, 948.000 κιλά καπνού και απασχολούσε 580 εργαζόμενους. (Karelia, 2020)

- **ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΙΓΑΡΕΤΩΝ**

Η Παπαστράτος Α.Β.Ε.Ε. ιδρύθηκε το 1930 στον Πειραιά. Η εταιρία ξεκίνησε συνεργασία με τη Philip Morris International Inc (PMI) το 1975 και αγοράστηκε από αυτήν το 2003. Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ, 86 χρόνια μετά την ίδρυσή της, είναι η μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής προϊόντων καπνού στην Ελλάδα. Το χαρτοφυλάκιό της περιλαμβάνει το κορυφαίο παγκοσμίως σήμα Marlboro, το Philip Morris, το L&M, τον ιστορικό ΑΣΣΟ, αλλά και το πρώτο νέο καπνικό προϊόν δυνητικά μειωμένου κινδύνου σε σχέση με τα συμβατικά τσιγάρα, το IQOS. Εξάγει προϊόντα σε περισσότερες από 30 χώρες και κατέχει περίπου το 40% της ελληνικής αγοράς. Η μητρική εταιρεία Philip Morris International απορροφά το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής παραγωγής ανατολικών καπνών. Με νέα έδρα από το 2009 στον Ασπρόπυργο όπου στεγάζονται οι κεντρικές παραγωγικές και διοικητικές εγκαταστάσεις, κέντρο αποθήκευσης στο Αγρίνιο και περιφερειακά γραφεία πωλήσεων στη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα, η εταιρεία απασχολεί συνολικά άμεσα και έμμεσα 800 εργαζόμενους. Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ συνδυάζει τα χαρακτηριστικά μιας σύγχρονης διεθνούς επιχείρησης με την ελληνική ταυτότητα μιας ιστορικής εταιρείας με μακρά διαδρομή στην επιχειρηματική ζωή της Ελλάδας. (Anon., 2020)

- **ΣΕΚΑΠ Α.Ε**

Η Ελληνική Συνεταιριστική Καπνοβιομηχανία Ξάνθης, "ΣΕΚΑΠ ΑΕ" δραστηριοποιείται στους τομείς παραγωγής, διάθεσης και εμπορίας τσιγάρων και προϊόντων καπνού στην ελληνική αλλά και διεθνή αγορά, με έτος ίδρυσης το 1975 (sekap, 2016). Το 2013 η ΣΕΚΑΠ έρχεται στην οικογένεια Donskoy Tabak και περνάει στην ιδιοκτησία του Ιβάν Σαββίδη από τον Ιούλιο της ίδιας χρονιάς. Η τοποθεσία του εργοστασίου της είναι στην Ξάνθη, μια πόλη διεθνώς φημισμένη με καπνική ιστορία για πάνω από 3 αιώνες. Τα κέντρα διανομής της είναι στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη. Στη ΣΕΚΑΠ τη διετία 2014-2016 έλαβε χώρα μια ολική αναδιάρθρωση σε όλους τους τομείς, στην παραγωγή, στις εγκαταστάσεις, στο προσωπικό, στη διανομή, στη δημιουργία νέων σημάτων και στην είσοδο σε νέες αγορές. Με αυτόν τον τρόπο η εταιρεία πέτυχε το 2015 γίνει ξανά κερδοφόρα, μετά από μια ζημιογόνα πενταετία. (ΣΕΚΑΠ, 2020)

- **JT INTERNATIONAL HELLAS AEBE**

Η JT INTERNATIONAL HELLAS AEBE, δημιουργήθηκε το 1999 όταν η Japan Tobacco Inc αγόρασε τις δραστηριότητες της R.J.Reynolds (RJRI). Ασχολείται με τσιγάρα - πούρα χονδρική, είναι μέλος του Ομίλου Japan Tobacco Inc, κορυφαίας εταιρείας προϊόντων καπνού στον κόσμο, και έχει έδρα στην Παιανία. Το 1898, η ιαπωνική κυβέρνηση μονοπώλησε την αποκλειστική πώληση φύλλων καπνού. Στις αρχές της δεκαετίας του 1900 που επεκτάθηκε για να συμπεριλάβει όλα τα προϊόντα καπνού και το αλάτι - τελικά οδήγησε στο σχηματισμό της Japan Tobacco and Salt Corporation (JTS) το 1949, για να εξασφαλίσει σταθερές προμήθειες και φορολογικά έσοδα για την κυβέρνηση. Το 1984, ψηφίστηκε νομοθεσία που άλλαξε τα μονοπώλια και τις δημόσιες εταιρείες της Ιαπωνίας. Τον επόμενο χρόνο, τα μονοπώλια καταργήθηκαν και ιδρύθηκε η μητρική εταιρεία JT, αναλαμβάνοντας τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και τα περιουσιακά στοιχεία της JTS. Με φιλοδοξίες να γίνει παγκόσμια εταιρεία, η JT ήταν πρόθυμη να διευρύνει το χαρτοφυλάκιο μάρκας της εταιρείας και να αυξήσει τη διάδοση των διεθνών αγορών της. Αυτό οδήγησε στην απόκτηση αρκετών εταιρειών σε όλο τον κόσμο, ιδίως της RJRI το 1999, η οποία τελικά θα οδηγούσε στη δημιουργία JTI. Στην Ελλάδα η εταιρεία κατέχει τη τρίτη θέση της συνολικής αγοράς προϊόντων καπνού. (JTI, 2020)

- **IMPERIAL TOBACCO HELLAS AE**

Η Imperial Tobacco Hellas A.E., με έδρα τον Γέρακα Αττικής, είναι θυγατρική εταιρεία του Ομίλου της Imperial Tobacco, η οποία δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 160 χώρες ανά την υφήλιο, με ένα πλήρες χαρτοφυλάκιο καπνικών προϊόντων (Imperial Tobacco Hellas, 2016). Η Imperial Tobacco Hellas A.E. αποτελεί -ως προς τα καπνικά προϊόντα- το κέντρο της Περιφέρειας της Ν.Α. Ευρώπης, έχοντας υπό την ευθύνη της την Ελλάδα και 4 ακόμη αγορές: τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία, την Κύπρο και τη Μάλτα (Imperial Tobacco Hellas, 2016). Στα χρόνια παρουσίας της στην Ελληνική αγορά, η Imperial Tobacco Hellas έχει λάβει σημαντικές διακρίσεις για τις συνολικές της πρωτοβουλίες και ενέργειες που αφορούν στο Ανθρώπινο Δυναμικό της. (Imperial Tobacco, 2020)

- **BRITISH AMERICAN TOBACCO HELLAS AEE**

Η British American Tobacco Hellas είναι μέλος της British American Tobacco Plc, ενός διεθνούς Όμιλου που λειτουργεί σχεδόν 100 χρόνια, απασχολεί πάνω από 50.000 εργαζομένους και διαχειρίζεται μια γκάμα προϊόντων με περισσότερα από 200 εμπορικά σήματα που διανέμονται σε πάνω από 200 αγορές ανά τον κόσμο. Η British American Tobacco Hellas, που σήμερα διατηρεί γραφεία σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, δημιουργήθηκε το 1999 από τη συγχώνευση των εταιρειών British American Tobacco Hellas ΕΠΕ και Rothmans Εταιρία Διανομών ΑΕΕ. Το 2008, η British American Tobacco Hellas ένωσε τις δυνάμεις της με την Scandinavian Tobacco Hellas σε συνέχεια της διεθνούς εξαγοράς της εταιρείας καπνικών προϊόντων Skandinavisk Tobakskompagni. Η εταιρεία διαχειρίζεται επίσης τις αγορές της Κύπρου, της Μάλτας και του Ισραήλ. Η British American Tobacco έχει βραβευτεί οκτώ φορές για το εργασιακό περιβάλλον της στην Ελλάδα, στον θεσμό του Great Place to Work, ενώ αναδεικνύεται ως Top Employer επί επτά συναπτά έτη. Μάλιστα, το 2018, η British

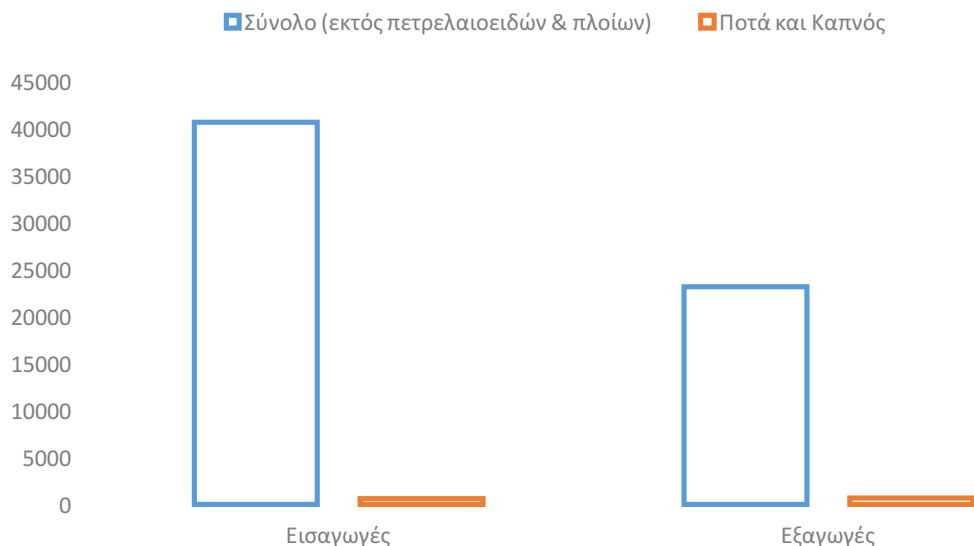
American Tobacco Hellas κατέκτησε τη No 1 θέση ως η εταιρεία με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα (στην κατηγορία 50-250 εργαζόμενοι). Ταυτόχρονα, η εταιρεία έχει λάβει βραβεία στα Sales Excellence Awards για τις καινοτόμες πρακτικές πωλήσεων καθώς και για την εκπαίδευση και ανάπτυξη των πωλητών της, αλλά και σημαντικές διακρίσεις για καινοτόμες πρωτοβουλίες στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. (British American Tobacco, 2020)

4.2 Εισαγωγές – Εξαγωγές

Η συνολική αξία των εισαγωγών - αφίξεων κατά το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2019 ανήλθε στο ποσό των 55.521,0 εκατ. ευρώ (61.969,7 εκατ. δολάρια) έναντι 54.119,7 εκατ. ευρώ (63.685,6 εκατ. δολάρια) κατά το ίδιο διάστημα του έτους 2018, παρουσιάζοντας αύξηση, σε ευρώ 2,6%. Η αντίστοιχη αξία χωρίς τα πετρελαιοειδή και τα πλοία παρουσίασε αύξηση κατά 2.229,5 εκατ. ευρώ, δηλαδή 5,8%, σε σχέση με το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2018. Η αξία των εισαγωγών για προϊόντα της κατηγορίας Ποτά και Καπνός σε σχέση με τη συνολική εμφανίζεται στο παρακάτω Διάγραμμα 25 ενώ στο Διάγραμμα 26 παρουσιάζεται η ποσοστιαία συσχέτιση εισαγωγών Συνόλου Προϊόντων (εξαιρουμένων πετρελαιοειδών και πλοίων) με τα προϊόντα Ποτών και Καπνού.

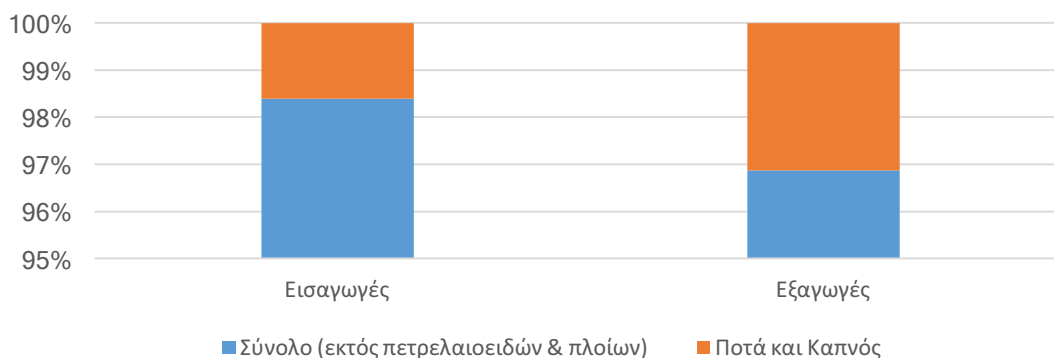
Η συνολική αξία των εξαγωγών - αποστολών κατά το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2019 ανήλθε στο ποσό των 33.800,7 εκατ. ευρώ (37.951,4 εκατ. δολάρια) έναντι 33.471,6 εκατ. ευρώ (39.620,2 εκατ. δολάρια) κατά το ίδιο διάστημα του έτους 2018, παρουσιάζοντας αύξηση, σε ευρώ 1,0%. Η αντίστοιχη αξία χωρίς τα πετρελαιοειδή και τα πλοία παρουσίασε αύξηση κατά 1.074,4 εκατ. ευρώ, δηλαδή 4,9%, σε σχέση με το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2018. Η αξία των εξαγωγών για προϊόντα της κατηγορίας Ποτά και Καπνός σε σχέση με τη συνολική εμφανίζεται στο παρακάτω Διάγραμμα 25 ενώ στο Διάγραμμα 26 παρουσιάζεται η ποσοστιαία συσχέτιση εξαγωγών Συνόλου Προϊόντων (εξαιρουμένων πετρελαιοειδών και πλοίων) με τα προϊόντα Ποτών και Καπνού.

Εισαγωγές - Εξαγωγές εξαιρούμενης της αξίας των πετρελαιοειδών και των πλοίων για το 2019 (σε εκατομμύρια ευρώ)



Διάγραμμα 11: Συνολική αξία (σε εκατ. Ευρώ) εισαγωγών και εξαγωγών για το έτος 2019 σε σχέση με την αξία εισαγωγών και εξαγωγών για την κατηγορία Ποτά και Καπνός (ΕΛΣΑΤΑΤ)

Εισαγωγές - Εξαγωγές εξαιρούμενης της αξίας των πετρελαιοειδών και των πλοίων για το 2019 (σε εκατομμύρια ευρώ)



Διάγραμμα 12: Ποσοστιαία συσχέτιση εισαγωγών και εξαγωγών Συνόλου Προϊόντων (εξαιρουμένων πετρελαιοειδών και πλοίων) με τα προϊόντα Ποτών και Καπνού.

Από το τελευταίο διάγραμμα μπορούμε εύκολα να συμπεράνουμε ότι η κατηγορία Ποτά και Καπνός καταλαμβάνει το διπλάσιο ποσοστό στις συνολικές εξαγωγές (3,2%) από ότι στις συνολικές εισαγωγές (1,6%) της χώρας για το έτος 2019 γεγονός που αποδεικνύει ότι η Ελλάδα εξάγει κυρίως Ποτά και Καπνό και δεν εισάγει.

4.3 Μεριδία αγοράς επιχειρήσεων του κλάδου

Για την εύρεση των μεριδίων αγοράς του κλάδου της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα θα στηριχτούμε στην ανάλυση του κύκλου εργασιών από τη Stochasis για τα έτη 2012 – 2015.

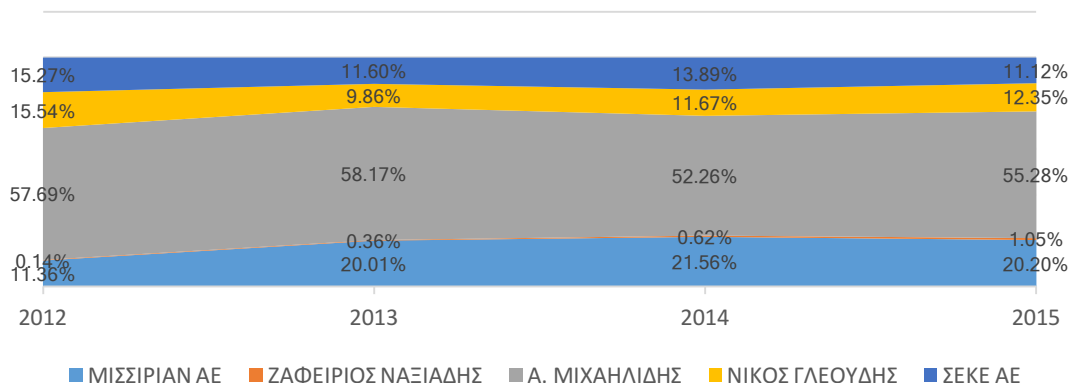
4.3.1 Μεταποιητικές επιχειρήσεις κλάδου

Όσον αφορά τις μεταποιητικές επιχειρήσεις του κλάδου δίνονται τα παρακάτω στοιχεία στον Πίνακα 3 από τα οποία προκύπτει και το Διάγραμμα 12:

Πίνακας 3: Κύκλος εργασιών ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού

ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΛΑΔΟΥ				
	2012	2013	2014	2015
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΤΖΙΡΟΣ	212.977.214	242.689.724	221.185.452	211.872.447
ΜΙΣΣΙΡΙΑΝ ΑΕ	24.197.477	48.552.432	47.689.617	42.798.524
ΖΑΦΕΙΡΙΟΣ ΝΑΞΙΑΔΗΣ	288.622	873.802	1.360.319	2.228.972
Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ	122.873.000	141.178.000	115.601.000	117.116.000
ΝΙΚΟΣ ΓΛΕΟΥΔΗΣ	33.099.778	23.928.005	25.813.894	26.164.210
ΣΕΚΕ ΑΕ	32.518.337	28.157.485	30.720.622	23.564.741
ΠΟΣΟΣΤΑ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ				
ΜΙΣΣΙΡΙΑΝ ΑΕ	11,36%	20,01%	21,56%	20,20%
ΖΑΦΕΙΡΙΟΣ ΝΑΞΙΑΔΗΣ	0,14%	0,36%	0,62%	1,05%
Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ	57,69%	58,17%	52,26%	55,28%
ΝΙΚΟΣ ΓΛΕΟΥΔΗΣ	15,54%	9,86%	11,67%	12,35%
ΣΕΚΕ ΑΕ	15,27%	11,60%	13,89%	11,12%

Μερίδια αγοράς ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών 2012 - 2015

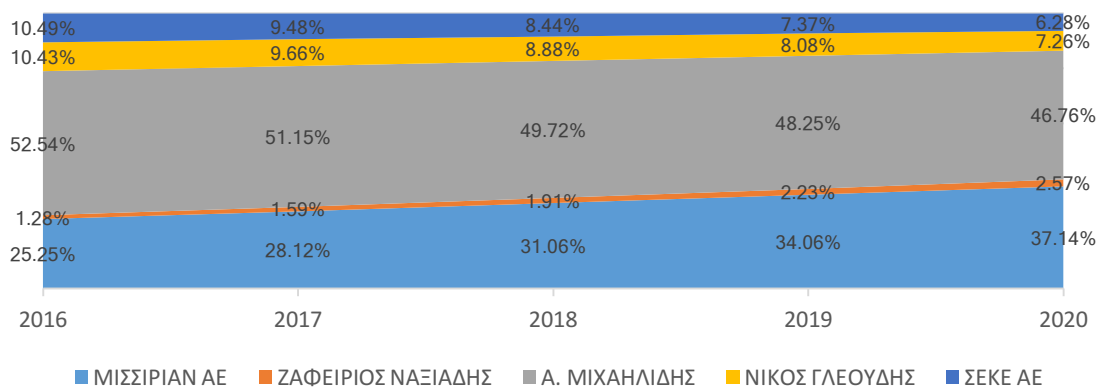


Διάγραμμα 13: Μερίδια αγοράς ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών 2012 - 2015 (Στοχασίς, 2017)

Παρατηρείται ότι η εταιρία ΚΑΠΝΙΚΗ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ κατέχει το υψηλότερο μερίδιο αγοράς (πάνω από 50%) σε ολόκληρο το χρονικό διάστημα 2012 με 2015 ενώ η εταιρία ΖΑΦΕΙΡΙΟΣ ΝΑΞΙΑΔΗΣ-ΚΑΠΝΑ ΕΙΣ ΦΥΛΛΑ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ δεν έχει καταφέρει να φτάσει >1% παρά μόνο το 2015.

Λόγω έλλειψης στοιχείων για τα έτη 2016 – 2020 θα χρησιμοποιηθεί η συνάρτηση FORECAST του EXCEL μέσω της οποίας γίνεται πρόβλεψη βασισμένη στα στοιχεία προηγούμενων ετών. Η συνάρτηση αυτή δίνει τα παρακάτω αποτελέσματα:

Μερίδια αγοράς ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών (Συνάρτηση FORECAST)



Διάγραμμα 14: Μερίδια αγοράς ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών 2016 - 2020 (Συνάρτηση FORECAST)

Παρατηρείται ότι τα ποσοστά μεριδίων αγοράς διατηρούνται στα ίδια επίπεδα και τα έτη 2016 – 2020.

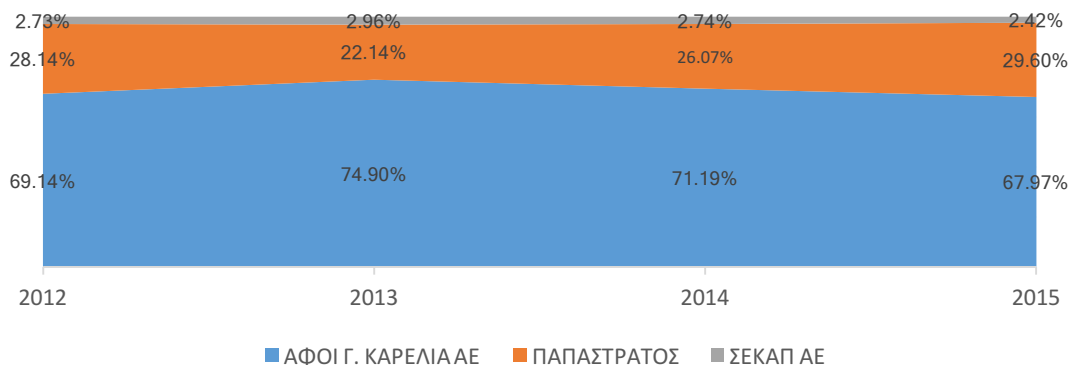
4.3.2 Επιχειρήσεις παραγωγής τσιγάρων

Όσον αφορά τις παραγωγικές επιχειρήσεις τσιγάρων δίνονται τα παρακάτω στοιχεία στον Πίνακα 4 από τα οποία προκύπτει και το Διάγραμμα 14:

Πίνακας 4: Κύκλος εργασιών ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΣΙΓΑΡΩΝ				
	2012	2013	2014	2015
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΤΖΙΡΟΣ	664.000.724	731.432.753	776.487.733	926.108.209
ΑΦΟΙ Γ. ΚΑΡΕΛΙΑ ΑΕ	459.057.000	547.827.000	552.819.000	629.520.000
ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ	186.821.352	161.964.451	202.421.693	274.155.035
ΣΕΚΑΠ ΑΕ	18.122.372	21.641.302	21.247.040	22.433.174
ΠΟΣΟΣΤΑ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ				
ΑΦΟΙ Γ. ΚΑΡΕΛΙΑ ΑΕ	69,14%	74,90%	71,19%	67,97%
ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ	28,14%	22,14%	26,07%	29,60%
ΣΕΚΑΠ ΑΕ	2,73%	2,96%	2,74%	2,42%

**Μερίδια αγοράς ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων καπνού
βάσει κύκλου εργασιών 2012 - 2015**

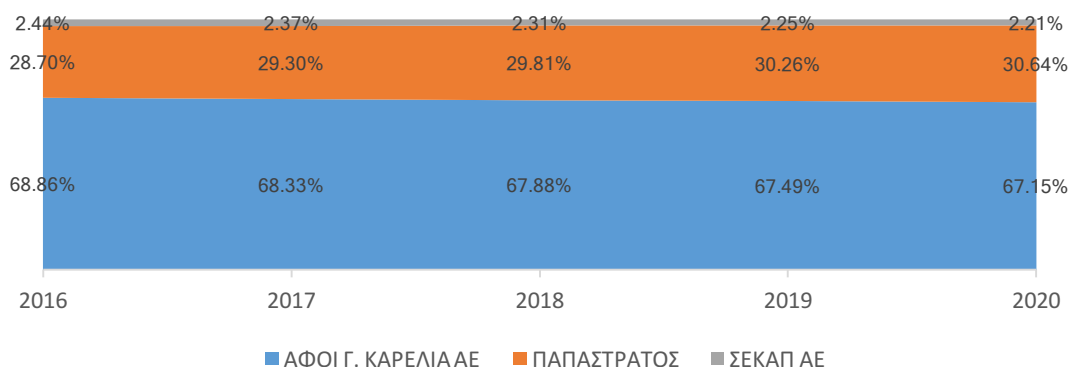


Διάγραμμα 15: Μερίδια αγοράς ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών 2012 – 2015 (Στοχασίς, 2017)

Η εταιρία ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΦΟΙ Γ. ΚΑΡΕΛΙΑ ΑΕ κατέχει πάνω από το 60% της αγοράς ενώ ακολουθεί η εταιρία ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΙΓΑΡΕΤΤΩΝ με ποσοστό στο 30% και το μικρότερο ποσοστό, λιγότερο απο 3% καταλαμβάνει η εταιρία ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΣΕΚΑΠ Α.Ε.

Λόγω έλλειψης στοιχείων για τα έτη 2016 – 2020 θα χρησιμοποιηθεί η συνάρτηση FORECAST του EXCEL μέσω της οποίας γίνεται πρόβλεψη βασισμένη στα στοιχεία προηγούμενων ετών. Η συνάρτηση αυτή δίνει τα παρακάτω αποτελέσματα:

Μερίδια αγοράς ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών (Συνάρτηση: FORECAST)



Διάγραμμα 16: Μερίδια αγοράς ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων καπνού βάσει κύκλου εργασιών (Συνάρτηση: FORECAST)

Παρατηρείται ότι τα ποσοστά μεριδίων αγοράς διατηρούνται στα ίδια επίπεδα και τα έτη 2016 – 2020.

