

ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ  
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

### ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



#### ΘΕΜΑ:

"ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε."

#### ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΕΣ:

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ Α.Μ.:14814  
ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ Α.Μ.:14893

#### ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

κ. ΣΥΚΙΑΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΑΘΗΝΑ 2016

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Στην παρούσα εργασία γίνεται αναφορά στην θεωρία των αριθμοδεικτών καθώς επίσης γίνεται και παρουσίαση των εταιριών "Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε." και "Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.". Οι αριθμοδείκτες είναι το κύριο εργαλείο για τον οικονομικό αναλυτή, διότι, τον βοηθάει να δει τη συνολική πορεία των κλάδων και των επιχειρήσεων, καθώς μέσω αυτών μπορεί να διακρίνει το μέλλον που θα έχουν οι επιχειρήσεις και την τρέχουσα κατάστασή τους. Ο κλάδος της ζυθοποιίας είναι ένας από τους πλέον ανταγωνιστικούς και αναπτυξιακούς κλάδους της Ελλάδας. Η χρήση των αριθμοδεικτών είναι σημαντική για τις επιχειρήσεις και τους κλάδους. Πιο συγκεκριμένα, για τον κλάδο της ζυθοποιίας είναι ένα από τα εργαλεία που χρησιμοποιείται συχνά προκειμένου οι επιχειρήσεις να παρακολουθούν την πορεία της επιχείρησης. Επιπλέον, με την χρήση των αριθμοδεικτών μπορούν να αποφευχθούν διάφορα προβλήματα που μπορεί να έχουν ήδη προκληθεί ή που μπορεί να προκληθούν στο μέλλον. Τέλος, για να είναι πιο κατανοητοί οι αριθμοδείκτες καθώς και η ανάλυση τους παρατίθενται δύο αναλύσεις εταιριών ως case study.

**Λέξεις Κλειδιά:** χρηματοοικονομικοί δείκτες, ζυθοποιία, ανάλυση, αθηναϊκή ζυθοποιία, μύθος ζυθοποιία.

## **ABSTRACT**

In this paper refers to the theory of ratios as well as become and presentation of companies 'Athenian Brewery SA' and 'Mythos Brewery'. The ratios are the main tool for financial analyst, because it helps him see the overall progress of the sectors and companies, as through them can discern the future we will have the company and their current status. The brewing industry is one of the most competitive industries and development of Greece. The use of ratios is important for businesses and industries. In particular, the brewing industry is one of the tools that you use frequently for companies to monitor the company's progress. Moreover, the use of ratios can be avoidable various problems that may have already occurred or may occur in the future. Finally, in order to be more understandable the ratios and their analysis are presented both companies analysis as a case study.

**Keywords:** financial ratios, brewing, analysis, Athenian Brewery and

Mythos Brewery.

## **Πίνακας περιεχομένων**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ .....	10
1.1. Σκοπός Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων .....	10
1.2. Βασικές Έννοιες Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων.....	10
1.3. Χρηματοοικονομικοί Δείκτες (Αριθμοδείκτες).....	12
1.3.1. Αριθμοδείκτης Ρευστότητας .....	12
Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας .....	12
Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας .....	13
Αριθμοδείκτης Ταμιακής Ρευστότητας.....	14
Αριθμοδείκτης Διατήρησης Ταμιακής Ρευστότητας (Δείκτης Αμυντικού Διαστήματος).....	15
1.3.2. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας.....	16
Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων .....	16
Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων .....	16
Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Πληρωμής Υποχρεώσεων .....	17
Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων .....	17
Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Τήρησης Αποθεμάτων .....	18
Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Προμηθευτών .....	18
Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Πληρωμής Προμηθευτών .....	19
Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού .....	19
Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Καθαρών Παγίων .....	20
Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων .....	20
1.3.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	21
Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους επί των Πωλήσεων.....	21
Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους επί του Κόστους Πωλήσεων.....	21
Αριθμοδείκτης Κόστους Πωληθέντων προς Συνολικά Έσοδα Πωλήσεων.....	22
Αριθμοδείκτης Καθαρών Κερδών προ Φόρων .....	22
Αριθμοδείκτης Καθαρών Κερδών μετά Φόρων.....	23
Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων .....	23
Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Πραγματικών Ιδίων Κεφαλαίων.....	24
Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού.....	24

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Εκμετάλλευσης.....	25
Αριθμοδείκτης Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης.....	25
1.3.4. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης .....	26
Αριθμοδείκτης Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης .....	26
Αριθμοδείκτης Κάλυψης Χρηματοοικονομικών Δαπανών .....	26
Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού (Δείκτης Αυτονομίας).....	27
Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού.....	27
Αριθμοδείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια.....	28
1.3.5. Αριθμοδείκτες Επενδύσεων .....	28
Αριθμοδείκτης Κερδών ανά Μετοχή.....	28
Αριθμοδείκτης Τιμής προς Κέρδη ανά Μετοχή (P/E) .....	29
Αριθμοδείκτης Τιμής προς Λογιστική Αξία Μετοχής (P/BV).....	29
Αριθμοδείκτης Μερισματικής Απόδοσης .....	30
Αριθμοδείκτης Ποσοστού Διανεμόμενων Κερδών .....	30
Αριθμοδείκτης Συνολικής Χρηματιστηριακής Αξίας.....	31
Κεφάλαιο 2: Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ.....	32
2.1. Γενικές Πληροφορίες του Κλάδου Ζυθοποιίας.....	32
2.2. S.W.O.T. Analysis .....	33
2.3. Ανταγωνιστές.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ Α.Ε.....	37
3.1. Ιστορική Αναδρομή .....	37
3.2. Όραμα και Στρατηγική .....	39
3.3. Προϊόντα.....	39
3.4. Πωλήσεις.....	43
3.5. Εξαγωγές .....	44
3.6. Βραβεία .....	44
3.7. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη .....	45
3.8. Αθήνεο.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ CARLSBERG.....	52
4.1. Όμιλος Carlsberg .....	52
4.2. Ιστορική Αναδρομή Μύθο Ζυθοποιίας Α.Ε.....	53

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

4.3. Στρατηγική.....	54
4.4. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη .....	55
4.5. Προϊόντα.....	59
4.6. Πωλήσεις.....	61
4.7. Συγκώνευση Ολυμπιακής Ζυθοποιίας με την Μύθο Ζυθοποιία .....	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Δεικτών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. & Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε.....	63
5.1. Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. Χρηματοοικονομικοί Δείκτες.....	63
5.1.1. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας .....	63
Δείκτης Γενική Ρευστότητας.....	63
Δείκτης Ειδικής Ρευστότητας .....	64
5.1.2. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας.....	65
Δείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων .....	65
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων .....	67
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων .....	67
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού .....	68
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων.....	69
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων .....	69
5.1.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	72
Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων .....	72
Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού .....	72
5.1.4. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης .....	74
Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού (Δείκτης Αυτονομίας).....	74
Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού .....	74
Δείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια.....	75
5.2. Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. Χρηματοοικονομικοί Δείκτες .....	77
5.2.1. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας .....	77
Δείκτης Γενική Ρευστότητας.....	77
Δείκτης Ειδικής Ρευστότητας .....	78
5.2.2. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας.....	79
Δείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων .....	79

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

Δείκτης Μέσης Περιόδου Τήρησης Αποθεμάτων.....	80
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων .....	81
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων .....	82
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού .....	83
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων.....	83
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων.....	84
5.2.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	86
Δείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους (επί των πωλήσεων) .....	86
Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων .....	86
Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού .....	87
5.2.4. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης .....	88
Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού (Δείκτης Αυτονομίας).....	88
Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού.....	89
Δείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια.....	90
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	92
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	94
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	97
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	99
ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	102

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στην παρακάτω πτυχιακή εργασία παρουσιάζονται, αναλύονται και συγκρίνονται οι οικονομικές καταστάσεις των εταιριών "Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε." και "Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε." για τα έτη 2013 και 2014.

Πραγματοποιείται αυτή η ανάλυση στις οικονομικές καταστάσεις των δύο αυτών επιχειρήσεων προκειμένου να παρουσιαστεί η πορεία των επιχειρήσεων από το έτος ίδρυσής τους και τις διάφορες διακυμάνσεις που έχουν υποστεί. Η ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων προκύπτει μέσω της χρήσης των αριθμοδεικτών.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παρουσιαστούν οι αναλύσεις των οικονομικών καταστάσεων της "Αθηναϊκής Ζυθοποιία Α.Ε." και της "Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε." για τα έτη 2013 και 2014 προκειμένου να δειχθούν, οι όποιες διαφορές έχουν μεταξύ τους. Η εργασία έχει χωριστεί σε πέντε κεφάλαια, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εκτενή αναφορά στις κατηγορίες και τη θεωρία των αριθμοδεικτών, στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια μικρή αναφορά για τον κλάδο της ζυθοποιίας, στο τρίτο και τέταρτο κεφάλαιο γίνεται η παρουσίαση των δύο εταιριών και στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται η ανάλυση των αριθμοδεικτών για τις δύο εταιρίες.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναπτύσσεται η θεωρία των αριθμοδεικτών. Οι αριθμοδείκτες χωρίζονται σε πέντε (5) κατηγορίες, οι κατηγορίες είναι οι εξής: ρευστότητας, δραστηριότητας, αποδοτικότητας, κεφαλαιακής διάρθρωσης και επένδυσης. Η κάθε κατηγορία αριθμοδείκτη απεικονίζει μια συγκεκριμένη λειτουργία για το εσωτερικό κάθε επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα η κατηγορία της ρευστότητας εμφανίζει την καλή ή κακή κυκλοφορία του χρήματος εντός της επιχείρησης. Η κατηγορία της δραστηριότητας παρακολουθεί την αποτελεσματικότητα διάφορων περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης. Ενώ, η κατηγορία της αποδοτικότητας αναζητά το βαθμό αποτελεσματικότητας της εκάστοτε επιχείρησης. Εν συνεχεία, η κατηγορία της κεφαλαιακής διάρθρωσης δείχνει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης σε μακροπρόθεσμη βάση αλλά και τη σωστή χρήση και προτίμηση των κεφαλαίων της. Τέλος, η κατηγορία της επένδυσης παρουσιάζει απόδοση της επιχείρησης μέσα στο



**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

χρηματιστήριο. Εν κατακλείδι, οι αριθμοδείκτες βοηθούν τους οικονομικούς αναλυτές να συντάξουν τις ετήσιες οικονομικές εκθέσεις της κάθε επιχείρησης, ώστε να δείξουν μια ολοκληρωμένη εικόνα της επιχείρησης στους επενδυτές της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναλυθεί ο κλάδος της ζυθοποιίας. Πιο συγκεκριμένα γίνεται μια εκτενή αναφορά στην ιστορία του κλάδου της ζυθοποιίας απ' όταν ξεκίνησε να λειτουργεί μέχρι και σήμερα. Επιπλέον, αναφέρονται τα δυνατά και αδύνατα σημεία του κλάδου καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές για τον κλάδο, δηλαδή παρουσιάζεται το S.W.O.T. analysis του κλάδου. Επίσης, παρουσιάζονται, με την βοήθεια διαγράμματος, τα μερίδια αγοράς που κατέχει η κάθε επιχείρηση καθώς και το εταιρικό προφίλ των κύριων επιχειρήσεων του κλάδου.

Στο τρίτο και τέταρτο κεφάλαιο γίνεται η παρουσίαση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. και της Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε.. Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. αναλύεται η πορεία της από τη χρονιά ίδρυσης της μέχρι και σήμερα. Δηλαδή, γίνεται παρουσίαση της ιστορικής αναδρομής της επιχείρησης, του χαρτοφυλακίου των προϊόντων της, της στρατηγική της, των εξαγωγών της, της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της, των πωλήσεων της από το 2008 έως το 2014 και το Αθήνεο. Το Αθήνεο είναι ένας πολυχώρος όπου οι επισκέπτες μπορούν να παράξουν τη δικιά τους μπύρα καθώς και να μάθουν την ιστορία της μπύρας. Στην Μύθο Ζυθοποιία Α.Ε. αναλύονται τα ίδια κομμάτια όπως και στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. με τη μόνη σημαντική διαφορά, τη συγχώνευση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ της Μύθος Ζυθοποιίας και της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας. Το γεγονός αυτό είναι αξιοσημείωτο, διότι, οι δύο αυτές επιχειρήσεις συγχωνεύτηκαν προκειμένου να ανταγωνιστούν πιο δυναμικά την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η οποία είναι η leader του κλάδου.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο, γίνεται η σύγκριση των οικονομικών καταστάσεων ανάμεσα στις δύο επιχειρήσεις με τη χρήση των αριθμοδεικτών. Μέσω των αριθμοδεικτών φαίνεται η πορεία των δύο εταιριών για τα έτη 2013 και 2014. Ουσιαστικά εφαρμόζεται στην πράξη, η θεωρία που αναφέρεται παραπάνω.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ** **ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ**

### **1.1. Σκοπός Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων**

Σκοπός της ανάλυσης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων κυρίως είναι να βοηθήσει τους αναλυτές και τους άμεσα ενδιαφερόμενους στη λήψη των αποφάσεων που πρέπει να πραγματοποιήσουν. Δηλαδή, μέσω της ανάλυσης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων η επιχείρηση μπορεί να δείξει την πραγματική απόδοση των δραστηριοτήτων της.

### **1.2. Βασικές Έννοιες Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων**

Στο σημείο αυτό θα γίνει περιληπτική αναφορά, στις βασικές έννοιες που περιτριγυρίζουν τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Οι έννοιες αυτές είναι: α) η χρηματοοικονομική ανάλυση, β) ο ισολογισμός, γ) η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, δ) ο πίνακας διάθεσης των αποτελεσμάτων, ε) η κατάσταση ταμειακών ροών και στ) το προσάρτημα. Πιο συγκεκριμένα:

- A. Χρηματοοικονομική Ανάλυση (Financial Analysis): στο στάδιο αυτό η επιχείρηση προσπαθεί να πάρει πληροφορίες για την οικονομική της κατάσταση μέσω των οικονομικών στοιχείων που έχει δώσει. Τα οικονομικά στοιχεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν χωρίζονται σε τρεις (3) κατηγορίες, οι κατηγορίες είναι οι εξής: α) η απόλυτη αξία του μεγέθους που μας ενδιαφέρει, β) η διαφορά μεταξύ δύο (2) μεγεθών και γ) ο λόγος των δύο (2) μεγεθών.
- B. Ισολογισμός (Balance Sheet): σε αυτή τη δράση η επιχείρηση κάνει γνωστό στην κοινωνία τα ετήσια οικονομικά στοιχεία της. Δηλαδή, μέσω του ισολογισμού απεικονίζει, σε ετήσια βάση, τα περιουσιακά της στοιχεία αλλά και τις συνολικές τις υποχρεώσεις. Η περίοδος που καταγράφουν αυτά τα

αποτελέσματα είναι, συνήθως, από 1η Ιανουαρίου έως 31η Δεκεμβρίου. Ο Ισολογισμός χωρίζεται σε δύο (2) κατηγορίες, έτσι ώστε να δείξει τα περιουσιακά στοιχεία και τις υποχρεώσεις της ξεχωριστά. Αυτές οι κατηγορίες είναι: α) το Ενεργητικό: στο κομμάτι αυτό παρουσιάζεται η συνολική περιουσία της επιχείρησης, και β) το Παθητικό: στο κομμάτι αυτό παρουσιάζονται όλες οι υποχρεώσεις που έχουν προκύψει για την επιχείρηση μέσα στο έτος.

- C. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως (Income Statement or Profit and Loss Account): στην κατάσταση των αποτελεσμάτων χρήσεως απεικονίζονται τα αποτελέσματα, είτε θετικά είτε αρνητικά, της επιχείρησης. Συγκεκριμένα τα αποτελέσματα από τις δραστηριότητες της επιχείρησης για όλο το οικονομικό έτος.
- D. Πίνακας Διάθεσης των Αποτελεσμάτων (Table of Appropriation of Results): στο στάδιο αυτό η επιχείρηση πρέπει να διανείμει με τον καλύτερο και δυνατό τρόπο το αποτέλεσμα που έχει προκύψει από τα αποτελέσματα χρήσης, μέσα στην ίδια την επιχείρηση.
- E. Κατάσταση Ταμειακών Ροών (Cash-Flow Statement): στο στάδιο αυτό παρουσιάζονται και καταγράφονται οι μετρήσεις της ρευστότητας που διαθέτει η επιχείρηση. Δηλαδή, μέσω της κατάστασης ταμειακών ροών μπορούν να διακρίνουν τις εισροές και τις εκροές που πραγματοποίησε μέσα σε ένα οικονομικό έτος η επιχείρηση. Σαν αποτέλεσμα αυτών των πληροφοριών ουσιαστικά που δίνει η επιχείρηση κάποιος μπορεί να διακρίνει τη δυνατότητα που έχει η επιχείρηση για να καλύπτει τις υποχρεώσεις της προς τρίτους (π.χ. πληρωμές μισθών, κάλυψη μερισμάτων στους μετόχους, κλπ). Επίσης, μπορούν να διακρίνουν τις επενδυτικές και χρηματοοικονομικές δραστηριότητες της και κατά πόσο αυτές οι δραστηριότητες επιφέρουν κάποιες επιδράσεις στα ταμιακά της διαθέσιμα. Τέλος, μπορούν να διακρίνουν αν έχει ανάγκη από εξωτερική χρηματοδότηση για να επιβιώσει η επιχείρηση.
- F. Προσάρτημα: (Appendix): στο τελικό στάδιο η επιχείρηση δημιουργεί ένα συμπληρωματικό "σημείωμα", μέσω του οποίου θα δίνει κάποιες

επιπρόσθετες και επεξηγηματικές παράλληλα πληροφορίες σχετικά με τα αποτελέσματα. Σε αυτό το "σημείωμα" η επιχείρηση θα εξηγήσει με πιο κατανοητούς και εύκολους όρους τα αποτελέσματα που προκύψανε, από τον έλεγχο που έγιναν για το οικονομικό έτος που πέρασε, για να μπορούν να καταλάβουν όλοι την πραγματική κατάσταση που βρίσκεται η επιχείρηση αλλά και τι ακριβώς είναι τα αποτελέσματα που προκύψανε.

### **1.3. Χρηματοοικονομικοί Δείκτες (Αριθμοδείκτες)**

#### **1.3.1. Αριθμοδείκτης Ρευστότητας**

Αυτή η κατηγορία των αριθμοδεικτών ουσιαστικά είναι μια ομάδα κριτηρίων με κύριο σκοπό την καταγραφή της ικανότητας που έχει η επιχείρηση να καλύπτει τις ληξιπρόθεσμες οφειλές της αλλά και τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της.

#### **Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας**

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας απεικονίζει την ικανότητα της επιχείρησης για την κάλυψη των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της, ουσιαστικά προσδιορίζει το βαθμό ασφαλείας των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της.

Ο δείκτης προκύπτει αφότου διαιρεθεί το κυκλοφορούν ενεργητικό με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Έτσι δείχνει την ικανότητα της επιχείρησης να καλύπτει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, με βάση τη ρευστοποίηση των περιουσιακών της στοιχείων.

Δείκτης		Κυκλοφορούν Ενεργητικό
Γενικής	=	
Ρευστότητας		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

Το αποτέλεσμα της διαίρεσης θα πρέπει να είναι πάνω από τη μονάδα (1) και συνίσταται η σχέση δύο προς ένα (2:1). Αυτή η σχέση προκύπτει από τον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση αλλά και τις συνθήκες οι οποίες επικρατούν στον κλάδο στις οποίες λειτουργεί.

Πιο συγκεκριμένα,  $\Delta.Γ.Ρ.>1$ , τότε σημαίνει πως οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις θα πρέπει να καλύπτονται στο εκατό τοις εκατό (100%) από το κυκλοφορούν ενεργητικό, αλλά θα πρέπει να υπάρχει κάποιο πλεόνασμα σαν μόνιμο κεφάλαιο κίνησης. Όμως, αν  $\Delta.Γ.Ρ.<1$ , τότε σημαίνει πως κάποιο μέρος από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, αν όχι όλες, έχουν χρησιμοποιηθεί με κάποιο λανθασμένο τρόπο για να χρηματοδοτηθούν τα πάγια περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης.

### Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας

Ο δείκτης ειδικής ρευστότητας είναι και αυτός δείκτης ο οποίος μετράει τη ρευστότητα της επιχείρησης με τη μόνη διαφορά πως ο δείκτης ειδικής ρευστότητας δεν υπολογίζει τα στοιχεία τα οποία δεν είναι τόσο εύκολα και γρήγορα να ρευστοποιηθούν. Αυτός ο δείκτης μπορεί θεωρηθεί κι ο πιο αυστηρός προκειμένου να απεικονιστεί η δυνατότητα κάλυψης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της επιχείρησης.

Ο δείκτης υπολογίζεται διαιρώντας το κυκλοφορούν ενεργητικό μείον τα αποθέματα προς τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Αυτό που προκύπτει από αυτόν το δείκτη είναι ότι οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις θα πρέπει να καλύπτονται στο εκατό τοις εκατό από ρευστοποιημένα στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού, δηλαδή τα ταμειακά διαθέσιμα και τις απαιτήσεις των πελατών.

Δείκτης	Κυκλοφορούντος Ενεργητικό - Αποθέματα
Ειδικής	= $\frac{\hspace{10em}}{\hspace{10em}}$
Ρευστότητας	Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

Το αποτέλεσμα της διαίρεσης αυτής δεν θα πρέπει να ξεπερνάει τη μονάδα (1). Όμως, σ' αυτό που πρέπει να δοθεί προσοχή είναι η διαφορά μεταξύ του δείκτη γενικής ρευστότητας και του δείκτη ειδικής ρευστότητας. Όταν η διαφορά μεταξύ των αποτελεσμάτων των δύο δεικτών είναι μεγάλη τότε αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο δείκτης ειδικής ρευστότητας δεν υπολογίζει τα αποθέματα, έτσι θα πρέπει να δούμε καλύτερα τα αποθέματα. Αντίθετα, αν η διαφορά τους είναι μικρή τότε θα

πρέπει να ελεγχθούν περισσότερο οι απαιτήσεις των πελατών για να μπορεί να εξακριβωθεί η επισφάλεια που θα έχουν και τα άλλα πλασματικά στοιχεία του κυκλοφορούντος.

### Αριθμοδείκτης Ταμιακής Ρευστότητας

Ο δείκτης ταμιακής ρευστότητας είναι και αυτός δείκτης με τον οποίο μπορεί να υπολογισθεί η ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Μόνο που ο συγκεκριμένος δείκτης απεικονίζει τη δυνατότητα της επιχείρησης για να καλύψει τις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της μέσω των ταμιακών διαθέσιμων της. Δηλαδή, ο δείκτης αυτός δείχνει τη δυνατότητα της επιχείρησης να πληρώνει με μετρητά τις υποχρεώσεις της. Αυτό που πρέπει να προστεθεί στο σημείο αυτό είναι πως στα ταμειακά διαθέσιμα υπολογίζονται και οι καταθέσεις όψεως, τα τοκομερίδια που έχουν λήξει, οι επιταγές και τα συναλλάγματα.

Ο δείκτης προκύπτει διαιρώντας τα χρεόγραφα συν τα διαθέσιμα της επιχείρησης προς τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις μείον προκαταβολές πελατών συν έξοδα πληρωτέα της επιχείρησης.

Δείκτης		Χρεόγραφα + Διαθέσιμα
Ταμιακής	=	_____
Ρευστότητας		Βραχυπρόθεσμες - Προκαταβολές + Έξοδα Υποχρεώσεις                      Πελατών                      Πληρωτέα

Το αποτέλεσμα του δείκτη θα πρέπει να είναι ίσο ή και μεγαλύτερο του 0,5. Μέσω αυτού του δείκτη μπορεί κάποιος να καταλάβει σε τι κατάσταση είναι η ρευστότητα μέσα στην επιχείρηση. Βέβαια, ο περιορισμός αυτού του δείκτη είναι πως οι επιχειρήσεις προσπαθούν να κρατούν χαμηλά τα διαθέσιμά τους προκειμένου να τακτοποιούν τις προγραμματισμένες υποχρεώσεις τους.

**Αριθμοδείκτης Διατήρησης Ταμιακής Ρευστότητας (Δείκτης Αμυντικού Διαστήματος)**

Ο δείκτης αμυντικού διαστήματος δείχνει το χρονικό διάστημα που θα "αντέξει" η επιχείρηση καλύπτοντας τα λειτουργικά της έξοδα από το ρευστό που διαθέτει και από τα περιουσιακά στοιχεία της που θα μπορεί να ρευστοποιεί.

Ο δείκτης υπολογίζεται διαιρώντας το κυκλοφορούν ενεργητικό μείον τα αποθέματα προς τα προβλεπόμενα ημερήσια λειτουργικά έξοδα.

Δείκτης Αμυντικού Διαστήματος	=	$\frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό - Αποθέματα}}{\text{Ημερήσια Έξοδα}}$
-------------------------------------	---	---

Το αποτέλεσμα που προκύπτει από το δείκτη αμυντικού διαστήματος δείχνει ουσιαστικά πόσες ημέρες αντέχει η επιχείρηση να καλύπτει τα ημερήσια έξοδα λειτουργίας της, βάση των διαθεσίμων που έχει στην διάθεσή της άλλα και των ρευστοποιήσιμων χρεογράφων της.

Τα ημερήσια έξοδα προκύπτουν: ετήσια έξοδα από κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης προς 365.

Ημερήσια Έξοδα	=	$\frac{\text{Ετήσια Έξοδα από ΚΑΧ}}{365}$
-------------------	---	---

### 1.3.2. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας

#### Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων είναι και αυτός ένας ακόμα δείκτης με τον οποίο μπορεί να προσδιορισθεί το χρονικό διάστημα στο οποίο θα πρέπει να καλυφθούν οι υποχρεώσεις που έχουν τρίτοι προς την επιχείρηση.

Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται διαιρώντας τις πωλήσεις της επιχείρησης προς τον μέσο όρο των απαιτήσεων της.

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Μέσος Όρος Απαιτήσεων}}$
--	---	--

Το αποτέλεσμα που θα προκύψει από αυτή τη διαίρεση, θα πρέπει να είναι μεγαλύτερο της μονάδας και πάντα σε αναλογία με τον κλάδο, όπου ανήκει η επιχείρηση και τις πραγματικές ανάγκες και δυνατότητες που έχει η επιχείρηση, αλλά και τον ανταγωνισμό που υπάρχει στον κλάδο.

#### Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων

Ο δείκτης μέσης περιόδου είσπραξης απαιτήσεων δείχνει ουσιαστικά, το μέσο χρόνο όπου θα πραγματοποιηθεί η εξόφληση των υποχρεώσεων, που έχουν τρίτοι προς την επιχείρηση, δηλαδή των απαιτήσεων της επιχείρησης.

Ο δείκτης υπολογίζεται διαιρώντας τις απαιτήσεις της επιχείρησης προς τις πωλήσεις της.

Δείκτης Μέσης Περιοδους Είσπραξης Απαιτήσεων	=	$\frac{365}{\text{ΚΤ Απαιτήσεων}}$
--	---	------------------------------------



Το αποτέλεσμα που προκύπτει από την παρούσα διαίρεση παρουσιάζει την μέση χρονική περίοδο που απαιτεί η επιχείρηση για να εισπράξει τις απαιτήσεις από τους πελάτες της, από την ημέρα που πουλήθηκαν τα προϊόντα.

**Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Πληρωμής Υποχρεώσεων**

Ο δείκτης μέσης περιόδου πληρωμής υποχρεώσεων παρουσιάζει πόση χρονική πίστωση δίνουν οι προμηθευτές της επιχείρησης στην επιχείρηση έτσι ώστε να τους πληρώσει. Με αυτόν το δείκτη, μπορεί επίσης να κατανοηθεί η πιστοληπτική ικανότητα που έχει η επιχείρηση και πως την αντιμετωπίζουν οι προμηθευτές της.

Ο δείκτης αυτός, υπολογίζεται διαιρώντας τους προμηθευτές συν γραμμάτια πληρωτέα προς το κόστος πωληθέντων και επί 365.

Δείκτης Μέσης	Προμηθευτές + Γραμμάτια Πληρωτέα	
Περίοδου Πληρωμής	= $\frac{\quad}{\quad}$	*365
Υποχρεώσεων	Κόστος Πωληθέντων	

**Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων**

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων, δείχνει πόσο γρήγορα μια επιχείρηση πωλεί τα αποθέματά της, αποτελεί ένα ακόμα μέτρο το οποίο απεικονίζει σε τι βαθμό χρησιμοποιεί η επιχείρηση τα περιουσιακά της στοιχεία.

Ο δείκτης προσδιορίζεται, διαιρώντας το κόστος των πωληθέντων προϊόντων προς το μέσο όρο των αποθεμάτων.

Δείκτης Κυκλοφοριακής	Κόστος Πωληθέντων	
Ταχύτητας	= $\frac{\quad}{\quad}$	
Αποθεμάτων	Μέσος Όρος Αποθεμάτων	

**Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Τήρησης Αποθεμάτων**

Ο δείκτης μέσης περιόδου τήρησης αποθεμάτων δείχνει πόσες μέρες η επιχείρηση τηρεί τα αποθέματά της στις αποθήκες της.

Ο δείκτης υπολογίζεται διαιρώντας το αρχικό απόθεμα συν το τελικό απόθεμα δια δύο προς το κόστος πωληθέντων και επί 365.

Δείκτης Μέσης		365		
Περίοδου Τήρησης	=		=	
Αποθεμάτων		ΚΤ Αποθεμάτων		

**Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Προμηθευτών**

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας προμηθευτών, δείχνει τις φορές μέσα στο οικονομικό έτος όπου εξοφλούνται οι προμηθευτές καθώς και τα γραμμάτια πληρωτέα για τυχόν αγορές που έχουν πραγματοποιηθεί.

Ο δείκτης αυτό προκύπτει διαιρώντας το κόστος πωληθέντων προς το μέσο όρο των προμηθευτών.

Δείκτης Κυκλοφοριακής		Κόστος Πωληθέντων		
Ταχύτητας	=		=	
Προμηθευτών		Μέσος Όρος Προμηθευτών		

Το αποτέλεσμα, που θα προκύψει θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν υψηλότερο, διότι πάει σε συνάφεια με τις ημέρες πίστωσης που προκύπτουν από την εκάστοτε συμφωνία. Δηλαδή, αν είναι χαμηλό το αποτέλεσμα τότε σημαίνει πως καθυστερούν να πληρωθούν και οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης.

**Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Πληρωμής Προμηθευτών**

Ο δείκτης μέσης περιόδου πληρωμής προμηθευτών δείχνει τις ημέρες πίστωσης που έχουν συμφωνηθεί με τους προμηθευτές προκειμένου, η επιχείρηση να του εξοφλήσει.

Ο δείκτης μέσης περιόδου πληρωμής προμηθευτών προκύπτει διαιρώντας αρχικοί προμηθευτές συν τελικοί προμηθευτές δια δύο προς κόστος πωληθέντων επί 365.

Δείκτης Μέσης		365		
Περίοδου Πληρωμής	=	_____	=	
Προμηθευτών		ΚΤ Προμηθευτών		

Το ύψος του αποτελέσματος του δείκτη είναι σε άμεση συνάφεια με το δείκτη μέσης περιόδου είσπραξης απαιτήσεων. Διότι, ανάλογα με τις ημέρες που έχουν προκύψει από το δείκτη μέσης περιόδου είσπραξης απαιτήσεων

**Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού**

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού, δείχνει την κυκλοφοριακή ταχύτητα που έχουν όλα τα στοιχεία του ενεργητικού, δηλαδή την κυκλοφοριακή ταχύτητα όλων των επενδεδυμένων κεφαλαίων που έχει η επιχείρηση στην κατοχή της.

Ο δείκτης υπολογίζεται, διαιρώντας τις πωλήσεις προς το σύνολο όλου του ενεργητικού.

Δείκτης Κυκλοφοριακής		Πωλήσεις		
Ταχύτητας	=	_____	=	
Ενεργητικού		Σύνολο Ενεργητικού		

Το αποτέλεσμα που προκύπτει όσο μεγαλύτερο είναι, τόσο το καλύτερο διότι θα είναι και καλύτερη η κυκλοφοριακή ταχύτητα των επενδεδυμένων κεφαλαίων στην επιχείρηση. Αυτό σημαίνει, ότι θα γίνεται και καλύτερη αξιοποίηση του παραγωγικού εξοπλισμού καθώς και των εγκαταστάσεων που διαθέτει η επιχείρηση.

**Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Καθαρών Παγίων**

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίων, δείχνει το βαθμό όπου η επιχείρηση χρησιμοποιεί κι αξιοποιεί τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία, δηλαδή το παραγωγικό δυναμικό της, μέσα στο οικονομικό έτος.

Ο δείκτης αυτός, υπολογίζεται διαιρώντας τις πωλήσεις προς τα καθαρά πάγια περιουσιακά στοιχεία.

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Παγίων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Καθαρά Πάγια Στοιχεία}}$
--	---	--

Το αποτέλεσμα, που προκύπτει όσο μικρότερο είναι, σημαίνει πως η επιχείρηση χρησιμοποιεί περισσότερα πάγια στοιχεία, για να δημιουργηθεί το ποσό των πωλήσεων και αντιστρόφως.

**Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων**

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ιδίων κεφαλαίων ουσιαστικά, δείχνει την κυκλοφοριακή ταχύτητα που έχει η καθαρή περιουσία μιας επιχείρησης ,στο οικονομικό έτος.

Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται ,διαιρώντας τις πωλήσεις, προς το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων.

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}$
---	---	---

### 1.3.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας

#### Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους επί των Πωλήσεων

Ο δείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους επί των πωλήσεων αποτελεί έναν από τους σημαντικούς δείκτες διότι με το μικτό περιθώριο κέρδους η επιχείρηση καλείται να καλύψει αρκετές από τις λειτουργικές της ανάγκες. Κάποιες, από αυτές τις ανάγκες είναι: α) τα λειτουργικά της έξοδα, β) τα έξοδα των δανείων της, γ) τους τόκους που προκύπτουν από τα ίδια κεφάλαια, δ) τις νέες επενδύσεις, που θέλει η ίδια η επιχείρηση να πραγματοποιήσει, ε) να πληρώσει, του φόρους που προκύπτουν ανάλογα με το ύψος των κερδών, που έχει σημειώσει η επιχείρηση και στ) την διοχέτευση των κερδών της μέσα στην επιχείρηση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Ο δείκτης αυτός, υπολογίζεται διαιρώντας τα μικτά κέρδη της επιχείρησης προς τις πωλήσεις της και μετά επί 100.

Δείκτης Μικτού		Μικτά Κέρδη	
Περιθωρίου Κέρδους	=	—————	*100
επί των Πωλήσεων		Πωλήσεις	

#### Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους επί του Κόστους Πωλήσεων

Ο δείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους επί του κόστους πωληθέντων είναι συναφής με το δείκτη μικτού περιθωρίου κέρδους επί των πωλήσεων, με τη μόνη διαφορά ότι ο συγκεκριμένος δείκτης εμφανίζει πόσο αποτελεσματική είναι η λειτουργία της επιχείρησης ως προς το κόστος παραγωγής και της πολιτικής των τιμών που εφαρμόζει ως προς τις πωλήσεις, που έχει.

Ο δείκτης αυτός, προκύπτει διαιρώντας τα μικτά κέρδη της επιχείρησης προς το κόστος πωληθέντων και μετά επί 100.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

Δείκτης Μικτού Περιθωρίου		Μικτά Κέρδη	
Κέρδους επί του	=	—————	*100
Κόστους Πωλήσεων		Κόστος Πωληθέντων	

Το αποτέλεσμα, που προκύπτει όταν είναι μεγάλο το μικτό κέρδος ως προς το κόστος πωληθέντων τότε σημαίνει πως η επιχείρηση προσπαθεί και καταφέρνει να πουλήσει σε υψηλές τιμές, όμως εκτός αυτού μπορεί να καταφέρνει να πετύχει χαμηλό κόστος παραγωγής. Αντιθέτως, αν το μικτό κέρδος είναι μικρό τότε προκύπτει πως είτε, η τιμολογιακή πολιτική είναι "παλιά" είτε, ότι η διαχείριση του κόστους πωληθέντων είναι, μη ικανοποιητική.

**Αριθμοδείκτης Κόστους Πωληθέντων προς Συνολικά Έσοδα Πωλήσεων**

Ο δείκτης κόστους πωληθέντων προς συνολικά έσοδα πωλήσεων απεικονίζει εκτός από την αποδοτικότητα της επιχείρησης και την λειτουργική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης σε συνάφεια με το άμεσο κόστος της παραγωγής της. Δηλαδή, παρουσιάζει τη διαχείριση που δέχεται ο συντελεστής κόστους ,όπου συνδέεται άμεσα με το προϊόν και δε με τη διαδικασία της παραγωγής του προϊόντος και τη διοίκηση των πωλήσεων της επιχείρησης.

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας το κόστος πωληθέντων προς τις πωλήσεις και μετά επί το 100.

Δείκτης Κόστους		Κόστος Πωληθέντων	
Πωληθέντων προς	=	—————	*100
Συνολικά Έσοδα Πωλήσεων		Πωλήσεις	

**Αριθμοδείκτης Καθαρών Κερδών προ Φόρων**

Ο δείκτης, καθαρών κερδών προ φόρων, δείχνει το καθαρό κέρδος της επιχείρησης από τη λειτουργική της δραστηριότητα ,πριν γίνει όμως η αφαίρεση των φόρων. Όμως, γίνεται σαφές πως στα κέρδη προ φόρων δεν συμπεριλαμβάνονται τα έσοδα που μπορεί να προέρχονται από την εκμετάλλευση άλλων μη λειτουργικών

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

δραστηριοτήτων της επιχείρησης (π.χ. τα έσοδά από το χρηματιστήριο, τα έσοδα από κάποια αξιόγραφα, κλπ).

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας τα καθαρά κέρδη προ φόρων προς τις πωλήσεις και μετά πολλαπλασιάζοντάς το επί 100.

Δείκτης Καθαρών		Καθαρά Κέρδη προ Φόρων	
Κερδών προ	=	_____	*100
Φόρων		Πωλήσεις	

**Αριθμοδείκτης Καθαρών Κερδών μετά Φόρων**

Ο δείκτης καθαρών κερδών μετά φόρων δείχνει τα ετήσια πραγματοποιηθέντα κέρδη που έβγαλε η επιχείρηση. Μόλις, τα διακρίνουν, μετά θα πρέπει να αρχίσουν, αν τα διανέμουν ανάλογα με την πολιτική που εφαρμόζουν στη διανομή κερδών.

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας τα καθαρά κέρδη μετά φόρων προς τις πωλήσεις και μετά πολλαπλασιάζουμε με το 100.

Δείκτης		Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων	
Καθαρών Κερδών	=	_____	*100
μετά Φόρων		Πωλήσεις	

**Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων**

Ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων, παρουσιάζει αν η τοποθέτηση των κεφαλαίων της επιχείρησης ήταν επιτυχής ή μη επιτυχής, αυτό αφορά τόσο την επιχείρηση, αλλά ακόμα περισσότερο αφορά, τους μετόχους της.

Ο δείκτης, υπολογίζεται, διαιρώντας τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους προς το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων και μετά πολλαπλασιάζουμε με το 100.

Δείκτης		Καθαρά Κέρδη μετά από Φόρους	
Αποδοτικότητας	=	_____	*100
Ιδίων Κεφαλαίων		Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	

**Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Πραγματικών Ιδίων Κεφαλαίων**

Ο δείκτης αποδοτικότητας πραγματικών ιδίων κεφαλαίων έχει συνάφεια με τον παραπάνω δείκτη, δηλαδή, όταν λέει πραγματικών ιδίων κεφαλαίων, εννοεί τα κεφάλαια που προκύπτουν έπειτα, από την αναπροσαρμογή της λογιστικής καθαρής θέσης. Έπειτα, από την αφαίρεση των κονδυλίων και της υπεραξίας των παγίων από τους ισολογισμούς.

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας τα καθαρά κέρδη μετά φόρων προς τα ίδια κεφάλαια πραγματικής θέσης και μετά πολλαπλασιάζουμε με το 100.