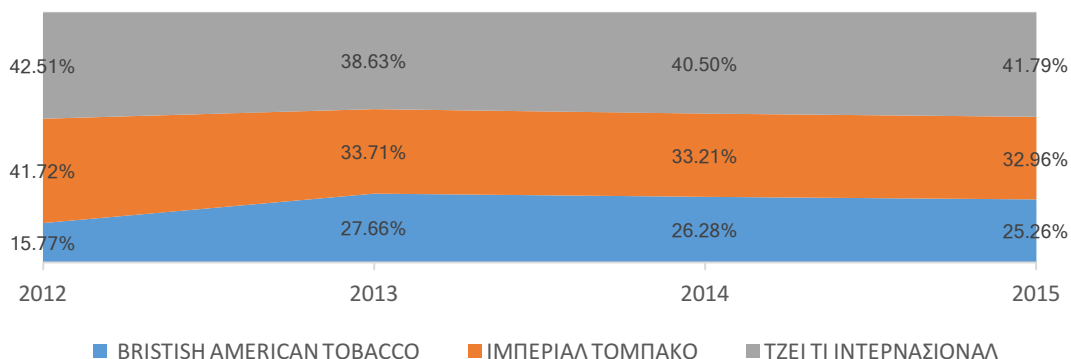
4.3.3 Επιχειρήσεις εισαγωγής τσιγάρων

Όσον αφορά τις εισαγωγικές επιχειρήσεις τσιγάρων δίνονται τα παρακάτω στοιχεία στον Πίνακα 5 από τα οποία προκύπτει και το Διάγραμμα 16:

Πίνακας 5: Κύκλος εργασιών ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΣΙΓΑΡΩΝ				
	2012	2013	2014	2015
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΤΖΙΡΟΣ	141.843.198	170.261.402	177.479.056	200.086.731
BRITISH AMERICAN TOBACCO	22.366.824	47.096.523	46.648.434	50.538.493
ΙΜΠΕΡΙΑΛ ΤΟΜΠΑΚΟ	59.173.378	57.394.268	58.944.808	65.938.697
ΤΖΕΙ ΤΙ ΙΝΤΕΡΝΑΣΙΟΝΑΛ	60.302.996	65.770.611	71.885.814	83.609.541
ΠΟΣΟΣΤΑ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ				
BRITISH AMERICAN TOBACCO	15,77%	27,66%	26,28%	25,26%
ΙΜΠΕΡΙΑΛ ΤΟΜΠΑΚΟ	41,72%	33,71%	33,21%	32,96%
ΤΖΕΙ ΤΙ ΙΝΤΕΡΝΑΣΙΟΝΑΛ	42,51%	38,63%	40,50%	41,79%

Μερίδια αγοράς ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων βάσει κύκλου εργασιών 2012 - 2015

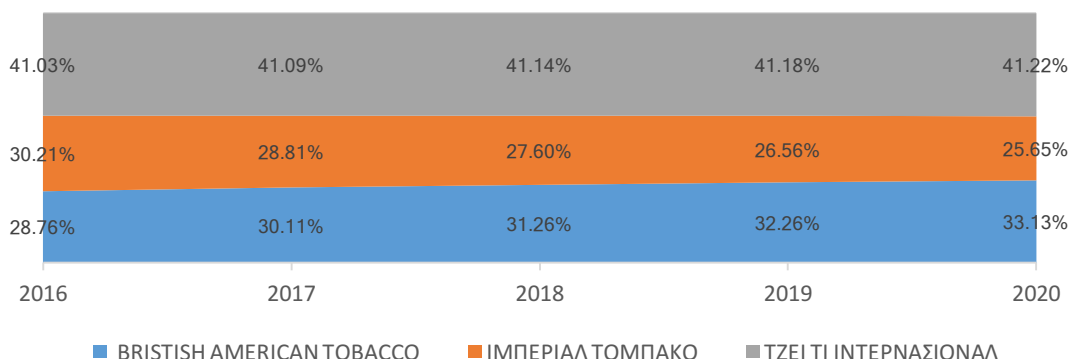


Διάγραμμα 17: Μερίδια αγοράς ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων βάσει κύκλου εργασιών 2012 – 2015 (Στοχασις, 2017)

Οι εταιρίες ΙΜΠΕΡΙΑΛ ΤΟΜΠΑΚΟ ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΠΝΟΥ και ΤΖΕΙ ΤΙ ΙΝΤΕΡΝΑΣΙΟΝΑΛ ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ, ΕΜΠΟΡΙΚΗ, ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ - J.T.INTERNATIONAL HELLAS ΑΕΒΕ κατέχουν σχεδόν το ίδιο μερίδιο αγοράς ενώ τρίτη έρχεται η BRITISH AMERICAN TOBACCO ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΠΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ με ποσοστό περίπου στο 25%. Η τελευταία κέρδισε έδαφος μετά το 2013 όπου από 15% το 2012 έφτασε στο 27% το 2013.

Λόγω έλλειψης στοιχείων για τα έτη 2016 – 2020 θα χρησιμοποιηθεί η συνάρτηση FORECAST του EXCEL μέσω της οποίας γίνεται πρόβλεψη βασισμένη στα στοιχεία προηγούμενων ετών. Η συνάρτηση αυτή δίνει τα παρακάτω αποτελέσματα:

Μερίδια αγοράς ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων βάσει κύκλου εργασιών (Συνάρτηση: FORECAST)



Διάγραμμα 18: Μερίδια αγοράς ελληνικών εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων βάσει κύκλου εργασιών (Συνάρτηση: FORECAST)

Παρατηρείται ότι τα ποσοστά μεριδίων αγοράς διατηρούνται στα ίδια επίπεδα και τα έτη 2016 – 2020 με την ΙΜΠΕΡΙΑΛ ΤΟΜΠΑΚΟ ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΠΝΟΥ να χάνει λίγο έδαφος από την BRITISH AMERICAN TOBACCO ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΠΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

Οι προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης είναι οι παρακάτω:

- Καταναλωτική Συμπεριφορά
- Οικονομικοί παράγοντες
- Εθισμός
- Δημογραφικά στοιχεία
- Κοινωνικό status

5.1 Καταναλωτική Συμπεριφορά

Η κατανάλωση προϊόντων καπνού είναι συνδεδεμένη τόσο με τις διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων, όπως ο καφές και το αλκοόλ όσο και με ειδικές κοινωνικές περιστάσεις, όπως έξοδοι νυχτερινής διασκέδασης.






























Λόγω του εθισμού που προκαλεί ο καπνός, η ζήτησή των προϊόντων του είναι περισσότερο ανελαστική σε σχέση με άλλα προϊόντα που δεν είναι πρώτης ανάγκης.

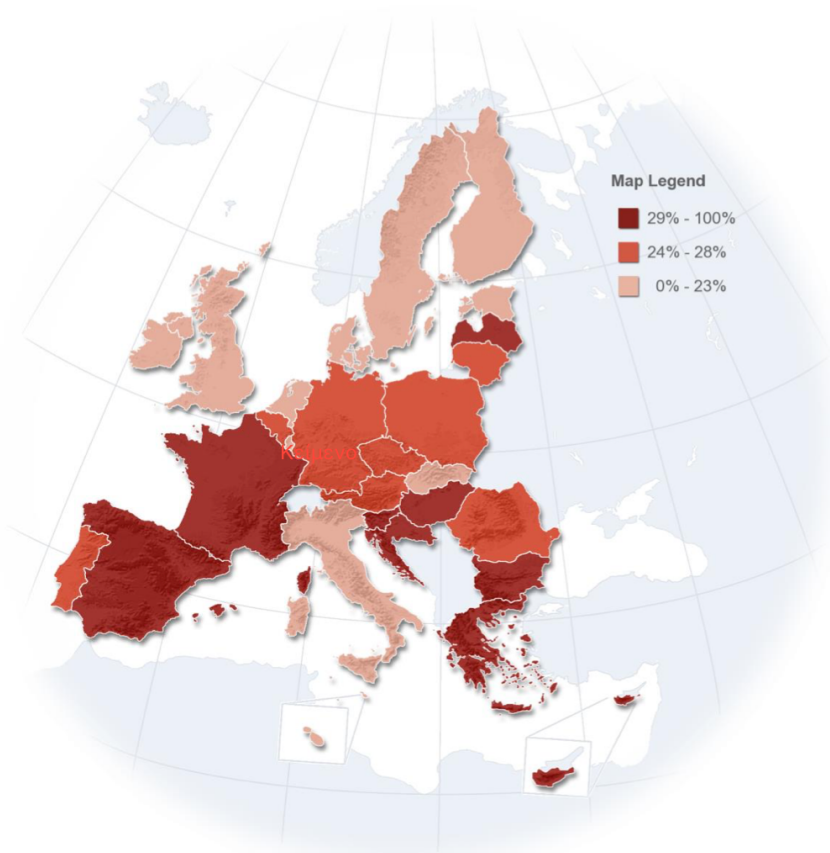
Ωστόσο, ο περιορισμός του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών σε συνδυασμό με τις αυξήσεις των τιμών, σύμφωνα με το ΚΕΠΕ (2016), φαίνεται να έχει οδηγήσει σε προσαρμογή της αγοραστικής τους συμπεριφοράς είτε περιορίζοντας το κάπνισμα, είτε προτιμώντας φθηνότερα τσιγάρα, είτε υποκαθιστώντας τα τσιγάρα με λεπτοκομμένο καπνό, είτε στρέφοντάς τους στη διασυνοριακή αγορά και το λαθρεμπόριο.

Ειδικότερα, όσον αφορά στο λαθρεμπόριο τσιγάρων, τα τελευταία έτη σημειώνεται σημαντική αύξησή του από 4,2% της συνολικής κατανάλωσης το 2008 σε 23,7% το 2016 (Πηγή: IOBE, 2016).

Όπως δείχνει ο χάρτης, υπάρχουν σημαντικές γεωγραφικές διαφορές στο πως διαμερίζεται η συνήθεια του καπνίσματος στις Ευρωπαϊκές χώρες. Οι καπνιστές βρίσκονται συχνότερα στα νότια κράτη μέλη, με τον υψηλότερο ποσοστό στην Ελλάδα (38%), τη Βουλγαρία (35%), την Κροατία (33%) και τη Γαλλία (32%). Συνολικά, τουλάχιστον το ένα τέταρτο του συνόλου των ερωτηθέντων σε 17 κράτη μέλη είναι τρέχοντες καπνιστές.

Η Σουηδία και η Φινλανδία είναι οι μόνες χώρες όπου λιγότεροι από ένας στους πέντε είναι καπνιστές (11% και 19% αντίστοιχα). (Αnon., n.d.)

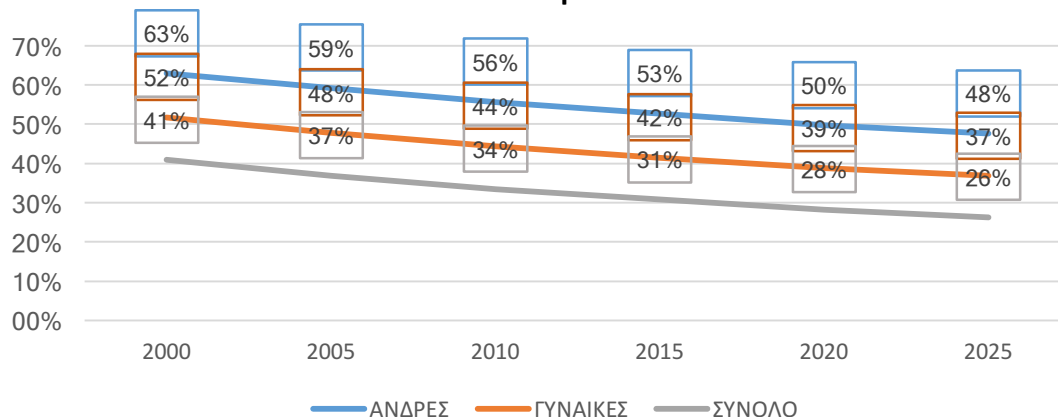
 EL	38%
 BG	35%
 HR	33%
 FR	32%
 CY	31%
 HU	30%
 LV	30%
 SI	30%
 ES	29%
 PL	28%
 RO	27%
 DE	27%
 AT	26%
 EU28	26%
 LT	26%
 CZ	25%
 PT	25%
 BE	25%
 NL	23%
 DK	23%
 EE	22%
 UK	22%
 SK	21%
 IE	21%
 IT	21%
 LU	21%
 MT	20%
 FI	19%
 SE	11%



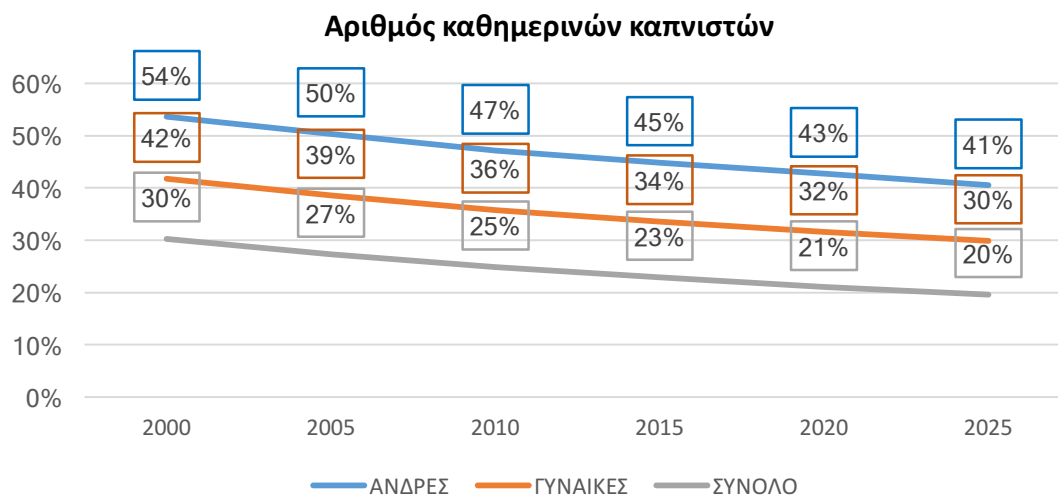
Εικόνα 2: Γεωγραφική κατανομή καπνιζόντων

Ο αριθμός των Ελλήνων καπνιστών προβλέπεται να μειωθεί τα επόμενα χρόνια από 3.942.400 που υπολογίζεται το 2015, σε 3.493.400 το 2025. Το 2015, 41,5% του πληθυσμού ηλικίας 15 και άνω στη Ελλάδα είναι καπνιστές και 33,6% είναι καθημερινοί καπνιστές.

Διαχρονική εξέλιξη (ανά 5ετία) αριθμού καπνιστών ηλικίας 15 και άνω στην Ελλάδα



Διάγραμμα 19: Διαχρονική εξέλιξη (ανά 5ετία) αριθμού καπνιστών ηλικίας 15 και άνω στην Ελλάδα (Στοχασίς, 2017)



Διάγραμμα 20: Αριθμός καθημερινών καπνιστών (Στοχασίς, 2017)

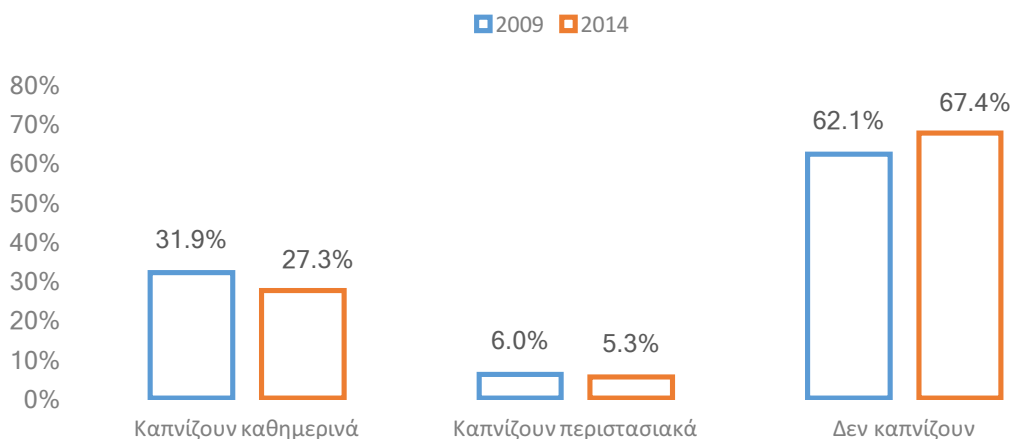
Μείωση σημειώνει ο αριθμός των καπνιστών σε περιστασιακή και καθημερινή βάση το 2014 σε σχέση με το 2009.

Κατανομή πληθυσμού ως προς το κάπνισμα (2014)



Διάγραμμα 21: Κατανομή πληθυσμού ως προς το κάπνισμα (2014) (Στοχασίς, 2017)

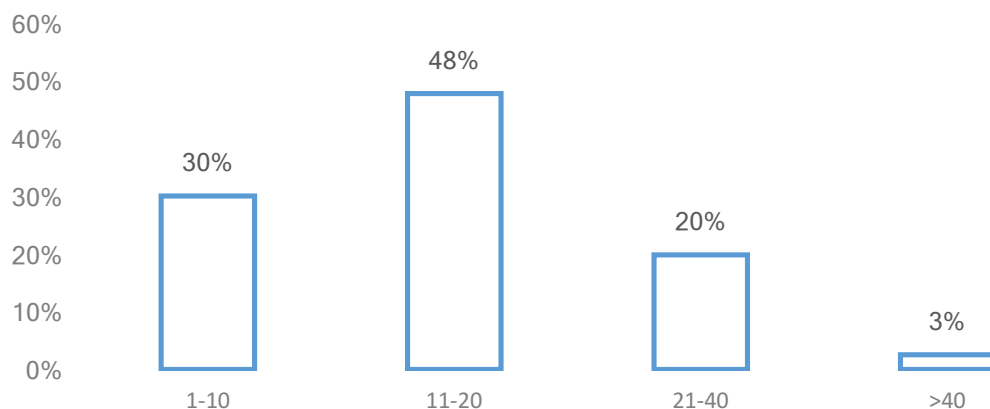
Κατανομή πληθυσμού ως προς το κάπνισμα 2014/2009



Διάγραμμα 22: Κατανομή πληθυσμού ως προς το κάπνισμα 2014/2009 (Στοχασίς, 2017)

Σχεδόν οι μισοί καπνιστές καπνίζουν καθημερινά 11-20 τσιγάρα ενώ πολύ μικρό ποσοστό, περίπου 2,5% καπνίζει πάνω από 40 τσιγάρα.

Ημερήσια κατανάλωση τσιγάρων όσων καπνίζουν καθημερινά

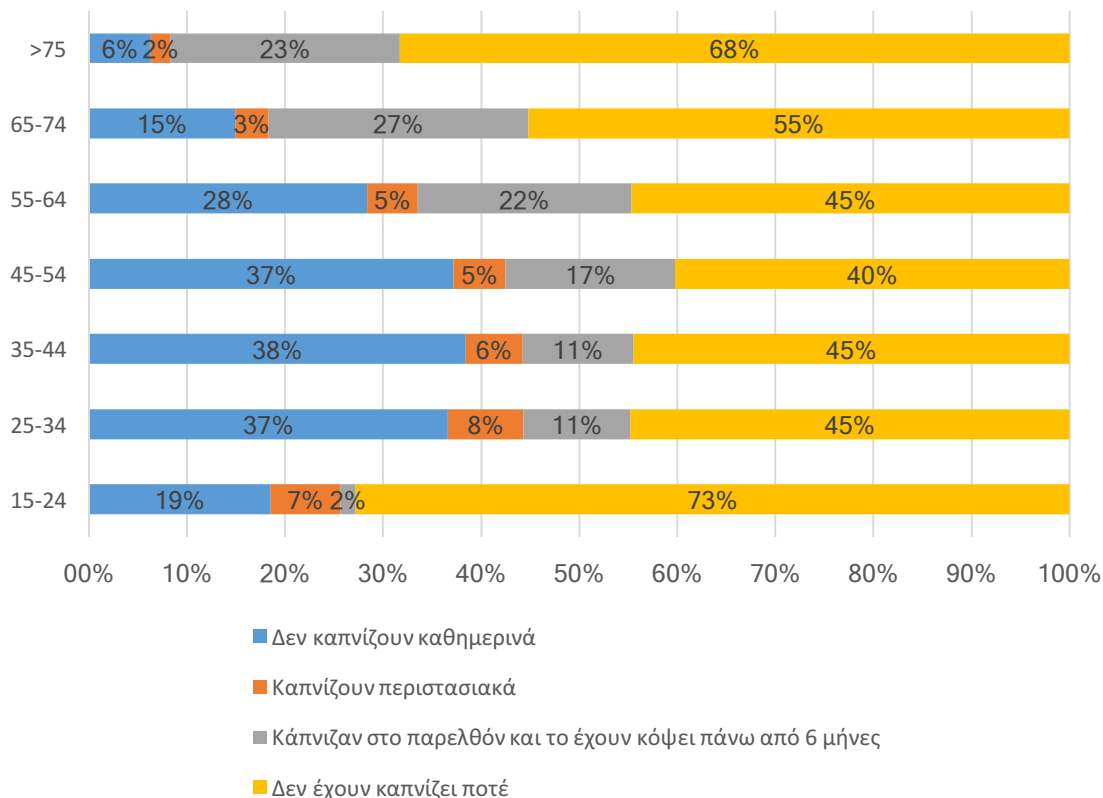


**Διάγραμμα 23: Ημερήσια κατανάλωση τσιγάρων όσων καπνίζουν
καθημερινά (Στοχασίς, 2017)**

Το προϊόν καπνού που κυρίως καταναλώνεται από το 98,3% του πληθυσμού ηλικίας 15 ετών και άνω που καπνίζει καθημερινά και περιστασιακά, είναι τα τσιγάρα (από πακέτα ή στριφτά).

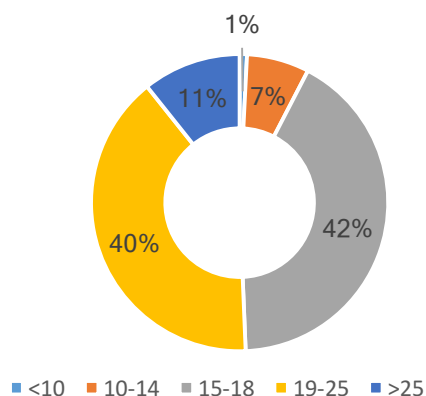
Οι ηλικίες 15-25 ετών είναι οι πλέον συνήθεις για έναρξη καπνίσματος και οι ηλικίες 25-54 αποτελούν κυριότερες ηλικιακές κατηγορίες καθημερινών καπνιστών.

Συχνότητα καπνίσματος ανά ηλικιακή ομάδα



Διάγραμμα 24: Συχνότητα καπνίσματος ανά ηλικιακή ομάδα (Στοχασίς, 2017)

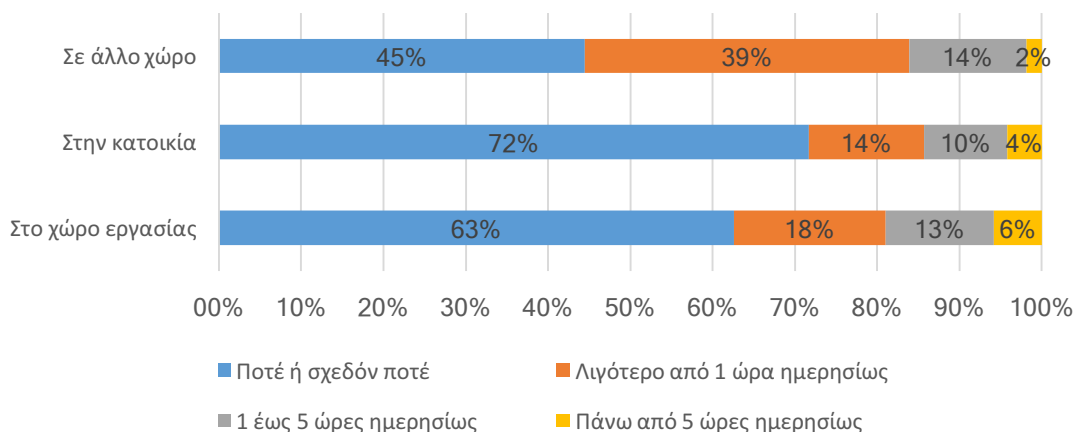
Ηλικία έναρξης καπνίσματος για όσους κάπνισαν τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα οποτεδήποτε στη ζωή τους



Διάγραμμα 25: Ηλικία έναρξης καπνίσματος για όσους κάπνισαν τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα οποτεδήποτε στη ζωή τους (Στοχασίς, 2017)

Η έκθεση σε καπνό τσιγάρου σε κλειστό χώρο είναι εντονότερη σε χώρους εστίασης και δημόσιους χώρους, με 7 στους 10 (ηλικίας 15 ετών και άνω) να δηλώνουν ότι όταν επισκέφτηκαν καφέ/μπαρ ή εστιατόριο/ταβέρνα κλειστού χώρου, αντιλήφθηκαν να καπνίζουν γύρω τους.

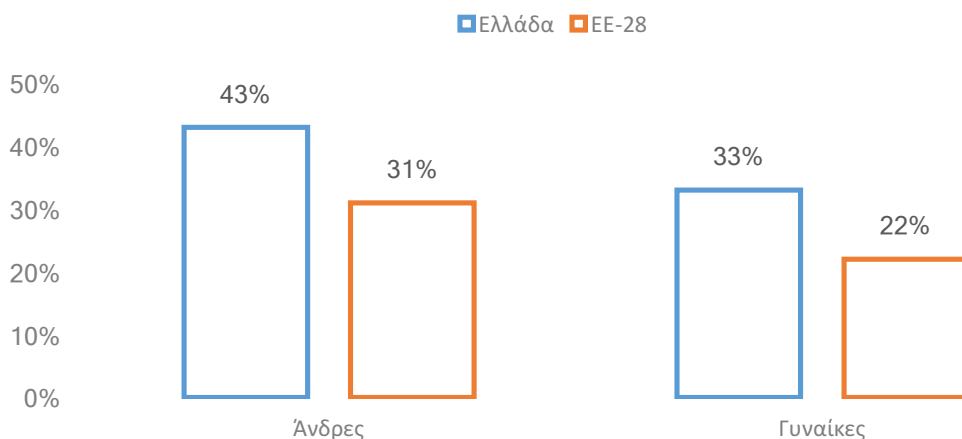
Έκθεση σε καπνό τσιγάρου το τελευταίο βμηνο (2014)



Διάγραμμα 26: Έκθεση σε καπνό τσιγάρου το τελευταίο βμηνο (2014)
(Στοχασίς, 2017)

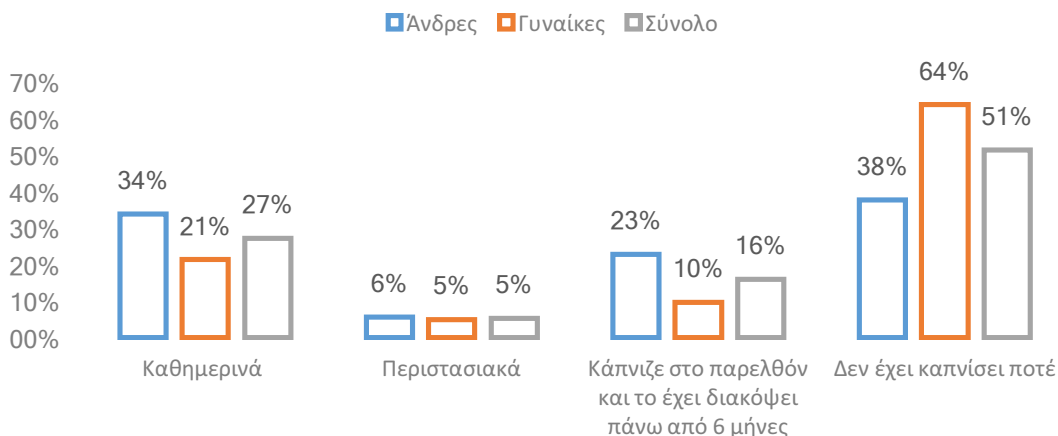
Στην Ελλάδα, περίπου 4 στους 10 άνδρες και 3 στις 10 γυναίκες καπνίζουν, με τους άνδρες να είναι περισσότερο καθημερινοί καπνιστές σε σχέση με τις γυναίκες.