Δείκτης Αποδοτικότητας Πραγματικών Ιδίων Κεφαλαίων	=	$\frac{\text{Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων}}{\text{Ίδια Κεφάλαια Πραγματικής Θέσης}}$	*100
--	---	---	------

**Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού**

Ο δείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού διερευνά τη σημαντικότητα όλων των παραγόντων που έχουν βοηθήσει για να αυξηθούν τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης, σε συνάφεια πάντα με τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, έτσι ώστε να βελτιωθεί ραγδαία η αποδοτικότητα της επιχείρησης.

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους προς τις πωλήσεις και μετά πολλαπλασιάζουμε, διαιρώντας τις πωλήσεις με το σύνολο του ενεργητικού και μετά πολλαπλασιάζουμε με το 100.

Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού	=	$\frac{\text{Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$	*100
--	---	--	------

Ο δείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού δείχνει την απόδοση των περιουσιακών στοιχείων που έχει η επιχείρηση.



**Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Εκμετάλλευσης**

Ο δείκτης αποδοτικότητας εκμετάλλευσης απεικονίζει τη δυνατότητα της επιχείρησης να βγάζει κερδοφόρους ισολογισμούς ακόμα και αν ένα μέρος από αυτά τα κέρδη δίνεται στους μετόχους της επιχείρησης.

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας τα καθαρά κέρδη προ φόρων συν τα χρηματοοικονομικά έξοδα προς το σύνολο του ισολογισμού και μετά πολλαπλασιάζουμε με το 100.

Δείκτης		Καθαρά κέρδη προ Φόρων	+	Χρηματοοικονομικά Έξοδα	
Αποδοτικότητας Εκμετάλλευσης	=	Σύνολο Ισολογισμού			*100

**Αριθμοδείκτης Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης**

Ο δείκτης χρηματοοικονομικής μόχλευσης υπολογίζεται διαιρώντας το δείκτη αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων προς το δείκτη αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού.

Δείκτης		Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων
Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης	=	Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού

Ο δείκτης δείχνει τη μεταβολή των καθαρών λειτουργικών κερδών, από την μεταβολή της τάξεως του 1% των καθαρών κερδών προ φόρων και χρηματοοικονομικών εξόδων. Το αποτέλεσμα, που προκύπτει αν είναι >1 αυτό σημαίνει πως η χρήση των ξένων κεφαλαίων έχει σημαντική επίδραση στα κέρδη της επιχείρησης. Αντιθέτως, αν ο δείκτης είναι <1 αυτό σημαίνει πως η επιχείρηση θα προβεί σε δανεισμό, ο οποίος όμως θα έχει, αβάσταχτους όρους. Τώρα, αν το δείκτης είναι =1 τότε η επίδραση που έχουν τα ξένα κεφάλαια στην επιχείρηση είναι μηδενική και έτσι δεν υπάρχει κάποιο οικονομικό όφελος.

### 1.3.4. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης

#### Αριθμοδείκτης Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης

Ο δείκτης, συνολικής δανειακής επιβάρυνσης, δείχνει το ποσοστό των επενδεδυμένων κεφαλαίων σε στοιχεία του ενεργητικού, τα οποία έχουν προέλθει από τους πιστωτές, που έχει η επιχείρηση. Δηλαδή, ουσιαστικά, αυτός ο δείκτης δείχνει το ποσοστό του συνολικού ενεργητικού, όπου οι πιστωτές μπορούν να έχουν οποιασδήποτε μορφής απαίτησης, όμως ακόμα μας δείχνει τι ποσοστό κατέχουν τα ξένα κεφάλαια στο γενικό σύνολο του ενεργητικού.

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας το σύνολο των δανειακών υποχρεώσεων προς το σύνολο του ενεργητικού και μετά το πολλαπλασιάζουμε με το 100.

Δείκτης	=	$\frac{\text{Σύνολος Δανειακών Υποχρεώσεων}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$	*100
Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης			

Το καλύτερο είναι το αποτέλεσμα του δείκτη αυτού να είναι χαμηλό διότι, όσο πιο χαμηλός είναι ο δείκτης τόσο μεγαλύτερη είναι η ασφάλεια που νιώθουν οι πιστωτές. Διότι, νιώθουν εξασφάλιση για τις ζημιές που μπορεί να αποκτήσουν σε περίπτωση αποτυχίας της επιχείρησης και της ρευστοποίησης των περιουσιακών στοιχείων της. Σε αντίθετη περίπτωση, αν ο δείκτης είναι μεγαλύτερος τότε σημαίνει πως τα δανεικά κεφάλαια, είναι ένα μέρος των συνδεδεμένων επενδυτικών κεφαλαίων. Έτσι, μπορεί, να υπάρχει κίνδυνος, οι ιδιοκτήτες να παρασυρθούν και να προβούν σε επενδύσεις, οι οποίες μπορεί να προβούν πιο ζημιογόνες στην επιχείρηση.

#### Αριθμοδείκτης Κάλυψης Χρηματοοικονομικών Δαπανών

Ο δείκτης κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών, δείχνει το βαθμό που μπορούν να μειωθούν τα κέρδη μιας επιχείρησης, χωρίς όμως να φέρει την επιχείρηση σε κάποιο οικονομικό αδιέξοδο.

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

Ο δείκτης υπολογίζεται, διαιρώντας τα κέρδη προ φόρων και τόκων προς τις χρηματοοικονομικές δαπάνες.

Δείκτης Κάλυψης	=	$\frac{\text{Κέρδη προ Φόρων και Τόκων}}{\text{Χρηματοοικονομικές Δαπάνες}}$
Χρηματοοικονομικών		
Δαπανών		

**Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού (Δείκτης Αυτονομίας)**

Ο δείκτης ιδίων κεφαλαίων προς σύνολο ενεργητικού δείχνει πόσο είναι το ποσοστό όπου μπορούν τα ίδια κεφάλαια να καλύπτουν το σύνολο του ενεργητικού.

Ο δείκτης υπολογίζεται διαιρώντας τα ίδια κεφάλαια προς το σύνολο του ενεργητικού

Δείκτης	=	$\frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$
Ιδίων		
Κεφαλαίων		

**Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού**

Ο δείκτης ξένα κεφάλαια προς σύνολο ενεργητικού δείχνει το ποσό του ποσοστού που έχουν οι υποχρεώσεις της επιχείρησης στο σύνολο του ενεργητικού.

Ο δείκτης υπολογίζεται διαιρώντας τα ξένα κεφάλαια προς το σύνολο του ενεργητικού

Δείκτης	=	$\frac{\text{Ξένα Κεφάλαια}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$
Ξένων		
Κεφαλαίων		

### **Αριθμοδείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια**

Ο δείκτης ξένα προς ίδια κεφάλαια παρουσιάζει την οικονομική ανεξαρτησία της επιχείρησης. Ουσιαστικά, απεικονίζει την αναλογία που έχουν τα ξένα κεφάλαια της επιχείρησης προς τα ίδια κεφάλαια της.

Ο δείκτης υπολογίζεται, διαιρώντας το σύνολο των ξένων κεφαλαίων προς τα ίδια κεφάλαια και μετά το πολλαπλασιάζει με το 100.

Δείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια	=	$\frac{\text{Σύνολο Ξένων Κεφαλαίων}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}$	*100
--	---	---	------

### **1.3.5. Αριθμοδείκτες Επενδύσεων**

#### **Αριθμοδείκτης Κερδών ανά Μετοχή**

Ο δείκτης κερδών ανά μετοχή απεικονίζει πόσα λεφτά κερδίζει η επιχείρηση από κάθε μετοχή. Πιο συγκεκριμένα, το ύψος των κερδών ανά μετοχή, δείχνει την κερδοφορία μια επιχείρησης με βάση έστω και μια μετοχή. Τα κέρδη ανά μετοχή όταν έχουν μια αρκετά καλή ποσοστιαία αύξηση τότε αποτελεί και το βασικότερο κριτήριο για την επιλογή της μετοχής. Για να μπορέσει, να γίνει, ολοκληρωμένα η επιλογή της άριστης μετοχής τότε θα πρέπει πρώτα να πληρούνται, κάποια κριτήρια:

- Τα ετήσια κέρδη, ανά μετοχή, να παρουσιάζουν μια ποσοστιαία αύξηση της τάξεως του 20% με 30% την τελευταία πενταετία.
- Τα κέρδη ανά μετοχή, να απεικονίζουν μια ποσοστιαία αύξηση της τάξεως του 20% με 30% τα δύο τελευταία τρίμηνα του έτους ή μια ποσοστιαία αύξηση της τάξεως 20% με 30% το τελευταίο τρίμηνο του προηγούμενου έτους.

Ο δείκτης, υπολογίζεται διαιρώντας τα κέρδη μετά φόρων προς τον αριθμό των μετοχών που είναι σε κυκλοφορία.

Δείκτης		Κέρδη μετά Φόρων
Κερδών ανά	=	_____
Μετοχή		Αριθμός Μετοχών σε κυκλοφορία

**Αριθμοδείκτης Τιμής προς Κέρδη ανά Μετοχή (P/E)**

Ο δείκτης τιμής προς κέρδη ανά μετοχή (P/E) δείχνει ουσιαστικά τι ακριβώς πληρώνει ο επενδυτής όταν αγοράζει μια μετοχή, αλλά και τις φορές που η τιμή μιας μετοχής είναι υψηλότερη από τα κέρδη χρήσεως που αναλογούν στην μετοχή της επιχείρησης.

Ο δείκτης υπολογίζεται διαιρώντας τη χρηματιστηριακή τιμή της μετοχής προς τα κέρδη ανά μετοχή.

Δείκτης Τιμής		Χρηματιστηριακή Τιμή Μετοχής
προς Κέρδη	=	_____
ανά Μετοχή		Κέρδη ανά Μετοχή

Το αποτέλεσμα της διαίρεσης όσο πιο χαμηλό είναι, θεωρείται η μετοχή υποτιμημένη, όμως αν το αποτέλεσμα είναι υψηλότερο τότε η μετοχή θεωρείται υπερεκτιμημένη.

**Αριθμοδείκτης Τιμής προς Λογιστική Αξία Μετοχής (P/BV)**

Ο δείκτης τιμής προς λογιστική αξία μετοχής (P/BV) δείχνει τις φορές όπου η χρηματιστηριακή αξία της, είναι είτε μεγαλύτερη, είτε μικρότερη από την λογιστική της αξία.

Ο δείκτης υπολογίζεται, διαιρώντας τη χρηματιστηριακή τιμή της μετοχής, προς τη λογιστική αξία της μετοχής. Η λογιστική αξία της μετοχής, τη βρίσκουμε αν διαιρέσουμε τη λογιστική αξία της επιχείρησης, προς τον αριθμό των μετοχών της.

Δείκτης Τιμής προς Λογιστική Αξία Μετοχής	=	$\frac{\text{Χρηματιστηριακή Τιμή Μετοχής}}{\text{Λογιστική Αξία Μετοχής}}$
---	---	---

Όταν το αποτέλεσμα είναι μεγαλύτερο από την μονάδα (1) τότε θεωρείται πως η μετοχή είναι υπερεκτιμημένη, αντίθετα αν το αποτέλεσμα είναι μικρότερο από την μονάδα (1) τότε η μετοχή θεωρείται υποτιμημένη. Ουσιαστικά, όταν το αποτέλεσμα πλησιάζει τη μονάδα (1) τότε καθιστά, πολύ ελκυστική τη μετοχή, διότι θεωρείται πως η πραγματική τιμή της μετοχής, αντικατοπτρίζει την αξία που έχει η επιχείρηση στην αγορά.

#### **Αριθμοδείκτης Μερισματικής Απόδοσης**

Ο δείκτης μερισματικής απόδοσης, δείχνει την απόδοση των απολαβών που παίρνουν οι επενδυτές από τα μερίσματα των μετοχών, όπου έχουν επενδύσει τα κεφάλαια τους στην επιχείρηση.

Ο δείκτης υπολογίζεται, διαιρώντας τα μερίσματα ανά μετοχή, προς την τιμή της μετοχής στο χρηματιστήριο και μετά πολλαπλασιάζεται με το 100.

Δείκτης Μερισματικής Απόδοσης	=	$\frac{\text{Μέρισμα ανά Μετοχή}}{\text{Τιμή Μετοχής στο Χρηματιστήριο}} * 100$
-------------------------------------	---	---

Το αποτέλεσμα, της μερισματικής απόδοσης, όσο μεγαλύτερο είναι τόσο πιο, ελκυστική κάνει τη μετοχή της επιχείρησης, προς τους επενδυτές.

#### **Αριθμοδείκτης Ποσοστού Διανεμόμενων Κερδών**

Ο δείκτης ποσοστού διανεμόμενων κερδών, δείχνει το ποσοστό που διανέμει η ίδια η επιχείρηση, σαν μέρισμα, στους επενδυτές της.

Ο δείκτης υπολογίζεται, διαιρώντας το σύνολο των μερισμάτων προς το σύνολο των καθαρών κερδών της και μετά πολλαπλασιάζετε με το 100.

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

Δείκτης Ποσοστού Διανεμόμενων Κερδών	=	$\frac{\text{Σύνολο Μερισμάτων}}{\text{Σύνολο Καθαρών Κερδών}}$	*100
--	---	---	------

**Αριθμοδείκτης Συνολικής Χρηματιστηριακής Αξίας**

Ο δείκτης συνολικής χρηματιστηριακής αξίας, απεικονίζει τη συνολική χρηματιστηριακή αξία των μετοχών της εταιρίας οι οποίες, είναι προς διαπραγμάτευση, στο χρηματιστήριο.

Ο δείκτης υπολογίζεται, πολλαπλασιάζοντας το συνολικό αριθμό μετοχών σε κυκλοφορία επί της τιμής κλεισίματος της μετοχής.

Δείκτης Συνολικής Χρηματιστηριακής Αξίας	=	$\frac{\text{Συνολικός Αριθμός Μετοχών}}{\text{Τιμή Κλεισίματος Μετοχής}}$	
--	---	--	--

## **Κεφάλαιο 2: Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ**

### **2.1. Γενικές Πληροφορίες του Κλάδου Ζυθοποιίας**

Η ζυθοποιία στην Ελλάδα, εμφανίστηκε το 1864 με το εργοστάσιο για την παραγωγή της μύρας ΦΙΞ, του Ιωάννη Γ. ΦΙΞ. Έκτοτε, δημιουργήθηκαν πολλές μονάδες παραγωγής μύρα, οι οποίες σήμερα δεν υπάρχουν. Έπειτα, από 100 χρόνια ιδρύθηκε το εργοστάσιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε., μετά τη λειτουργία της, η Ελληνική Αγορά άρχισε, να διαμορφώνει, τη μορφή που έχει σήμερα, στην αγορά μύρας.

Ο αριθμός των ζυθοποιών, σήμερα, έχει μειωθεί αρκετά, με αποτέλεσμα να υπάρχουν λίγες βιομηχανίες, στο τομέα αυτό. Όμως, στον κλάδο αυτό, εκτός από βιομηχανίες έχουν εισέλθει, τα τελευταία χρόνια και εισαγωγικές επιχειρήσεις οι οποίες, όμως, δεν εισάγουν μόνο μύρα αλλά έχουν εισαχθεί και σε άλλους τομείς όπως την εισαγωγή χυμών, αναψυκτικών, κλπ.. Επίσης, εκτός από τις εισαγωγικές εταιρίες και κάποιες ζυθοποιίες, έχουν εισαχθεί και σε κάποιους παρεμφερείς τομείς εκτός από την μύρα για να εμπλουτίσουν, το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων τους.

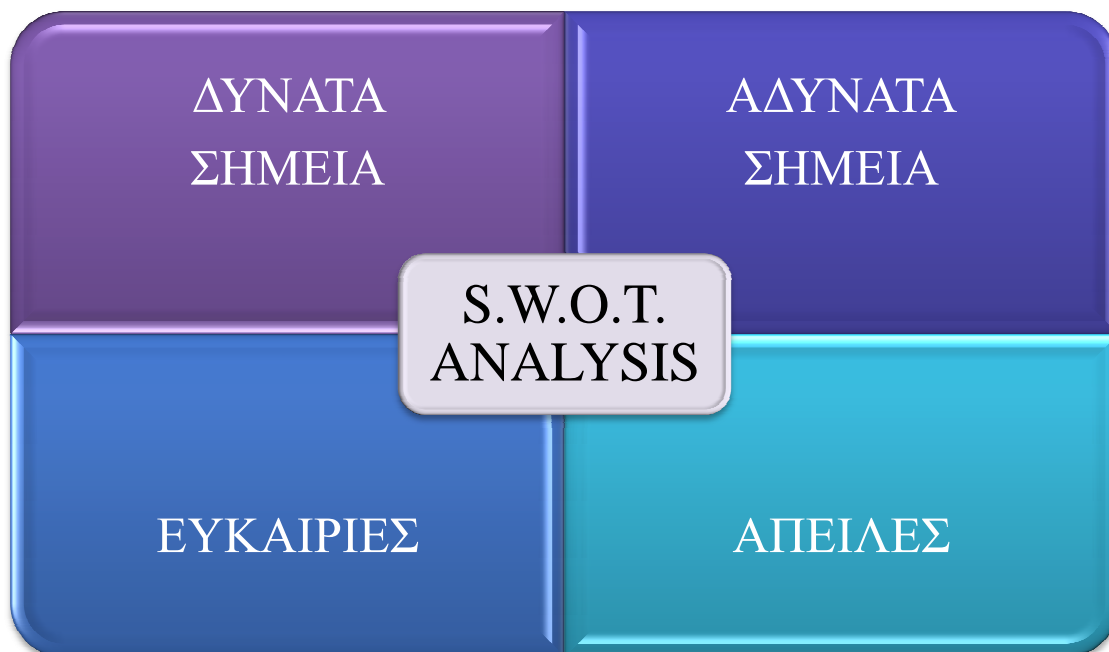
Βέβαια, τα τελευταία χρόνια η εγχώρια αγορά μύρας, έχει κάποια διακύμανση ούτε θετική, αλλά ούτε και αρνητική, όπως και η κατά κεφαλήν, κατανάλωση μύρας στην Ελλάδα, είναι σε πολύ χαμηλά επίπεδα σε σχέση πάντα, με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) . Στο σημείο, αυτό, θα σημειωθεί πως η αγορά της μύρα χωρίζεται, στην "κρύα" και "ζεστή" αγορά. Η "κρύα" αγορά, είναι τα εστιατόρια, τα μπαρ, τα κέντρα διασκέδασης, τα καφέ, κλπ, και η "ζεστή" αγορά, είναι τα νοικοκυριά, κυρίως. Αυτό που παρατηρείται, βάσει και των εισοδηματικών κριτηρίων, είναι πως το 55% της παραγωγής μύρας, διακινείται στην "κρύα" αγορά και το υπόλοιπο 45% διακινείται, στην "ζεστή" αγορά. Βέβαια, αυτό που πρέπει να σημειωθεί, είναι πως λόγω των οικονομικών συνθηκών, οι ερευνητές, θεωρούν πως το ποσοστό της "ζεστής" αγοράς, θα αυξηθεί κι άλλο, μέσα στα επόμενα χρόνια.



## 2.2. S.W.O.T. Analysis

Στο κομμάτι, αυτό, θα παρουσιαστούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία, καθώς οι απειλές και οι ευκαιρίες, του τομέα της ζυθοποιίας. Στο σημείο, αυτό μέσω της SWOT Analysis οι επιχειρήσεις, καθώς και ένας κλάδος, μπορεί να εξετάσει συνοπτικά, τι συμβαίνει την τρέχουσα στιγμή, είτε στην επιχείρηση, είτε στον κλάδο, έτσι ώστε να δει σε ποιον τομέα, χρειάζεται να αλλάξει και τι.

Πιο συγκεκριμένα, έτσι παρουσιάζεται ένα SWOT Analysis:



- **Δυνατά Σημεία:** Στο κλάδο της ζυθοποιίας, παρουσιάζονται τα ισχυρά επιχειρηματικά σχήματα, που έχουν δημιουργηθεί, και που στο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων τους, έχουν συμπεριληφθεί, πολύ μεγάλα εμπορικά σήματα και ονόματα. Άλλο, ένα δυνατό σημείο, είναι η χαμηλή τιμή της μύρας, σε σχέση με τα άλλα αλκοολούχα ποτά. Επίσης, την μύρα μπορείς να τη βρεις σχεδόν παντού, λόγω της ευρείας διακίνησης, που έχει σε πολλά σημεία της χώρας και έτσι είναι πιο εύκολο στον καταναλωτή, να την προμηθευτεί. Τέλος, τα υψηλά ποσοστά τουριστών, που επισκέπτονται κάθε χρόνο την Ελλάδα, όπου προέρχονται από χώρες της Ε.Ε. έχουν υψηλά επίπεδα, κατά κεφαλήν κατανάλωσης μύρας.

- **Αδύνατα Σημεία:** στα αδύνατα σημεία του κλάδου μπορεί να ειπωθεί, πως είναι η πτώση του σερβιρίσματος της μύρας, στην "κρύα" αγορά. Άλλο ένα αδύνατο σημείο, είναι η εποχική περίοδος που χαρακτηρίζει τον κλάδο, λόγω των καταναλωτικών συνθηκών, που επικρατούν, στη χώρα. Τέλος, ο ειδικός φόρος που έχει ενσωματωθεί, στην μύρα και επιβαρύνει τον τελικό καταναλωτή.
- **Ευκαιρίες:** οι ευκαιρίες που έχουν δοθεί στον κλάδο της ζυθοποιίας, είναι το λανσάρισμα νέων προϊόντων και νέων τύπων. Επίσης, είναι η επέκταση στις αγορές, του εξωτερικού. Τέλος, με το να δημιουργούνται μικρό-ζυθοποιίες, οι οποίες, θα απευθύνονται σε τμήματα της αγοράς που μέχρι, σήμερα, δεν μπορούσαν οι μεγάλες ζυθοποιίες, να απευθυνθούν. Έτσι, με αυτόν τον τρόπο, οι μεγάλες ζυθοποιίες, θα μπορούν μέσω των μικρό-ζυθοποιών, να δημιουργούν, νέα προϊόντα με ειδικά χαρακτηριστικά, αποκλειστικά, για εκείνα τα τμήματα, των αγορών.
- **Απειλές:** οι απειλές, που υπάρχουν, ωστόσο σε αυτόν το κλάδο είναι λογικές, δηλαδή, πλέον ο κόσμος δεν βγαίνει τόσο στα κέντρα διασκέδασης, οπότε υπάρχει μια πτώση, από εκεί. Έπειτα, ο ανταγωνισμός που υπάρχει, όχι τόσο ανάμεσα σε ζυθοποιίες, όσο ως προς τα υποκατάστατα προϊόντα της μύρας. Τέλος, θα γίνει αναφορά, στο κομμάτι των οικονομικών συνθηκών, που επικρατούν. Δηλαδή, υπάρχει αύξηση στις τιμές των πρώτων υλών, για την παραγωγή της μύρας, σε συσχέτιση, έρχεται και η μείωση του μηνιαίου και ετήσιου εισοδήματος, προς διάθεση, από τον πληθυσμό της χώρας. Μαζί με αυτό, επέρχεται και η μείωση της ρευστότητας, στην αγορά και γενικώς στην κοινωνία.

### **2.3. Ανταγωνιστές**

Η ζυθοποιία, είναι ένας, από τους πιο ανταγωνιστικούς κλάδους, διότι μπορεί να υπάρχουν αρκετές ζυθοποιίες, αλλά στην αγορά 5 είναι από τις πιο γνωστές και με τη μεγαλύτερη ζήτηση.

Πιο συγκεκριμένα, αυτές οι επιχειρήσεις είναι:

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

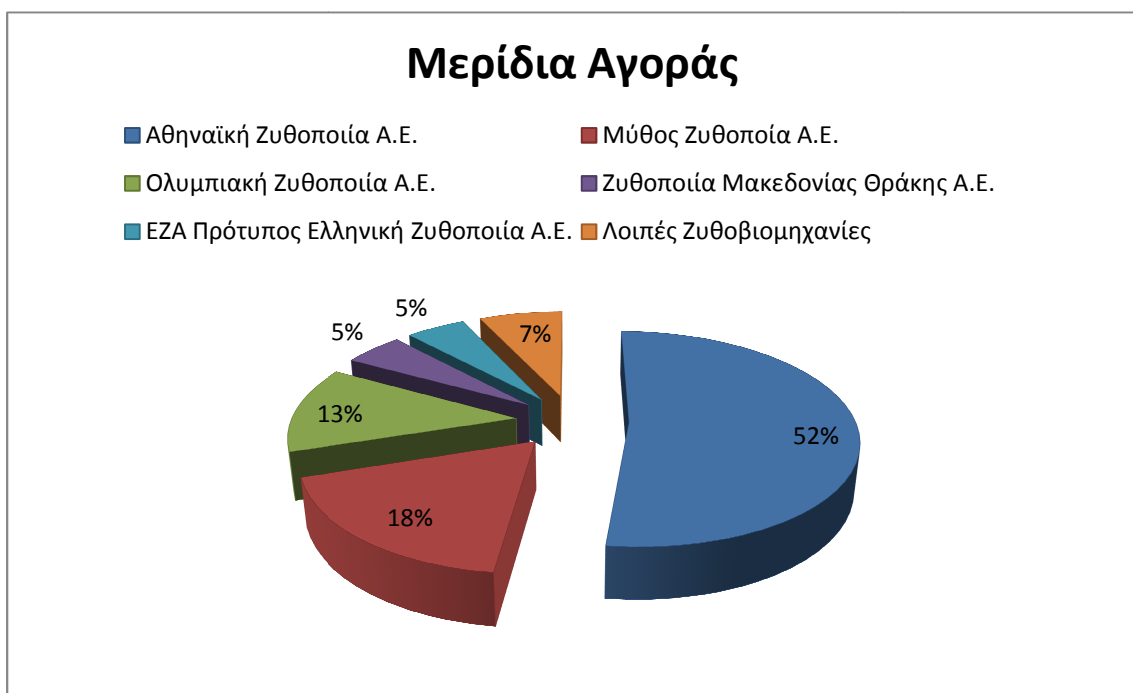
- A. Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.:** η οποία είναι και ο Leader στον κλάδο, διότι κατέχει το 52% του μεριδίου αγοράς. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ιδρύθηκε το 1963 από 3 ανθρώπους, τον Δ. Χουρσόγλου, τον Γ. Χατζηβασιλείου και τον Λ. Μερκάτη. Η επιχείρηση, διαθέτει, στο χαρτοφυλάκιό της 30 brands, μύρας και νερού. Έχει καταφέρει, να έχει στην διάθεσή της, τα δημοφιλέστερα, εμπορικά σήματα, αυτό είναι ένα, από τα βασικά συστατικά που την έχουν κάνει τόσο, επιτυχημένη. Η Αθηναϊκή, έκλεισε 50 χρόνια λειτουργίας και το γιόρτασε δημιουργώντας, ένα χώρο για το κοινό, μέσω του οποίου οι επισκέπτες, θα μπορούν να μάθουν την ιστορία της μύρας αλλά και να δημιουργήσουν μύρα.
- B. Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.:** έρχεται στην δεύτερη θέση, με ποσοστό 18% του μεριδίου αγοράς. Η Μύθος, είναι η πρώτη ελληνική μύρα, ιδρύθηκε το 1997, από την πρώτη χρονιά κυκλοφορίας της, είχε αποκτήσει φανατικούς καταναλωτές και έγινε αρεστή, στην ελληνική αγορά. Η Μύθος, πλέον ανήκει στον παγκοσμίου φήμης όμιλο Carlsberg και διαθέτει στην κατοχή του, 13 brands, έχει λιγότερα, από την Αθηναϊκή αλλά είναι από τα πιο γνωστά, εμπορικά σήματα, σε παγκόσμιο επίπεδο.
- C. Ολυμπιακή Ζυθοποιία Α.Ε.:** είναι στην τρίτη θέση, με ποσοστό 13% του μεριδίου αγοράς. Η επιχείρηση, ιδρύθηκε το 2010 από τους Γιάννη Χήτο, Ηλία Γκρέκη και Γεώργιο Γκρέκη, έτσι μέσω, της ολυμπιακής ζυθοποιίας ξεκίνησε ξανά, η παραγωγή και διάθεση της μύρας FIX. Σε αυτό, το σημείο, είναι σημαντικό, να αναφερθεί ότι το 2015 εγκρίθηκε, από την επιτροπή ανταγωνισμού, η συγχώνευση της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας με την Μύθο Ζυθοποιία. Οι δύο αυτές επιχειρήσεις, προέβησαν σε αυτό το βήμα προκειμένου να είναι, ενωμένες και πιο ισχυρές απέναντι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Με αυτήν τη συγχώνευση, θεωρείται, πως το ποσοστό τους, θα ανέβει στο 30% του μεριδίου αγοράς.
- D. Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης:** είναι στην τέταρτη θέση, με ποσοστό 5% του μεριδίου αγοράς. Η επιχείρηση, ιδρύθηκε, το 1998 από τον Δημήτρη Πολιτόπουλο. Η επιχείρηση, παράγει και διαθέτει, την μύρα Βεργίνα.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

Ε. **ΕΖΑ Πρότυπος Ελληνική Ζυθοποιία:** είναι στην πέμπτη θέση, με ποσοστό 5% του μεριδίου αγοράς. Η επιχείρηση, ιδρύθηκε το 1989, ως θυγατρική εταιρία, Γερμανικού ομίλου. Μέσα στο 1990, η επιχείρηση μετονομάστηκε και επίσημα σε ΕΖΑ Πρότυπος Ελληνική Ζυθοποιία. Τα brands, που διαθέτει στο χαρτοφυλάκιό της είναι λίγα, αλλά είναι σχετικά γνωστά.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζονται τα μερίδια αγορά για το έτος 2014.



Διάγραμμα 1: Μερίδια Αγοράς για τον Κλάδο της Ζυθοποιίας 2014

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ Α.Ε.**

### **3.1. Ιστορική Αναδρομή**

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. είναι η καλύτερη και μεγαλύτερη εταιρία παραγωγής ζύθου (μπύρα), στην Ελλάδα. Η εταιρία, ιδρύθηκε, στην Ελλάδα το 1963 από μια ομάδα Ελλήνων επιχειρηματιών. Η ομάδα, αυτή, περιελάμβανε τρεις επιχειρηματίες, το Διογένη Χουρσόγλου, οποίος, είχε την άδεια ζυθοποιίας, τον Γιώργο Χατζηβασιλείου, οποίος, έβαζε το κεφάλαιο και τέλος το Λεονάρδο Μερκάτη, οποίος, είχε το οικόπεδο, όπου είναι χτισμένα τα κεντρικά γραφεία της εταιρίας, στην Αθήνα (Λεωφόρος Κηφισού 102). Επίσης, το Ιούνιο του 1963 ξεκίνησαν τα έργα για να χτιστεί, το πρώτο εργοστάσιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.. Τα έργα, για το εργοστάσιο ολοκληρώθηκαν, το 1965 όπου και τέθηκε σε λειτουργία, το εργοστάσιο, υπό την επίβλεψη του Πολ Ντελιζέ (Γάλλος, αρχίζυθοποιός), με την πρώτη μπύρα που ξεκίνησε η διαδικασία παραγωγής ήταν η **AMSTEL**.

Εν συνεχεία, το 1975 η εταιρία, προεκτάθηκε και στην Βόρεια Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα στην Θεσσαλονίκη, όπου τέθηκε σε λειτουργία και το εργοστάσιο τους εκεί. Το 1976 η **AMSTEL**, ανακηρύσσεται, η πρώτη σε πωλήσεις μπύρας, στην Ελλάδα, μέχρι και σήμερα. Μετά, την επιτυχία της **AMSTEL**, η εταιρία το 1981 έθεσε σε κυκλοφορία, την καινούργια της μπύρα με την ονομασία **HEINEKEN**. Η εταιρία, γνωρίζοντας, την παγκοσμίου φήμης (πλέον) μπύρα, με το όνομα **HEINEKEN** πίστευαν, πως η γεμάτη γεύση και η αδιάκριτη μυρωδιά της, θα κατακτήσει, αμέσως, το Ελληνικό κοινό. Το 1985, η εταιρία, προέβη και σε μια ακόμα προέκταση, δηλαδή, εγκαινίασε και το τρίτο της εργοστάσιο, αυτήν την φορά, στην Πάτρα. Το κτίριο, που στεγάζει πλέον, το τρίτο της εργοστάσιο η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. είναι το παλιό εργοστάσιο ζυθοποιίας της **LOWENBRAU**. Το αξιοσημείωτο, είναι πως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε διάστημα 22 ετών παρουσιάζει, ανοδική πορεία, με γρήγορους ρυθμούς.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

Επιπλέον, από το 1990 έως και 1998 ξεκίνησε μια σειρά από εισαγωγές, ξένων brands μύρας, για την εταιρία. Αυτά τα brands, είναι τα εξής, η χωρίς αλκοόλ μύρα **Buckler**, οι **Duvel** και **Chimay** οι λεγόμενες μοναστηριακές, από το Βέλγιο, οι **Murphy's** και **McFarland** από την Ιρλανδία, η **Carbin** από την Καραϊβική, η **Desperados** από το Μεξικό, η **Erdinger** από την Γερμανία και η **Kirin** από την Ιαπωνία. Όμως, μέσα σε αυτά τα 8 χρόνια των εισαγωγών, ξένων μπυρών η ζυθοποιία το 1993, προέβη στην εγκαινίαση του εργοστασίου της, στην Λαμία, ώστε να διεξάγεται, εκεί η εμφιάλωση του νερού **ΙΟΛΗ**. Έτσι, με αυτό τον τρόπο, η ζυθοποιία, εισάγεται και στην κατηγορία του εμφιαλωμένου νερού και πλέον εδραιώνεται, ακόμα περισσότερο, στην Ελληνική αγορά.

Όμως, το 1999 έως και το 2000 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, πρόσθεσε άλλες δύο μάρκες μύρας, στην συλλογή της. Η μια μάρκα μύρας, είναι η Γαλλική **Fischer**, η οποία έκανε την εμφάνιση της, στην Ελλάδα το 1999, όπου η συγκεκριμένη μάρκα πρώτη φορά, άρχισε να παράγεται και εκτός Γαλλίας. Η δεύτερη μάρκα μύρας, είναι η **ΑΛΦΑ**, όπου με αυτήν την κίνηση, η **ΑΛΦΑ** επανεμφανίζεται το 2000, ξανά στην Ελληνική αγορά, μετά το 1961 όπου ήταν, η πρώτη της κυκλοφορία στην Ελλάδα. Το 2004, η **HEINEKEN** έγινε ένας από τους μεγαλύτερους χορηγούς, των Ολυμπιακών Αγώνων, στην Ελλάδα. Ενώ, το 2005 ήρθε και μια ακόμα μύρα, για να προστεθεί, στην συλλογή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.. Αυτή η μύρα, είναι η **BIOΣ 5**, είναι η πρώτη μύρα, η οποία έχει παραχθεί, από 5 δημητριακά (κριθάρι, σίκαλη, καλαμπόκι, ρύζι και σιτάρι). Η **BIOΣ 5**, είναι αποκλειστική δημιουργία και έμπνευση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε..

Τέλος, από το 2013 έως και το 2014, η **AMSTEL** σηματοδοτεί, την αγορά της μύρας με την **AMSTEL RADLER**, η οποία έχει χυμό από λεμόνι, και την **AMSTEL FREE**, οποία έχει 0,0% αλκοόλ. Παράλληλα, με την νέα σειρά της **AMSTEL**, λάνσαρε και η **ΑΛΦΑ**, δύο νέες σειρές μύρας. Η πρώτη σειρά, είναι η **ΑΛΦΑ STRONG**, με περιεκτικότητα 7% αλκοόλ (η πιο δυνατή ελληνική μύρα), και την **ΑΛΦΑ WEISS** η πρώτη αφιλτράριστη μύρα.

### 3.2. Όραμα και Στρατηγική

Όταν, ξεκίνησε, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία οι ιδιοκτήτες, θέσπισαν ένα όραμα για την εταιρία αυτή και βάση αυτού του οράματος, πορεύονται μέχρι και σήμερα. Το όραμα, της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. είναι *"Να είμαστε μια ζυθοποιία, περήφανη, που δημιουργεί μοναδικές εμπειρίες για τους καταναλωτές μας, προσθέτοντας παράλληλα αξία στους ανθρώπους μας, στους συνεργάτες μας, στην κοινωνία και τους μετόχους μας. Να δίνουμε πάντα προτεραιότητα στο πάθος για την ποιότητα, στην απόλαυση της ζωής, στο σεβασμό για τον άνθρωπο, καθώς και στον σεβασμό για το περιβάλλον. Να επιδιώκουμε πάντα να είμαστε πρωτοπόροι στην αγορά της μύρας, διατηρώντας το πάθος μας για την εξαιρετική ποιότητα και προσφέροντας απόλαυση στους καταναλωτές."*<sup>1</sup>

Η βασική στρατηγική, που ακολουθεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, είναι πως θέλει να καλύπτει, τις ανάγκες των καταναλωτών της, να αναπτύσσει συνέχεια το χαρτοφυλάκιό της, να εφαρμόζει, καινοτομίες, πάνω στα προϊόντα της, ώστε να διαφοροποιείται, από τους ανταγωνιστές της και να προσπαθεί, να καλύπτει και άλλα τμήματα της αγοράς εκτός, από τα βασικά.

### 3.3. Προϊόντα

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. έχει ένα αρκετά μεγάλο χαρτοφυλάκιο προϊόντων. Τα προϊόντα, που παράγει η εταιρία, είναι η μύρα, ο μηλίτης και η εμφιάλωση νερού.

Τα BRAND που έχει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, στην "ομπρέλα" της είναι:

- ❖ **HEINEKEN:** είναι η πρώτη μύρα, που ξεκίνησε να παράγει η επιχείρηση. Επίσης, είναι μια από τις πιο αναγνωρίσιμες μάρκες παγκοσμίως. Είναι τύπου Lager με 5% αλκοόλ. Επιπλέον, αυτό που την κάνει αναγνωρίσιμη είναι και οι μεγάλες χορηγίες που έχει κάνει, όπως, Uefa Champions League και στους Ολυμπιακούς Αγώνες στην Αθήνα το 2004.
- ❖ **AMSTEL:** είναι αναγνωρίσιμη στην Ελληνική αγορά. Έχει 5% αλκοόλ.

<sup>1</sup> <http://www.athenianbrewery.gr/gr/el/orama-stratigiki/>

- ❖ **AMSTEL FREE:** είναι η πρώτη μύρα με 0% αλκοόλ η οποία παράγεται στην Ελλάδα. Η **AMSTEL** με αυτό το βήμα ανοίγει μια νέα κατηγορία μύρας η οποία απευθύνεται στο κοινό το οποίο θέλει να πίνει αλλά δεν μπορεί λόγω του ότι οδηγεί.
- ❖ **AMSTEL PILS:** περιέχει την αυθεντική γεύση PILS από το 1870. Οι αρχιζυθοποιοί της **AMSTEL** έριχναν πολύ χρόνο και κάνανε χρήση της εμπειρίας του προκειμένου να βγει η αυθεντική γεύση PILSENER.
- ❖ **AMSTEL BOCK:** είναι τύπου Lager με 6% περιεκτικότητα αλκοόλ. Έχει ένα βαθύ κόκκινο χρώμα και πλούσια γεύση.
- ❖ **AMSTEL RADLER:** περιέχει χυμό από Ελληνικά λεμόνια και η περιεκτικότητα της σε αλκοόλ ανέρχεται στο 2%. Το χρώμα της είναι κίτρινη και θολή λόγω του χυμού από τα λεμόνια.
- ❖ **AMSTEL RADLER GUARANA:** είναι ουσιαστικά συνδυασμός 2 ειδών μύρας. Η μια μύρα είναι η FREE και η άλλη η RADLER. Έτσι βγήκε η **AMSTEL RADLER GUARANA** με 0% αλκοόλ.
- ❖ **ΑΛΦΑ:** είναι τύπου Lager με περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 5%. Είναι μια από τις πιο παλιές μύρες στην Ελλάδα, κυκλοφόρησε το 1961.
- ❖ **ΑΛΦΑ WEISS:** είναι αφιλτράριστη μύρα με περιεκτικότητα σε αλκοόλ στο 5%.
- ❖ **ΑΛΦΑ STRONG:** είναι η πρώτη ελληνική μύρα όπου η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 7%.
- ❖ **FISCHER:** είναι τύπου PILS με περιεκτικότητα σε αλκοόλ όπου ανέρχεται στο 5%.
- ❖ **BIOΣ 5:** είναι η πρώτη Ελληνική μύρα η οποία παράγεται από 5 δημητριακά και η περιεκτικότητα της είναι στο 5%.
- ❖ **BUCKLER:** έχει μια ιδιαίτερη διαδικασία ζύμωσης και γι' αυτό την κάνει ελαφριά και έχει ένα ξανθό χρώμα.
- ❖ **AFFLIGEM BLONDE:** η περιεκτικότητά του σε αλκοόλ ανέρχεται στο 6,8%. Είναι η μοναστηριακή μύρα όπως την αποκαλούν. Την αποκαλούν έτσι διότι έχει μεγάλη ιστορία και επειδή καταφέρνει να συνδυάσει πιο παλιές



γεύσεις με τις πιο σύγχρονες γεύσεις. Αυτός ο συνδυασμός καταφέρνει και βγάζει μια αλλιώςτική γεύση.