Φύλο καπνιστών



Διάγραμμα 27: Φύλο καπνιστών (Στοχασίς, 2017)

Συχνότητα καπνίσματος ανά φύλο



Διάγραμμα 28: Συχνότητα καπνίσματος ανά φύλο (Στοχασίς, 2017)

5.2 Οικονομικοί Παράγοντες

5.2.1 Οικονομική Κρίση:

Η ελληνική οικονομική κρίση έχει προκαλέσει παγκόσμια ανησυχία λόγω των παρενεργειών και των κινδύνων που ενέχουν τόσο για την ευρωζώνη όσο και για την παγκόσμια οικονομική κοινότητα. Η ανάλυση του προβλήματος δείχνει ότι οι κύριες πηγές ανεπάρκειας είναι οι σοβαρές διαρθρωτικές αδυναμίες της ελληνικής δημόσιας διοίκησης, της οικονομίας και της κοινωνίας, οι οποίες οδηγούν σε γραφειοκρατία, διαφθορά, χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών και υψηλό κόστος. (Nikolaos Οικονομίου, 2011)

Η οικονομική κρίση που έχει βιώσει η Ελλάδα από το 2008 και, ιδιαίτερα, από το τέλος της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης το 2009, είναι άνευ προηγουμένου. Κατά τα έξι έτη από το 2008 έως το 2013, το ΑΕΠ μειώθηκε κατά περισσότερο από 25%, ενώ ο λόγος χρέους προς το ΑΕΠ της γενικής κυβέρνησης εξεπρόσπευσε από περίπου 100% το 2007 σε περίπου 180% το 2016. Εκ των υστέρων, αυτή η δραματική μείωση του ΑΕΠ της Ελλάδας φαίνεται να δικαιολογείται εν μέρει από τις προηγούμενες μεγάλες μακροοικονομικές ανισορροπίες και τα βαθιά διαρθρωτικά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας. Αυτές οι ανισορροπίες ήταν ιδιαίτερα εμφανείς στα μεγάλα δημοσιονομικά ελλείμματα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών από νωρίς, πολύ πριν ξεσπάσει η κρίση και παρείχαν ισχυρά προειδοποιητικά μηνύματα στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής. (Gikas A. Hardouvelis, 2018)

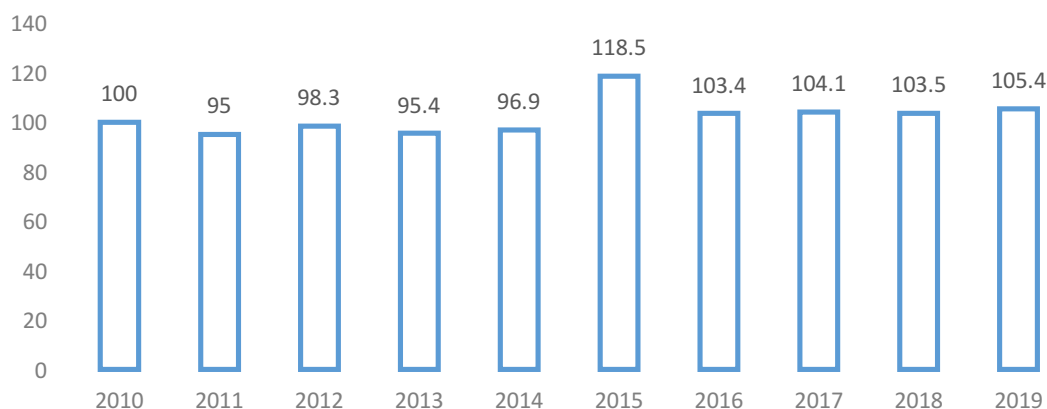
Η ανάγκη εξομάλυνσης των παραπάνω ανισορροπιών οδήγησε τη χώρα στην ένταξη της σε τριμερή μηχανισμό οικονομικής στήριξης, αποτελούμενο από την ΕΕ, το ΔΝΤ και την ΕΚΤ. Η αυστηρή εισοδηματική πολιτική και ο δραστικός περιορισμός των δημοσίων δαπανών που ασκήθηκαν κατά τα τελευταία 5 έτη, (2010-2015), επηρέασαν, όπως ήταν αναμενόμενο, αρνητικά την εξέλιξη της ζήτησης καπνικών προϊόντων με βασική τη μείωση διάθεσης εισοδήματος των καταναλωτών για τσιγάρα. (Κιοκρά, 2016)

5.2.2 Τιμές πώλησης των καπνικών προϊόντων & Υψηλή φορολόγηση:

Ο καπνός παραμένει η μεγαλύτερη αιτία πρόκλησης θανάτου και ασθενειών παγκοσμίως. Ο αντίκτυπος του καπνού είναι καταστροφικός και είναι υπεύθυνος για πάνω από 6 εκατομμύρια θανάτους ετησίως. Ο καπνός αντιπροσωπεύει την αιτία του μεγαλύτερου ποσοστού των μη μεταδοτικών ασθενειών (NCDs), συμβάλλοντας περισσότερο στη νοσηρότητα και θνησιμότητα σε παγκόσμιο επίπεδο από όλους τους άλλους παράγοντες κινδύνου για την υγεία. Ιδιαίτερα, χώρες με χαμηλό και μεσαίο εισόδημα (LMIC) επηρεάζονται περισσότερο από την επιδημία του καπνού.

Η φορολογική επιβάρυνση του σχετικού με το κάπνισμα υγειονομικού και κοινωνικού κόστους είναι ήδη μεγάλη και σε πολλές περιπτώσεις δεν είναι εφικτή σε πολλές LMIC. Οι συνεισφορές των διεθνών οργανισμών στον έλεγχο του καπνού δεν είναι εγγυημένες και μπορεί να μειωθούν με αποτέλεσμα οι φορολογικές επιβαρύνσεις να εξαρτώνται από αυτές τις χρηματοδοτήσεις. Αύξηση των φόρων καπνού είναι μια προσέγγιση για την αντιμετώπιση αυτής της πρόκλησης με τρόπο δίκαιο, λογικό και οικονομικά αποτελεσματικό. (Αnon., n.d.)

Δεικτης Τιμών Παραγωγού στη Βιομηχανία: Είδη Καπνού, ΕΛΣΤΑΤ (Έτος βάσης: 2010)



Διάγραμμα 29: Δείκτης Τιμών Παραγωγού στη Βιομηχανία: Έιδη Καπνού, Έτος βάσης 2010 (ΕΛΣΤΑΤ)

Ο Δείκτης Τιμών Παραγωγού στη Βιομηχανία έχει ως έτος βάσης το 2010 και δείχνει δηλαδή τη χρονιαία μεταβολή στις τιμές σε σχέση με το μέσο όρο των τιμών κατά το 2010. Κατά το έτος βάσης, ο μέσος όρος των Δεικτών Τιμών Παραγωγού και για τους δώδεκα μήνες είναι 100,0. Έτσι, αν ο Δείκτης Τιμών Παραγωγού για το έτος 2019 είναι 105,4, αυτό σημαίνει ότι οι τιμές για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα (καπνικά είδη) αυξήθηκαν το έτος αυτό κατά 5,4% συγκριτικά με το μέσο όρο του 2010. Μεγαλύτερη πτώση τιμών είχαμε το έτος 2011 της τάξης του 5% ενώ αύξηση το έτος 2015 της τάξης του 18,5%.

5.2.3 Λαθρεμπόριο Τσιγάρων:

Μια σειρά ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει η χώρα μας, εξατομικεύουν τη θέση της στο διεθνές στερέωμα, ως προς το φαινόμενο του λαθρεμπορίου καπνού και την καθιστούν σημαντικό κόμβο της διαδρομής του. Η Ελλάδα είναι ένα ενδιαφέρον και ίσως ένα μοναδικό παράδειγμα για τη μελέτη του λαθρεμπορίου τσιγάρων για διάφορους λόγους, πολλοί από τους οποίους προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στους λαθρεμπόρους τσιγάρων.

Ιστορικά, η Ελλάδα σχετίζεται με το λαθρεμπόριο καπνού και τσιγάρων από τον 19ο αιώνα. Το λαθρεμπόριο καπνού από την Ελλάδα στην Αίγυπτο είχε επηρεάσει σημαντικά τη φορολογία και επιτάχυνε την υπογραφή της Ελληνο-Αιγυπτιακής εμπορικής συνθήκης το 1884. Επιπλέον, η διαδρομή Θεσσαλονίκη-Μασσαλία ήταν μια από τις κύριες θαλάσσιες διαδρομές για το λαθρεμπόριο βουλγαρικού καπνού στη Δυτική Ευρώπη στα τέλη του 19ου αιώνα. Κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου υπήρχαν μαύρες αγορές μιας σειράς προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων των τσιγάρων, στην Αθήνα και σε άλλες ελληνικές πόλεις. Είναι επίσης ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι μια από τις πιο δημοφιλείς παραλίες στην Ελλάδα, η παραλία Ναυάγιο στη Ζάκυνθο, οφείλει το όνομά της στο ναυάγιο ενός πλοίου που μετέφερε λαθραία τσιγάρα από την Τουρκία στην Ιταλία το 1983. Παρά τα παραπάνω- στις αρχές της δεκαετίας του 1990 εκφράστηκαν μόνο ήπιες ανησυχίες σχετικά με το λαθρεμπόριο τσιγάρων, όταν τα τσιγάρα εισήχθησαν λαθραία στην Ελλάδα από την Αλβανία κυρίως από μετανάστες χωρίς τεκμηρίωση και σοβαρά στα μέσα της δεκαετίας του 1990, όταν τα πρώτα φορτία λαθραίων τσιγάρων παρεμποδίστηκαν στα ελληνοβουλγαρικά σύνορα. (Antonopoulos, 2007)

Πιο συγκεκριμένα, η Ελλάδα παραδοσιακά υπήρξε σημαντική καπνοπαραγωγός χώρα, έστω και αν πλέον δεν λογίζεται διεθνώς ως τέτοια. Υπήρξε ένατος μεγαλύτερος παραγωγός καπνού στον κόσμο μετά την Κίνα, την Ινδία, τη Βραζιλία, τις ΗΠΑ, την Τουρκία, τη Ζιμπάμπουε, την Ινδονησία και την Ιταλία, καθώς και ένας από τους δέκα κορυφαίους εξαγωγείς φύλλων καπνού. (Antonopoulos, 2007)

Σήμερα, η Ελλάδα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως χώρα διαμετακόμισης και όχι τόσο ως χώρα παραγωγής ή τελικού προορισμού των καπνικών προϊόντων κι αυτό επειδή η χώρα μας αποτελεί διαμετακομιστικό σταθμό λαθρεμπορευμάτων καπνού, δεδομένου ότι το 70-75% των παρανόμως εισαχθέντων τσιγάρων προωθείται τελικά σε άλλες χώρες της ΕΕ, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν ανθεί μαύρη αγορά τσιγάρων και χύμα καπνού ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά κέντρα.

Αυτό οφείλεται πρωτίστως στη γεωγραφική της θέση, η οποία βρίσκεται σε ιδανικό σημείο των διαδρομών του λαθρεμπορίου καπνού από τη Βόρεια Αφρική και την Ασία προς την Ευρώπη ή ακόμα και από χώρες της Ανατολικής Ευρώπης (μεταξύ άλλων Ρωσία, Ουκρανία, Ρουμανία, Κύπρος) προς την υπόλοιπη Γηραιά Ήπειρο, ειδικά προς το κεντρικό και το βόρειο τμήμα της.

Επιπλέον, δεν πρέπει να παραγνωρίζεται ότι πέρα από τη γεωγραφική θέση- κλειδί, σημαντικοί παράγοντες της επιλογής της Ελλάδας ως χώρα παράνομης εισόδου των καπνικών στον ευρωπαϊκό χώρο είναι το είδος, η έκταση και η μορφολογία των χερσαίων και θαλάσσιων συνόρων της, που διευκολύνουν την εισαγωγή λαθραίων προϊόντων γενικά.

Τέλος, ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που ενισχύει το λαθρεμπόριο τσιγάρων και καπνού είναι το ισχύον φορολογικό σύστημα αλλά και η

τιμή των τσιγάρων που με το χρόνο ολοένα και αυξάνεται. Από τη μια το υψηλό κέρδος που προσφέρει η παράκαμψη των δασμών και από την άλλη το κυνηγητό των διωκτικών αρχών, επέβαλαν τον εκσυγχρονισμό του εγχώριου καρτέλ των λαθραίων τσιγάρων. Ο τζίρος είναι τεράστιος όπως και οι απώλειες για το Δημόσιο, λόγω των ιδιαίτερα υψηλών φόρων κατανάλωσης.

Οργανωμένες συμμορίες διεθνούς βεληνεκούς και μικρότερες από τις βαλκανικές χώρες και τις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης σύμφωνα με εκτιμήσεις των ειδικών καλύπτουν το 15–20% της συνολικής ποσότητας τσιγάρων που καταναλώνεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό των τσιγάρων που διακινείται λαθραία ανέρχεται στο 6% της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης.

Οι απώλειες από την λαθραία διακίνηση τσιγάρων, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, ανέρχονται ετησίως στο ποσό των 1,6 δισ. ευρώ, ενώ για την Ελλάδα το ποσό που χάνεται σε δασμούς και φόρους υπολογίζεται στα 19 εκ. ευρώ. (Κιοκρα, 2016)

5.3 Εθισμός

Περίπου 27,7 δισεκατομμύρια τσιγάρα καταναλώθηκαν από τον ελληνικό πληθυσμό το 2010. Αυτό ισοδυναμεί με περίπου 4 τσιγάρα για κάθε άνδρα, γυναίκα και παιδί στον πλανήτη.

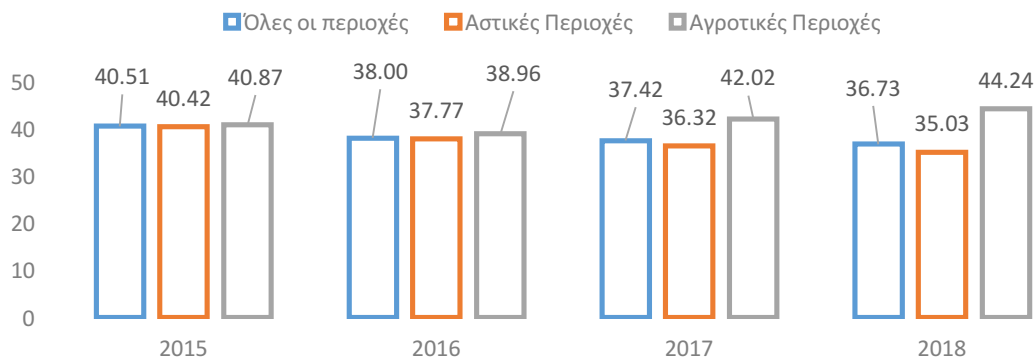
Παρά όμως, την αυξανόμενη ενημέρωση του κοινού για τις βλαπτικές του συνέπειες του τσιγάρου, ο τερματισμός της εξάρτησης από τον καπνό δεν είναι εύκολος. Αυτό συνδέεται κυρίως με τρεις παράγοντες:

- Τον εθισμό που προκαλεί η νικοτίνη
- Την απουσία συμπτωμάτων
- Την υιοθέτηση της συνήθειας του καπνίσματος σε νεαρή ηλικία καθώς έρευνα από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας και την Εθνική Σχολή Δημόσιας Υγείας (2004-2005) σε μαθητές 13-15 ετών έδειξε ότι περίπου το 32% ανέφεραν ότι είχαν δοκιμάσει τον καπνό (τουλάχιστον μία φορά στο παρελθόν), ενώ το 16,2% (17,1% των αγοριών και 14,4% των κοριτσιών) προϊόντα καπνού. Επιπλέον, 1 στους 4 από τους καπνιστές επισήμανε ότι άρχισε να καπνίζει πριν από την ηλικία των 10. Αξίζει να σημειωθεί ότι σχεδόν 1 στους 5 εφήβους που δεν είχαν καπνίσει δήλωσε ότι ήταν επιρρεπείς στην έναρξη καπνίσματος τον επόμενο χρόνο, με αγόρια και κορίτσια υποδεικνύοντας εξίσου την ίδια ευαισθησία.

5.4 Δημογραφικά Στοιχεία

Η κατανάλωση καπνού και καπνικών προϊόντων διαφέρει σε Αστικές και Αγροτικές περιοχές όπως φαίνεται παρακάτω στο διάγραμμα.

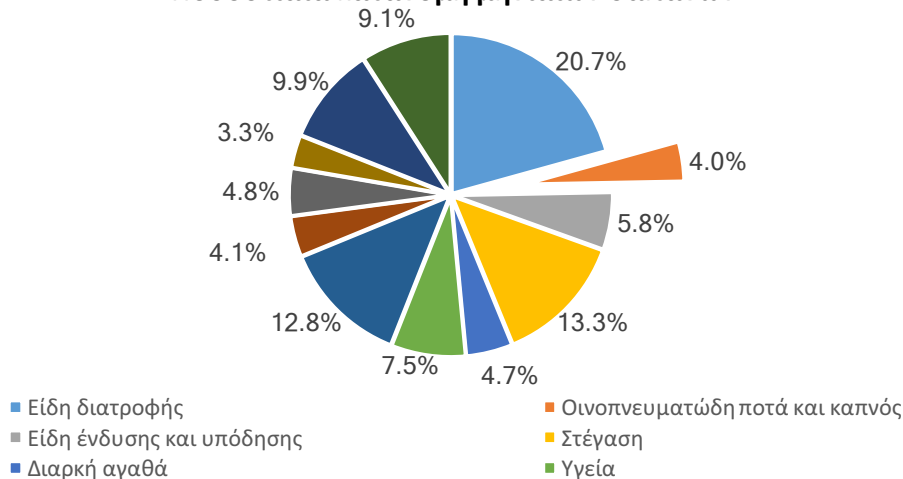
Μέσος όρος μηνιαίων αγορών καπνού και καπνικών προϊόντων των νοικοκυριών κατά Αστικές και Αγροτικές περιοχές (σε αξία)



Διάγραμμα 30: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών καπνού και καπνικών προϊόντων των νοικοκυριών κατά Αστικές και Αγροτικές περιοχές σε αξία (ΕΛΣΑΤΑΤ)

Παρατηρείται μία συνεχή υψηλότερη τιμή αγοράς των υπό μελέτη προϊόντων στις αγροτικές περιοχές σε σχέση με τις αστικές.

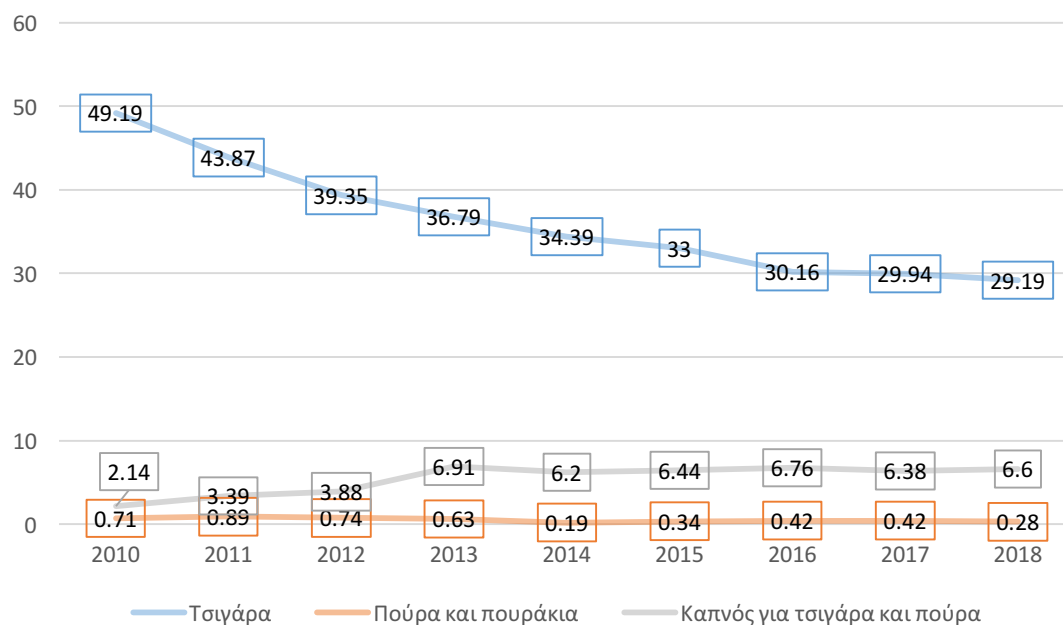
Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών



Διάγραμμα 31: Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών (Στοχασίς, 2017)

Παρά το γεγονός ότι σε απόλυτους αριθμούς η καταναλωτική δαπάνη των νοικοκυριών για οινοπνευματώδη ποτά και καπνό είναι μειωμένη (2015: €57,27, 2010: €68,70), ως ποσοστό της συνολικής καταναλωτικής δαπάνης αυξάνεται από 3,5% το 2010 σε 4,0% το 2015, αναδεικνύοντας την ανελαστική ζήτηση των εν λόγω προϊόντων.

Εξέλιξη μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών (σε αξία)



Διάγραμμα 32: Εξέλιξη μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών σε αξία (ΕΛΣΑΤΑΤ)

Οι μηνιαίες αγορές τσιγάρων των νοικοκυριών, τόσο σε ποσότητα όσο και σε αξία, σημειώνουν πτωτική πορεία τα εξεταζόμενα έτη, ενώ αντίθετα ο καπνός για τσιγάρα και πίπα παρουσιάζει θετικό πρόσημο το ίδιο διάστημα, αλλά διαμορφώνεται διαχρονικά σε χαμηλότερα επίπεδα.

5.5 Κοινωνικό Status

Η συμπεριφορά του καπνίσματος συνδέεται στενά με την κοινωνικοοικονομική κατάσταση και το φύλο. (Dingding Chaoab, 2015)

Η κοινωνική στρωμάτωση συνίσταται στην ιεραρχική κατάταξη των ατόμων και των κοινωνικών ομάδων στο πλαίσιο μιας κοινωνικής οργάνωσης. Τα διαφορετικά κοινωνικά στρώματα χαρακτηρίζονται από διαφορές στο βαθμό του οικονομικού πλούτου, του κοινωνικού γοήτρου, της κοινωνικής δύναμης και από τους διαφορετικούς ρόλους που αναλαμβάνουν στο πλαίσιο του κοινωνικού καταμερισμού της εργασίας. (Lallas, 2019)

Παρακάτω γίνεται ανάλυση των μηνιαίων ποσοτήτων και αγορών προϊόντων καπνού κατά τάξεις μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών αλλά και κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος.

Πίνακας 6: Μέσος όρος μηνιαίων ποσοτήτων προϊόντων καπνού (τροφίμων και καυσίμων) που αποκτήθηκαν από τα νοικοκυριά κατά τάξεις μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών και κατά τρόπο κτήσεως. Σύνολο χώρας. Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών, 2018

Μέσος όρος μηνιαίων ποσοτήτων ορισμένων ειδών (τροφίμων και καυσίμων) που αποκτήθηκαν από τα νοικοκυριά κατά τάξεις μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών και κατά τρόπο κτήσεως.

	μέχρι 750€	751€- 1100€	1101€- 1450€	1451€- 1800€	1801€- 2200€	2201€- 2800€	2801€- 3500€	3501€ και άνω
Τσιγάρα (τεμάχια)	31,44	74,15	120,44	160,17	212,29	238,59	205,48	302,93
Πούρα και πουράκια (τεμάχια)	0	0,07	0,17	0	0,15	0,46	0,71	0,66
Καπνός για τσιγάρα και πίπα (γραμμάρια)	16,57	22,1	28,89	49,73	57,44	74,82	91,52	105,87

Πίνακας 7: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών καπνικών προϊόντων των νοικοκυριών κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος και κατά τρόπο κτήσεως. Σύνολο χώρας. Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών, 2018

Μέσος όρος μηνιαίων αγορών και σε είδος απολαβών των νοικοκυριών κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος και κατά τρόπο κτήσεως.

	μέχρι 750 €	751€- 1100€	1101€- 1450€	1451€- 1800€	1801€- 2200€	2201€- 2800€	2801€- 3500€	3501€ και άνω
Τσιγάρα (€)	12,5	18,99	23,24	31,31	40	30,69	50,96	44,82
Πούρα και πουράκια (€)	0	0	0,10	0,11	0,24	0,03	0,60	2,45
Καπνός για τσιγάρα και πίπα (€)	4,69	5,10	5,67	5,29	7,79	11,01	6,43	8,78
Τσιγαρόχαρτα και φίλτρα (€)	0,49	0,47	0,65	0,57	1,17	0,80	0,55	0,64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: PEST ANALYSIS

PEST είναι ένα αρκτικόλεξο για τέσσερις πηγές αλλαγής: πολιτική, οικονομική, κοινωνική και τεχνολογική. Η ανάλυση PEST είναι ένα ισχυρό και ευρέως χρησιμοποιούμενο εργαλείο για την κατανόηση του στρατηγικού κινδύνου. Προσδιορίζει τις αλλαγές και τις επιπτώσεις του εξωτερικού μακροοικονομικού περιβάλλοντος στην ανταγωνιστική θέση μιας εταιρείας. (Tanya Sammut-Bonnici, 2015)

Η ανάλυση PEST εξετάζει τέσσερις κατηγορίες εξωτερικών περιβαλλοντικών παραγόντων, συγκεκριμένα:

- Πολιτικοί παράγοντες (P): αυτοί καλύπτουν διάφορες μορφές κυβερνητικών παρεμβάσεων και πολιτικών ομάδων συμφερόντων σε μια οικονομία.
- Οικονομικοί παράγοντες (E): αυτοί καλύπτουν κυρίως τις μακροοικονομικές συνθήκες του εξωτερικού περιβάλλοντος, αλλά μπορούν να περιλαμβάνουν εποχιακές / καιρικές συνθήκες.
- Κοινωνικοί παράγοντες (S): καλύπτουν κοινωνικούς, πολιτιστικούς και δημογραφικούς παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος.
- Τεχνολογικοί παράγοντες (T): περιλαμβάνουν δραστηριότητες που σχετίζονται με την τεχνολογία, τεχνολογικές υποδομές, τεχνολογικά κίνητρα και τεχνολογικές αλλαγές που επηρεάζουν το εξωτερικό περιβάλλον. (Kim-Keun Ho, 2014)

6.1 Πολιτικό – Θεσμικό πλαίσιο

6.1.1 Πολιτικό

Από το 1981 η Ελλάδα υιοθέτησε την Κοινή Αγροτική Πολιτική, η οποία προσδιορίστηκε με τον κανονισμό 727/70. Το περιεχόμενο του παραπάνω κανονισμού είναι ένα σύνολο κανόνων που απευθύνονται στην αγροτική παραγωγή, στην ανάπτυξη της υπαίθρου και στη ρύθμιση της αγοράς γεωργικών προϊόντων, λαμβάνοντας υπόψη τη γεωργική δραστηριότητα, στη διακίνηση αγροτικών προϊόντων, με κύριο στόχο τη σταθερότητα των τιμών, την υψηλή ποιότητα των προϊόντων, την ορθή χρήση του εδάφους και γενικότερα την απασχόληση στον αγροτικό τομέα.

Το 2001 το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ανακοίνωσε την οδηγία 2001/37/ΕΚ με θέμα διατάξεις για τη παραγωγή και πώληση προϊόντων καπνού για όλες τις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης η οποία θα πρέπει να εφαρμοστεί μέσα στο έτος 2003.

Το 2003 με την υπ' αριθμόν 266 Υπουργική Απόφαση ανακοινώθηκαν οι διατάξεις για την παραγωγή και πώληση προϊόντων καπνού σε συμμόρφωση προς την οδηγία 2001/37/ΕΚ που προαναφέρθηκε.

Το 2005 με την υπ' αριθμόν Αρ. Πρωτ. Υ1/Γ. Π. οικ. 81348 / 29-7-05 Υπουργική Απόφαση απαγορεύεται η διαφήμιση και χορηγία προϊόντων καπνού σε

συμμόρφωση προς την Οδηγία 2003/33/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου Επικρατείας.

Το 2008 σύμφωνα με το Νόμο 3730/2008 / ΦΕΚ 262Α/23.12.2008 περί "προστασία ανηλίκων από το καπνό και τα αλκοολούχα ποτά και άλλες διατάξεις" απαγορεύεται η πώληση προϊόντων καπνού από και προς ανηλίκους (κάτω των 18 ετών).

Το 2009 με Υγειονομική Απόφαση υπ' αριθμόν 88202 τίθεται σε εφαρμογή το Αρθ. 3 του Ν.3730/ 2008 για την προστασία ανηλίκων από τον καπνό και το αλκοόλ.