- ❖ **AFFLIGEM DOUBLE:** η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ είναι στο 6,8% είναι και αυτή μοναστηριακή μύρα, με μια μεγάλη ιστορία. Το χρώμα της είναι ένα βαθύ ρουμπινί.
- ❖ **SOL:** είναι Μεξικάνικης προέλευσης και κυκλοφόρησε το 1899. Ανήκει στην κατηγορία των Lager με περιεκτικότητα σε αλκοόλ να ανέρχεται στο 4,5%. Αυτό που είναι σημαντικό να αναφέρουμε είναι πως ο ήλιος που απεικονίζεται στο μπουκάλι για τους μεξικανούς συμβολίζει την ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ. Έχει αυτόν τον συμβολισμό διότι η μύρα αυτή ξεκίνησε να κυκλοφορεί αφού ανεξαρτητοποίηση του Μεξικού από τους Ισπανούς. Επίσης, SOL είναι χορηγός σε μεγάλα φεστιβάλ μουσικής, όπως το In Edit Festival, όμως είναι χορηγός και σε πλατφόρμες ανταλλαγής ιδεών, όπως το TEDxThessaloniki, TEDxKalamata και TEDxIrakleion.
- ❖ **DESPERADOS:** είναι Γαλλικής προέλευσης και κυκλοφόρησε το 1995. Είναι η πρώτη μύρα με γεύση τεκίλας και γι' αυτό κατάφερε να γίνει αμέσως γνωστή. Η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ ανέρχεται στο 5,9%.
- ❖ **ERDINGER:** είναι Βαυαρικής προέλευσης. Η παραγωγή της είναι πολύ αυστηρή και βασίζεται πάνω σε έναν Γερμανικό νόμο. Η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ είναι στο 5,3%.
- ❖ **MC FARLAND:** είναι Ιρλανδικής προέλευσης και το χρώμα της είναι κόκκινο. Η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ είναι στο 5.6%.
- ❖ **KRUSOVICE IMPERIAL:** η "αυτοκρατορική μύρα" είναι μια Τσέχικης προέλευσης μύρα. Πήρε την ονομασία "αυτοκρατορική μύρα" από τον αυτοκράτορα Ροδόλφος 2 όπου την KRUSOVICE IMPERIAL καθιέρωσε και ονόμασε "αυτοκρατορική μύρα". Ξεκίνησε να κυκλοφορεί το 1583. Αυτό που την κάνει ξεχωριστή είναι πως παράγεται από υψηλής ποιότητας πρώτες ύλες και από παραδοσιακές μεθόδους που καθιέρωσαν. Η περιεκτικότητά του σε αλκοόλ είναι 5%.

- ❖ **KRUSOVICE DARK:** είναι Τσέχικης προέλευσης και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 3,8%.
- ❖ **BIRRA MORETTI:** έχει ξανθό χρώμα και παρασκευάζεται από μείγμα επιλεγμένων ποικιλιών λυκίσκου και η περιεκτικότητα της σε αλκοόλ είναι 4,6%.
- ❖ **DUVEL:** είναι Βέλγικης προέλευσης. Το όνομά της σημαίνει "διάβολος" στα Βέλγικα. Η περιεκτικότητα σε αλκοόλ είναι στο 8,5%. Έχει τόση μεγάλη περιεκτικότητα σε αλκοόλ διότι η μαγιά που χρησιμοποιούνε λέγεται πως έχει απομονωθεί από την παραγωγή του 1930.
- ❖ **MURPHY'S:** είναι Ιρλανδικής προέλευσης, είναι μαύρη και γι' αυτό ανήκει στην κατηγορία Stout και έχει παράδοση εδώ και 140 χρόνια. Η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ είναι στο 4%.
- ❖ **CHIMAY BLUE:** είναι Βέλγικης προέλευσης και είναι η αυθεντική "μοναστηριακή μπύρα". Η περιεκτικότητα σε αλκοόλ είναι στο 9%. Έχει τόση περιεκτικότητα σε αλκοόλ διότι η μαγιά που χρησιμοποιείται έχει απομονωθεί από το 1949 και η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η Καμπάνα. Η συγκεκριμένη μάρκα βγαίνει σε 3 εκδόσεις την μπλε, την κόκκινη και την λευκή.
- ❖ **CHIMAY TRAPPIST RED:** είναι η δεύτερη από τις 3 εκδόσεις της μάρκας αυτής. Είναι Βέλγικης προέλευσης και είναι η αυθεντική "μοναστηριακή μπύρα". Η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ είναι στο 7%. Η μαγιά που χρησιμοποιείται είναι απομονωμένοι από το 1949 και η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η Καμπάνα.
- ❖ **CHIMAY TRIPLE:** είναι η τρίτη και η τελευταία από τις 3 εκδόσεις αυτής της μάρκας. Είναι Βέλγικης προέλευσης και είναι μια από τις αυθεντικές "μοναστηριακές μπύρες". Η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ είναι στο 8%. Και σε αυτή η μαγιά που χρησιμοποιείται είναι απομονωμένη από το 1949 και η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η Καμπάνα.

- ❖ **STRONGBOW GOLD APPLE:** είναι η πρώτη cider παγκοσμίως. Αυτή η κατηγορία είναι τα αλκοολούχα ποτά από φυσικό χυμό μήλου (μηλίτης). Η περιεκτικότητά του σε αλκοόλ είναι στο 4,5%.
- ❖ **STRONGBOW RED BERRIES:** και αυτή η μάρκα ανήκει στην κατηγορία αλκοολούχων ποτών από φυσικό χυμό μήλου (μηλίτης). Ο συγκεκριμένος μηλίτης είναι με κόκκινο μήλο αλλά και κόκκινα μούρα. Η περιεκτικότητά του σε αλκοόλ είναι στο 4,5%.

### 3.4. Πωλήσεις



Διάγραμμα 2: Πωλήσεις Αθηναϊκής Ζυθοποιίας 2008-2014

Στο παραπάνω διάγραμμα, απεικονίζονται, οι πωλήσεις, της εταιρίας Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. για τα έτη 2008-2014. Το διάγραμμα, αυτό, δημιουργήθηκε έτσι ώστε, να παρουσιαστούν οι πωλήσεις της επιχείρησης, πριν και εντός, της οικονομικής κρίσης. Αυτό, που γίνεται, αντιληπτό με μια πρώτη ματιά είναι ότι υπάρχει μια αρκετά μεγάλη πτώση στις πωλήσεις της επιχείρησης. Δηλαδή, φαίνεται ότι το 2008 οι πωλήσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιία είναι 460.847.879 ενώ το 2014 οι πωλήσεις της επιχείρησης είναι 296.251.641. Ουσιαστικά η μεγάλη πτώση ξεκίνησε το 2011όπως παρουσιάζεται και στο διάγραμμα. Η πτώση σε ποσοστό είναι περίπου

στο 30% με 40%, , γίνεται κατανοητό ότι είναι μεγάλο ποσοστό της πτώσης και έχουν μειωθεί τα κέρδη της επιχείρησης.

### **3.5. Εξαγωγές**

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. μετράει 52 χρόνια στην Ελληνική αγορά μέσω των προϊόντων της. Μέσα σε αυτά τα 52 χρόνια έχει καταφέρει να εξάγει τα προϊόντα της στις 5 Ηπείρους και σε 26 διαφορετικές χώρες.

Το ύψος των εξαγωγών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από το 2008 έχει εκτοξευτεί στα 122 εκατομμύρια ευρώ. Αυτό που είναι αξιοσημείωτο και αξιοθαύμαστο είναι πως μέσα στο 2015 κατάφερε να εξάγει την HEINEKEN στην Ιταλία αλλά και στην Κίνα. Προχώρησε σε αυτήν την κίνηση αφού πρώτα συμφώνησε και η HEINEKEN του εξωτερικού. Οι εξαγωγές θα πραγματοποιούνται από το εργοστάσιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. στην Πάτρα.

### **3.6. Βραβεία**

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. εκτός από τα γνωστά της προϊόντα έχει καταφέρει να αποκομίσει και πολλά βραβεία. Τα βραβεία που έχει καταφέρει να αποκτήσει είναι:

- Το 2010 και το 2011 το βραβείο "Best Workplaces", ως το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον για την Ελλάδα.
- Το 2012 η ζυθοποιία είχε καταφέρει να πάρει την 4η θέση στην κατάταξη των βραβείων "Best Workplaces in Europe", ως το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ευρώπη.
- Το 2012 επίσης, είχε θέση υποψηφιότητα για το ειδικό βραβείο "Inspiring Pride", το οποίο απονέμεται μόνο σε εταιρίες οι οποίες αποπνέουν περηφάνια στους εργαζομένους της.
- Το 2013 ανακηρύχθηκε ως "True Leader", μέσα από 20.000 επιχειρήσεις από τον Όμιλο ICAP.

- Το 2015 πήρε το ασημένιο βραβείο για την προώθηση της καμπάνιας Υπεύθυνης Κατανάλωσης Αλκοόλ, στα βραβεία "Hellenic Responsible Business Awards 2015".
- Το 2015 στα βραβεία "Hellenic Responsible Business Awards 2015", πήρε το χάλκινο βραβείο για το πρόγραμμα Πρώτα η Ασφάλεια για όλους μαζί και τον καθένα ξεχωριστά.
- Το 2015 απέσπασε χρυσό βραβείο στα "Self Service Excellence Awards 2015" και αφορά στις επιτυχημένες Εξαγωγικές δραστηριότητες της αλλά και την Εξωστρέφεια της ίδια της εταιρίας.
- Το 2015 απέσπασε χρυσό βραβείο στα "Self Service Excellence Awards 2015" και αφορά στην εκπαίδευση αλλά και ανάπτυξη του τμήματος Πωλήσεων αλλά και των πωλητών της.

### **3.7. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. εκτός από τις παραγωγές και εξαγωγές που πραγματοποιεί, έχει και μια ευαισθησία στα θέματα του περιβάλλοντος και της κοινωνίας. Μέσω διάφορων προγραμμάτων που υλοποιεί προσπαθεί να βοηθήσει και το περιβάλλον. Εκτός όμως από το περιβάλλον προσπαθεί μέσω προγραμμάτων να βοηθήσει γενικώς την κοινωνία.

Στον τομέα του περιβάλλοντος η ζυθοποιία μέσω πολλών και διαφορετικών δράσεων προσπαθεί να προστατέψει το περιβάλλον. Βέβαια, λόγω ότι η μύρα παράγεται από κριθάρι και νερό η εταιρία το θεωρεί ως "χρέος" της να αναπτύξει κοινωνικό και περιβαντολογικό χαρακτήρα. Θεωρούν υψίστης σημασίας την προστασία του περιβάλλοντος επειδή είναι ένας από τους βιώσιμους παράγοντες ανάπτυξης της εταιρίας. Γι' αυτό προσπαθούν κάθε δραστηριότητας της επιχείρησης να καλύπτει και να εφαρμόζει κάθε αρχή της βιώσιμης ανάπτυξης. Επιπλέον, για να μη μείνει μόνο ως δέσμευση η περιβαλλοντική συνείδηση που έχουν οι ιδιοκτήτες της επιχείρησης, την κάνουν και πράξη μέσω συγκεκριμένων πολιτικών και δράσεων όπου έχει ενσωματώσει η επιχείρηση στο χαρτοφυλάκιό της. Οι πολιτικές και οι δράσεις της είναι: α) να επενδύουν συνέχεια σε σύγχρονες και φιλικές, πάντα, προς το

περιβάλλον τεχνολογίες, β) να εφαρμόζουν τις πιο καινούργιες και τις καλύτερες διαθέσιμες πρακτικές για ανακύκλωση και εξοικονόμηση ενέργειας, γ) να ψάχνουν και να βρίσκουν τα καλύτερα ολοκληρωμένα συστήματα για να ελέγχουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που μπορεί να υπάρχουν, και τέλος, δ) να διαχειρίζονται με τον καλύτερο τρόπο τα απόβλητα που βγάζει η ίδια η επιχείρηση από τις λειτουργίες της..

Όμως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν έχει σταθεί μόνο σε αυτά, δηλαδή, έχει αναπτύξει την μέθοδο του Total Productive Management. Εκτός αυτής της μεθόδου έχει δημιουργήσει και ομάδες εργαζομένων εσωτερικά στην εταιρία για να μπορεί να διορθώνονται γρήγορα και έγκαιρα τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν. Πλέον η Αθηναϊκή έχει εντάξει την προστασία του περιβάλλοντος στην κουλτούρα της. Γι' αυτό συνέχεια εκπαιδεύει τους εργαζομένους της μέσω σεμιναρίων για να τους μάθει μέσω ποιων ενεργειών και οι ίδιοι στις καθημερινότητες τους μπορούν να προστατέψουν το περιβάλλον. Πλέον η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. έχει ενσωματώσει τον κοινωνικό της χαρακτήρα και στην πολιτική που ακολουθεί και αυτό μπορούμε να το διαπιστώσουμε από την παρακάτω φωτογραφία.



**ΠΗΓΗ:** <http://www.athenianbrewery.gr/gr/el/responsibleerity/paragoume-enan-kalitero-kosmo/>

Παραπάνω αναφερόμαστε για τις δεσμεύσεις που έχει πάρει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ως προς την φροντίδα τους περιβάλλοντος αλλά και της κοινωνίας. Παρακάτω θα δούμε τις δράσεις που έχει ξεκινήσει η εταιρία για το περιβάλλον. Οι δράσεις αυτές είναι:

- Πράσινη λειτουργία μονάδων:** στη δράση αυτή πρώτο μέλημα της εταιρία είναι να δείξει με πράξεις, τις δεσμεύσεις που έχει ανακοινώσει. Αυτό προσπαθεί να το κάνει μέσω των μονάδων που έχει στη διάθεσή της. Οι κύριοι στόχοι είναι: να γίνει η εξοικονόμηση ενέργειας, η μείωση των ατμοσφαιρικών ρύπων, η χρήση των φυσικών πόρων να γίνεται υπεύθυνα και





- III. **Επαναχρησιμοποίηση φιαλών και συσκευασιών:** στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία γνωρίζουν ότι για να κατασκευαστεί η συσκευασία του προϊόντος, χρειάζονται να χρησιμοποιηθούν φυσικοί πόροι και ενέργεια. Γι' αυτό προσπαθούν να αυξήσουν τον κύκλο ζωής του προϊόντος της, γνωρίζοντας πως όσο μεγαλύτερος είναι ο κύκλος ζωής, τόσο πιο μικρότερη θα είναι η επιβάρυνση που θα υπάρξει στο περιβάλλον. Την παραπάνω ενέργεια τη διοχετεύουν μέσω των ανακυκλώσιμων συσκευασιών τους. Διότι πλέον το 90% των φιαλών της και το 100% των κιβωτίων της εταιρίας είναι πλήρως ανακυκλώσιμες.
- IV. **Εκστρατεία περιβαλλοντικής αφύπνισης "AMSTEL ECO":** μέσω του θεσμού "AMSTEL ECO" πραγματοποιείται η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας για το περιβάλλον αλλά και τον καθαρισμό των ακτών της Ελλάδας. Αυτήν την ευαισθητοποίηση προσπαθούν να την κάνουν μέσω του AMSTEL ECO BAR και του AMSTEL ECO HOUSE. Πιο συγκεκριμένα το AMSTEL ECO BAR είναι το πρώτο οικολογικό bar στην Ελλάδα, μέσω του bar αυτού η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσπαθεί να "ταξιδέψει" τη δράση καθαρές παραλίες σε όσο το δυνατόν περισσότερες περιοχές της Ελλάδας. Επιπλέον, μετά από τα 4 χρόνια λειτουργίας του θεσμού AMSTEL ECO, ξεκίνησε να λειτουργεί και το πρώτο "οικολογικό σπίτι". Δηλαδή, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δημιούργησε ένα σπίτι, μέσω του οποίου βάζει τους πολίτες της Αθήνας στην διαδικασία να βλέπουν, βιωματικά, πως είναι στην καθημερινότητα μας, γενικώς, να φροντίζουμε το περιβάλλον.

Εν συνεχεία, θα αναφερθούμε στην κοινωνική ευθύνη που έχει δείξει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μέσω ενός προγράμματος. Αυτό το πρόγραμμα είναι:

- Είμαστε Εδώ: αυτό το πρόγραμμα ξεκίνησε το 2012. Μέσω του προγράμματος αυτού προσπαθεί να περάσει το μήνυμα "Μαζί Για Τα Καλά". Το μήνυμα αυτό ουσιαστικά είναι ένα συστηματικό πρόγραμμα εθελοντισμού το οποίο προσπαθεί να ανταποκριθεί πλήρως στις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών. Ο κύριος χαρακτήρας αυτής της δράσης/ μηνύματος είναι πως οι

εργαζόμενοι της εταιρίας συνεργάζονται με 3 μεγάλους ΜΚΟ (μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς), έτσι ώστε να βοηθήσουν όσο περισσότερο μπορούν. Αυτοί οι ΜΚΟ είναι: α) ο Σύλλογος Γονέων, Κηδεμόνων και Φίλων Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες "Το Εργαστήρι", β) την Ελληνική Εταιρία Νόσου Alzheimer και Συγγενών Διαταραχών και γ) τον όμιλο Εθελοντών κατά του Καρκίνου "Αγκαλιάζω".

### **3.8. Αθήνεο**

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. το 2015 κλείνει 50 χρόνια λειτουργίας και παραγωγής μπίρας στην Ελλάδα. Λόγω των 50 χρόνων της η εταιρία ήθελε να δημιουργήσει ένα χώρο στον οποίο θα παρουσιάζει το χρονικό της παρασκευής της μπίρας. Έτσι, σκέφτηκαν και δημιούργησαν το Αθήνεο ένα πρότυπο μικρό ζυθοποιείο, μέσω του οποίου οι επισκέπτες που θα πηγαίνουν θα έχουν την ευκαιρία να βιώνουν από κοντά μέσω βιωματικών δραστηριοτήτων την παραγωγή της μπίρας.

Ουσιαστικά, το Αθήνεο είναι ένας χώρος, στον οποίο συναντιούνται η τέχνη, η δημιουργικότητα, η μάθηση και η ψυχαγωγία για την μπίρα. Είναι μια ιδέα που πραγματοποιήθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, προκειμένου να δείξουν στον κόσμο αυτό που ξέρουν να κάνουν και αγαπούν πολύ, δηλαδή την παραγωγή μπίρας. Επίσης, μέσω του Αθήνεο και συγκεκριμένα δραστηριοτήτων μέσα στο χώρο αυτόν ο κόσμος θα μάθει για την μπίρα: την ιστορία της, τους τύπους, τα είδη που υπάρχουν και γενικώς την διαδρομή της μπίρας. Οι μπίρες οι οποίες θα παράγονται θα είναι κυρίως Langer και Ale, θα παράγονται από 100% ελληνικό κριθάρι και εκλεκτά αρώματα από μια μεγάλη ποικιλία λυκίσκων.

Στο Αθήνεο, τολμούν και κάνουν τη διαφορά, δημιουργούν μπίρες για όλες τις εποχές του χρόνου (φθινόπωρο, χειμώνα, άνοιξη και καλοκαίρι). Οι μπίρες που θα παράγονται θα είναι αφιλτράριστες και απαστερίωτες, διότι θα παράγονται χειροποίητα, δηλαδή χωρίς αυτοματοποιημένη διαδικασία ζυθοποίησης. Οι μπίρες που θα παράγονται θα διανέμονται σε συγκεκριμένες περιοχές της Αθήνας και σε μικρή παραγωγή. Όπως, είπαμε και πιο πάνω στο Αθήνεο θα παράγουν μπίρες για

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

όλες τις εποχές, δηλαδή κάθε εποχή θα κυκλοφορεί και μια καινούργια μύρα. Όπως, οι παρακάτω:

- Η μύρα της άνοιξης: Lager με μέλι και κόλιανδρο, η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 5% και η διάρκεια ζωής της είναι 4 εβδομάδες.
- Η μύρα του καλοκαιριού: Lager με μαστίχα Χίου, η περιεκτικότητα σε αλκοόλ είναι στο 5% και η διάρκεια ζωής της είναι 4 εβδομάδες.
- Η μύρα του φθινοπώρου: India Pale Ale (IPA), η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ είναι στο 5,4% και η διάρκεια ζωής της είναι 4 εβδομάδες.
- Η μύρα του χειμώνα: Dark Lager με ώριμα φρούτα, η περιεκτικότητα σε αλκοόλ είναι στο 6,5%.

Επιπλέον, στο Αθήνεο, λειτουργεί και ένα μικρό μουσείο. Στο μουσείο, θα μπορούν οι επισκέπτες να γνωρίσουν την ιστορία της μύρας καθώς και τι ακριβώς είναι η μύρα. Αυτό, το ταξίδι, θα γίνει μέσω διάφορων οπτικοακουστικών μέσων και υλικών. Επίσης, θα μπορούν να δουν από κοντά διάφορα εκθέματα, όπως παλιά αντικείμενα και εργαλεία ζυθοποίησης, παλιές διαφημίσεις, συλλεκτικές συσκευασίες μύρας, καθώς και την ιστορία της ίδιας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Εν συνεχεία, στο χώρο του Αθήνεο, πραγματοποιούνται και κάποια σεμινάρια, προκειμένου, οι επισκέπτες να μάθουν, καλύτερα κάποια πράγματα, για την μύρα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ**

### **CARLSBERG ΚΑΙ ΤΗΣ ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ Α.Ε.**

#### **4.1. Όμιλος Carlsberg**

Ο όμιλος Carlsberg είναι ένας από τους μεγαλύτερους ομίλους ζυθοποιίας, σε όλο τον κόσμο. Πιο συγκεκριμένα, είναι ο τέταρτος μεγαλύτερος όμιλος, οποίος απασχολεί 41.000 υπαλλήλους, παγκοσμίως, έχει πολλά διαφορετικά σήματα προϊόντων, διαφοροποιείται στις αγορές, όπως διαφοροποιείται και στους πολιτισμούς. Ο όμιλος, έπειτα από τόσα χρόνια, στον χώρο της ζυθοποιίας έχει καταφέρει να αναπτύξει, τις εξαγωγές τις, έτσι πλέον οι ήπειροι, που μπορεί κάποιος να βρει τα προϊόντα του ομίλου είναι, η Βόρεια, Δυτική και Ανατολική Ευρώπη καθώς και στην Ασία.

Επιπλέον, ο όμιλος, λόγω της διαφοροποίησης των αγορών, που έχει καταφέρει, πλέον μπορεί να προωθεί και να πουλάει τις δραστηριότητες τις στις αγορές που η ίδια επιλέγει και που μπορεί να κατακτήσει, μια ηγετική θέση. Επίσης, λόγω αυτή της "ιδιαιτερότητας", η ανάπτυξη του ομίλου όπως και τα κέρδη του διαφέρουν, τόσο στις βραχυπρόθεσμες, όσο και τις μακροπρόθεσμες προβλέψεις, που κάνουν. Το motto και η φιλοδοξία της εταιρίας είναι: *"να είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη παγκόσμια εταιρία μύρας"*<sup>2</sup>.

Εν συνεχεία, ο όμιλος έχει καταφέρει και έχει στην κατοχή του, στο χαρτοφυλάκιο της, πάνω από 500 διαφορετικές μάρκες μύρας. Όλες οι μάρκες μεταξύ τους, διαφέρουν αρκετά, ως προς την τιμή, τη γεωγραφική διείσδυση στις αγορές, τον όγκο παραγωγής τους, καθώς ως προς και τους στόχους που θέτουν. Πιο συγκεκριμένα η Carlsberg έχει προσπαθήσει και έχει καταφέρει, να έχει στο χαρτοφυλάκιο της, κάποιες από τις πιο διεθνείς μάρκες, καθώς και τοπικές μύρες διαφόρων χωρών. Δηλαδή, ενδεικτικές μάρκες, είναι η Carlsberg, Tuborg, Baltika και Kronenbourg 1664. Επίσης, κάποιες ενδεικτικές τοπικές μάρκες είναι η Ringnes της Νορβηγίας, η Feldschlösschen της Ελβετίας, η Lav της Σερβίας και η Wusu της

<sup>2</sup> <http://www.mythosbrewery.gr/company/ourcompany/Pages/dfgdsg.aspx>

Δυτικής Κίνας. Αυτό, που είναι αξιοθαύμαστο, είναι, πως οι μάρκες Carlsberg, Tuborg, Baltika έχουν καταφέρει, να βρίσκονται μέσα στα έξι (6) μεγαλύτερα και δημοφιλέστερα εμπορικά σήματα, στην Ευρώπη, αλλά η Baltika έχει καταφέρει και κατατάσσεται, στην πρώτη θέση. Από την άλλη, η Kronenbourg 1664 έχει καταφέρει και βρίσκεται στην δέκατη (10) θέση, στην Ευρώπη.

#### **4.2. Ιστορική Αναδρομή Μύθο Ζυθοποιίας Α.Ε.**

Το 1968, ιδρύθηκε η Henninger Hellas S.A. η οποία ανήκει στην Γερμανική ζυθοποιία, Henninger Brau ώστε να εισέλθει στην Ελληνική αγορά, μέσω της παραγωγής μύρας, που θα κάνει στο εργοστάσιο, στην Ελλάδα. Επίσης, το 1976 η Henninger Hellas ξεκίνησε να παράγει την Pilsner Kaiser μύρα. Το 1989 η BSN, είναι η Γαλλική Πολυεθνική εταιρία, η οποία παράγει την Kronenbourg, προέβη στην εξαγορά ενός μεγάλου ποσοστού, των μετοχών της Henninger Hellas, ουσιαστικά εξαγόρασε την πλειοψηφία, των μετοχών. Έπειτα, το 1992, έρχεται ο Όμιλος Μπουτάρη και εξαγοράζει την πλειοψηφία, των μετοχών της Henninger Hellas.

Εν συνεχεία, το 1997 δημιουργήθηκε και κυκλοφόρησε η μύρα Mythos, ήταν η πρώτη αυθεντική, ελληνική μύρα, όπου εισήλθε σε μια στάσιμη και κατεστημένη αγορά. Μέσα, σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα η Mythos καταφέρνει να κατακτήσει την Ελληνική αγορά αλλά παράλληλα, κατάφερε και να αποκτήσει φανατικούς θαυμαστές. Έτσι, μέσα σε αυτό το μικρό χρονικό διάστημα, έγινε η 3η κατά προτίμηση μάρκα μύρας στην Ελληνική αγορά. Η Henninger Hellas S.A. το 2000 μετονομάστηκε σε Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε..

Έπειτα, στο διάστημα από το 2002 μέχρι και το 2006, η εταιρία Scottish & Newcastle, καταφέρνουν και αποκτούν το 100% των μετοχών της Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.. Το 2008, ο όμιλος Carlsberg από το 100% των μετοχών της Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.. Έτσι, το 2009 η Μύθος βγάζει σε κυκλοφορία, την μύρα Carlsberg με έναν πρωτοποριακό τρόπο, δηλαδή, ήταν η πρώτη μύρα όπου το μπουκάλι της ήταν ανάγλυφο. Το 2010 ξανά, λανσάρεται η μύρα Mythos, μαζί λανσάρεται και η μύρα Kaiser Double Malt.

Επιπλέον, το 2011 το χαρτοφυλάκιο της Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. αυξάνεται και προστίθενται μάρκες μπυρών, η Corona Extra και η Schneider Weisse, επίσης είναι δύο δυνατά εμπορικά σήματα. Την ίδια χρονιά, η εταιρία λάνσαρε πρώτη την καινοτομία, Draught Master. Το 2012 ξεκίνησε να κυκλοφορεί η μύρα Kaiser Blonde. Το 2013 2η φορά ξανά λανσάρεται η μύρα Mythos και αυτήν τη φορά πρωτοεμφανίζεται και ένα ολοκαίνουργιο προϊόν της εταιρίας, ο μηλίτης Somersby Apple. Τέλος, το 2014 πρώτο-κυκλοφορεί η μύρα Mythos Radler, τη νέα γεύση Somersby Blackberry και τέλος την καινούργια καινοτομία του νέου και εξελιγμένου Draught Master Select.

### **4.3. Στρατηγική**

Η στρατηγική, που ακολουθεί η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. έχει καταφέρει και βασίζεται, πάνω σε πέντε (5) μοχλούς, όπου αποτελούν και τις πέντε (5) κύριες πηγές της κεντρικής φιλοδοξίας, της εταιρίας. Αυτό, το έχει καταφέρει, η εταιρία με κόπο και λόγω των τόσων χρόνων, που είναι σε λειτουργία. Επίσης, αυτό το έχει καταφέρει λόγω του ότι ανήκει, σε έναν από τους μεγαλύτερους, εμπειρότερους και παγκοσμίους φήμης ομίλους.

Οι πέντε (5) τροχοί αυτοί είναι: α) τα προϊόντα και η καινοτομία, β) το ανθρώπινο δυναμικό, γ) η αποδοτικότητα, δ) η φήμη και η κοινωνία και ε) οι καταναλωτές και οι πελάτες της. Πιο συγκεκριμένα:

- ❖ Προϊόντα και Καινοτομία: σε αυτόν τον τροχό, η επιχείρηση προσπαθεί μέσω των συνεχών αναβαθμίσεων και εμπλουτίσεων πάνω στο χαρτοφυλάκιο της, να καλύπτει όσο τον δυνατόν πιο γρήγορα τις ανάγκες των καταναλωτών της, έτσι ώστε να τους ικανοποιήσει σε πλήρη βαθμό. Η καινοτομία, για την επιχείρηση είναι ένα μεγάλο κομμάτι το οποίο προσπαθεί μέσω καινούργιων τεχνικών και καινοτομιών να τις προσθέσει στο λειτουργικό της.
- ❖ Ανθρώπινο Δυναμικό: για κάθε επιχείρηση ο πυρήνας και η δύναμή της είναι το προσωπικό της. Όταν, το προσωπικό είναι ικανοποιημένο και δεν έχει κάποιο παράπονο τότε δουλεύουν, περισσότερο και κατ' επέκταση είναι πιο

παραγωγικοί. Η επιχείρηση, μέσω σεμιναρίων και διάφορων άλλων κατηγοριών εκπαίδευσης, προσπαθεί να αναπτύξει τις ικανότητες και δεξιότητες, του προσωπικού της. Επίσης, προσπαθεί όσο τον δυνατόν πιο έμπρακτα να επικεντρώνεται όχι μόνο στις δεξιότητες και τις ικανότητες του προσωπικού της αλλά στους ίδιους τους ανθρώπους της (το προσωπικό της).

- ❖ **Αποδοτικότητα:** στον τροχό αυτόν η επιχείρηση προσπαθεί μέσω κάποιων προγραμμάτων εργασίας που υπάρχουν, να καταλήξουν σε ποιο πρόγραμμα θα χρησιμοποιήσει, η ίδια η επιχείρηση. Το πρόγραμμα, που έχει επιλέξει και χρησιμοποιεί, είναι το LEAN αυτό το πρόγραμμα εφαρμόζεται σε όλη την επιχείρηση και σκοπός τους είναι η δημιουργία, αξίας στους πελάτες της. Επίσης, χωρίς να αυξάνουν το κόστος, για την επιχείρηση προσπαθούν να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση, που παρέχουν στους πελάτες τους.
- ❖ **Φήμη και Κοινωνία:** έχουν καταφέρει μέσα στα τόσα χρόνια λειτουργίας να κτίσουν μια καλή φήμη για την επιχείρηση, τόσο για το περιβάλλον εργασίας που προσφέρουν, όσο και για τον κοινωνικό χαρακτήρα που έχουν κτίσει. Επιπλέον, μέσω πολλών και διαφορετικών δράσεων η επιχείρηση στηρίζει την κοινωνία και προστατεύει το περιβάλλον.
- ❖ **Καταναλωτές και Πελάτες:** αυτός ο τροχός είναι εξίσου σημαντικός για την επιχείρηση, διότι προσπαθεί να δημιουργήσει αξία μεταξύ, της ίδιας της επιχείρησης και των πελατών της. Γι' αυτό, δουλεύουν χωρίς σταματημό, έτσι ώστε, να ικανοποιούν όσο το δυνατόν, σε μεγαλύτερο βαθμό τις ανάγκες που εκφράζουν, οι ίδιοι.

#### **4.4. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Η Μύθος Ζυθοποιεία Α.Ε. είναι πολλά χρόνια στην Ελληνική αγορά, με πάνω από 10 μάρκες μπύρας, οι οποίες είναι και παγκοσμίου φήμης. Όμως, η εταιρία δεν ενδιαφέρεται, μόνο για τον ανταγωνισμό και τα κέρδη, αλλά, μέσω πολλών και διαφορετικών δράσεων, δείχνει και το ενδιαφέρον της για το περιβάλλον, την κοινωνία αλλά και το πολιτισμό της Ελλάδας.

Αυτό που είναι αξιοθαύμαστο, να αναφέρουμε είναι πως η συγκεκριμένη ζυθοποιία, ενδιαφέρεται, για την προστασία του περιβάλλοντος, και γι' αυτό εφαρμόζει, προγράμματα ανακύκλωσης και στα εργοστάσιά της. Το κάνει, στις πρώτες ύλες που χρησιμοποιεί σε συνεργασία με φορείς, αλλά και ιδιώτες εργολάβους. Γι' αυτό και όταν ξεκίνησε, να λειτουργεί η ζυθοποιία, παράλληλα εφάρμοσε και ένα σύστημα στο οποίο, καταγράφει και παρακολουθεί πόσο εξοικονόμηση, γίνεται στο εργοστάσιο. Κατά την διαδικασία, αυτού του συστήματος γίνονται οι εξής διαδικασίες:

- Παρακολούθηση και καταγραφή της κατανάλωσης του νερού στα επιμέρους στάδια της παραγωγής. Καθώς, έχει προβεί στην τοποθέτηση και λειτουργία ενός ακόμα συστήματος, ανακύκλωσης αυτή την φορά όμως για το νερό. Μέσω του οποίου, γίνεται επαναχρησιμοποίηση του παστεριωμένου νερού. Έτσι, ώστε να γίνεται βάση στόχου, εξοικονόμηση δέκα χιλιάδων (10.000) κυβικών μέτρων νερού.
- Καταγραφή όλων των καταναλώσεων ενέργειας, με αποτέλεσμα να υπάρχει καλύτερη διαχείριση, των φορτίων λειτουργίας του εργοστασίου.
- Μια από τις σημαντικότερες δράσεις, που κάνει η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. είναι το σύστημα ανάκτησης, που λειτουργεί για την εκπομπή, του διοξειδίου του άνθρακα. Με το σύστημα αυτό, το διοξείδιο του άνθρακα φτάνει στο 80 με 90% περίπου, αυτό έχει ως αντίκτυπο, τη μείωση του κόστους αγορά για CO<sub>2</sub> παράλληλα, με την μείωση του κόστους αγορά, έρχεται και η μείωση εκπομπή CO<sub>2</sub> στο περιβάλλον, από τις δεξαμενές ζύμωσης.
- Τέλος, τα υποπροϊόντα που παράγει η ζυθοποιία, τα προωθεί στην αγορά για την παραγωγή ζωοτροφών, έτσι με αυτό τον τρόπο, προσπαθεί να συμβάλει στη μείωση των αποβλήτων, που καταλήγουν προς τον ΧΥΤΑ, αλλά παράλληλα συμβάλουν και στην τοπική οικονομία.

Κάποιες από τις δράσεις της ζυθοποιίας, για την προστασία του περιβάλλοντος είναι:



- Εθνικό Συλλογικό Σύστημα Ανταποδοτικής, Εναλλακτικής, Διαχείρισης Συσκευασιών "ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ":** η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. συνεργάστηκε με τον Εθνικό Συλλογικό Σύστημα Ανταποδοτικής Εναλλακτικής Διαχείρισης Συσκευασιών "ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ", για να δημιουργήσουν ένα ολοκληρωμένο κέντρο ανταποδοτικής ανακύκλωσης, το οποίο και εγκατέστησαν, στο εμπορικό κέντρο AVENUE στο Μαρούσι, ήταν "περιτυλιγμένο" με ταπετσαρία, όπου απεικονίζει, την μπίρα Mythos. Η συγκεκριμένη μονάδα λειτουργεί με την βοήθεια φωτοβολταϊκών πάνελ. Η χρήση των φωτοβολταϊκών πάνελ βοηθάει στην προστασία του περιβάλλοντος αλλά και στην εξοικονόμηση ενέργειας. Επίσης, η συγκεκριμένη ζυθοποιία μέσω της "Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης" προσπαθεί να εισχωρήσει το "μικρόβιο" της ανακύκλωσης και στα παιδιά σε διάφορους δήμους σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη.



ΠΗΓΗ: <http://www.mythosbrewery.gr>

- Η ώρα της ΓΗΣ:** αυτή η δράση ξεκίνησε το 2007 από το Σίδνεϋ της Αυστραλίας και το 2008 είχε διαδοθεί σε 35 χώρες παγκοσμίως και συμμετείχαν 270 πόλεις και 50 εκατομμύρια άνθρωποι. Σκοπός, της δράσης αυτής, είναι οι άνθρωποι που θα πάρουν μέρος, να κλείσουν για μια (1) ώρα

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

όλα τα φώτα, στο σπίτι τους. Έτσι, με αυτήν την ενέργεια καταναλώθηκαν 10,2 λιγότερο ρεύμα, το οποίο ισοδυναμεί με το να μειωθεί, η κυκλοφορία 48.000 αυτοκινήτων. Αυτή, η ενέργεια, συνεχίζεται ακόμα έτσι κάθε χρόνο αυξάνεται ο αριθμός των χωρών, των πόλεων και των ανθρώπων που περνούν μέρος, σε αυτή τη δράση. Ο όμιλος Carlsberg, κατ' επέκταση και η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. στηρίζει αυτή τη δράση, απ' όταν ξεκίνησε, να λειτουργεί.

Όμως, η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. εκτός από την ευαισθησία, που έχει δείξει για το περιβάλλον, ευαισθητοποιείται και για τον Πολιτισμό της Ελλάδας. Δηλαδή, σε συνεργασία, με το ανθρώπινο δυναμικό της, πραγματοποίησε ένα ταξίδι στην Θεσσαλία, προσπαθώντας, να μάθει για το έθιμο των "πανηγυριών". Έτσι, συνομιλώντας με του κατοίκους, εκεί κατέγραψαν τις εμπειρίες, που τους διηγήθηκαν και τις εμπειρίες που είχαν οι ίδιοι και δημιούργησαν ένα βιβλίο, ονομάζοντάς το "Οδοιπορικό στα πανηγύρια της Θεσσαλίας".

Εν συνεχεία, η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. ενδιαφέρεται και για την κοινωνία, μέσω της ασφάλειας που προσπαθεί να παρέχει, στους καταναλωτές της. Δηλαδή, η ζυθοποιία έχει φτιάξει κάποιες, χρήσιμες συμβουλές για την υπεύθυνη και συνάμα διασκεδαστική κατανάλωση αλκοόλ. Οι συμβουλές αυτές είναι:

- Αποφεύγετε την υπερβολική και ευκαιριακή κατανάλωση αλκοόλ.
- Μην πίνετε όταν πρόκειται να οδηγήσετε.
- Μην καταναλώνεται αλκοόλ όταν είστε έγκυος ή όταν προσπαθείτε να μείνετε έγκυος.
- Μην καταναλώνετε μύρα αν παίρνετε φάρμακα.
- Μην καταναλώνετε μύρα αν είναι να χειριστείτε μηχανήματα.
- Να καταναλώνετε αλκοόλ με παρέα.
- Μην πίνετε μύρα όταν συμμετέχετε σε αθλητικές εκδηλώσεις.
- Τρώτε λίγο, πείτε λίγο.
- Να κοιτάτε πάντα την περιεκτικότητα σε αλκοόλ που περιέχει η μύρα, διαφέρει από μύρα σε μύρα.
- Μην πίνετε μύρα μαζί με άλλα ποτά.