Το 2014 ανακοινώνεται η οδηγία 2014/40/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου με ακόμη αυστηρότερες διατάξεις για την παραγωγή, παρουσίαση και πώληση προϊόντων καπνού για όλες τις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης η οποία θα πρέπει να εφαρμοστεί μέσα στο έτος 2016 και αντικαθιστά την οδηγία 2001/37/ΕΕ. Οι σημαντικότερες παράμετροι της συγκεκριμένη οδηγία είναι οι εξής:

- Η απαγόρευση διάθεσης στην αγορά του καπνού που λαμβάνεται από το στόμα.
- Η απαγόρευση διασυνοριακών πωλήσεων προϊόντων καπνού καθώς και των ηλεκτρονικών τσιγάρων.
- Η υποχρέωση υποβολής κοινοποίησης των νέων προϊόντων καπνού.
- Η διάθεση στην αγορά και την επισήμανση ορισμένων προϊόντων συναφών με τα προϊόντα καπνού, συγκεκριμένα των ηλεκτρονικών τσιγάρων και των φυτικών προϊόντων για κάπνισμα.

Πίνακας 8: Συντελεστές Βιομηχανοποιημένων Καπνών (Αnon., n.d.)

ΕΙΔΟΣ	ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ	ΕΘΝΙΚΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ
Τσιγάρα	57% της τιμής λιανικής πώλησης, με ελάχιστο τα 64 ευρώ ανά Φ.Μ., για τα τσιγάρα που πωλούνται στην Π.Ζ.Τ. Πάγιος φόρος: 5% της συνολικής φορολογικής επιβάρυνσης της Π.Ζ.Τ. λιανικής πώλησης των τσιγάρων Αναλογικός φόρος: Δεν προβλέπεται ελάχιστος κοινοτικός συντελεστής Ελάχιστος Ε.Φ.Κ.	65% επί της Π.Ζ.Τ. Πάγιος φόρος: 7,5% της συνολικής φορολογικής επιβάρυνσης της Π.Ζ.Τ. λιανικής πώλησης των τσιγάρων Αναλογικός φόρος: 58,823% στην τιμή λιανικής πώλησης μιάς Φορολογικής Μονάδας (Φ.Μ.) τσιγάρων. Ελάχιστος Ε.Φ.Κ. 75 % του Ε.Φ.Κ. που επιβάλλεται στην Π.Ζ.Τ.

	Ποσοστό του Ε.Φ.Κ. που επιβάλλεται στην Π.Ζ.Τ., με ανώτατο το 100%.	
Πούρα και σιγαρίλος	5% της τιμής λιανικής πώλησης ή 11 ευρώ ανά χιλιόγραμμο	32% επί της κατά χιλιόγραμμο τιμής λιανικής πώλησής τους
Λεπτοκομμένος καπνός για την κατασκευή χειροποίητων (στριφτών) τσιγάρων	36% της τιμής λιανικής πώλησης ή 32 ευρώ ανά χιλιόγραμμο	67% επί της κατά χιλιόγραμμο τιμής λιανικής πώλησής τους
Άλλα καπνά για κάπνισμα	20% της τιμής λιανικής πώλησης ή 20 ευρώ ανά χιλιόγραμμο	67% επί της κατά χιλιόγραμμο τιμής λιανικής πώλησής τους

Ταυτόχρονα με τον ειδικό φόρο κατανάλωσης, βεβαιώνεται και εισπράττεται και ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.), ο οποίος ανέρχεται σε ποσοστό 18,70% επί της τιμής λιανικής πώλησης των τσιγάρων.

6.1.2 Θεσμικό πλαίσιο

- Ν. 4472/2017 (ΦΕΚ 74/Α/ 19.05.2017)

Άρθρο 96: Τροποποίηση του ν. 3730/2008 «Προστασία ανηλίκων από τον καπνό και τα αλκοολούχα ποτά και άλλες διατάξεις» (Α' 262)

1. Η περίπτωση β' της παρ. 1 του άρθρου 2 του ν. 3730/2008 (Α' 262) αντικαθίσταται ως εξής: «β) η τοποθέτηση προϊόντων καπνού σε προθήκες επιχειρήσεων μαζικής εστίασης και επιχειρήσεων αναψυχής,».
2. Η παρ. 6 του άρθρου 2 του ν. 3730/2008 αντικαθίσταται ως εξής: «6. Η τοποθέτηση προϊόντων καπνού είναι επιτρεπτή σε προθήκες οι οποίες βρίσκονται εντός του καταστήματος μετά το χώρο των ταμείων και στις οποίες παρέχεται πρόσβαση με τη μεσολάβηση προσωπικού του καταστήματος, τηρουμένων των διατάξεων της εθνικής και κοινοτικής νομοθεσίας. Εξαιρούνται τα καταστήματα αφορολόγητων ειδών, τα περίπτερα και τα καταστήματα που πωλούν αποκλειστικά προϊόντα καπνού». (Αnon., n.d.)

- ΦΕΚ 2987/Β (ΦΕΚ 3129 τ.Β'/29.09.2016)

Διόρθωση σφάλματος στην αριθμ. 2568/98853/ 6.9.2016 απόφαση του Αναπληρωτή Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, που δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ 2987/τ.Β'/19.09.2016. [Stochasis, 2017]

- Νόμος 4419/2016 (ΦΕΚ 174/Α/ 20.09.2016)

Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την Οδηγία 2014/40/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 3ης Απριλίου 2014 για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών-μελών σχετικά με την κατασκευή, την παρουσίαση και την πώληση προϊόντων

καπνού και συναφών προϊόντων και την κατάργηση της Οδηγίας 2001/37/ΕΚ (αριθμ. L 127/1 της 29.4.2014), όπως το Παράρτημα ΙΙ της Οδηγίας αυτής τροποποιήθηκε με την κατ' εξουσιοδότηση εκδοθείσα Οδηγία 2014/109/ΕΕ της Επιτροπής της 10ης Οκτωβρίου 2014 για την τροποποίηση του Παραρτήματος ΙΙ της Οδηγίας 2014/40/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου με τη θέσπιση της βιβλιοθήκης των εικονογραφικών προειδοποιήσεων που πρέπει να χρησιμοποιούνται για τα προϊόντα καπνού, καθώς και άλλες συναφείς διατάξεις.

Οι διατάξεις του παρόντος νόμου εφαρμόζονται στα προϊόντα καπνού, στον καπνό που λαμβάνεται από το στόμα, στα νέα προϊόντα καπνού, στα ηλεκτρονικά τσιγάρα και στους περιέκτες επαναπλήρωσης, καθώς και στα φυτικά προϊόντα καπνού για κάπνισμα. (Αnon., n.d.)

- Κ.Υ.Α. Αρ.2568/98853/ 06.09.2016 (ΦΕΚ 2987/τ.Β'/19.09.2016)

Αφορά τα εξεταζόμενα χαρακτηριστικά και όρια μετελέγχου φυτών μεγάλης καλλιέργειας και κηπευτικών. [Stochasis, 2017]

- Υ.Α. ΔΕΦΚΦ Β 1120050 ΕΞ/ 01.01.2016 (ΦΕΚ 2518/ Β/16.08.2016)

Αφορά στον καθορισμό όρων και προϋποθέσεων για την παραλαβή από άλλο Κράτος- Μέλος από εγκεκριμένους αποθηκευτές βιομηχανοποιημένων καπνών, του ηλεκτρικά θερμαινόμενου προϊόντος καπνού, της περίπτωσης στ) της παραγράφου του άρθρου 53Α του Ν. 2960/2001 (Επιβολή Φόρου Κατανάλωσης-Βάση Υπολογισμού και Συντελεστές Φόρου-Βεβαίωση και Είσπραξη του Φόρου, την επιβολή φόρου κατανάλωσης και ΦΠΑ, την παρακολούθηση και τον έλεγχο αυτού. (Αnon., n.d.), (Αnon., n.d.)

- Νόμος 4410/2016 (ΦΕΚ 141/ Α/03.08.2016)

Τροποποιήσεις του Εθνικού Τελωνειακού Κώδικα προς ενίσχυση της καταπολέμησης της παράνομης εμπορίας καπνού και βιομηχανοποιημένων καπνών και ίδρυση Συντονιστικού Κέντρου για την Καταπολέμηση του λαθρεμπορίου, εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας προς την απόφαση 2009/917/ΔΕΥ του Συμβουλίου της 30ής Νοεμβρίου 2009 για τη χρήση της πληροφορικής για τελωνειακούς σκοπούς και άλλες διατάξεις αρμοδιότητας Υπουργείου Οικονομικών και ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία των άρθρων 15, 16 και 18 της οδηγίας 2014/40/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 3ης Απριλίου 2014 για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών - μελών σχετικά με την κατασκευή, την παρουσίαση και την πώληση προϊόντων καπνού και συναφών προϊόντων και την κατάργηση της οδηγίας 2001/37/ΕΚ και άλλες διατάξεις. (Αnon., n.d.)

- Υ.Α. 1490/38140 (ΦΕΚ 567/ Β/08.04.2015)

Αφορά την Αναγνώριση Διεπαγγελματικής Οργάνωσης στον τομέα του καπνού. Με την παρούσα Απόφαση αναγνωρίστηκε η Πανελλήνια Διεπαγγελματική Οργάνωση Ακατέργαστου Καπνού που συστάθηκε το 2013 πληρώντας τους όρους και τις προϋποθέσεις του Κανονισμού 1308/2013. (Αnon., n.d.)

- ΟΔΗΓΙΑ 2014/40/ΕΕ 03.04.2014

Αφορά στην προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την κατασκευή, την παρουσίαση και την πώληση προϊόντων καπνού και συναφών προϊόντων και την κατάργηση της οδηγίας 2001/37/ΕΚ.

- Κ.Υ.Α. 238/19130/ 11.2.2014 (ΦΕΚ 380/Β/ 18.02.2014)

Αφορά στον καθορισμό λεπτομερειών σύναψης των συμβάσεων μελλοντικής πώλησης ακατέργαστου καπνού. Σκοπός της παρούσας είναι:

- a. Η θέσπιση της υποχρέωσης σύναψης συμβάσεων μελλοντικής πώλησης ακατέργαστου καπνού (εφεξής καπνός) για την καλλιέργεια και την παράδοσή του στις επιχειρήσεις πρώτης μεταποίησης, οι υποχρεώσεις των παραγωγών και των επιχειρήσεων πρώτης μεταποίησης, ο καθορισμός του ελάχιστου περιεχομένου των συμβάσεων μελλοντικής πώλησης καπνού (εφεξής συμβάσεις), ο τρόπος παράδοσης και παραλαβής του καπνού, ο τρόπος επίλυσης διαφωνιών για την ποιοτική κατάταξη του καπνού, ο τρόπος και η εξασφάλιση της πληρωμής των παραγωγών από τις επιχειρήσεις πρώτης μεταποίησης. (Αnon., n.d.)

- Κ.Υ.Α. 593/ 49825/14.04.2014 (ΦΕΚ 988/Β /22.04.2014)

Τροποποίηση της αριθμ. 238/19130/11-2-2014 απόφασης των Υπουργών Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων «Καθορισμός λεπτομερειών σύναψης των συμβάσεων μελλοντικής πώλησης ακατέργαστου καπνού» (Β' 380/18-2-2014). (Αnon., n.d.)

- Νόμος 4093/2012 (ΦΕΚ 222/Α /12.11.2012)

Αφορά στην άρση περιορισμών για την διάθεση προϊόντων καπνού. Συγκεκριμένα: ΥΠΟΠΑΡΑΓΡΑΦΟΣ 4, ΑΡΣΗ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΩΝ ΣΤΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΠΝΟΥ

1. Οι διατάξεις των άρθρων 2 και 3 του ν. 3919/2011 (Α' 32) εφαρμόζονται στην πώληση προϊόντων καπνού υπό τους όρους και προϋποθέσεις διάθεσης που ορίζονται στο ν. 3730/2008.

Στο άρθρο 2 του Ν. 3730/2008 (Α' 262) προστίθεται παράγραφος 6 ως εξής:
«Ειδικά στις υπεραγορές τροφίμων η τοποθέτηση προϊόντων καπνού είναι επιτρεπτή σε κλειστές προθήκες ευρισκόμενες εντός του καταστήματος μετά το χώρο των ταμείων, στις οποίες παρέχεται πρόσβαση με τη μεσολάβηση προσωπικού του καταστήματος, τηρουμένων των διατάξεων της κοινοτικής νομοθεσίας.» (Αnon., n.d.)

- Κ.Υ.Α. Αρ.12194 (ΦΕΚ 2624/Β/ 08.11.2011)

Αφορά στις γεωργοπεριβαλλοντικές ενισχύσεις στο πλαίσιο της Δράσης 1.4. «Αμειψισπορά με ξηρικές καλλιέργειες σε καπνοπαραγωγικές περιοχές» και της Δράσης 2.3 «Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης στην παραγωγή καπνού», του Μέτρου 214 του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (Π.Α.Α) 2007-2013. Έγκριση πιστώσεων για την καταβολή ανειλημμένων υποχρεώσεων του Μέτρου 10 «Γεωργοπεριβαλλοντικά και κλιματικά μέτρα» και του Μέτρου 11 «Βιολογικές καλλιέργειες» του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) 2014-2020 κατά το έτος 2018. (Αnon., n.d.)

- Υ.Α. Υ1/Γ.Π/οικ 93828/2011 (ΦΕΚ 2026 /Β/12.09.2011)
Αφορά στον καθορισμό όρων και προϋποθέσεων για τη λειτουργία χώρων καπνιζόντων εντός των καζίνο και των κέντρων διασκέδασης, με μουσική, άνω των 300 τμ. [Stochasis, 2017]
- Κ.Υ.Α. Αρ. 16029 (ΦΕΚ 24/Β /20.01.2011)
Αφορά στην τροποποίηση της με αριθ. 67002 (ΦΕΚ 1742/ Β' / 2006) Κοινής Απόφασης των Υπουργών Εσωτερικών Αποκέντρωσης & Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, Οικονομικών και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων που αφορά «Μέτρα εύρυθμης λειτουργίας της αγοράς στον τομέα του καπνού». (Αnon., n.d.)
- Υ.ΔΓ.Π.οικ. 104720/2010 (ΦΕΚ 1315/Β/ 25.08.2010)
Καθορισμός των οργάνων, της διαδικασίας ελέγχου πιστοποίησης των παραβάσεων και επιβολής των προβλεπόμενων κυρώσεων, καθώς και των κριτηρίων προσδιορισμού του ύψους του προστίμου, της διαδικασίας είσπραξης των προστίμων καθώς και κάθε άλλης αναγκαίας λεπτομέρειας για την εφαρμογή του Νόμου 3868/2010 (ΦΕΚ 129Α' /3.8.2010). Κοινή απόφαση υπουργών εσωτερικών, αποκέντρωσης και ηλεκτρονικής διακυβέρνησης οικονομικών εργασίας και κοινωνικής ασφάλισης υγείας και κοινωνικής αλληλεγγύης προστασίας του πολίτη, πολιτισμού και τουρισμού. (Αnon., n.d.)
- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 73/19.01.2009
Κανονισμός του συμβουλίου της 19.01.2009 σχετικά με τη θέσπιση κοινών κανόνων για τα καθεστώτα άμεσης στήριξης για τους γεωργούς στο πλαίσιο της κοινής γεωργικής πολιτικής και τη θέσπιση ορισμένων καθεστώτων στήριξης για τους γεωργούς, για την τροποποίηση των κανονισμών (ΕΚ) αριθ. 1290/2005, (ΕΚ) αριθ. 247/2006, (ΕΚ) αριθ. 378/2007 και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003. (Αnon., n.d.)
- Νόμος 3730/2008 (ΦΕΚ 262/Α' 23.12.2008)
Αφορά στην προστασία ανηλίκων από τον καπνό και τα αλκοολούχα ποτά και άλλες διατάξεις όπως ρυθμίσεις για τα προϊόντα καπνού, απαγόρευση χρήσης προϊόντων καπνού, καθώς και τους φορείς προστασίας και ελέγχου για τη χρήση καπνού και αλκοόλ. (Αnon., n.d.)
- Κ.Υ.Α. Αρ. 67002 (ΦΕΚ 1742/ Β/29.11.2006)
Αφορά στα μέτρα εύρυθμης λειτουργίας της αγοράς στον τομέα του καπνού. Καταργήθηκε βάσει της Κοινής Υπουργικής Απόφασης 238/19130/2014 - ΦΕΚ 380/Β/18-2-2014 Καθορισμός λεπτομερειών σύναψης των συμβάσεων μελλοντικής πώλησης ακατέργαστου καπνού Από την έναρξη ισχύος της οποίας καταργούνται οι διατάξεις της αριθμ. 67002/16.11.2006 (Β'1742/29.11.2006) απόφασης, καθώς και κάθε άλλη γενική ή ειδική διάταξη, η οποία έρχεται σε αντίθεση με τις διατάξεις της παρούσας απόφασης. (Αnon., n.d.)
- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 2182/22.12.2005

Κανονισμός για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1973/2004 για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 του Συμβουλίου όσον αφορά τα καθεστώτα στήριξης που προβλέπονται βάσει των τίτλων IV και IVα του εν λόγω κανονισμού και τη χρήση των εκτάσεων γης που προκύπτουν από την παύση καλλιέργειας για την παραγωγή πρώτων υλών. (Αnon., n.d.)

- Νόμος 3420/2005 (ΦΕΚ 298/A /06.12.2005)

Κυρώνεται και έχει την ισχύ, που ορίζει το άρθρο 28 παρ. 1 του Συντάγματος, η Σύμβαση Πλαίσιο για τον έλεγχο του καπνού που υιοθετήθηκε από την 56η Παγκόσμια Συνέλευση Υγείας του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας στις 21 Μαΐου 2003, το κείμενο της οποίας σε πρωτότυπο στην αγγλική και σε μετάφραση στην ελληνική έχει ως εξής:

WHO FRAMEWORK CONVENTION ON TOBACCO CONTROL PREAMBLE (Αnon., n.d.)

- Υ.Α. Υ1/Γ.Π/οικ 81348/2005 (ΦΕΚ 1075/B /29.07.2005)

Αφορά στην διαφήμιση και χορηγία προϊόντων καπνού σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 2003/33/ΕΚ (ΕΕL 152/20.6.2003) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου. 1.Σκοπός της παρούσας Κοινής Υπουργικής Απόφασης είναι η προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την Οδηγία 2003/ 33/ΕΚ σχετικά με την διαφήμιση των προϊόντων καπνού και την προώθησή τους: α) στον τύπο και σε άλλα έντυπα μέσα β) στο ραδιόφωνο γ) στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και δ) μέσω χορηγιών συνδεδεμένων με τον καπνό, συμπεριλαμβανομένης της δωρεάν διανομής προϊόντων καπνού.

- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 852/29.04.2004

Κανονισμός του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 για την υγιεινή των τροφίμων. (Αnon., n.d.)

- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. (1782/ 29.09.2003)

Κανονισμός του συμβουλίου της 29.09.2003 για τη θέσπιση κοινών κανόνων για τα καθεστώτα άμεσης στήριξης στα πλαίσια της κοινής γεωργικής πολιτικής και για τη θέσπιση ορισμένων καθεστώτων στήριξης για τους γεωργούς και για την τροποποίηση των κανονισμών (ΕΟΚ) αριθ. 2019/93, (ΕΚ) αριθ. 1452/2001, (ΕΚ) αριθ. 1453/2001, (ΕΚ) αριθ. 1454/2001, (ΕΚ) αριθ. 1868/94, (ΕΚ) αριθ. 1251/1999, (ΕΚ) αριθ. 1254/1999, (ΕΚ) αριθ. 1673/2000, (ΕΟΚ) αριθ. 2358/71 και (ΕΚ) αριθ. 2529/2001. [Stochasis, 2017]

- Υ.Δ . ΥΙ/Γ.Π./οικ. 76017/2002 (ΦΕΚ 1001/ Β/01.08.2002)

Αφορά την απαγόρευση του καπνίσματος σε δημόσιους χώρους, μεταφορικά μέσα και μονάδες παροχής Υπηρεσιών Υγείας. [(Αnon., n.d.)]

- Νόμος 75(Ι) 2002 Οδηγία ΕΕ Αρ.3611/ 14.06.2002

Αφορά την λήψη μέτρων για τον περιορισμό του καπνίσματος. (Αnon., n.d.)

- Κ.Υ.Α. Αρ.334666 (ΦΕΚ 688/ Β/05.04.1995)

Αφορά τον Τεχνικό Κανονισμό αποδοχής ποικιλιών καπνού (*Nicotiana tabacum L.*) (Anon., n.d.)

- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 2075/30.06.1992

Κανονισμός του συμβουλίου της 30.06.1992 για την κοινή οργάνωση της αγοράς στον τομέα του ακατέργαστου καπνού. [Stochasis, 2017]

6.2 Οικονομικό Περιβάλλον

6.2.1 Ανασκόπηση:

Η ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας ξεκίνησε στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και στις αρχές αρχές του 20^{ου} αιώνα, με την υιοθέτηση βιομηχανικής και εργατικής νομοθεσίας, όπως επίσης και με τη δημιουργία των πρώτων ιδιωτικών επιχειρήσεων. Η βάση της βιομηχανίας στηρίζοταν εν πολλοίς στον κλάδο των τροφίμων, στην κλωστοϋφαντουργία και στο ναυπηγοεπισκευαστικό τομέα.

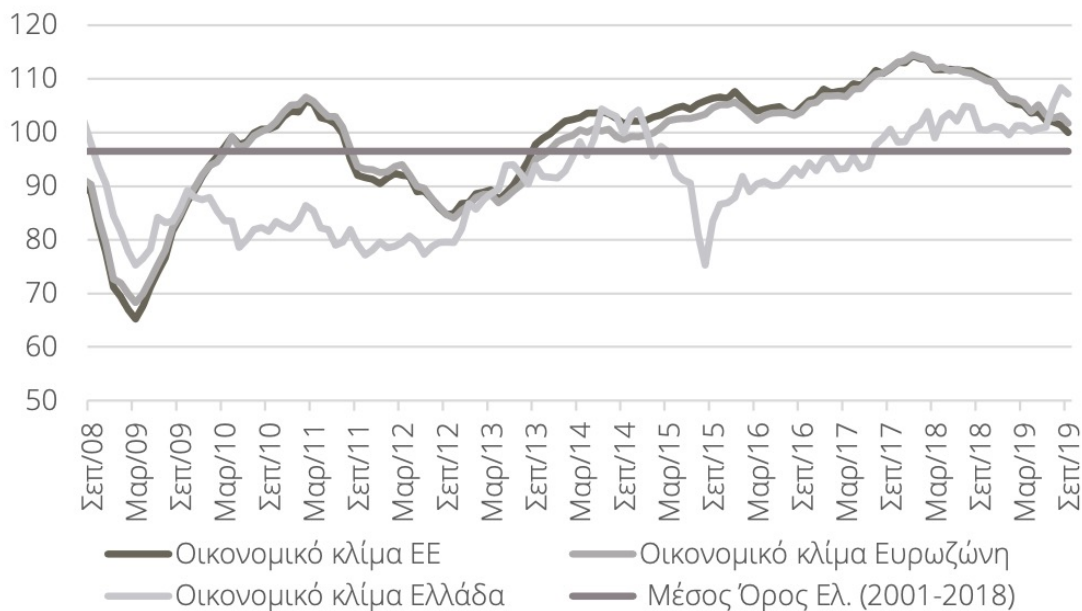
Την εικοσαετία ανάμεσα στο 1950 και το 1970, η ελληνική οικονομία αναπτύσσεται με ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς, γεγονός που την κατατάσσει στη δεύτερη θέση ανάπτυξης μετά την Ιαπωνία. Η δεκαετία του '70 βρίσκει την οικονομία της χώρας σε μία δυσμενή θέση, με μία μείωση του ΑΕΠ, μία μείωση του ρυθμού επενδύσεων, της παραγωγικότητας, όπως επίσης αύξηση κόστους εργασίας, που τροφοδοτήθηκαν εν μέρει από την πετρελαϊκή κρίση. Το γεγονός αυτό οδήγησε στη δημιουργία ενός μεγάλου μεταναστευτικού ρεύματος στην ελληνική επικράτεια που τερματίστηκε στα τέλη της δεκαετίας.

Με την είσοδο της χώρας στην ΕΟΚ καταργούνται τα προστατευτικά μέτρα εξωτερικού εμπορίου και τα διαρθρωτικά ταμεία της Ε.Ε. αρχίζουν να ενισχύουν την οικονομία με διοχέτευση χρημάτων. Μέχρι το 1989 η ελληνική οικονομία έχει επιτύχει αλματώδη ανάπτυξη που την κατατάσσει στις 22 πιο προηγμένες οικονομικά χώρες.

6.2.2 2019:

Η ελληνική οικονομία διέρχεται μια τρίτη συνεχή χρονιά ανάπτυξης με ρυθμό ανάπτυξης που, δεδομένης της βαθιάς και παρατεταμένης κρίσης που προηγήθηκε, δεν είναι πολύ υψηλή, αλλά αναμένεται να επιταχυνθεί το επόμενο έτος. Συγκεκριμένα, ο πραγματικός ρυθμός ανάπτυξης αναμένεται να κυμαίνεται μεταξύ 1,5% και 2% φέτος, όπως ήταν τα προηγούμενα δύο χρόνια, ενώ στα επόμενα αναμένεται να υπερβεί το 2%. Αυτή η ανάπτυξη της οικονομίας βασίζεται σε μια βάση που αποτελείται από τρεις βασικούς πυλώνες. Πρώτον, ότι η οικονομία έχει επιτύχει ένα συνολικό δημοσιονομικό ισοζύγιο μετά από δέκα χρόνια προσαρμογής και δεν υπάρχει λόγος για περαιτέρω προσαρμογή. Αντ' αυτού, μπορεί να δημιουργηθεί ένας δημοσιονομικός χώρος για την υποστήριξη των προοπτικών ανάπτυξης. Δεύτερον, ότι ο κεντρικός στόχος της πολιτικής της νέας κυβέρνησης είναι η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, καθώς και το γεγονός ότι υπάρχει ευρύτερη υποστήριξη και συναίνεση προς αυτό. Ταυτόχρονα, ελαχιστοποιήθηκαν οι κίνδυνοι για τη χώρα από τις πολιτικές εξελίξεις στο άμεσο μέλλον. Τρίτον, ότι το

διεθνές περιβάλλον οδηγεί στη διατήρηση και περαιτέρω μείωση του κόστους χρηματοδότησης, μια εξέλιξη που διευκολύνει τις συνολικές κινήσεις πολιτική στην ελληνική οικονομία. (Αnon., n.d.)



Εικόνα 3: Δείκτες Οικονομικού Κλίματος: Ε.Ε.-27, Ευρωζώνη και Ελλάδα, (1990-2017=100, εποχικά εξομαλυμένα στοιχεία) (Αnon., n.d.)

Ο Δείκτης Οικονομικού Κλίματος εγχωρίως το γ' τρίμηνο φέτος ήταν σημαντικά βελτιωμένος σε σύγκριση με το προηγούμενο τρίμηνο, και σε υψηλότερο επίπεδο έναντι του αντίστοιχου περυσινού.

6.2.3 Σήμερα:

Το Μάρτιο του 2020, ο δείκτης οικονομικού αισθήματος (ESI) μειώθηκε δραματικά τόσο στη ζώνη του ευρώ (-8,9 μονάδες κάτω από τις 94,5) όσο και στην ΕΕ (-8,2 στις 94,8 μονάδες). Επίσης, ο Δείκτης Προσδοκιών Απασχόλησης (EEI) επιβραδύνθηκε (κατά 10,9 μονάδες στις 94,1 μονάδες στη ζώνη του ευρώ και κατά 9,7 μονάδες στις 94,8 μονάδες στην ΕΕ).



Εικόνα 4: Οικονομικές προσδοκίες και προσδοκίες απασχόλησης (Anon., n.d.)