- Να επιλέγετε την ώρα που θα πιείτε, διότι δεν είναι όλες οι ώρες ίδιες.

#### 4.5. Προϊόντα

Η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. είναι μια εταιρία μεγάλου βεληνεκούς η οποία στο χαρτοφυλάκιο της περιέχει πολλές μάρκες μύρας, όπου οι πιο πολλές είναι γνωστές παγκοσμίως και έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην αγορά.

Τα προϊόντα που διαθέτει στην αγορά η επιχείρηση είναι:

- Mythos:** η Mythos είναι η πρώτη ελληνική μύρα και δημιουργήθηκε το 1997. Από την πρώτη κιόλας στιγμή που δημιουργήθηκε κατάφερε να αποκτήσει το δικό της κοινό και του δικούς της θαυμαστές. Είναι τύπου Lager και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 5%.
- Carlsberg:** είναι η πιο γνωστή και δημοφιλής μύρα παγκοσμίως. Αποτελεί το νούμερο 1 εμπορικό σήμα για την επιχείρηση σε διεθνές επίπεδο. Η Carlsberg δημιουργήθηκε το 1847 και είναι Δανέζικης προέλευσης. Είναι τύπου Lager και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ φτάνει το 5%.
- Kaiser:** η Kaiser Ξεκίνησε να παράγεται στην Ελλάδα το 1976, είναι Γερμανικής προελεύσεως. Είναι τύπου Pilsner και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ φθάνει στο 5%.
- Corona:** η Corona πρωτοκυκλοφόρησε το 1925 στο Μεξικό από την εταιρία Grupo Modelo. Είναι τύπου Lager και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 4,6%.
- Guinness:** η Guinness είναι Ιρλανδικής προέλευσης και ξεκίνησε να παράγεται το 1759 στο Δουβλίνο. Είναι η πρώτη σε πωλήσεις σε όλο κόσμο. Είναι τύπου Stout και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 5%.
- Henninger:** είναι Βαυαρικής προέλευσης και ξεκίνησε να παράγεται το 1869, επίσης η Henninger είναι η πιο παλιά ξένη μύρα που ξεκίνησε να παράγεται στην Ελλάδα (ξεκίνησε το 1970). Είναι τύπου Lager και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 5%.

- G. **Schneider**: είναι Βαυαρικής προέλευσης και η παραγωγή της γίνεται σε ένα από τα πιο παλιά ζυθοποιεία στην Βαυαρία. Είναι τύπου Weissbier, αυτός ο τύπος μύρας έχει ξεκινήσει να παράγεται από το 1872. Η περιεκτικότητά του σε αλκοόλ ανέρχεται στο 5,4%.
- H. **Grimbergen Blonde**: Είναι Βελγικής προέλευσης και ξεκίνησε να παράγεται το 1128. Αυτήν την μύρα την παράγουν αποκλειστικά οι μοναχοί από το μοναστήρι Grimbergen, την δημιούργησαν σαν προσφορά των ίδιων των μοναχών για τους κουρασμένους ταξιδιώτες που περνούσαν τις πύλες του μοναστηριού. Είναι τύπου Abbey (Μοναστηριακή) και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 6,7%.
- I. **Grimbergen Double**: είναι Βέλγικης προέλευσης και παράγεται από το 1128. Είναι τύπου Abbey (Μοναστηριακή) και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ ανέρχεται στο 6,5%.
- J. **Grimbergen Blanche**: είναι Βέλγικης προέλευσης και παράγεται από το 1128. Είναι τύπου Abbey (Μοναστηριακή) και η περιεκτικότητα σε αλκοόλ φτάνει στο 6%.
- K. **Kilkenny**: είναι Ιρλανδικής προελεύσεως και ξεκίνησε να παράγεται το 1710 στο ζυθοποιείο όπου διέθετε η μονή St. Francis. Στην Ελλάδα ξεκίνησε να κυκλοφορεί το 1999. Είναι τύπου Ale και η περιεκτικότητά της σε αλκοόλ ανέρχεται στο 4,3%.
- L. **Magners Original**: είναι Ιρλανδικής προέλευσης και ξεκίνησε να παράγεται το 1935. Είναι τύπου Cider (μηλίτης) και η περιεκτικότητά σε αλκοόλ ανέρχεται στο 4,5%.
- M. **Somersby**: ξεκίνησε να παράγεται το 2013. Είναι Ανθρακούχος Μηλίτης και η περιεκτικότητά του σε αλκοόλ ανέρχεται στο 4,5%.

#### 4.6. Πωλήσεις



Διάγραμμα 3: Πωλήσεις Μύθος Ζυθοποιίας 2008-2014

Στο παραπάνω διάγραμμα παρουσιάζονται οι πωλήσεις της εταιρίας Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. για τα έτη 2008 με 2014. Επιλέχθηκαν αυτά τα έτη έτσι ώστε να παρουσιαστούν οι πωλήσεις της εταιρίας εκτός και εντός οικονομικής κρίσης. Επίσης, είναι ενδιαφέρον να παρουσιάζονται και οι όποιες επιδράσεις έχουν δεχτεί οι επιχειρήσεις εν μέσω κρίσης. Αυτό που γίνεται αντιληπτό με μια πρώτη ματιά είναι ότι οι πωλήσεις της εταιρίας έχουν μια αύξουσα πορεία. Δηλαδή, το 2008 οι πωλήσεις της επιχείρησης είχαν αγγίξει τα 61.064.599 ενώ το 2014 οι πωλήσεις ήταν 80.837.857. Όμως, το πιο εντυπωσιακό είναι ότι το 2011 η επιχείρηση σημείωσε 84.980.887, όπου ήταν περισσότερες πωλήσεις της.

#### 4.7. Συγχώνευση Ολυμπιακής Ζυθοποιίας με την Μύθο Ζυθοποιία

Στο κομμάτι αυτό θα αναφερθούμε στο γεγονός της συγχώνευσης της Μύθο Ζυθοποιίας με την Ολυμπιακή Ζυθοποιία. Το παρόν γεγονός έλαβε χώρα στην Ελλάδα προς τα τέλη του 2014. Το χρονικό της συγχώνευσης ήταν μακρύ καθώς όταν αποφάσισε η Ολυμπιακή Ζυθοποιία να προβεί σε συγχώνευση, και όχι σε εξαγορά της, με άλλη επιχείρηση δέχτηκε αρκετές προτάσεις από πολλές ζυθοποιίες, εκτός της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ο πρώην πρόεδρος της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας Ι. Χήτος σε συνέντευξη που του πήραν είπε πως *"τώρα έχουν ωριμάσει οι συνθήκες για να κάνει*

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

το επόμενο βήμα η εταιρεία. Καταφέραμε να βρούμε χρηματοδότηση για να υλοποιήσουμε επενδύσεις όταν δύσκολες οι συνθήκες, πόσο μάλλον τώρα. Ολοκληρώσαμε με επιτυχία το πενταετές πλάνο που σχεδιάσαμε το 2010 και διαμορφώνοντας το πλάνο για την επόμενη περίοδο αναζητήσαμε το επόμενο αναπτυξιακό βήμα. Ο όμιλος της Carlsberg ήταν μακράν η καλύτερη επιλογή. Συνεχίζουμε μαζί τα επόμενα πέντε χρόνια για να πετύχουμε τους στόχους που έχουμε στην αγορά".<sup>3</sup>

Η νέα εταιρία θα έχει την ονομασία "Ολυμπιακή Ζυθοποιία Α.Ε." στην οποία το 51% θα ανήκει στον όμιλο Carlsberg, το 25% θα ανήκει στον Ι. Χήτο, το 12% στον Η. Γκρέκη και το υπόλοιπο 12% στον Γ. Γκρέκη. Η συγχώνευση ολοκληρώθηκε τον Απρίλιο του 2015, όπου δόθηκε και η έγκριση από την Επιτροπή Ανταγωνισμού για την ολοκλήρωση της συγχώνευσης. Πριν γίνει συζήτηση για συγχώνευση η Ολυμπιακή Ζυθοποιία κατείχε το 14% του μεριδίου αγοράς και η Μύθο Ζυθοποιία κατείχε το 18% του μεριδίου αγοράς, έτσι τώρα μαζί κατέχουν το 30%-32% του μεριδίου αγοράς. Αυτό σημαίνει πως πλέον οι δύο εταιρίες μαζί γίνονται δυνατός αντίπαλός, απέναντι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η οποία κατέχει το 65%-68% του μεριδίου αγοράς.

Ο διευθύνων σύμβουλος της Carlsberg J.B. Rasmussen, δήλωσε: "η ελληνική αγορά προσφέρει ενδιαφέρουσες ευκαιρίες. Είμαστε πολύ ικανοποιημένοι από την επίδοση της Μύθος Ζυθοποιία από τότε που αποκτήσαμε την εταιρεία στο πλαίσιο εξαγοράς της Scottish & Newcastle. Η συμφωνία συγχώνευσης με την Ολυμπιακή Ζυθοποιία, του δεύτερου ισχυρότερου παίκτη στην ελληνική αγορά, αντιπροσωπεύει μια σημαντική αλλαγή στις δραστηριότητές μας στην εγχώρια αγορά και είμαστε πολύ ενθουσιασμένοι για τις προοπτικές".<sup>4</sup>

<sup>3</sup> <http://www.emea.gr/%CF%80%CF%8E%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%AD%CE%BB%CE%B7%CE%BE%CE%B5-%CE%B7-%CF%86%CE%B9%CE%BE-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%C2%AB%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%AC%C2%BB-%CF%84%CE%B7%CF%82-carl/424526>

<sup>4</sup> <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/881340/sugxoneuontai-muthos--olimpiaki-zuthopia>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Δεικτών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. & Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε.

### 5.1. Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. Χρηματοοικονομικοί Δείκτες

#### 5.1.1. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

##### Δείκτης Γενική Ρευστότητας

Δείκτης		Κυκλοφορούν Ενεργητικό
Γενικής	=	_____
Ρευστότητας		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

2013		2014	
130.660.063		124.156.816	
70.960.463	= 1,84	59.728.899	= 2,07

Πίνακας 5.1. Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης γενικής ρευστότητας για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που είναι αντιληπτό με μια πρώτη ματιά είναι η αύξηση του αποτελέσματος από το 2013 στο 2014, η αύξηση αυτή είναι 0,23 μονάδες. Η μεταβολή αυτή δεν επηρέασε τη ρευστότητα της επιχείρησης, δηλαδή, αφού το αποτέλεσμα είναι >1 τότε το κυκλοφορούν ενεργητικό, μπορεί να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, της επιχείρησης, έτσι δεν θα χρειαστεί κάποια έξτρα δανειοδότηση.

**Δείκτης Ειδικής Ρευστότητας**

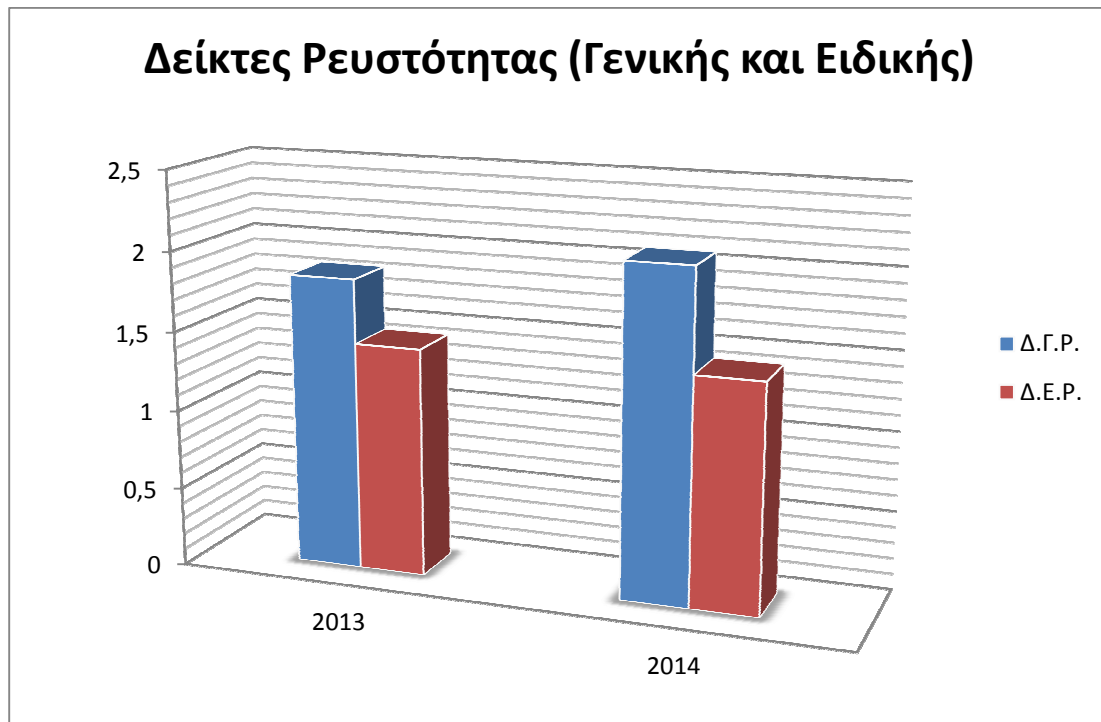
Δείκτης		Κυκλοφορούν Ενεργητικό - Αποθέματα
Ειδικής	=	
Ρευστότητας		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

<b>2013</b>		<b>2014</b>	
130.660.063-27.888.294		124.156.816-38.710.206	
70.960.463	= 1,44	59.728.899	= 1,43

**Πίνακας 5.2. Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Παρατηρώντας τον πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης ειδικής ρευστότητας για τα έτη 2013 και 2014, αυτό που γίνεται γρήγορα αντιληπτό είναι η μηδαμινή διαφορά που έχουν τα δύο (2) έτη μεταξύ τους. Η διαφορά από το 2013 στο 2014 είναι μείωση κατά 0,01 μονάδες. Αυτή η μεταβολή δεν επηρέασε καθόλου το δείκτη, διότι το αποτέλεσμα είναι ακόμα πάνω από τη μονάδα (1), σαν αποτέλεσμα αυτό δείχνει πως τα άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της επιχείρησης επαρκούν για να καλυφθούν οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης.





Διάγραμμα 4. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας (Γενικής, Ειδικής και Ταμειακής) Αθηναϊκή Ζυθοποιία 2013-2014

Στο παραπάνω γράφημα απεικονίζονται οι δείκτες γενικής και ειδικής ρευστότητας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που είναι αντιληπτό με την πρώτη ματιά είναι πως ο δείκτης γενικής ρευστότητας από το 2013 στο 2014 έχει αυξηθεί. Ενώ, ο δείκτης ειδικής ρευστότητας από το 2013 στο 2014 δεν διακρίνεται κάποια αισθητή διαφορά, διότι η διαφορά τους είναι μόλις 0,01.

### 5.1.2. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας

#### Δείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων

Δείκτης Μέσης	=	365
Περίοδος		_____
Είσπραξης Απαιτήσεων		ΚΤ Απαιτήσεων

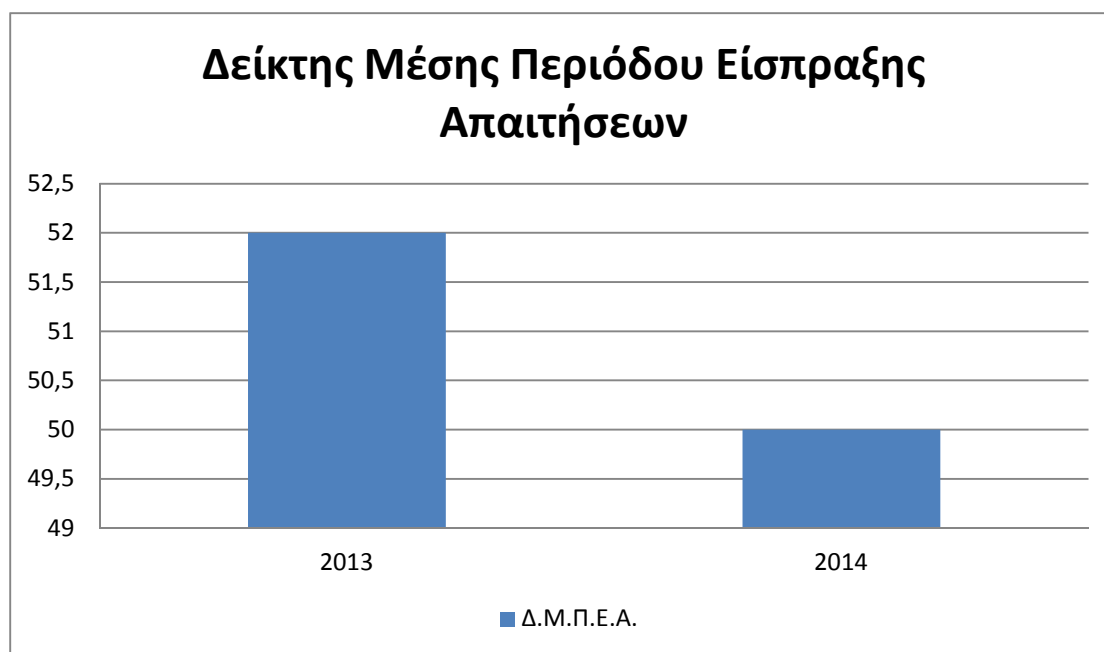
**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
$\frac{365}{7,03} = 52 \text{ ημέρες}$	$\frac{365}{7,21} = 50 \text{ ημέρες}$

**Πίνακας 5.3. Αριθμοδείκτης Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης μέσης περιόδου είσπραξης απαιτήσεων για τα έτη 2013 και 2014. Βλέποντας το αποτέλεσμα του δείκτη για τα δύο έτη, παρατηρείται μια φθίνουσα πορεία από 2013 στο 2014 της τάξεως των 2 ημερών. Αυτό σημαίνει ότι είναι καλό για την επιχείρηση, διότι μικραίνει η ταχύτητα που θα εισπράξει η επιχείρηση τις απαιτήσεις που έχει από τους πελάτες της, κατ' επέκταση θα έχει για λιγότερο καιρό δεσμευμένα τα κεφάλαιά της και θα έχει μικρότερη πιθανότητα για ζημιές μέσω των επισφαλών απαιτήσεων.