Στη ζώνη του ευρώ, η ισχυρότερη μηνιαία υποχώρηση του δείκτη ESI (από το 1985) οφείλεται στην πτώση της εμπιστοσύνης μεταξύ των καταναλωτών και σε όλους τους επιχειρηματικούς τομείς. Η κατάρρευση ήταν ιδιαίτερα έντονη στις υπηρεσίες και το λιανικό εμπόριο. Μεταξύ των μεγαλύτερων οικονομιών της ευρωζώνης, η ESI κατέγραψε πτώση στην Ιταλία (-17,6) και τη Γερμανία (-9,8), ενώ μειώθηκε σημαντικά και στη Γαλλία (-4,9), στις Κάτω Χώρες (-4,0) και στην Ισπανία (-3,4). Είναι σημαντικό ότι σε πολλές χώρες η μεγάλη πλειοψηφία των απαντήσεων της έρευνας συλλέχθηκαν πριν από την εφαρμογή αυστηρών μέτρων περιορισμού για την καταπολέμηση της εξάπλωσης του κορωνοϊού.

6.3 Κοινωνικό Περιβάλλον

Το κοινωνικό ή κοινωνικό πολιτιστικό περιβάλλον είναι ένα σύνολο συνθηκών που είναι καθολικές και σχετίζονται με την κοινωνία, τον τρόπο ζωής των μελών της και τη δύναμη που επηρεάζουν την εταιρεία. Το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και την εξέλιξη της κοινωνίας, τον τρόπο ζωής και την εξέλιξη των μελών της κοινωνίας, τη δομή της ανεργίας, τις θρησκευτικές πεποιθήσεις, το εκπαιδευτικό επίπεδο που μπορεί να επηρεάσει τη δομή και την ηθική της κοινωνίας και της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Το κοινωνικό περιβάλλον επηρεάζει άμεσα την εταιρεία από την άποψη της συμπεριφοράς των καταναλωτών, και θα επηρεάσει επίσης άμεσα την εταιρεία από την άποψη της εργασίας και της οργάνωσης της εταιρείας, η οποία θα καθορίσει την ανάπτυξη και την ικανότητα της εταιρείας να ανταποκριθεί στον ανταγωνισμό. (Goulias, n.d.)

Το κάπνισμα είναι αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας. Η επιλογή του καπνίσματος ή όχι επηρεάζεται άμεσα από το εισόδημα, την αστικοποίηση, την τεχνολογική πρόοδο και τη διαφήμιση. Η κρίσιμη περίοδος του αν κάποιος θα καπνίσει είναι η αρχή της εφηβείας και είναι αδιαχώριστη από τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά. Σε αυτήν την ηλικία, λόγω των σημαντικών αλλαγών που συμβαίνουν, αυτό το ψυχολογικό χαρακτηριστικό είναι προφανές. (Κιοκρα, 2016)

Ένας από τους κύριους λόγους που οι νέοι καταφεύγουν στο κάπνισμα είναι επειδή το χρησιμοποιούν για να ολοκληρώσουν τη μετάβασή τους από την παιδική ηλικία στην εφηβεία και οι ενήλικες για να εισέλθουν στην ενηλικίωση. Υπάρχουν

πολλοί έφηβοι που πιστεύουν ότι το κάπνισμα τους μεγαλώνει, και τελικά, είναι μια συνήθεια που σχετίζεται με την επιθυμία των εφήβων να πειραματιστούν με τις συνήθειες των ενηλίκων και να αισθάνονται ώριμοι. Είναι μια από τις πρώτες συμβολικές ενέργειες των εφήβων που είναι ανεξάρτητοι από τους γονείς τους. Επιπλέον, η σύγχρονη κοινωνία χαρακτηρίζεται από έντονο άγχος. Οι άνθρωποι αρχίζουν να καπνίζουν για να ξεφύγουν από τους ρυθμούς της καθημερινής ζωής, προκειμένου να διαχειριστούν το άγχος. (Κιοκρά, 2016)

6.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον

Το τεχνολογικό περιβάλλον είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη και τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, καθώς κατέστη σαφές, ειδικά μετά τη βιομηχανική επανάσταση, ότι η τεχνολογία συνέβαλε στην αύξηση της παραγωγής, στο μειωμένο κόστος και στον αποδοτικότερο χρόνο παραγωγής, στη βελτίωση των μεθόδων παραγωγής, στην προώθηση και στη διάθεση, στη δημιουργία νέων προϊόντων και γενικά επηρέασε ολόκληρη την κοινωνία και την οικονομία.

Το τεχνολογικό περιβάλλον περιλαμβάνει παράγοντες όπως η κρατική πολιτική για την τεχνολογία, τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα μηχανήματα, οι μεταφορές και επικοινωνίες, οι μέθοδοι – διαδικασίες, τα υλικά κ.α.

Η καπνοβιομηχανία διαθέτει πλέον τα πιο προηγμένα και παραγωγικά συστήματα (μηχανήματα κατασκευής-συσκευασίας που παράγουν δεκάδες χιλιάδες τσιγάρα ανά λεπτό) από την άποψη της τεχνολογικής διαχείρισης των εργοστασικών τσιγάρων, καθώς και εκσυγχρονισμένες νέες μονάδες για παραγωγή φίλτρων. Έχουν επίσης υπερσύγχρονα συστήματα ελέγχου ποιότητας λέιζερ και δίνουν πολύ μεγάλη σημασία στο τομέα της πληροφορικής. Για αυτόν τον λόγο, πραγματοποιούνται σημαντικές επενδύσεις σε σύγχρονα συστήματα υπολογιστών για τη συνεχή βελτίωση των πληροφοριών σε επίπεδο διοίκησης και στελεχών, ενώ ταυτόχρονα διευκολύνεται ο επανασχεδιασμός πολλών εσωτερικών διαδικασιών με βάση σύγχρονα πρότυπα. (Αnon., n.d.)

Επίσης, στο επίπεδο του τεχνολογικού περιβάλλοντος όσον αφορά την έρευνα και την ανάπτυξη νέων προϊόντων, υπάρχουν σημαντικές αλλαγές. Μία από τις βασικές προτεραιότητες της καπνοβιομηχανίας τώρα είναι η ανάπτυξη προϊόντων που θα μπορούσαν να μειώσουν τις επιβλαβείς επιπτώσεις του καπνίσματος στην υγεία. Για αυτόν τον λόγο, δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό για μεγάλο χρονικό διάστημα και μοιράζονται τα ευρήματά τους με υπαλλήλους και φορείς της δημόσιας υγείας. Οι προσπάθειες έρευνας και ανάπτυξης αφορούν τόσο εσωτερικά προγράμματα όσο και ερευνητικά έργα.

Τέλος, οι καπνοβιομηχανίες στρέφονται τώρα στη νέα γενιά εναλλακτικών τσιγάρων, καθώς η κατανάλωση καπνού μειώνεται παγκοσμίως και προσπαθούν να επεκτείνουν την πελατεία τους. Αν και η κερδοφορία τους βασίζεται ακόμη στην πώληση συμβατικών τσιγάρων, ο ανταγωνισμός μεταξύ τους επικεντρώνεται στην προσπάθεια παρουσίασης ασφαλέστερων τύπων καπνίσματος και, φυσικά, σε φθηνότερες τιμές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΠΕΝΤΕ ΔΥΝΑΜΕΩΝ ΤΟΥ PORTER

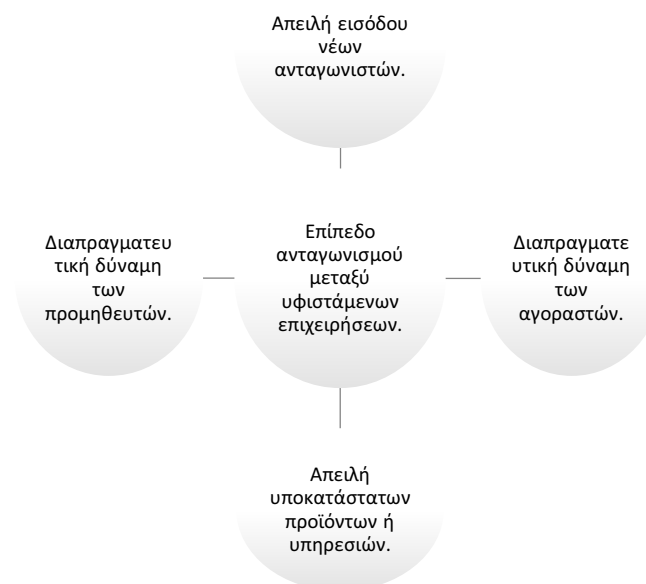
Η κερδοφορία ενός κλάδου είναι συνάρτηση των πέντε διαφορετικών δυνάμεων του Porter, εκτός από άλλους παράγοντες ιδιοσυγκρασίας που ιστορικά επηρεάζουν υψηλότερα ή χαμηλότερα επίπεδα απόδοσης σε έναν κλάδο. Αναλύοντας κάθε δύναμη, μπορεί κανείς να δει πόσο σημαντικό είναι και τι αντίκτυπο έχει στις εταιρείες του κλάδου.

Οι πέντε δυνάμεις του υποδείγματος Porter είναι οι παρακάτω:

1. *Απειλή από νεοεισερχόμενες εταιρείες:* Η δύναμη μιας εταιρείας επηρεάζεται από τη δύναμη των νεοεισερχόμενων στην αγορά της. Όσο λιγότερος χρόνος και χρήμα χρειάζεται για να εισέλθει ένας ανταγωνιστής στην αγορά της εταιρείας και να γίνει αποτελεσματικός ανταγωνιστής, η θέση της εταιρείας μπορεί να εξασθενήσει πολύ. Για τις υπάρχουσες εταιρείες που εισέρχονται στον κλάδο, οι βιομηχανίες με υψηλά εμπόδια εισόδου είναι ιδανικές επειδή η εταιρεία θα είναι σε θέση να χρεώνει υψηλότερες τιμές και να διαπραγματεύεται καλύτερους όρους. (Anon., n.d.)
2. *Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών:* Η ικανότητα των πελατών να οδηγούν τις τιμές σε χαμηλότερο επίπεδο είναι μία από τις πέντε δυνάμεις. Επηρεάζεται από τον αριθμό των αγοραστών ή πελατών που έχει η εταιρεία, τη σημασία κάθε πελάτη και το κόστος εύρεσης νέων πελατών ή αγορών για παραγωγή. Μια μικρότερη και ισχυρότερη πελατειακή βάση σημαίνει ότι κάθε πελάτης έχει μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη για να μειώσει τις τιμές και να επιτύχει καλύτερες προσφορές. Οι εταιρείες με πολλούς μικρότερους ανεξάρτητους πελάτες θα είναι σε θέση να χρεώνουν υψηλότερες τιμές πιο εύκολα για να αυξήσουν την κερδοφορία. (Anon., n.d.)
3. *Απειλή υποκατάστατων προϊόντων ή υπηρεσιών:* Τα υποκατάστατα αγαθά ή υπηρεσίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν αντί για προϊόντα ή υπηρεσίες μιας εταιρείας αποτελούν απειλή. Οι εταιρείες που παράγουν αγαθά ή υπηρεσίες χωρίς υποκατάστατα θα έχουν μεγαλύτερη δύναμη να αυξήσουν τις τιμές και να κλειδώσουν με ευνοϊκότερους όρους. Εάν υπάρχουν στενά υποκατάστατα, οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν να σταματήσουν να αγοράζουν τα προϊόντα της εταιρείας και η ισχύς της εταιρείας μπορεί να αποδυναμωθεί. (Anon., n.d.)
4. *Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτή:* Ο επόμενος παράγοντας στο μοντέλο των πέντε δυνάμεων αναφέρεται στο πόσο εύκολα οι προμηθευτές μπορούν να αυξήσουν το κόστος των εισροών. Επηρεάζεται από τον αριθμό των προμηθευτών βασικών εισροών για αγαθά ή υπηρεσίες, τη μοναδικότητα αυτών των εισροών και το κόστος της μετάβασης από την εταιρεία σε άλλο προμηθευτή. Όσο λιγότεροι προμηθευτές σε έναν κλάδο, τόσο μεγαλύτερη είναι η εξάρτηση της εταιρείας από έναν προμηθευτή. Ως αποτέλεσμα, οι προμηθευτές έχουν μεγαλύτερη ισχύ, μπορούν να αυξήσουν το κόστος εισόδου και να εκμεταλλευτούν άλλα πλεονεκτήματα στο εμπόριο. Από την άλλη πλευρά, όταν υπάρχουν πολλοί προμηθευτές ή το κόστος εναλλαγής

μεταξύ ανταγωνιστών προμηθευτών είναι χαμηλό, η εταιρεία μπορεί να μειώσει το κόστος εισόδου και να αυξήσει τα κέρδη. (Αnon., n.d.)

5. *Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων εταιρειών:* Η δύναμη αυτή αναφέρεται στον αριθμό των ανταγωνιστών και στην ικανότητά τους να υποτιμούν μια εταιρεία. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των ανταγωνιστών και όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των ισοδύναμων προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν, τόσο λιγότερη ισχύ έχει η εταιρεία. Οι προμηθευτές και οι αγοραστές αναζητούν ανταγωνισμό από εταιρείες εάν μπορούν να παρέχουν καλύτερες τιμές ή χαμηλότερες τιμές. Αντίθετα, όταν ο ανταγωνισμός είναι έντονος, οι εταιρείες έχουν μεγαλύτερη ισχύ να χρεώνουν υψηλότερες τιμές και να ορίζουν συμβατικούς όρους για να επιτυγχάνουν υψηλότερες πωλήσεις και κέρδη. (Αnon., n.d.)



Εικόνα 5: Πέντε δυνάμεις του Porter

7.1 Απειλή από νεοεισερχόμενες εταιρείες:

Τα εμπόδια για την είσοδο στην καπνοβιομηχανία είναι υψηλά, καθώς η βιομηχανία τσιγάρων διεθνώς φέρει τα χαρακτηριστικά ενός ολιγοπωλίου με 4 πολυεθνικές ομάδες που ελέγχουν το 60% της παγκόσμιας παραγωγής, με ό, τι συνεπάγεται. Τα ισχυρά εμπόδια εισόδου στην καπνοβιομηχανία είναι κυρίως:

- Η υψηλή πιστότητα (brand loyalty) που δείχνουν οι καπνιστές σε ορισμένες μάρκες, είναι πολύ δύσκολο να αλλάξει.
- Εμπόδια που δημιουργούνται από το θεσμικό πλαίσιο των προϊόντων καπνού. Ειδικότερα, η απαγόρευση της διαφήμισης τσιγάρων απαγορεύει στους νεοεισερχόμενους να "κατασκευάζουν" ανταγωνιστικά προϊόντα. Επίσης οι αυστηρές διατάξεις που διέπουν την παραγωγή αλλά και την εμφάνιση - συσκευασία (ICAP, 2015).

- Η υψηλή έμμεση φορολογία που επιβαρύνει τα καπνικά προϊόντα η οποία φτάνει το 70 - 80% της λιανικής τιμής.
- Τα δίκτυα διανομής έχουν ήδη δημιουργηθεί σε υπάρχουσες βιομηχανίες και το υψηλό κόστος δημιουργίας νέων εναλλακτικών δικτύων διανομής. (Κιοκρά, 2016)

7.2 Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Οι προμηθευτές μιας επιχείρησης είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι με αυτήν και παρουσιάζουν μεγάλη διαπραγματευτική ισχύ επηρεάζοντας σε μεγάλο βαθμό τις διακυμάνσεις στο κόστος παραγωγής του τελικού της προϊόντος. Σε πολλές βιομηχανίες και την καπνοβιομηχανία, το κόστος μηχανημάτων, εξοπλισμού, πρώτων υλών και προμηθειών αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο μέρος του συνολικού κόστους. Επομένως, επειδή το αυξημένο κόστος δεν μπορεί να μεταφερθεί σε άλλους παράγοντες (όπως ο τελικός καταναλωτής), ο προμηθευτής σε ισχυρή θέση στην παραγωγή της επιχείρησης συνήθως απορροφά μεγάλο μέρος της αξίας που δημιουργείται από το προϊόν στην επιχείρηση, μειώνοντας έτσι το κέρδος της. Επιπλέον, οι προμηθευτές, λόγω της διαπραγματευτικής τους δύναμης, μπορούν να επηρεάσουν την ένταση του ανταγωνισμού μέσω της δυνατότητας αύξησης των τιμών των πρώτων υλών, προϊόντων ή υποπροϊόντων ή ακόμη και να μειώσουν την ποιότητά τους. (Κιοκρά, 2016)

Στον κλάδο της βιομηχανίας καπνού οι παράγοντες που διαδραματίζουν καταλυτικό ρόλο στη δύναμη των προμηθευτών είναι οι εξής:

- Αριθμός Προμηθευτών: Στην περίπτωση της Ελλάδας, οι εταιρείες καπνού συνεργάζονται με έναν ή περισσότερους κατασκευαστές καπνού μέσω κλειστών συμφωνιών αγοράς. Ο αριθμός αυτών των καπνοπαραγωγών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα (από το 2018) είναι 8.669. Λόγω του μεγάλου αριθμού, δεν έχουν ισχυρή διαπραγματευτική ισχύ. (Κιοκρά, 2016)

7.3 Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών

Όσον αφορά την καπνοβιομηχανία, οι αγοραστές χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: όλους τους εκπροσώπους της καπνοβιομηχανίας και αποκλειστικούς αντιπροσώπους. Επιπλέον, μπορούμε να υποθέσουμε ότι ο τελικός χρήστης του προϊόντος θεωρείται ως αγοραστής, δηλαδή ο καπνιστής, επειδή η ζήτηση για το προϊόν καθορίζεται από αυτούς. (Κιοκρά, 2016)

Οι αποκλειστικοί έμποροι θα μπορούσαν να πουν ότι δεν έχουν ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη, ενώ η δύναμη των αντιπροσώπων είναι μέτρια και τελικά οι τελικοί αγοραστές δεν έχουν σχεδόν καμία διαπραγματευτική ισχύ, δεδομένου ότι δέχονται τις τιμές λόγω του εθισμού που προκαλούν τα τσιγάρα με αποτέλεσμα να είναι δύσκολο να αλλάξουν μάρκα τσιγάρων. (Κιοκρά, 2016)

7.4 Απειλή από υποκατάστατα

Το μεγαλύτερο υποκατάστατο των χρηστών καπνού είναι να σταματήσουν να χρησιμοποιούν οποιονδήποτε τύπο προϊόντος καπνού. Με την αύξηση της ευαισθητοποίησης για την υγεία παγκοσμίως, υπάρχουν πολλά προϊόντα και υπηρεσίες διαθέσιμα για να βοηθήσουν τους ανθρώπους να σταματήσουν τη χρήση καπνού. Υπάρχουν πολλοί κυβερνητικοί ιστότοποι που προσφέρουν συμβουλές και γεγονότα υγείας που επηρεάζουν τους χρήστες να αντικαταστήσουν τη χρήση καπνού με έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Επίσης, πολλοί από αυτούς τους ιστότοπους προσφέρουν διαδικτυακή συμβουλευτική ή ανοιχτές γραμμές για να σας βοηθήσουν να σταματήσετε. Τα μη συνταγογραφούμενα φάρμακα όπως κόμμι νικοτίνης, μπαλώματα, ρινικό σπρέι, παστίλιες, εισπνευστήρες και άλλα είναι υποκατάστατα οποιουδήποτε προϊόντος καπνού που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τις πωλήσεις καπνού. Ένα άλλο υποκατάστατο που χρησιμοποιείται τώρα είναι συνταγογραφούμενα χάπια που μπορούν να συνταγογραφηθούν από γιατρούς σε όσους επιθυμούν να σταματήσουν το κάπνισμα.

Μια άλλη εναλλακτική λύση είναι οι συσκευές ηλεκτρονικού τσιγάρου, οι οποίες εμφανίζονται στην αγορά με πολλές μορφές: από την απομίμηση κλασικών τσιγάρων και σωλήνων σε σχήματα που μοιάζουν με πούρα ή στυλό. Όλα όμως βασίζουν τη λειτουργία τους στον συνδυασμό τεσσάρων συστατικών:

1. την πηγή ενέργειας (επαναφορτιζόμενη μπαταρία)
2. την ηλεκτρική αντίσταση ατμοποίησης (κεφαλή του ατμοποιητή)
3. το δοχείο του υγρού (ονομάζεται και ατμοποιητής όταν πωλείται μαζί με την αντίσταση)
4. το στόμιο, απ' όπου ο χρήστης εισπνέει τον ατμό.

Υπάρχει μεγάλη γκάμα απομιμήσεων καπνικών γεύσεων μέχρι γεύσεις σοκολάτας, φουντουκιού, μήλου, μπανάνας, βανίλιας, φράουλας, μέντας, καραμέλας, καφέ και πάρα πολλές ακόμη. Υπάρχουν και οι καπνικές γεύσεις για τους καπνιστές που προτιμούν μια γεύση η οποία θα τους θυμίζει το τσιγάρο.

7.5 Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων εταιριών

Η βιομηχανία καπνού χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό. Δεδομένου ότι μόνο έξι εταιρείες ελέγχουν σχεδόν το 100% της αγοράς, η βιομηχανία μπορεί να χαρακτηριστεί ως ολιγοπώλιο. Η «Παπαστράτος Ανώνυμος Βιομηχανική Εταιρεία Σιγαρέττων» εδρεύει στον Ασπρόπυργο Αττικής. Ανήκει στον όμιλο "Philip Morris", θυγατρική της ξένης εταιρείας Philip Morris International (PMI) στην Ελλάδα, των οποίων οι δραστηριότητες είναι η παραγωγή, εισαγωγή και πώληση τσιγάρων και προϊόντων καπνού.

Η Παπαστράτος είναι η μεγαλύτερη εταιρεία προϊόντων καπνού στην Ελλάδα, έχει τη δική του εργοστασιακή υποδομή και κάθετη οργάνωση στην Ελλάδα και παράγει πολλές γνωστές μάρκες τσιγάρων όπως Marlboro, Assos, Philip Morris, L&M, Muratti, Chesterfield και Zante.

Η «Εμπορική Ανώνυμος Εταιρεία Αθανασίου Αντιπροσωπείες- Διανομές Καπνικών - Λοιπών Προϊόντων» έχει έδρα στις Αχαρνές Αττικής. Είναι αποκλειστικός αντιπρόσωπος των πολυεθνικών εταιριών, όπως των Japan Tobacco Hellas AE, Gallaher Hellas A.E. & Scandinavian Tobacco Hellas AE- House of Prince. Τα κυριότερα

σήματα που διακινεί είναι: Winston, Camel, Silk Cut, Prince, Rocket, Slim Agenda, Salem, More, Vantage Benson & Hedges, La Femme, Ronson, Memphis, Sobranie, Berkeley, Mayfair, Sterling, Sovereign, Meine Shorte.

Η «British American Tobacco Ελλάς Ανώνυμη Εμπορική Εταιρεία Καπνικών Προϊόντων» έχει την έδρα της στο Μαρούσι Αττικής και είναι θυγατρική της «British American Tobacco Plc». Τα κυριότερα σήματα που εμπορεύεται είναι Peter Stuyvensant, Lucky Strike, Pall Mall, Rothmans, Dunhil, Kent, Cortina, Lord, Vogue, HB, Kim, Havana, LR, Winfield, Select, Dallas.

Η εταιρεία «Ιμπέριαλ Τομπάκο Ελλάς Α.Ε.Ε. Προϊόντων Καπνού» εδρεύει στο Γέρακα Αττικής και είναι θυγατρική της αγγλικής εταιρείας «Imperial Tobacco Group Plc». Τα κυριότερα σήματα που διακινεί είναι: Davidoff, R1, Slim Line, Gauloise, Maxim Slims, West, John Player Special, οι καπνοί Drum, Golden Virginia και Gauloise. Η εταιρεία «Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε.» εδρεύει στην Καλαμάτα. Η έδρα της Διοίκησης και η μονάδα παραγωγής βρίσκονται στην Καλαμάτα, ενώ το τμήμα πωλήσεων και μάρκετινγκ στεγάζονται σε εγκαταστάσεις στην Αθήνα. Αποτελεί τη μεγαλύτερη ελληνική καπνοβιομηχανία, με αξιοσημείωτη εξαγωγική δραστηριότητα τσιγάρων.

Τα κυριότερα σήματα της εταιρείας είναι: Αγρινίου 20's, Extra Φίλτρο Σκληρό, Καρέλια Φίλτρο Κασετίνα 20's, Καρέλια Φίλτρο Μαλακό 20's, Rex, Karelia Special, Karelia Blue, Karelia White 25's, George Karelias & Sons Filter, George Karelias & Sons Ovals, George Karelias & Sons Smother Taste, Origin, Leader, Karelia Royal, Karelia Royal Light.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΣΙΓΑΡΩΝ

Η Χρηματοοικονομική ανάλυση έχει ως στόχο τον προσδιορισμό των δυνατών και αδύνατων σημείων της επιχείρησης καθώς επίσης τη διαπίστωση του κατά πόσο αυτή είναι χρηματοοικονομικά ισχυρή και επικερδής.

Αυτή η έρευνα επικεντρώνεται στη συλλογή ιστορικών δεδομένων για πέντε χρόνια (2015-2019). Για την ανάλυση, οι οικονομικές καταστάσεις τριών εισηγμένων εταιρειών καπνού χρησιμοποιήθηκαν για την εξαγωγή, τη σύγκριση και τον σχολιασμό των μεταβολών των χρηματοοικονομικών δεικτών με την πάροδο του χρόνου.

Τα οικονομικά δεδομένα εξάγονται από τις οικονομικές και λογιστικές καταστάσεις της εταιρείας, όπως ισολογισμοί, καταστάσεις αποτελεσμάτων, καταστάσεις εσόδων και καταστάσεις ταμειακών ροών, δεδομένα που είναι διαθέσιμα στις ηλεκτρονικές σελίδες των υπό μελέτη εταιριών. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για την επεξεργασία οικονομικών δεδομένων. Σε αυτήν τη μελέτη, θα χρησιμοποιήσουμε αναλογίες, επειδή είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος εξαγωγής πιστωτικών αποτελεσμάτων σχετικά με την οικονομική κατάσταση, την απόδοση και τη ρευστότητα μιας εταιρείας. Σε αυτούς θα βασιστούμε επίσης για να καταλήξουμε και στο ποια εταιρία υποστηρίζει καλύτερα τη δυνατότητα μιας επένδυσης.

Ο δείκτης είναι συνήθως πηλίκο για κάποια τιμή ή ποσοστό. Στην περίπτωση ενός ποσοστού, χρησιμοποιούμε τη θετική αξία που αντιπροσωπεύει την εταιρεία ως ακέραιο, έτσι ώστε οποιαδήποτε ευνοϊκή αλλαγή να αντικατοπτρίζει μια αύξηση του ποσοστού.

Οι αριθμοδείκτες με βάση τη χρήση τους και τα αποτελέσματα που βγάζουν για συγκεκριμένα τμήματα της επιχείρησης χωρίζονται στις εξής βασικές κατηγορίες:

- Αριθμοδείκτες Ρευστότητας
- Αριθμοδείκτες Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης και Κεφαλαιακής Διάρθρωσης
- Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας
- Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας
- Αριθμοδείκτες Επενδύσεων

8.1 Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας προσδιορίζουν την ικανότητα μιας οικονομικής μονάδας να ανταποκρίνεται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Η ρευστότητα μιας οικονομικής μονάδας επηρεάζει άμεσα και τα κέρδη της. Εάν τα κυκλοφορούντα περιουσιακά της στοιχεία δεν είναι άμεσα ρευστοποιήσιμα σε μετρητά ή εάν δεν υπάρχουν επαρκή ρευστά διαθέσιμα, η οικονομική μονάδα κατεπέκτασιν δεν θα μπορεί να είναι συνεπής απέναντι στους πιστωτές της, στις τράπεζες, στους επενδυτές της, μειώνοντας με αυτόν τον τρόπο την εμπιστοσύνη των συναλλασσομένων στο πρόσωπο της. (Kourtaki, n.d.)

Στόχος των αριθμοδεικτών ρευστότητας είναι να αποδώσουν την τρέχουσα οικονομική κατάσταση της οικονομικής μονάδας, η οποία ενδιαφέρει τόσο την

διοίκηση όσο και τρίτους, οι οποίοι μπορεί να βρίσκονται εκτός επιχείρησης, αλλά σχετίζονται έμμεσα μαζί της. (Kourtaki, n.d.)

Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας στους οποίους θα εστιάσουμε στη συγκεκριμένη εργασία, οι οποίοι θα μας βοηθήσουν να καταλήξουμε στο ποια εταιρία από τον κλάδο της καπνοβιομηχανίας, και συγκεκριμένα όσον αφορά την παραγωγή καπνού, είναι η πιο βιώσιμη άρα και επικερδής σε περίπτωση επένδυσης είναι οι παρακάτω:

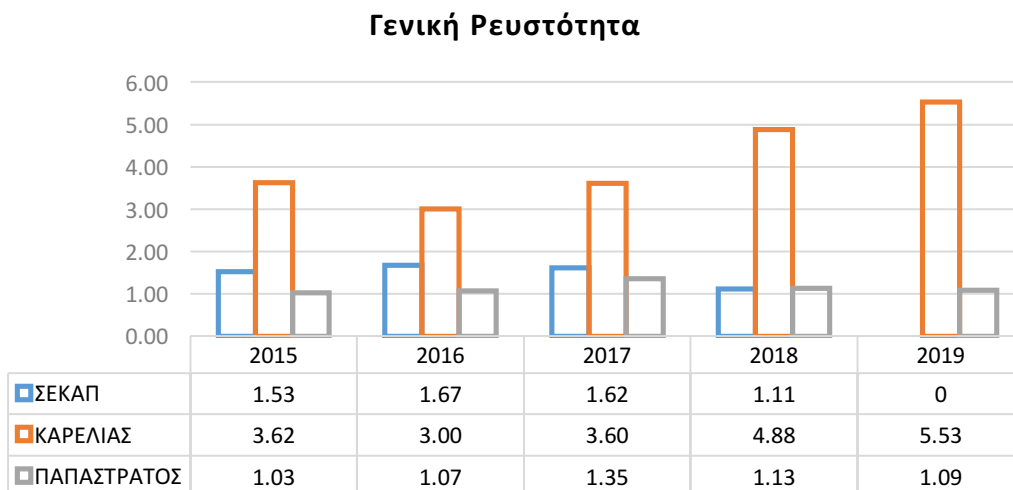
- Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ρευστότητας
- Αριθμοδείκτης Άμεσης Ρευστότητας

8.1.1 Δείκτης Κυκλοφοριακής Ρευστότητας:

Ο Δείκτης Κυκλοφοριακής Ρευστότητας μας δείχνει το πιθανό απόθεμα ρευστότητας της εταιρείας. Αυτός ο λόγος χρησιμοποιείται κυρίως για να δώσει την έννοια της ικανότητας μιας εταιρείας να εξοφλήσει το βραχυπρόθεσμο χρέος της με τα βραχυπρόθεσμα περιουσιακά στοιχεία της. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Κυκλοφοριακή Ρευστότητα} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Οι τιμές του δείκτη πρέπει να είναι μεγαλύτερες της μονάδας. Συγκεκριμένα, όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης, τόσο καλύτερη είναι η ικανότητα της εταιρείας να εξοφλήσει βραχυπρόθεσμα χρέη. Για τις τρεις υπό μελέτη εταιρείες, αυτοί οι δείκτες φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 33: Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα.

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία Καρέλιας παρουσιάζει τον μεγαλύτερο δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας στο υπό εξέταση χρονικό διάστημα με την μέγιστη τιμή του να είναι 5,53 το 2019 και η ελάχιστη 3,00 το 2016.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 2η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 1,67 το έτος 2016 και ελάχιστη 1,11 το έτος 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το έτος 2019.
- Η PMI - Παπαστράτος βρίσκεται στην 3η θέση. Ο αριθμοδείκτης της εταιρίας έχει μέγιστη τιμή 1,35 τη χρονιά 2017 και ελάχιστη 1,03 το έτος 2015.
- Η εταιρία Καρέλιας παρουσιάζει τη μεγαλύτερη μεταβολή χρονικά, ενώ οι υπόλοιπες δύο είναι σχετικά πιο σταθερές.
- Και στις τρεις υπό έλεγχο εταιρείες, ο δείκτης είναι υψηλότερος από αυτήν τη μονάδα, οπότε έχουν την απαραίτητη ρευστότητα για να καλύψουν τη βραχυπρόθεσμη ζήτηση κάθε χρόνο. Η μεγαλύτερη αίσθηση ανασφάλειας που έφερε ο PMI-Parastratos, αν και το ύψος υπερβαίνει αυτή τη μονάδα, στις περισσότερες περιπτώσεις αυτός ο δείκτης είναι στο όριο του.

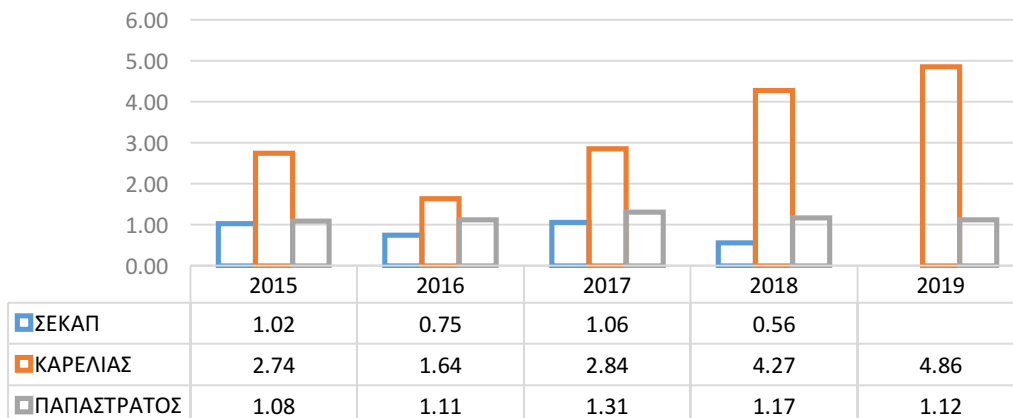
8.1.2 Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας:

Ο Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας δείχνει την ικανότητα της εταιρείας να εξοφλήσει βραχυπρόθεσμο χρέος εκκαθαρίζοντας άμεσα ρευστά περιουσιακά στοιχεία. Τα αποθέματα εξαιρούνται επειδή, αφενός, η ρευστότητά τους είναι η χαμηλότερη μεταξύ των τρεχουσών περιουσιακών στοιχείων · αφετέρου, λόγω της εκκαθάρισης των αποθεμάτων, είναι πιθανό να προκύψουν ζημίες. Οι τιμές ευρετηρίου μεγαλύτερες από 1 θεωρούνται ικανοποιητικές. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Άμεση Ρευστότητα} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό} - \text{Αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Οι επιχειρήσεις που ο δείκτης τους είναι μικρότερος της μονάδας δεν μπορούν να πληρώσουν τα τρέχοντα στοιχεία του παθητικού τους και πρέπει να εξεταστούν με προσοχή. Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρείες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:

Άμεση Ρευστότητα



Διάγραμμα 34: Αριθμοδείκτης άμεσης (ειδικής) ρευστότητας για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία Καρέλιας παρουσιάζει τον μεγαλύτερο δείκτη ειδικής ρευστότητας στο υπό εξέταση χρονικό διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 4,86 το έτος 2019 και ελάχιστη 1,64 το 2016.
- Η PMI - Παπαστράτος βρίσκεται στη 2η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 1,31 τη χρονιά 2017 και ελάχιστη 1,08 τη χρονιά 2015.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στην 3η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 1,06 το 2017 και ελάχιστη 0,56 το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Όπως και στο προηγούμενο διάγραμμα η εταιρία Καρέλιας παρουσιάζει τις μεγαλύτερες διακυμάνσεις ενώ οι υπόλοιπες δύο μικρότερες.
- Οι εταιρείες θέλουν έναν συγκεκριμένο λόγο ρευστότητας μεγαλύτερο ή ίσο με 1. Εκτός από τη ΣΕΚΑΠ, όλες οι εταιρείες που ελέγχθηκαν έχουν δείκτες υψηλότερους από τη μονάδα. πομένως, η τελευταία δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει μόνο τα άμεσα ρευστά περιουσιακά του στοιχεία (εξαιρουμένων των αποθεμάτων) για να ικανοποιήσει πλήρως τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις του και μπορεί να δανειστεί.

8.2 Αριθμοδείκτες Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης και Κεφαλαιακής Διάρθρωσης

Με τους δείκτες αυτούς εκτιμάται η ικανότητα μιας επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της, καθώς και ο βαθμός προστασίας που απολαμβάνουν οι πιστωτές της. (Kourtaki, n.d.)

Συγκεκριμένα θα μελετήσουμε τους παρακάτω αριθμοδείκτες:

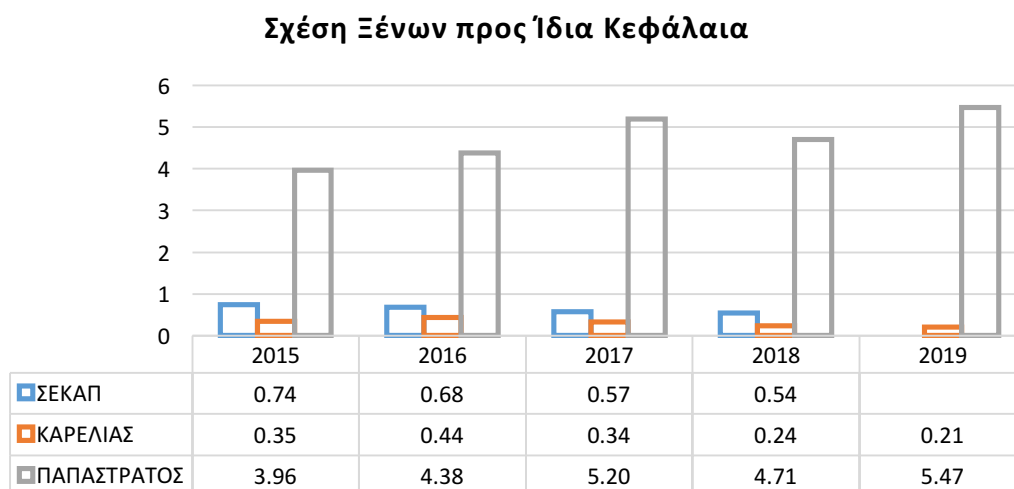
- Αριθμοδείκτης Υπερχρέωσης ή Ξένων προς Ίδια κεφάλαια
- Αριθμοδείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης

8.2.1 Αριθμοδείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια

Ένας υψηλός αριθμοδείκτης ξένων προς ιδίων κεφαλαίων δείχνει ότι υπάρχει μεγάλη πιθανότητα οικονομικής δυσκολίας για την εξόφληση των υποχρεώσεων μιας επιχείρησης. Αντίθετα, ένας πολύ χαμηλός αριθμοδείκτης αποτελεί ένδειξη μιας μη επικίνδυνης κατάστασης, επειδή υπάρχει μικρό ποσοστό να προκύψουν μεγάλες ζημιές στην επιχείρηση. Συγκεκριμένα για δείκτη μικρότερο από 0,5 τα Ίδια Κεφάλαια είναι περισσότερα από τα Ξένα Κεφάλαια και η δανειοληπτική ικανότητα της επιχείρησης είναι θετική καθώς προκαλείται ασφάλεια στους πιστωτές σχετικά με την αποπληρωμή των χρεών της. Αν ο δείκτης είναι μεγαλύτερος από 0,5 τότε τα Ξένα Κεφάλαια είναι περισσότερα από Ίδια Κεφάλαια και συνεπάγεται τη δημιουργία ανασφάλειας καθώς η επιχείρηση έχει δυσκολία να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις της. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια} = \frac{\text{Ξένα Κεφάλαια}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες στον κλάδο παραγωγής καπνού στην Ελλάδα, οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 35: Αριθμοδείκτης σχέσεως ξένων προς ιδίων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία Καρέλιας παρουσιάζει τη μικρότερη σχέση Ξένων προς Ίδια κεφάλαια συνολικά στο εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 0,44 το έτος 2016 και ελάχιστη 0,21 το 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στην 2η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 0,74 το 2015 και ελάχιστη 0,54 το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.

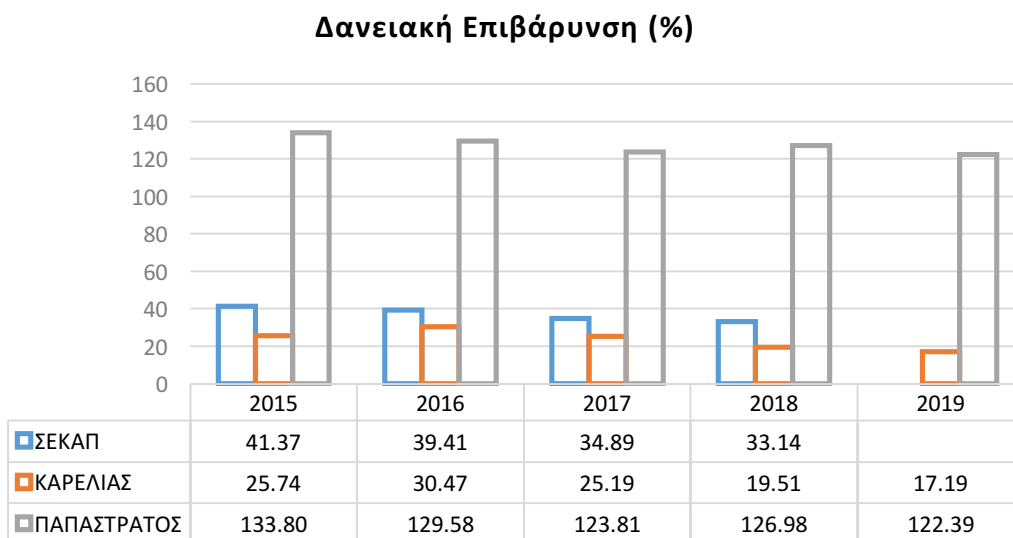
- Η PMI - Παπαστράτος βρίσκεται στη 3η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 5,47 τη χρονιά 2019 και ελάχιστη 3,96 τη χρονιά 2015.
- Η PMI - Παπαστράτος παρουσιάζει τις μεγαλύτερες διακυμάνσεις ενώ οι υπόλοιπες δύο μικρότερες.
- Οι επιχειρήσεις θέλουν ο δείκτης σχέσης Ξένων προς Ίδια κεφάλαια να είναι μικρότερος της μονάδας. Η εταιρία Καρέλιας έχει το δείκτη μικρότερο από 0,5 που σημαίνει ότι τα Ίδια Κεφάλαια είναι περισσότερα από τα Ξένα Κεφάλαια και προκαλείται ασφάλεια στους πιστωτές. Η ΣΕΚΑΠ κυμαίνεται στο 0,5 – 0,8 μεγαλύτερο από 0,5 με τα Ξένα Κεφάλαια να είναι περισσότερα από Ίδια Κεφάλαια και συνεπάγεται τη δημιουργία ανασφάλειας όπως επίσης και στην PMI – Παπαστράτος η οποία έχει υπερβεί τη μονάδα.

8.2.2 Αριθμοδείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης

Ο δείκτης αυτός δείχνει την σχέση των δανείων προς το σύνολο των κεφαλαίων κάθε μορφής που χρησιμοποιούνται με οποιονδήποτε τρόπο από την επιχείρηση. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Δανειακή Επιβάρυνση} = \frac{\text{Ξένα Κεφάλαια}}{\text{Ενεργητικό}} * 100$$

Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης τόσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των δανείων που έχει η επιχείρηση σε σύγκριση με το σύνολο των κεφαλαίων της. Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 36: Αριθμοδείκτης σχέσεως ξένων προς ίδιων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία Καρέλιας παρουσιάζει το μικρότερο ποσοστό δανειακής επιβάρυνσης στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 25,74% το έτος 2015 και ελάχιστη 17,19% το 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στην 2η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 41,37% το 2015 και ελάχιστη 33,14% το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Η PMI - Παπαστράτος βρίσκεται στη 3η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 133,80% τη χρονιά 2015 και ελάχιστη 122,39% τη χρονιά 2019.
- Οι επιχειρήσεις θέλουν ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης να είναι όσο το δυνατόν μικρότερος και βασικότερο να είναι κάτω από 100%. Όλες οι εξεταζόμενες επιχειρήσεις έχουν το δείκτη κάτω από 100% εκτός από την PMI – Παπαστράτος της οποίας οι τιμές ξεφεύγουν αρκετά από τα όρια γεγονός που δείχνει το υψηλό ποσοστό δανείων σε σχέση με τα κεφάλαια της εταιρίας.

8.3 Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας

Οι αριθμοδείκτες της κατηγορίας αυτής, χρησιμοποιούνται για να την μέτρηση του βαθμού αποτελεσματικότητας χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων μιας εταιρίας καθώς και στον προσδιορισμό του βαθμού μετατροπής σε ρευστά ορισμένων περιουσιακών της στοιχείων (αποθεμάτων, απαιτήσεων). Επίσης, η μελέτη της ταχύτητας κυκλοφορίας των περιουσιακών μιας οικονομικής μονάδας βοηθά και συμπληρώνει την ανάλυση της ρευστότητας της. Οι αριθμοδείκτες αυτοί είναι πιο χρήσιμοι όταν χρησιμοποιούνται σε σύγκριση με ένα ανταγωνιστή ή το κλάδο της επιχείρησης γενικότερα και γίνεται χρονική σύγκριση. (Kourtaki, n.d.)

Κάθε επιχείρηση επενδύει κεφαλαία στην αγορά νέων μέσων παραγωγής καθώς και σε εμπορεύματα, από την εκμετάλλευση των οποίων αναμένει κέρδη. Όσο πιο συχνά επαναλαμβάνεται η διαχειριστική χρήση των μέσων αυτών που επιφέρουν κέρδος τόσο περισσότερα είναι τα κέρδη μιας επιχείρησης. Σε αντίθετη περίπτωση, κάθε καθυστέρηση έχει δυσμενείς συνέπειες για την επιχείρηση, οι οποίες εκδηλώνονται αρχικά στην ρευστότητα και στην συνέχεια στην αποδοτικότητα της. (Kourtaki, n.d.)

Οι αριθμοδείκτες που θα αναλυθούν σε αυτή την κατηγορία είναι οι παρακάτω:

- Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων
- Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Εξόφλησης Προμηθευτών
- Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων
- Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού
- Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων

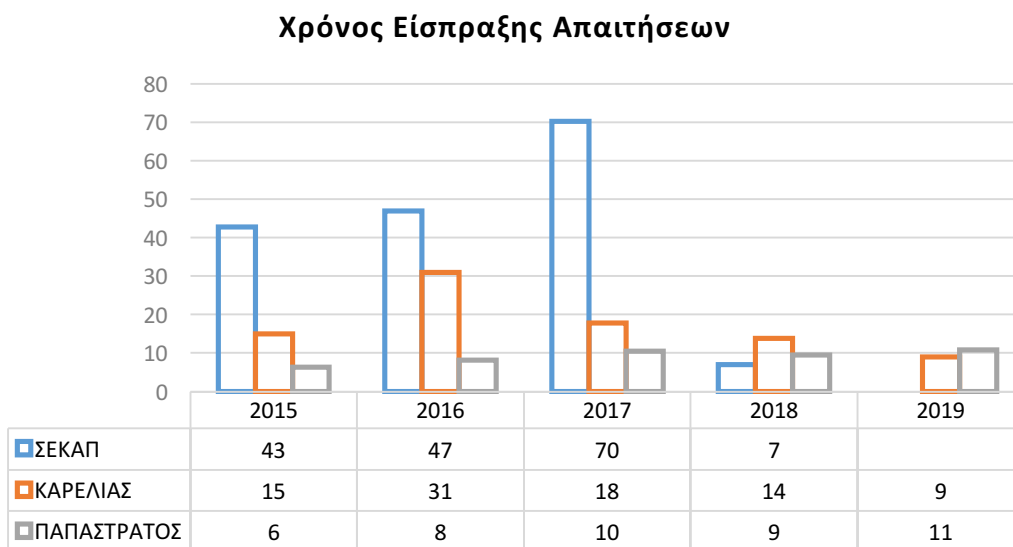
8.3.1 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων

Αυτός είναι ο μέσος χρόνος που περιμένει η εταιρεία να λάβει πληρωμές από την αρχή της πώλησης πίστωσης πριν από τη μετατροπή της σε μετρητά. Το χρονικό διάστημα αυτό μετρά την αποτελεσματικότητα της διοίκησης στην είσπραξη των απαιτήσεων της αλλά επηρεάζει και την πιστωτική της πολιτική. Όσο μικρότερη είναι

αυτή η χρονική περίοδος, τόσο υψηλότερο είναι το ποσοστό είσπραξης, τόσο μικρότερη είναι η περίοδος δέσμευσης κεφαλαίων, τόσο καλύτερη είναι η θέση της εταιρείας στα δάνεια και τόσο λιγότερο πιθανό είναι να βλάψει τα επισφαλή χρέη. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Χρόνος Είσπραξης Απαιτήσεων} = \frac{\text{Απαιτήσεις} * 365}{\text{Πωλήσεις}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 37: Αριθμοδείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

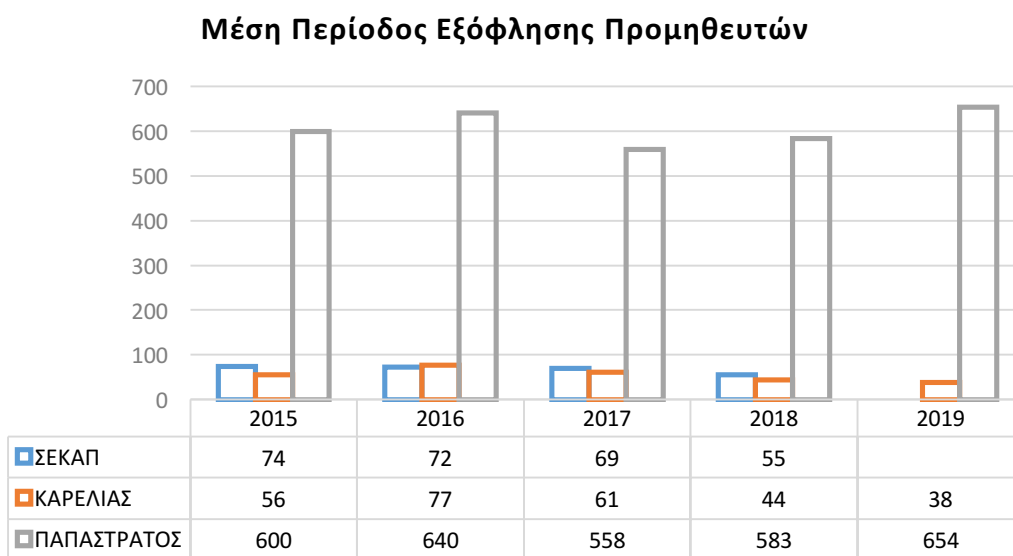
- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος παρουσιάζει τον μεγαλύτερο δείκτη ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα καθώς έχει το μικρότερο χρόνο είσπραξης με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 11 το έτος 2019 και ελάχιστη 6 το 2015.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 2η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 31 το 2016 και ελάχιστη 9 το 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 70 τη χρονιά 2017 και ελάχιστη 7 τη χρονιά 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Και οι τρεις εταιρίες εμφανίζουν σημαντικές διακυμάνσεις την υπό μελέτη χρονική περίοδο.

8.3.2 Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Εξόφλησης Προμηθευτών

Αυτός ο δείκτης δείχνει τη μέση περίοδο αποπληρωμής του χρέους που η οντότητα εξοφλεί στον προμηθευτή, δηλαδή πόσες ημέρες το τρέχον χρέος εκκρεμεί κατά μέσο όρο. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Μέση Περίοδος Εξόφλησης Προμηθευτών} = \left[\frac{\text{Προμηθευτές} + \text{Γραμμάτια Πληρ.} + \text{Πιστωτές}}{\text{Κόστος Πωληθέντων}} \right] * 365$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 38: Αριθμοδείκτης μέσης περιόδου εξόφλησης προμηθευτών για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 1η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 77 το 2016 και ελάχιστη 38 το 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 2η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 74 τη χρονιά 2015 και ελάχιστη 55 τη χρονιά 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019. Η εταιρία PMI - Παπαστράτος παρουσιάζει τη μεγαλύτερη μέση περίοδο εξόφλησης προμηθευτών στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 654 το έτος 2019 και ελάχιστη 558 το 2017.
- Γενικά προτιμάται μικρή περίοδος αποπληρωμής των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων μιας επιχείρησης κάτι που όπως καταλαβαίνουμε δεν συμβαίνει για την PMI - Παπαστράτος.

8.3.3 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων

Ο αριθμοδείκτης κυκλοφορίας αποθεμάτων εξετάζει αν η διαχείριση των αποθεμάτων της επιχείρησης είναι αποτελεσματική. Ο αριθμοδείκτης αυτός απεικονίζει πόσες φορές κατά μέσο όρο τα αποθέματα ανανεώθηκαν σε σχέση με τις πωλήσεις της επιχείρησης κατά τη διάρκεια της χρήσης. Γενικά, όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης αυτός, τόσο πιο αποτελεσματικά λειτουργεί η επιχείρηση, εξαιτίας του ότι περιορίζοντας τα αποθέματα περιορίζονται δαπάνες που αφορούν την αποθήκευση και διατήρηση των προϊόντων. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Ταχύτητα Κυκλοφορίας Αποθεμάτων} = \frac{\text{Κόστος Πωληθέντων}}{\text{Αποθέματα}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 39: Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση στο υπό εξέταση χρονικό διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 19 το έτος 2019 και ελάχιστη 11 το 2015.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 2^η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 12 τη χρονιά 2018 και ελάχιστη 5 τη χρονιά 2016 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 3^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 14 τα έτη 2018 & 2019 και ελάχιστη 3 το 2016.

- Όσο μεγαλύτερος είναι αυτός ο αριθμοδείκτης, τόσο καλύτερα. Ένας χαμηλός αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας των αποθεμάτων δείχνει ότι αυτά ανακυκλώνονται με αργό ρυθμό, και πιθανότατα η εταιρεία έχει αυξημένα αποθέματα πρώτων υλών ή έτοιμων προϊόντων που δεν μπορούν να πωληθούν.

8.3.4 Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού

Ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού δείχνει το βαθμό χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Δείχνει τα έσοδα, τα οποία δημιουργεί κάθε ευρώ που έχει επενδυθεί στο ενεργητικό της επιχείρησης, δηλαδή για δείκτη ίσος με μονάδα η επιχείρηση πραγματοποίησε πωλήσεις ενός ευρώ για κάθε ευρώ που επενδύθηκε στο ενεργητικό της. Οπότε προτιμάται ο δείκτης να είναι μεγαλύτερος της μονάδας. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Συνόλου Ενεργητικού}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 40: Αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 2,18 το έτος 2015 και ελάχιστη 1,82 τα έτη 2017 & 2019.

- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 2^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 1,78 το 2015 και ελάχιστη 1,56 το 2016.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 2,13 τη χρονιά 2018 και ελάχιστη 1,48 το 2016 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Και για τις τρεις εταιρίες ο αριθμοδείκτης είναι μεγαλύτερος της μονάδας. Ειδικά για τη ΣΕΚΑΠ το 2018 ο δείκτης είναι ο υψηλότερος γεγονός που υποδηλώνει ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία, προκειμένου να πραγματοποιεί τις πωλήσεις της.

8.3.5 Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων

Η εταιρία πρέπει να χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τα ίδια κεφάλαια και να παράγει τις υψηλότερες δυνατές πωλήσεις προκειμένου να αποφέρει υψηλότερα καθαρά λειτουργικά κέρδη και τελικά να αυξάνει την απόδοση των ιδίων κεφαλαίων υπό ορισμένες προϋποθέσεις. Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει το βαθμό αξιοποίησης των ιδίων κεφαλαίων μιας επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. (Kourtaki, n.d.)

$$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 41: Αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ιδίων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 8,12 το έτος 2019 και ελάχιστη 6,44 το 2015.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 2^η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 3,45 τη χρονιά 2018 και ελάχιστη 2,44 το 2017 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 3^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 2,39 το 2015 και ελάχιστη 2,02 το 2019.
- Μια υψηλή τιμή του δείκτη δείχνει εντατική εκμετάλλευση των ιδίων κεφαλαίων στη δημιουργία πωλήσεων, αντιθέτως, μια χαμηλή τιμή του δείκτη δείχνει ανεπαρκή χρησιμοποίηση των ιδίων κεφαλαίων, με συνέπεια τη μειωμένη αποδοτικότητά τους

8.4 Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας

Η αποδοτικότητα αντανακλά την ικανότητα της οικονομικής οντότητας να πραγματοποιεί κέρδος. Σκοπός κάθε επιχείρησης είναι το κέρδος, το οποίο αφορά όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη που ασχολούνται με αυτήν, είτε βρίσκονται εντός της εταιρείας (π.χ. διοίκηση, υπάλληλοι) είτε εκτός αυτής (π.χ. πιστωτές, δανειστές, επενδυτές), και οι οποίοι αποδίδουν μεγάλη σημασία στο πόσο αποδοτική ήταν η επιχείρηση όσον αφορά τα κέρδη, καθώς και σε ποιες είναι οι προοπτικές της οντότητας για το μέλλον. Η αποδοτικότητα συνδέεται συχνά με την έννοια της ρευστότητας και αυτό συμβαίνει επειδή χωρίς την ύπαρξη κερδών για μεγάλο χρονικό διάστημα η εταιρεία δεν θα είναι σε θέση να είναι συνεπής στις υποχρεώσεις της. Τέλος, συχνά ταυτίζεται με την έννοια της αποτελεσματικότητας της λειτουργίας μιας επιχείρησης. Οι δείκτες κερδοφορίας αναφέρονται, αφενός, στη σχέση μεταξύ των κερδών και του κεφαλαίου που χρησιμοποιείται στην εταιρεία και, αφετέρου, στη σχέση μεταξύ των κερδών και των πωλήσεων και δείχνουν πόσο αποτελεσματικά λειτουργεί η εταιρεία κατά τη διάρκεια ενός ή περισσοτέρων ετών. Γενικά, οι δείκτες κερδοφορίας υπολογίζονται είτε με βάση τις πωλήσεις της εταιρείας κατά τη διάρκεια μιας χρήσης, είτε με βάση τις επενδύσεις της. Οι κύριοι δείκτες μέτρησης απόδοσης είναι:

- Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων
- Αποδοτικότητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων
- Περιθώριο Μικτού Κέρδους
- Περιθώριο Καθαρού Κέρδους

8.4.1 Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων

Αυτός ο δείκτης είναι ένας από τους πιο σημαντικούς δείκτες που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της συνολικής απόδοσης της εταιρείας. Λαμβάνοντας υπόψιν ότι ο κύριος στόχος της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους της, αυτός ο λόγος δείχνει το βαθμό στον οποίο επιτυγχάνεται αυτός ο πρωταρχικός στόχος της επιχείρησης. Αυτός ο δείκτης έχει μεγάλη σημασία για τους

τρέχοντες και τους μελλοντικούς μετόχους, καθώς και για τη διαχείριση της εταιρείας. Σε σύγκριση με άλλες εταιρείες, ο δείκτης καθορίζει εάν οι επενδύσεις στην επιχείρηση είναι ελκυστικές ή όχι. Ένα χαμηλό ποσοστό απόδοσης σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι το αποτέλεσμα της κατάχρησης των κεφαλαίων της εταιρείας. Αντίθετα, ένας υψηλός δείκτης είναι ένα σημάδι ότι η επιχείρηση λειτουργεί καλά, κάνοντας καλή χρήση του κεφαλαίου της.

$$\text{Αποδοτικότητα Ίδιων Κεφαλαίων} = \left(\frac{\text{Καθαρά Αποτελέσματα}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}} \right) * 100$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 42: Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 1^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 17% το 2018 και ελάχιστη 13% τα έτη 2017 & 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 2^η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 3% τη χρονιά 2015 και ελάχιστη -83% το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 3^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη -61% το έτος 2015 και ελάχιστη -81% το 2019.
- Διαρκή κατάχρηση των κεφαλαίων της κάνει η εταιρία PMI – Παπαστράτος καθώς τα ποσοστά απόδοσης των ιδίων κεφαλαίων της είναι διαρκώς αρνητικά στο υπό μελέτη χρονικό διάστημα. Αυτό συμβαίνει διότι τα ίδια κεφάλαια της εταιρίας τα υπό μελέτη έτη είναι αρνητικά.

8.4.2 Αποδοτικότητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων ή Συνολικού Ενεργητικού

Ο δείκτης απόδοσης απασχολούμενων κεφαλαίων μετρά την απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων μιας εταιρείας. Είναι ένας τρόπος αξιολόγησης και ελέγχου της διαχείρισης της εταιρείας. Ο λόγος απόδοσης απασχολούμενων κεφαλαίων μας επιτρέπει να συγκρίνουμε την κερδοφορία της επιχείρησης που εξετάζουμε με την κερδοφορία άλλων παρόμοιων επιχειρήσεων καθώς και με την κερδοφορία άλλων τύπων επενδύσεων. Μας βοηθά επίσης να παρακολουθούμε τη χρονική πορεία της αποδοτικότητας της εν λόγω εταιρείας καθώς και να διερευνήσουμε τις αιτίες της αλλαγής της με την πάροδο του χρόνου. Ένα χαμηλό ποσοστό απόδοσης σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι το αποτέλεσμα της κατάχρησης των κεφαλαίων της εταιρείας. Αντίθετα, ένας υψηλός δείκτης είναι ένα σημάδι ότι η επιχείρηση λειτουργεί καλά, κάνοντας καλή χρήση του κεφαλαίου της.

$$\text{Αποδοτικότητα Συνολικού Ενεργητικού} = \left[\frac{\text{Καθαρά Κέρδη} + \text{Χρημ. Έξοδα}}{\text{Συν. Απασχολ. Κεφάλαια}} \right] * 100$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 43: Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 24% το έτος 2015 και ελάχιστη 17% το 2017.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 2^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 14% το 2018 και ελάχιστη 10% το 2017.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 2% τη χρονιά 2015 και ελάχιστη -50% το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ από το 2017 και μετά παρουσιάζει αρνητική αποδοτικότητα γεγονός που σημαίνει ότι ξεκίνησε την κατάχρηση του ενεργητικού της και τη λάθος διοίκηση της εταιρίας.

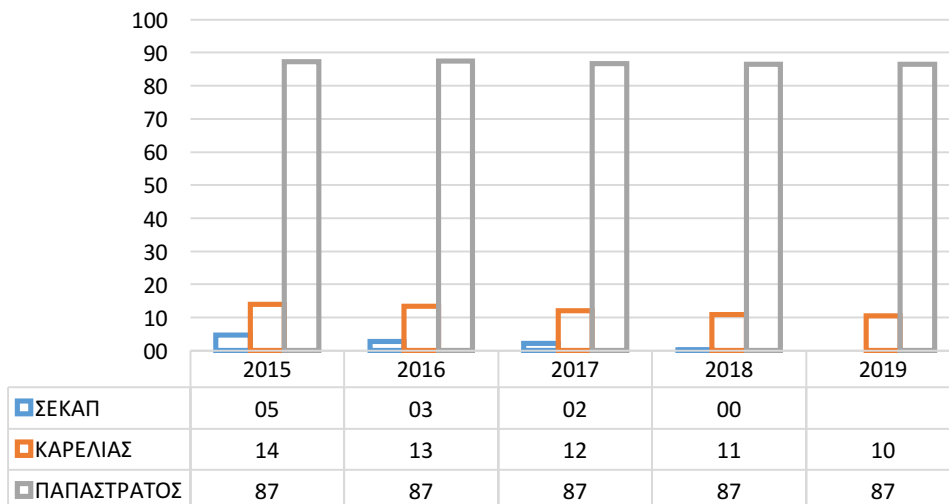
8.4.3 Περιθώριο Μικτού Κέρδους

Ο αριθμοδείκτης μικτού κέρδους μας δείχνει το μικτό κέρδος που απολαμβάνει μια εταιρεία από την πώληση προϊόντων αξίας 100 ευρώ, δείχνει επίσης την αποτελεσματικότητα της λειτουργίας της καθώς και τον τρόπο με τον οποίο η εταιρεία καθορίζει την τιμή του προϊόντος. Όσο υψηλότερο είναι το περιθώριο μικτού κέρδους, τόσο καλύτερα, όσον αφορά τα κέρδη, είναι η θέση της εταιρείας, επειδή μπορεί εύκολα να αντιμετωπίσει οποιαδήποτε αύξηση στο κόστος των προϊόντων της που πωλούνται. Επίσης, η υψηλή αναλογία μικτού κέρδους δείχνει την ικανότητα της διοίκησης μιας εταιρείας να επιτυγχάνει φτηνές αγορές και να πωλεί σε υψηλές τιμές. Αντιθέτως, ο χαμηλός δείκτης μικτού κέρδους υποδεικνύει μια κακή πολιτική διαχείρισης και αγορών και πωλήσεων.

$$\text{Περιθώριο Μικτού Κέρδους} = \left(\frac{\text{Μικτά Κέρδη}}{\text{Πωλήσεις}} \right) * 100$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:

Περιθώριο Μικτού Κέρδους



Διάγραμμα 44: Αριθμοδείκτης περιθωρίου μικτού κέρδους για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με σταθερή τιμή του αριθμοδείκτη στο 87%.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 2^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 14% το 2015 και ελάχιστη 10% το 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 5% τη χρονιά 2015 και ελάχιστη 0,1% το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Παρατηρείται μείωση του αριθμοδείκτη για τις εταιρίες ΣΕΚΑΠ και Καρέλιας, ενώ η PMI – Παπαστράτος παραμένει σταθερή κάτι εξαιρετικά σημαντικό καθώς δείχνει την ικανότητα της διοίκησης μιας εταιρείας να επιτυγχάνει φτηνές αγορές και να πωλεί σε υψηλές τιμές.

8.4.4 Περιθώριο Καθαρού Κέρδους

Αυτή η αναλογία χρησιμοποιείται για τη μέτρηση της συνολικής κερδοφορίας της χρηματοοικονομικής μονάδας, σε σύγκριση με τα συνολικά της έσοδα και επομένως είναι πολύ χρήσιμη για τους μετόχους. Αυτό συμβαίνει επειδή, εάν το καθαρό κέρδος δεν είναι αρκετό, η εταιρεία δεν είναι σε θέση να επιτύχει ικανοποιητική απόδοση της επένδυσης.

Ο δείκτης αποδίδεται με τη μορφή ποσοστού (%) του καθαρού περιθωρίου κέρδους της εταιρείας για τα προϊόντα που πωλούνται. Αυτός ο λόγος δείχνει το ποσοστό κέρδους που απομένει στην επιχείρηση μετά την αφαίρεση του κόστους των πωληθέντων αγαθών και άλλων επιχειρηματικών εξόδων από τις καθαρές πωλήσεις. Όσο υψηλότερος είναι ο δείκτης, τόσο πιο κερδοφόρα η επιχείρηση. Αλλά επειδή ο

λόγος εκφράζει το καθαρό κέρδος ως ποσοστό των πωλήσεων, το καθαρό κέρδος λαμβάνεται συνήθως πριν από το φόρο.

$$\text{Περιθώριο Καθαρού Κέρδους} = \left(\frac{\text{Καθαρά Αποτελέσματα προ Φόρων}}{\text{Πωλήσεις}} \right) * 100$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 45: Αριθμοδείκτης περιθωρίου καθαρού κέρδους για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 14% το 2017 και 13% τα υπόλοιπα υπό μελέτη έτη.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 2^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 10% τα έτη 2016 & 2018 και ελάχιστη 8% το 2019.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 1% τη χρονιά 2015 και ελάχιστη -30% το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Το καθαρό περιθώριο κέρδους πρέπει να συγκρίνεται και να αξιολογείται με το μικτό περιθώριο κέρδους. Ο δείκτης δείχνει επίσης την ικανότητα της εταιρείας να αντιμετωπίζει δυσμενείς οικονομικές συνθήκες, όπως ανταγωνισμός τιμών, χαμηλή ζήτηση κ.λπ. Προφανώς, ένας υψηλότερος δείκτης δείχνει υψηλότερη κερδοφορία.

8.5 Αριθμοδείκτες Επένδυσης

Αυτοί οι αριθμοδείκτες χρησιμοποιούνται από τους επενδυτές όταν αποφασίζουν εάν θα αγοράσουν, πουλήσουν ή κατέχουν μερίδιο σε μια επιχείρηση. Οι περισσότεροι από τους πιο ευρέως χρησιμοποιούμενους δείκτες επενδύσεων συσχετίζουν την τρέχουσα τιμή μετοχής μιας επιχείρησης με τα μεγέθη των αποθεμάτων και του ισολογισμού. Η αναφορά στις σχέσεις μετοχών είναι χρήσιμη από πρακτική άποψη, επειδή οι τιμές που αναφέρονται στο χρηματιστήριο αναφέρονται στο μερίδιο και όχι στο συνολικό μέγεθος της εταιρείας. Οι κύριοι δείκτες μέτρησης επένδυσης είναι:

- Αριθμοδείκτης Κερδών ανά Μετοχή
- Αριθμοδείκτης Τιμής προς Κέρδη ανά Μετοχή
- Αριθμοδείκτης Μερισματικής Απόδοσης
- Αριθμοδείκτης Διανεμόμενων Κερδών

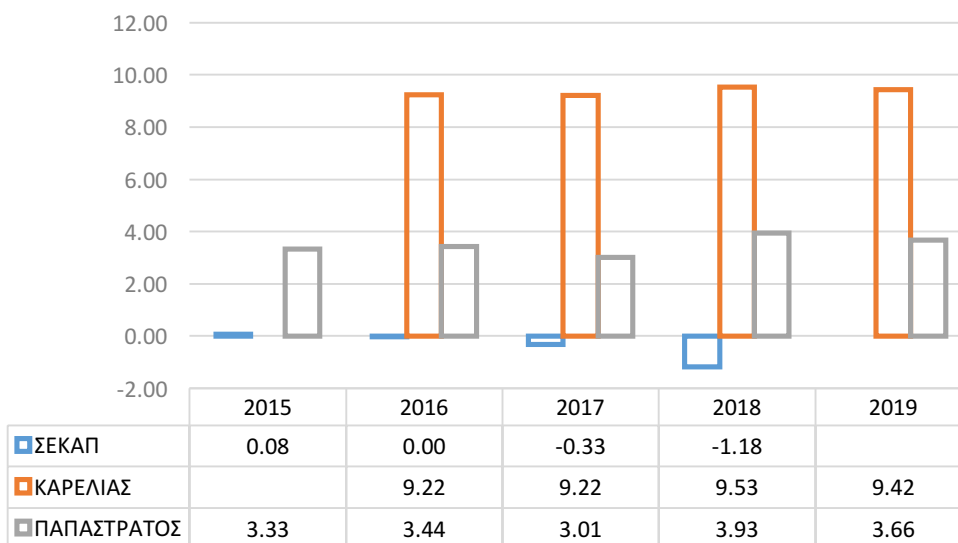
8.5.1 Αριθμοδείκτης Κερδών ανά Μετοχή

Αυτός ο δείκτης δείχνει το ποσό των καθαρών κερδών, το οποίο αντιστοιχεί σε κάθε μετοχή της εταιρείας και επηρεάζεται τόσο από το συνολικό ποσό των κερδών της όσο και από τον αριθμό των μετοχών της. Το ποσό των κερδών ανά μετοχή αντικατοπτρίζει την κερδοφορία μιας εταιρείας. Οι διαφορές στα κέρδη ανά μετοχή μεταξύ εταιρειών είναι δύσκολο να ερμηνευθούν, επειδή δεν έχουν όλες οι εταιρείες τον ίδιο αριθμό μετοχών.

$$\text{Κέρδη ανά Μετοχή} = \frac{(\text{Καθαρά Κέρδη} - \text{Μέρισμα})}{\text{Αριθμός κοινών Μετοχών}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:

Κέρδη ανά Μετοχή



Διάγραμμα 46: Αριθμοδείκτης κέρδους ανά μετοχή για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 1^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 9,53 το 2018 και ελάχιστη 9,22 τα έτη 2016 & 2017 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2015.
- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 2^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 7,19 το 2018 και 6,10 το 2017.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 0,08 το 2015 και ελάχιστη τιμή -1,18 το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Το καθαρό περιθώριο κέρδους πρέπει να συγκρίνεται και να αξιολογείται με το μικτό περιθώριο κέρδους. Ο δείκτης δείχνει επίσης την ικανότητα της εταιρείας να αντιμετωπίζει δυσμενείς οικονομικές συνθήκες, όπως ανταγωνισμός τιμών, χαμηλή ζήτηση κ.λπ. Προφανώς, ένας υψηλότερος δείκτης δείχνει υψηλότερη κερδοφορία.

8.5.2 Αριθμοδείκτης Τιμής προς Κέρδη ανά Μετοχή

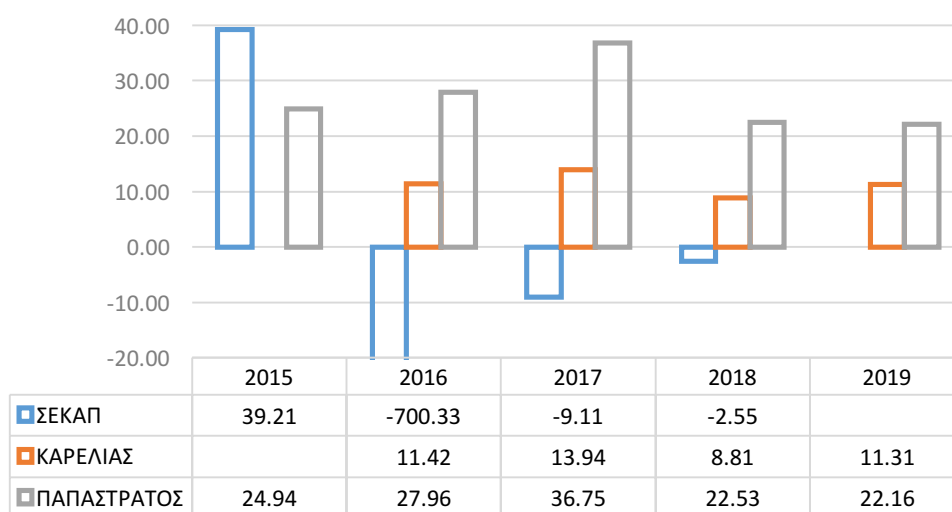
Ο δείκτης είναι το πιο δημοφιλές εργαλείο που χρησιμοποιούν οι επενδυτές για να καθορίσουν τις επενδυτικές τους τάσεις και τις έμμεσες τιμές των μετοχών. Αυτό είναι ένα από τα κύρια μέτρα που χρησιμοποιούνται για να προσδιοριστεί εάν ένα απόθεμα είναι υπερτιμημένο ή υποτιμημένο. Για τον προσδιορισμό του δείκτη, πρέπει μόνο να διαιρέσουμε την τρέχουσα τιμή μετοχής με τα κέρδη ανά μετοχή της αντίστοιχης εταιρείας τους τελευταίους μήνες ή το πιο πρόσφατο έτος ή ακόμη και το αναμενόμενο έτος. Τα κέρδη ανά μετοχή είναι το συνολικό κέρδος της εταιρείας

για τους τελευταίους δώδεκα μήνες δια του συνολικού αριθμού των εισηγμένων αποθεμάτων. Η συγκεκριμένη κλίμακα βρίσκεται στον ετήσιο, εξαμηνιαίο ή τριμηνιαίο ισολογισμό της εταιρείας.

$$\text{Τιμή ανά Κέρδη ανά Μετοχή} = \frac{\text{Τιμή Μετοχής}}{\text{Κέρδη ανά Μετοχή}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:

Τιμή ανά Κέρδη ανά Μετοχή



Διάγραμμα 47: Αριθμοδείκτης τιμής ανά κέρδος ανά μετοχή για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

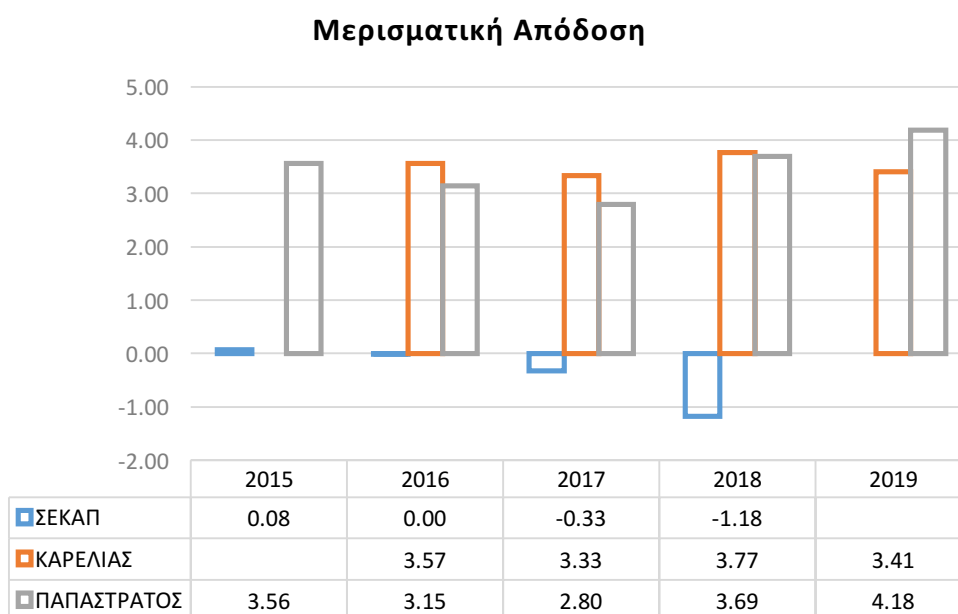
- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση στο συνολικά εξεταζόμενο διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 36,75 το 2017 και 22,16 το 2019.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 2^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 13,94 το 2017 και ελάχιστη 8,81 το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2015.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 39,21 το 2015 και ελάχιστη τιμή -700 το 2016 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Οι αρνητικές τιμές του δείκτη για την εταιρία ΣΕΚΑΠ δεν έχουν κάποια ιδιαίτερη σημασία διότι η επιχείρηση ήδη εμφανίζει ζημιές.

8.5.3 Αριθμοδείκτης Μερισματικής Απόδοσης

Αυτός ο δείκτης αξιολογεί τη σχέση μεταξύ των καταβληθέντων μερισμάτων ανά μετοχή και της αγοραίας αξίας των μετοχών. Είναι επομένως ένα μέτρο της απόδοσης της επένδυσης σε μετρητά. Οι μέτοχοι, ως πραγματικοί ιδιοκτήτες της επιχείρησης, ενδιαφέρονται για τα κέρδη που διανέμονται και τους καταβάλλονται ως μέρισμα.

$$\text{Μερισματική Απόδοση (\%)} = \frac{\text{Μέρισμα ανά Μετοχή}}{\text{Αγοραία Τιμή ανά Μετοχή}} * 100$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 48: Αριθμοδείκτης μερισματικής απόδοσης για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

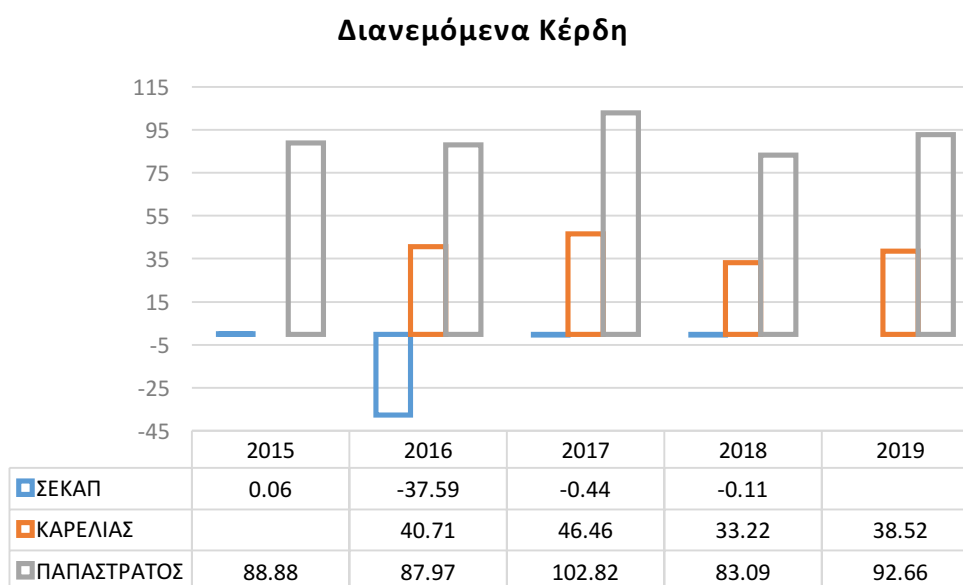
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 1^η θέση για το χρονικό διάστημα 2016-2018 (ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2015) με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 3,77% το 2018 και ελάχιστη 3,33% το 2017.
- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 2^η θέση για το χρονικό διάστημα 2015-2018 με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 3,69% το 2018 και 2,80% το 2017 ενώ κατέχει την 1^η θέση το 2019 με δείκτη 4,18%.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 0,08% το 2015 και ελάχιστη τιμή -1,18% το 2018 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Οι αρνητικές τιμές του δείκτη για την εταιρία ΣΕΚΑΠ δεν έχουν κάποια ιδιαίτερη σημασία διότι η επιχείρηση ήδη εμφανίζει ζημιές.

8.5.4 Αριθμοδείκτης Διανεμόμενων Κερδών

Πρόκειται για έναν σημαντικό δείκτη επειδή οι μετοχές που πληρώνουν μερίσματα προσελκύουν συνήθως πολλούς επενδυτές.

$$\text{Διανεμόμενα Κέρδη (\%)} = \frac{\text{Μέρισμα ανά Μετοχή}}{\text{Κέρδη ανά Μετοχή}}$$

Για τις υπό μελέτη τρεις εταιρίες οι δείκτες αυτοί φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Διάγραμμα 49: Αριθμοδείκτης μερισματικής απόδοσης για τις τρεις παραγωγικές επιχειρήσεις καπνού στην Ελλάδα

Συμπεράσματα – Παρατηρήσεις:

- Η εταιρία PMI - Παπαστράτος κατέχει την 1^η θέση για το υπό μελέτη χρονικό διάστημα με μέγιστη τιμή του αριθμοδείκτη 102.82% το 2017 και 83,09% το 2018.
- Η εταιρία Καρέλιας βρίσκεται στην 2^η θέση για το υπό μελέτη χρονικό διάστημα (ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2015) με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 46,46% το 2017 και ελάχιστη 33,22% το 2018.
- Η ΣΕΚΑΠ βρίσκεται στη 3^η θέση με τον αριθμοδείκτη να έχει μέγιστη τιμή 0,06% το 2015 και ελάχιστη τιμή -37,59% το 2016 ενώ δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για το 2019.
- Οι αρνητικές τιμές του δείκτη για την εταιρία ΣΕΚΑΠ δεν έχουν κάποια ιδιαίτερη σημασία διότι η επιχείρηση ήδη εμφανίζει ζημιές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – SWOT ANALYSIS

9.1 Αποτελέσματα

Στον παρακάτω πίνακα συνοψίζονται τα αποτελέσματα της παραπάνω ανάλυσης των αριθμοδεικτών για τις τρεις παραγωγικές εταιρίες καπνού. Με το σύμβολο - ⊕ - σημειώνεται ποια εταιρία κατέχει την πρώτη θέση και άρα είναι και προτιμότερη από θέμα επένδυσης.

Πίνακας 9: Συγκεντρωτικός Πίνακας Ανάλυσης Αριθμοδεικτών.

	ΣΕΚΑΠ	ΚΑΡΕΛΙΑΣ	ΡΜΙ-ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ
Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ρευστότητας		⊕	
Αριθμοδείκτης Άμεσης Ρευστότητας		⊕	
Αριθμοδείκτης Υπερχρέωσης ή Ξένων προς Ίδια κεφάλαια		⊕	
Αριθμοδείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης		⊕	
Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων			⊕
Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Εξόφλησης Προμηθευτών		⊕	
Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων			⊕
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού			⊕
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων			⊕
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων		⊕	
Αποδοτικότητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων			⊕
Περιθώριο Μικτού Κέρδους			⊕
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους			⊕
Αριθμοδείκτης Κερδών ανά Μετοχή		⊕	

Αριθμοδείκτης Τιμής προς Κέρδη ανά Μετοχή			⊕
Αριθμοδείκτης Μερισματικής Απόδοσης		⊕	⊕
Αριθμοδείκτης Διανεμόμενων Κερδών			⊕

Από τον πίνακα 9 βγαίνουν τα παρακάτω συμπεράσματα:

- Πρώτη θέση κατέχει η PMI – Παπαστράτος καθώς υπερτερεί σε δέκα εκ των δεκαεφτά αριθμοδεικτών γεγονός που καθιστά την εταιρία πρώτη σε προτίμηση από τυχόν επενδυτές διότι εμπνέει εμπιστοσύνη και προσδοκίες για κέρδη.
- Στη δεύτερη θέση βρίσκεται η εταιρία Καρέλιας η οποία υπερέχει σε οκτώ από τους δεκαεφτά υπό μελέτη αριθμοδείκτες. Το γεγονός αυτό δεν καθιστά την εταιρία ακατάλληλη προς επένδυση, καθώς όπως έδειξε και η ανάλυση των αριθμοδεικτών παραπάνω η εταιρία Καρέλιας εμπνέει τη σειρά της εμπιστοσύνη αλλά παρέχει τη δυνατότητα για περιθώριο κέρδους.
- Τελευταία θέση κατέχει η εταιρία ΣΕΚΑΠ η οποία από την οικονομική ανάλυση που προηγήθηκε παρουσιάζει μία μη υγιή οικονομική κατάσταση γεγονός που την καθιστά απρόσιτη για τυχόν επενδυτές καθώς δεν μπορούν να την εμπιστευθούν αλλά κυρίως δεν υπάρχει δυνατότητα κερδοφορίας.

9.2 SWOT Analysis

Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται για στρατηγικό σχεδιασμό και στρατηγική διαχείριση σε οργανισμούς. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικά για την οικοδόμηση οργανωτικής στρατηγικής και ανταγωνιστικής στρατηγικής. (GÜREL, 2017)

Με τη διεξαγωγή μιας εξωτερικής ανάλυσης, ένας οργανισμός εντοπίζει τις κρίσιμες απειλές και ευκαιρίες στο ανταγωνιστικό του περιβάλλον. Εξετάζει επίσης πώς είναι πιθανό να εξελιχθεί ο ανταγωνισμός σε αυτό το περιβάλλον και ποιες επιπτώσεις έχει η εξέλιξη στις απειλές και τις ευκαιρίες που αντιμετωπίζει ένας οργανισμός. Ενώ η εξωτερική ανάλυση επικεντρώνεται στις περιβαλλοντικές απειλές και ευκαιρίες που αντιμετωπίζει ένας οργανισμός, η εσωτερική ανάλυση βοηθά έναν οργανισμό να εντοπίσει τα οργανωτικά δυνατά και αδύνατα σημεία του. Βοηθά επίσης έναν οργανισμό να κατανοήσει ποιοι από τους πόρους και τις δυνατότητές του είναι πιθανό να είναι πηγές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και ποιοι είναι λιγότερο πιθανό να είναι πηγές τέτοιων πλεονεκτημάτων. Με βάση την ανάλυση SWOT, οι οργανισμοί μπορούν να επιλέξουν την κατάλληλη στρατηγική. (GÜREL, 2017)

- Οργανωτικά δυνατά σημεία: Η δύναμη είναι το χαρακτηριστικό που προσθέτει αξία σε κάτι και το κάνει πιο ξεχωριστό από άλλα. Η δύναμη σημαίνει ότι κάτι είναι πιο πλεονεκτικό σε σύγκριση με κάτι άλλο. Υπό αυτήν την έννοια, η δύναμη αναφέρεται σε ένα θετικό, ευνοϊκό και δημιουργικό

χαρακτηριστικό. Η δύναμη σε οργανωτικό επίπεδο περιλαμβάνει ιδιότητες και ικανότητες με τις οποίες ένας οργανισμός αποκτά πλεονέκτημα έναντι άλλων οργανισμών και ανταγωνιστικών οργανισμών που αποκαλύπτονται ως αποτέλεσμα της ανάλυσης του εσωτερικού του περιβάλλοντος. Με άλλα λόγια, η οργανωτική δύναμη καθορίζει τα χαρακτηριστικά και τις καταστάσεις στις οποίες ένας οργανισμός είναι πιο αποτελεσματικός και αποδοτικός σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές του. Ένας οργανισμός μπορεί να περιγραφεί ως ισχυρός, ίσος ή αδύναμος σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές του βάσει πέντε κριτηρίων: Σχετική κατάσταση της αγοράς, σχετική χρηματοοικονομική δομή, σχετική παραγωγή και τεχνική ικανότητα, σχετική δυνατότητα έρευνας και ανάπτυξης, σχετική ανθρώπινη ικανότητα και αποτελεσματικότητα διαχείρισης. (GÜREL, 2017)

- Οργανωτικές αδυναμίες: Η αδυναμία αναφέρεται στη μη ύπαρξη της μορφής και της ικανότητας που απαιτείται για κάτι. Η αδυναμία σημαίνει ότι κάτι είναι πιο δυσμενές σε σύγκριση με κάτι άλλο. Από αυτή την άποψη, η αδυναμία είναι ένα χαρακτηριστικό που είναι αρνητικό και δυσμενές. Η αδυναμία σε οργανωτικό επίπεδο αναφέρεται στις καταστάσεις στις οποίες η τρέχουσα ύπαρξη και ικανότητες ενός οργανισμού είναι ασθενέστερες σε σύγκριση με άλλους οργανισμούς και ανταγωνιστικούς οργανισμούς. Με άλλα λόγια, η αδυναμία του οργανισμού σημαίνει τις πτυχές ή τις δραστηριότητες στις οποίες ένας οργανισμός είναι λιγότερο αποτελεσματικός και αποδοτικός σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές του. Αυτές οι πτυχές επηρεάζουν αρνητικά την οργανωτική απόδοση και αποδυναμώνουν την οργάνωση μεταξύ των ανταγωνιστών της. Κατά συνέπεια, ο οργανισμός δεν είναι σε θέση να ανταποκριθεί σε ένα πιθανό πρόβλημα ή ευκαιρία και δεν μπορεί να προσαρμοστεί στις αλλαγές. (GÜREL, 2017)
- Περιβαλλοντικές ευκαιρίες: Ευκαιρία σημαίνει μια κατάσταση κατάλληλη για μία δραστηριότητα. Η ευκαιρία είναι ένα πλεονέκτημα και μία κινητήρια δύναμη για μια δραστηριότητα. Για οργανωτικές διοικήσεις, μια ευκαιρία είναι ο κατάλληλος χρόνος ή η κατάλληλη κατάσταση που το περιβάλλον παρουσιάζει σε έναν οργανισμό για την επίτευξη των στόχων του. Ευκαιρίες είναι αυτές που θα αποφέρουν θετικά αποτελέσματα για τον οργανισμό που καθορίζεται ως αποτέλεσμα της ανάλυσης του περιβάλλοντός του. Ο ανταγωνισμός προσφέρει στους οργανισμούς μεγάλες ευκαιρίες. (GÜREL, 2017)
- Περιβαλλοντικές απειλές: Η απειλή είναι μια κατάσταση ή κατάσταση που θέτει σε κίνδυνο την πραγματοποίηση μιας δραστηριότητας. Αναφέρεται σε μια μειονεκτική κατάσταση. Για αυτόν τον λόγο, έχει ένα αρνητικό χαρακτηριστικό που πρέπει να αποφεύγεται. Για τις οργανωτικές διοικήσεις, μια απειλή είναι το στοιχείο που καθιστά δύσκολη ή αδύνατη την επίτευξη των οργανωτικών στόχων. Απειλές είναι οι καταστάσεις που προκύπτουν ως αποτέλεσμα των αλλαγών στο μακρινό ή στο άμεσο περιβάλλον που θα

εμπόδιζαν τον οργανισμό να διατηρήσει την ύπαρξή του ή να χάσει την ανωτερότητά του ως προς τον ανταγωνισμό του και που δεν είναι ευνοϊκές για τον οργανισμό. (GÜREL, 2017)

Θα ακολουθήσει ανάλυση δυνάμεων και ευκαιριών για τις δύο εταιρίες που είναι αποδοτικές σε περίπτωση επενδυτικής δραστηριότητας και αυτές είναι η PMI – Παπαστράτος και η Καρέλιας. Η ανάλυση αυτή θα βοηθήσει κάποιον υποψήφιο επενδυτή να αποφασίσει που θέλει ο ίδιος να επενδύσει τα χρήματά του.

9.1.1 SWOT Analysis – Καρέλιας

Έχοντας συγκεντρώσει επαρκή στοιχεία από την PEST ανάλυση της καπνοβιομηχανίας Καρέλιας μπορούμε πλέον να σκιαγραφήσουμε το επιχειρηματικό περιβάλλον μέσω της διαδικασίας SWOT analysis (S – strengths, W – weaknesses, O – opportunities, T – threats). Μέσω αυτής της ανάλυσης καταλήσουμε σε ένα γενικό υπόδειγμα για την κατανόηση και την διαχείριση του περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργεί η καπνοβιομηχανία Καρέλιας και τις ευκαιρίες και απειλές που εμφανίζονται στο εξωτερικό περιβάλλον. Η ανάλυση αυτή επιτρέπει στα στελέχη να αντιλαμβάνονται καλύτερα και να ανταποκρίνονται αποτελεσματικότερα στους παράγοντες εκείνους που εμφανίζουν αυξημένη σπουδαιότητα για την επίδραση της καπνοβιομηχανίας.

Δυνάμεις – Strengths:

- Διαθέτει μεγάλη ισχύ και ασκεί μεγάλη επιρροή στην Ελληνική Αγορά.
- Πλεονεκτήματα κόστους, τα οποία προέρχονται από τις οικονομίες κλίμακας που δημιουργούνται από τις τεράστιες παραγόμενες ποσότητες. Επιπλέον, ευνοείται και από την χρήση σύγχρονης τεχνολογίας, που έχει σαν αποτέλεσμα τη μείωση του κόστους παραγωγής.
- Υψηλή παραγωγικότητα λόγω της χρήσης παραγωγικών εγκαταστάσεων πολύ υψηλής τεχνολογίας.
- Επάρκεια χρηματοοικονομικών πόρων και υγιής οικονομική δραστηριότητα.
- Ιδιόκτητη τεχνολογία και κτιριακές εγκαταστάσεις.
- Εξαγωγή σε περίπου 70 χώρες ανά τον κόσμο.
- Διαρκής δημιουργία νέων καινοτομικών σημάτων όπως για παράδειγμα το Leader, το οποίο δημιούργησε μια νέα κατηγορία οικονομικών σημάτων.
- Εντατικό μάρκετινγκ με κερδοφόρες διαφημιστικές καμπάνιες.
- Ενεργή διοίκηση με σωστές επενδυτικές κινήσεις.
- Η ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε., θέλοντας να συμβάλει στην εθνική, εξαιρετικά δύσκολη προσπάθεια για την αντιμετώπιση της νόσου COVID-19, αποφάσισε τη δωρεά, προς το Υπουργείο Υγείας, 50 υπερσύγχρονων, πλήρως εξοπλισμένων σταθμών Μ.Ε.Θ. (Μονάδων Εντατικής Θεραπείας), αποτελούμενων από ειδική ηλεκτρονική κλίνη, monitor παρακολούθησης ζωτικών λειτουργιών και ηλεκτρονικό αναπνευστήρα υψηλής τεχνολογίας.

- Βραβεύτηκε για 6^η φορά η ICAP Group, στο πλαίσιο των ετήσιων βραβείων «True Leaders 2018», αναγνωρίζοντας την κορυφαία θέση που κατέχει στον κλάδο της, καθώς και την οικονομική της ισχύ.
- Η Καρέλια Α.Ε. απέσπασε φέτος μια ακόμη διάκριση, αυτή τη φορά από το περιοδικό FORTUNE στο πλαίσιο του θεσμού «Most Admired Companies in Greece”.

Αδυναμίες – Weaknesses

- Δυσκολία για καθιέρωση και αναγνωσιμότητα των σημάτων στη διεθνή αγορά.
- Εξαιτίας της παραγωγικής δραστηριότητας στην Πελοπόννησο το αναποτελεσματικό οδικό δίκτυο δυσχεραίνει τις μεταφορές και τις μετακινήσεις προμηθευτών και δικτύων διανομής.

Ευκαιρίες – Opportunities

- Οι πωλήσεις σε μεγάλο αριθμό ξενων χωρών είναι μία ασφάλεια για την καπνοβιομηχανία Καρέλια τη στιγμή που η ελληνική αγορά είναι στάσιμη.
- Είσοδος σε ολόενα και περισσότερες αγορές ανά τον κόσμο, με απώτερο σκοπό την παγκόσμια αναγνωσιμότητα των σημάτων της.
- Υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, με σκοπό πάντα το ποιοτικό αποτέλεσμα στα προϊόντα της.

Απειλές – Threats

- Οι επιπλέον απαγορεύσεις, αρνητικές κυβερνητικές αποφάσεις που μπορεί να έρθουν.
- Η συμπεριφορά των ανταγωνιστών στο μέλλον.
- Η οικονομική υγεία του κύριου ανταγωνιστή της στον ελλαδικό χώρο της PMI – Παπαστράτος.

9.1.2 SWOT Analysis – PMI-Παπαστράτος

Δυνάμεις - Strengths

- Ο Philip Morris αναπτύσσει και εμπορεύεται δεκάδες δημοφιλείς περιφερειακές, εθνικές και διεθνείς μάρκες, από το Marlboro έως το Parliament.
- Διανέμει επίσης πολλές μάρκες καπνού πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων, συμπεριλαμβανομένης της Kretek της Ινδονησίας και της γαλλικής εταιρείας ST Dupont Paris.
- Παρά τα διάφορα μέτρα για τον περιορισμό των δυνατοτήτων διαφήμισης και μάρκετινγκ σε πολλές περιοχές, η Philip Morris συνεχίζει να μεταφράζει το μετοχικό της σήμα σε μια αυξανόμενη ετήσια κορυφαία γραμμή.

- Η παγκόσμια ζήτηση για προϊόντα υψηλού περιθωρίου κέρδους της Philip Morris προσφέρεται για συνεχή, υγιή ανάπτυξη μετρητών. Η περίσσεια μετρητών χρησιμοποιείται για τη χρηματοδότηση καινοτομίας, όπως χαμηλού κινδύνου και ηλεκτρονικών προϊόντων, καθώς και εξαγορών σε αγορές-στόχους.
- Η εταιρεία αφιερώνει επίσης ένα σημαντικό ποσό αυτών των μετρητών για να επιβραβεύσει τους μετόχους της μέσω τριμηνιαίων μερισμάτων και επαναγοράς κοινής μετοχής.

Αδυναμίες – Weaknesses

- Ένα σημαντικό μειονέκτημα της παγκόσμιας εμβέλειας του Philip Morris είναι η έκθεση σε δοκιμασίες των τοπικών οικονομιών. Αυτές οι ανεμοδαρμοί μπορούν να επηρεάσουν δραστικά τις επιχειρήσεις σε βασικές περιοχές και να αναγκάσουν την εταιρεία να περιστραφεί γεωγραφικά. Για παράδειγμα, τα πρόσφατα οικονομικά προβλήματα στη Δυτική Ευρώπη ανάγκασαν την εταιρεία να βασιστεί περισσότερο στις ασιατικές και αφρικανικές επιχειρήσεις της.
- Τα ξαφνικά κύματα πολιτικών συγκρούσεων μπορούν επίσης να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στις αποστολές και τη συνολική δραστηριότητα σε πολλές περιοχές. Καθώς ο Philip Morris συνεχίζει την επέκτασή του σε αναδυόμενα έθνη, πρέπει να εξεταστούν πολλοί πιθανοί κίνδυνοι. Οι θύλακες ανάπτυξης στην Ανατολική Ευρώπη και τη Μέση Ανατολή επικαλύπτονται συχνά με περιοχές που πλήττονται από συγκρούσεις, υπενθυμίζοντας ότι με τη γεωγραφική ευελιξία έρχεται κάποιος εγγενής κίνδυνος ενσωματωμένος στο επιχειρηματικό μοντέλο της εταιρείας.
- Η φύση της επιχείρησης της Philip Morris προσφέρεται σε ένα εξαιρετικό επίπεδο ελέγχου, φορολογίας και ρύθμισης. Μεταξύ των πολλών μέτρων που έλαβαν ξένες κυβερνήσεις για τη μείωση των εθνικών ποσοστών καπνίσματος, οι εντολές απλής συσκευασίας αντιπροσωπεύουν την πιο πρόσφατη ισχυρή πρόκληση για τις δραστηριότητες του Philip Morris.

Ευκαιρίες – Opportunities

- Ο Philip Morris είναι ικανή να εντοπίσει περιοχές ανάπτυξης με ανεπαρκή ζήτηση για προϊόντα καπνού. Η απόκτηση τεσσάρων εταιρειών καπνού από την Ινδονησία το 2005 βοήθησε τελικά την εταιρεία να αποκτήσει ηγετική θέση στην αγορά.
- Καθώς ορισμένα έθνη εφαρμόζουν νέους κανονισμούς και αυξάνουν τη φορολογία στα προϊόντα καπνού, αυτή η παγκόσμια ευελιξία επιτρέπει στη Philip Morris να μεγιστοποιήσει τις πιθανές επιχειρήσεις σε άλλους τομείς. Τα τελευταία χρόνια, η Ανατολική Ευρώπη, η Αφρική και η Μέση Ανατολή έχουν αναγνωριστεί ως αναδυόμενες αγορές καπνίσματος. Η συνδυασμένη συμβολή στα εταιρικά έσοδα των τριών προαναφερθεισών περιοχών αυξήθηκε. Κατά συνέπεια, η εταιρεία έχει επενδύσει σε νέες επιχειρήσεις στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και την Ιορδανία κατά το παρελθόν έτος.

- Εν μέσω της πίεσης για περιορισμό της κατανάλωσης παραδοσιακών προϊόντων καπνού, ένας από τους σπάνιους θύλακες ανάπτυξης για τη βιομηχανία υπάρχει στα ηλεκτρονικά τσιγάρα νικοτίνης που εξατμίζονται. Η ανάπτυξη του τμήματος έχει επιταχυνθεί τα τελευταία χρόνια σε συνδυασμό με διάφορες δημόσιες απαγορεύσεις καπνίσματος και άλλους παράγοντες.
- Έχουν επενδύσει πάνω από 7,2 δισεκατομμύρια δολάρια στην έρευνα και την ανάπτυξη για smoke-free προϊόντα και έχουν προσλάβει πάνω από 400 αφοσιωμένους επιστήμονες, μηχανικούς και τεχνικούς που αναπτύσσουν και αξιολογούν δυνητικά λιγότερο επιβλαβείς εναλλακτικές λύσεις για τα τσιγάρα. Είναι η μεγαλύτερη αλλαγή στην ιστορία τους.

Απειλές – Threats

- Μεγάλος ανταγωνισμός με British American Tobacco (BTI), καθώς από μικρότερες εταιρείες. Στην Ελλάδα βασικός ανταγωνιστής του είναι ο Καρέλιας.
- Στην κινεζική αγορά, όπου ελέγχεται σε μεγάλο βαθμό από τον κρατικό της οργανισμό, κ' θριος ανταγωνιστής της είναι η China Tobacco.
- Η συνεχής και αδιάκοπη πίεση από κυβερνήσεις και υπηρεσίες υγείας για σταδιακή εξάλειψη του καπνίσματος από την κοινωνία έχει ενταθεί τα τελευταία χρόνια.
- Για να προσελκύσει περισσότερους πελάτες, η Philip Morris πιθανότατα θα επενδύσει σε μεγάλο βαθμό στην τεχνολογία ηλεκτρονικών τσιγάρων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Στοχασίς, Σ. ε. Α., 2017. *Κλαδικές Στοιχεύσεις, Καπνός - Προϊόντα καπνού*, s.l.: s.n.
ΕΛΣΑΤΑΤ, n.d. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.statistics.gr>
- ΣΕΚΑΠ, 2020. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.sekap.gr/company-overview/>
- Alshishtawy, M. M., 2013. Tobacco Smoking Facts and actions. *Sultan Qaboos University medical journal*, p. 5.
- Anon., 2014. *European Commission*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/tobacco/docs/dir_201440_el.pdf
[Πρόσβαση 3 4 2014].
- Anon., 2020. *Papastratos*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.pmi.com/markets/greece/el/about-us/overview>
- Anon., n.d. *Ministry of Agricultural Development*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://w2.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/kapnos>
- Anon., n.d. *ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΚΑΠΝΩΝ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.klimantiris.gr/kapna.html>
- Anon., n.d. *Business Review*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://businessrev.gr/2019/06/30/τι-είναι-το-μοντέλο-5-δυνάμεων-του-porter/>
- Anon., n.d. *e-nomothesia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-epikheireseis/kapnos-kapnisma/kya-238-19130-2014.html>
- Anon., n.d. *E-Nomothesia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-epikheireseis/kapnos-kapnisma/yd-gpoik-104720-2010.html>
- Anon., n.d. *E-Nomothesia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.e-nomothesia.gr/inner.php/kat-epikheireseis/kapnos-kapnisma/kya-238-19130-2014.html?print=1>
- Anon., n.d. *E-Nomothesia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-epikheireseis/kapnos-kapnisma/n-3420-2005.html>
- Anon., n.d. *E-Nomothesia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-epikheireseis/kapnos-kapnisma/ugeionomike-diataxe-ugpoik-76017-2002.html>
- Anon., n.d. *Europa*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_429_en.pdf
- Anon., n.d. *Europa*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/full_bcs_2020_03_en_1.pdf
- Anon., n.d. *European Union's Newspaper*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R0073&from=EN>

- Anon., n.d. *European Union's Newspaper*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R2182:20090211:EL:PDF>
- Anon., n.d. *Generl Directorate of Health and Consumers*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.omse.gr/docs/nomothesia/meli_melissomika_proionta/11_ermineutiki_tou_852-2004.pdf
- Anon., n.d. *Government's newspaper*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.capital.gr/Content/RelatedFiles/13/13925f8b73af4977a5e468c598a05774.pdf>
- Anon., n.d. *Institute for Economic and Industrial Research*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://iobe.gr/docs/economy/ECO_Q3_2019_REP_GR.pdf
- Anon., n.d. *Karelia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.karelia.gr/archiki/>
- Anon., n.d. *Klimantiris, S.* [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.klimantiris.gr/kapna.html>
- Anon., n.d. *Kodiko*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/264636/nomos-4472-2017
- Anon., n.d. *Kodiko*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/238320/nomos-4419-2016
- Anon., n.d. *Kodiko*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/11672/nomos-2960-2001
- Anon., n.d. *Kodiko*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/227504/egkyklios-1120050-2016
- Anon., n.d. *Kodiko*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/225440/nomos-4410-2016
- Anon., n.d. *Kodiko*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/68689/nomos-4093-2012
- Anon., n.d. *Kodiko*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/141125/nomos-3730-2008
- Anon., n.d. *Ministry of Agricultural Development*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/kapnos/16029-TROPOPOIHTIKH_67002.pdf

- Anon., n.d. *Ministry of Agricultural Development*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/Pollaplasiaastiko_Yliko/nomothesia_pollaplasiaastiko_yliko/fek423_1995.pdf
- Anon., n.d. *Nomoi*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://162.241.142.85/nomoi/arith/2002_1_075.pdf
- Anon., n.d. *Oenet*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.oenet.gr/online/dnee/item/30107-anagnoristike-i-panellinia-diepaggelmatiki-organosi-kapnou>
- Anon., n.d. *The Union*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://theunion.org/our-work/tobacco-control>
- Antonopoulos, G. A., 2007. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://cross-border-crime.net/freecopies/CCC_freecopy_2008a_CrossRoads.pdf#page=185
- British American Tobacco, H., 2020. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.bathellas.gr/group/sites/BAT_A27F7A.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K3S?opendocument
- Dingding Chaoab, H. H. N. K., 2015. Dynamic impact of social stratification and social influence on smoking prevalence by gender: An agent-based model. *Social Science & Medicine*, pp. 280-287.
- GÜREL, E., 2017. SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Gikas A. Hardouvelis, G. I. K. D. I. K. P. K. S., 2018. *Economic Policy Uncertainty, Political Uncertainty and the Greek Economic Crisis*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3155172
- Goulias, G., n.d. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/20904/3/GouliasGeorgiosMsc2017.pdf>
- Imperial Tobacco, H., 2020. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.imperial-tobacco.gr/el/poioi-eimaste>
- J. J. Prignot, A. J. S. E. P. P. C. G. T. Y. A., 2008. Alternative forms of tobacco use. *The International Journal of Tuberculosis and Lung Disease*, p. 11.
- JTI, 2020. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.jti.com/about-us>
- Karelia, 2020. *Karelia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.karelia.gr/schetika-me-emas/>
- Kim-Keun Ho, J., 2014. Formulation of a Systemic PEST Analysis for Strategic Analysis. *EUROPEAN ACADEMIC RESEARCH*.
- Kiokpa, C., 2016. *Διώνη*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/9461/Kiokpa_Christina.pdf?sequence=1&isAllowed=y
[Πρόσβαση 11 2016].
- Kiokpa, C., 2016. *Dione*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:

http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/9461/Kiokpa_Christina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kourtaki, A., n.d. [Ηλεκτρονικό]
Available at:

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/acfi/2014/KourtakiAngeliki/attached-document-1418900335-114769-10690/KourtakiAngeliki2014.pdf>

Kourtaki, A., n.d. [Ηλεκτρονικό]
Available at:

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/acfi/2014/KourtakiAngeliki/attached-document-1418900335-114769-10690/KourtakiAngeliki2014.pdf>

Lallas, D., 2019. [Ηλεκτρονικό]
Available at:

<https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK308/Μάθημα%208ο.pdf>

Manu Raj Mathur, D. P., 2012. Tobacco and CVD: A Historical Perspective. *Global Heart*, p. 5.

Nikolaos Oikonomou, Y. T., 2011. The Greek economic crisis: a primary health-care perspective. *The Lancet*.

Stavropoulos, K., 2014. *Ιδρυματικό Αποθετήριο Ωκεανίς*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:

<http://okeanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3123/ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ%20ΑΝΑΛΥΣΗ%20ΤΟΥ%20ΚΛΑΔΟΥ%20ΤΗΣ%20ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ%20ΓΙΑ%20ΤΑ%20ΕΤΗ%202013-2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[Πρόσβαση 2014].

Tanya Sammut-Bonnici, D. G., 2015. [Ηλεκτρονικό]
Available at:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118785317.weom120113>

Tosounidis, K., 2016. *Ψηφιακή Βιβλιοθήκη και Ιδρυματικό Αποθετήριο*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:

<https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/19690/5/TosounidisKonstantinosMsc2016.pdf>

[Πρόσβαση 11 2016].