**Διάγραμμα 5. Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων Αθηναϊκή Ζυθοποιία 2013-2014**

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
 ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε  
 ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

Στο παραπάνω διάγραμμα απεικονίζεται ο δείκτης μέσης περιόδου είσπραξης απαιτήσεων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτός ο δείκτης υπολογίζεται σε ημέρες. Παρατηρώντας το διάγραμμα φαίνεται μια αύξηση του δείκτη από το 2013 στο 2014.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Μέσος Όρος Απαιτήσεων}}$
--	---	--

2013	2014
$\frac{314.512.108}{44.691.602} = 7,03$	$\frac{296.251.641}{41.037.060} = 7,21$

**Πίνακας 5.4. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014  
 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων για τα έτη 2013 και 2014. Παρατηρώντας το αποτέλεσμα του δείκτη φαίνεται μια αύξηση του δείκτη από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 0,18 μονάδων. Αυτό είναι καλό για την επιχείρηση, διότι με αυτή τη μικρή αύξηση η επιχείρηση το 2014 εισέπραξε λίγο, περισσότερες φορές τις απαιτήσεις, σε σχέση με το 2013.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων	=	$\frac{\text{Κόστος Πωληθέντων}}{\text{Μέσος Όρος Αποθεμάτων}}$
--	---	---

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
<u>314.512.108</u>	<u>296.251.641</u>
24.494.699 = 12,84	33.299.250 = 8,89

**Πίνακας 5.5. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που μπορεί κάποιος να δει με μια πρώτη ματιά είναι ότι ο δείκτης από το 2013 στο 2014 έχει μια μείωση της τάξεων των 3,95 μονάδων. Αυτό σημαίνει πως η επιχείρηση το 2014 ανακύκλωσε λιγότερες φορές τα αποθέματα της σε σχέση με το 2013, όμως αυτό δεν επηρεάζει πολύ την επιχείρηση, διότι ο δείκτης παραμένει ακόμα σε υψηλά επίπεδα.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$
---	---	---

<b>2013</b>	<b>2014</b>
<u>314.512.108</u>	<u>296.251.641</u>
264.835.758 = 1,18	257.261.544 = 1,15

**Πίνακας 5.6. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Το αποτέλεσμα που παρουσιάζεται από το 2013 στο 2014 έχει υποστεί μια μείωση της τάξεως των 0,03 μονάδων, η διαφορά

είναι μηδαμινή. Όμως, το αποτέλεσμα είναι καλό, διότι ξεπερνάει τη μονάδα και αυτό σημαίνει πως η επιχείρηση κάνει εντατική χρήση των περιουσιακών της στοιχείων.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Πάγια Στοιχεία}}$
--	---	---

2013	2014
$\frac{314.512.108}{133.167.019} = 2,36$	$\frac{296.251.641}{131.621.495} = 2,25$

**Πίνακας 5.7. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται το αποτέλεσμα του δείκτη κυκλοφοριακής ταχύτητας καθαρών παγίων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται γρήγορα αντιληπτό είναι η διαφορά μεταξύ των δύο (2) ετών, δηλαδή από το 2013 στο 2014 υπάρχει μια μείωση της τάξεων των 0,11 μονάδων. Παρόλη τη μεταβολή αυτή ο δείκτης κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα, αυτό σημαίνει πως η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία και πιο συγκεκριμένα τον πάγιο εξοπλισμό της.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}$
---	---	---

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

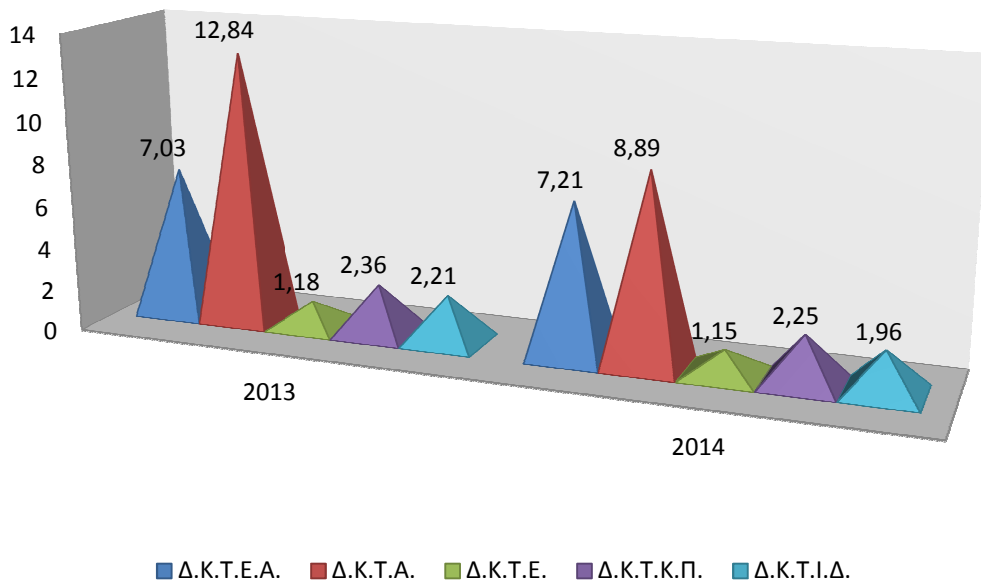
ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
314.512.108	296.251.641
141.766.995 = 2,21	151.066.269 = 1,96

**Πίνακας 5.8. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ιδίων κεφαλαίων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται αντιληπτό με μια πρώτη ματιά είναι πως ο δείκτης από το 2013 στο 2014 έχει μια πτωτική πορεία της τάξεως των 0,25 μονάδων. Από αυτό γίνεται κατανοητό ότι η επιχείρηση το 2014 χρησιμοποίησε λιγότερες μονάδες από τα ίδια της κεφάλαια για τις πωλήσεις της. Αυτό είναι σχετικά θετικό γιατί μίκρυνε ο δείκτης, όμως παραμένει ακόμα σε υψηλά επίπεδα με αποτέλεσμα η επιχείρηση να χρησιμοποιεί από τα ίδια κεφάλαιά της. Όμως, αυτό που μπορεί να συμβαίνει είναι ότι λόγω της χρήσης πολλών ιδίων κεφαλαίων η ασφάλεια της επιχείρησης να μην είναι τόσο καλή και να βασίζεται σε περισσότερα ξένα κεφάλαια.

**Δείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας (Είσπραξης Απαιτήσεων, Αποθεμάτων, Ενεργητικού, Καθαρών Παγίων και Ιδίων Κεφαλαίων)**



**Διάγραμμα 6. Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας (Είσπραξης Απαιτήσεων, Αποθεμάτων, Ενεργητικού, Καθαρών Παγίων και Ιδίων Κεφαλαίων) Αθηναϊκή Ζυθοποιία 2013-2014**

Στο παραπάνω γράφημα απεικονίζονται οι εξής δείκτες: κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων, κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων, κυκλοφοριακή ταχύτητα ενεργητικού, κυκλοφοριακή ταχύτητα καθαρών παγίων και κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίων κεφαλαίων για τα έτη 2013 και 2014. Κοιτώντας το γράφημα, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι δείκτες κυκλοφοριακής ταχύτητας, από το 2013 στο 2014 έχουν μια φθίνουσα πορεία. Με εξαίρεση, το δείκτη κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων από το 2013 στο 2014, είχε μια αύξηση. Κάποιοι δείκτες, μπορεί βέβαια να μην έχουν τόση μεγάλη πτώση σε σχέση με κάποιους άλλους.

### 5.1.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας

#### Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων

Δείκτης		Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων	
Αποδοτικότητας	=	_____	*100
Ιδίων Κεφαλαίων		Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	

2013		2014	
-10.910.766		9.725.711	
141.766.995	*100 = -7,69	151.066.269	*100 = 6,43

Πίνακας 5.9. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων για τα έτη 2013 και 2014, αυτό που φαίνεται είναι ότι υπάρχει μια φθίνουσα διαφορά από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 1,26 μονάδων. Από αυτή την πτώση μπορεί να κατανοηθεί ότι κάποιος τομέας της επιχείρησης, του οποίου δεν μπορεί να είναι γνωστό, πάσχει και αυτό μπορεί, να δημιουργεί κάποιο πρόβλημα στην ίδια.

#### Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού

Δείκτης Αποδοτικότητας		Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων	
Συνολικού	=	_____	
Ενεργητικού		Σύνολο Ενεργητικού	



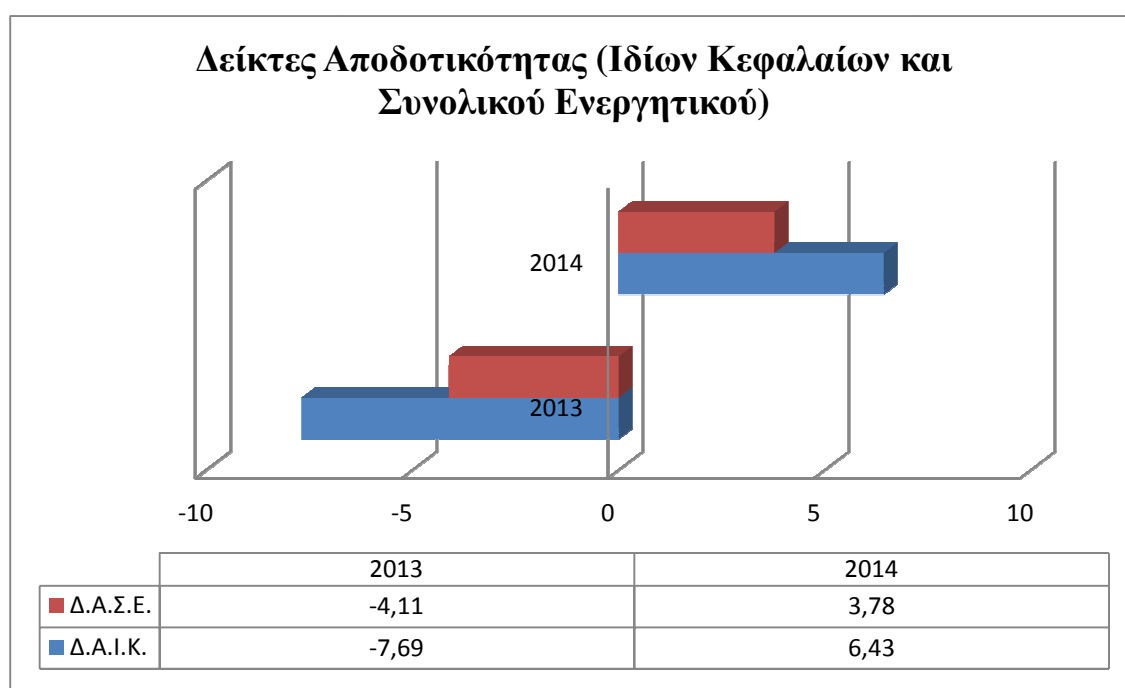
**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>		<b>2014</b>	
-10.910.766		9.725.711	
264.835.758	= -4,11	257.261.544	= 3,78

**Πίνακας 5.10. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Το αποτέλεσμα που προκύπτει ανάμεσα στα δύο (2) έτη, παρατηρείται ότι υπάρχει μια μείωση από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 0,33 μονάδων. Παρόλη τη μείωση όπου υπάρχει, αυτό δεν έχει επιφέρει κάποια ζημιά στην επιχείρηση, διότι ακόμα και με αυτήν τη διαφορά ο δείκτης παραμένει σε υψηλά, σχετικά, επίπεδα. Έτσι, η επιχείρηση είναι σε θέση να δημιουργήσει, ένα "κύμα" ασφάλειας για τους επενδυτές της.



**Διάγραμμα 7. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας (Ιδίων Κεφαλαίων και Συνολικού Ενεργητικού) Αθηναϊκή Ζυθοποιία 2013-2014**

Στο παραπάνω διάγραμμα, παρουσιάζονται ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων και ο δείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού. Αυτό που γίνεται

αντιληπτό εξ αρχής, είναι ότι και οι δύο δείκτες, από το 2013 στο 2014 έχουν μια φθίνουσα πορεία.

#### **5.1.4. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης**

##### **Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού (Δείκτης Αυτονομίας)**

Δείκτης		Ίδια Κεφάλαια
Ιδίων	=	_____
Κεφαλαίων		Σύνολο Ενεργητικού

<b>2013</b>	<b>2014</b>
<u>141.766.995</u>	<u>151.066.269</u>
264.835.758 *100 = 53,53	257.261.544 *100 = 58,72

**Πίνακας 5.11. Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης ιδίων κεφαλαίων προς σύνολο ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Στο αποτέλεσμα που προκύπτει παρουσιάζεται μια αύξηση από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 5,19 μονάδων. Αυτό σημαίνει πως τα ίδια κεφάλαια, μπορούν να καλύψουν πάνω από το 50% του συνολικού ενεργητικού. Οπότε, ο δείκτης παραμένει σε υψηλά επίπεδα με αυτό δημιουργείται ένα αίσθημα ασφάλειας για τους μετόχους και τους πιστωτές.

##### **Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού**

Δείκτης		Ξένα Κεφάλαια
Ξένων	=	_____
Κεφαλαίων		Σύνολο Ενεργητικού

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
<u>123.068.763</u>	<u>106.195.276</u>
264.835.758 *100 = 46,46	257.261.544 *100 = 41,27

**Πίνακας 5.12. Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης ξένων κεφαλαίων προς σύνολο ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται γρήγορα αντιληπτό είναι ότι ο δείκτης από το 2013 στο 2014 έχει μια πτώση της τάξεως των 5,19 μονάδων. Από το αποτέλεσμα αυτό γίνεται κατανοητό ότι ο δείκτης είναι σε σχετικά υψηλά επίπεδα και αυτό δημιουργεί διάφορα ερωτήματα γύρω από το κατά πόσο θα μπορεί η επιχείρηση να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις των πιστωτών της και αν θα υπάρχει κίνδυνος ως προς τη βιωσιμότητά της.

**Δείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια**

Δείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια	=	$\frac{\text{Σύνολο Ξένων Κεφαλαίων}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}} *100$
--	---	--

<b>2013</b>	<b>2014</b>
<u>123.068.763</u>	<u>106.195.276</u>
141.766.995 *100 = 86,81	151.066.269 *100 = 70,29

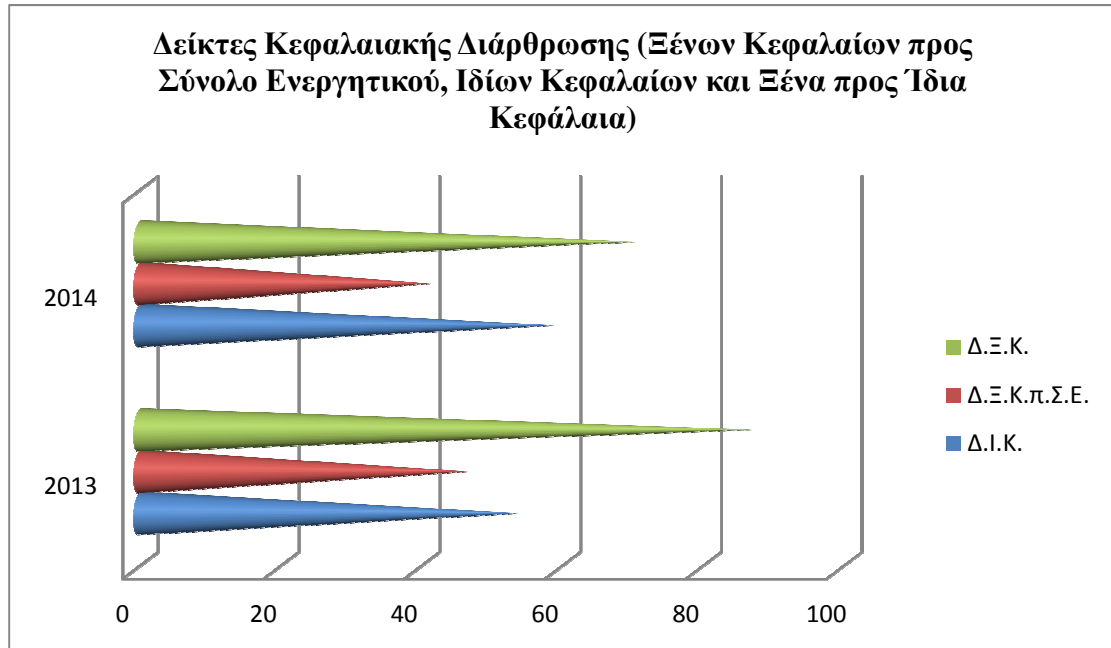
**Πίνακας 5.13. Αριθμοδείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης ξένα προς ίδια κεφάλαια για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται αμέσως αντιληπτό είναι η μείωση που έχει ο δείκτης από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 16,72 μονάδων. Όμως αυτό δεν σημαίνει και πολλά, διότι ο δείκτης παραμένει ακόμα σε υψηλά επίπεδα. Αυτό

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

σημαίνει πως οι υποχρεώσεις που έχει η επιχείρηση προς τρίτους, έχουν μειωθεί μεν αλλά είναι αρκετές δε.



**Διάγραμμα 8. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης (Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού, Ιδίων Κεφαλαίων και Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια) Αθηναϊκή Ζυθοποιία 2013-2014**

Στο παραπάνω γράφημα, απεικονίζονται ο ξένων κεφαλαίων προς σύνολο ενεργητικού, ιδίων Κεφαλαίων και ο δείκτης ξένα προς ίδια κεφάλαια για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται, άμεσα αντιληπτό είναι πως οι δείκτες ξένων κεφαλαίων προς σύνολο ενεργητικού και ξένα κεφάλαια προς ίδια κεφάλαια από το 2013 στο 2014 έχουν πτωτική πορεία. Εν αντιθέσει, ο δείκτης ιδίων κεφαλαίων από το 2013 στο 2014 έχει μια αύξηση των 5,19 μονάδων.

## 5.2. Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. Χρηματοοικονομικοί Δείκτες

### 5.2.1. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

#### Δείκτης Γενική Ρευστότητας

Δείκτης		Κυκλοφορούν Ενεργητικό
Γενικής	=	_____
Ρευστότητας		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

2013		2014	
38.678.287		17.809.926	
15.292.548	= 2,52	16.601.198	= 1,07

**Πίνακας 5.14. Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης γενικής ρευστότητας για τα έτη 2013 και 2014. Όμως, αυτό που γίνεται αντιληπτό με την πρώτη ματιά είναι η μεγάλη πτώση από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 1,45 μονάδων. Παρόλο που ο δείκτης το 2013 ήταν σε υψηλά επίπεδα, δεν έκανε κακό στην επιχείρηση, διότι η ρευστότητα της επιχείρησης, ήταν πολύ καλή. Αυτό σημαίνει πως το κυκλοφορούν ενεργητικό μπορεί να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Το 2014 μπορεί να είχε πτωτική πορεία ο δείκτης, αλλά ακόμα δεν έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την επιχείρηση. Δηλαδή, το αποτέλεσμα ακόμα είναι πάνω από τη μονάδα (1) οπότε αυτό σημαίνει πως η ρευστότητα της επιχείρησης είναι καλή, έτσι το κυκλοφορούν ενεργητικό μπορεί να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Χωρίς να χρειαστεί η επιχείρηση να πάρει κάποιο δάνειο.

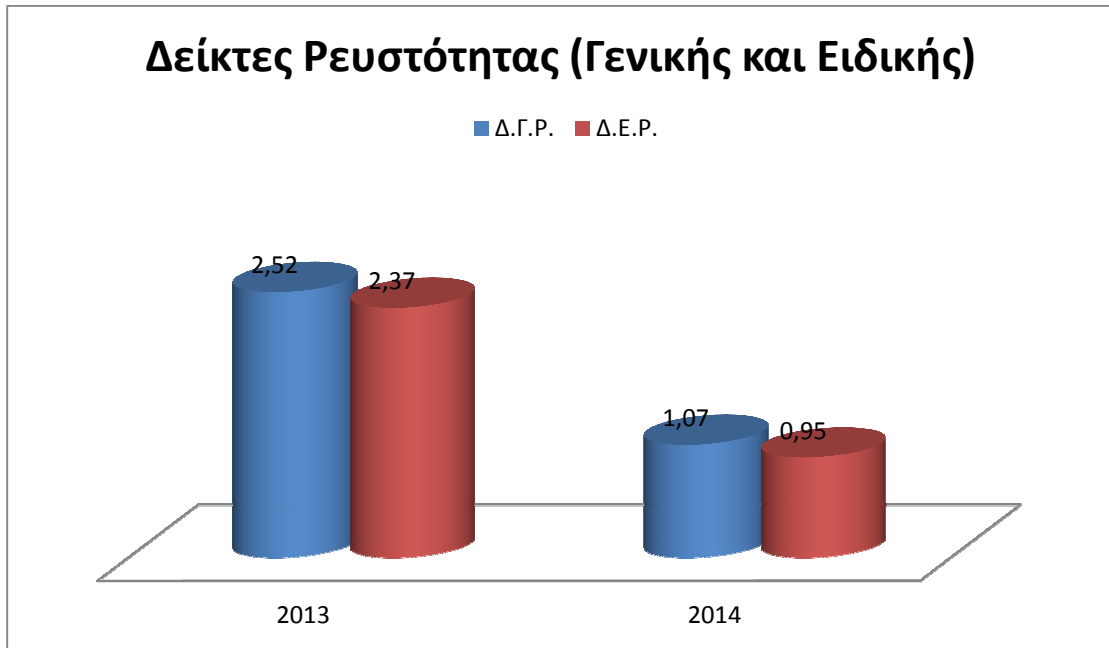
**Δείκτης Ειδικής Ρευστότητας**

Δείκτης		Κυκλοφορούν Ενεργητικό - Αποθέματα
Ειδικής	=	
Ρευστότητας		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

<b>2013</b>		<b>2014</b>	
38.678.287-2.421.020		17.809.926-1.979.999	
15.292.548	= 2,37	16.601.198	= 0,95

**Πίνακας 5.15. Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης ειδικής ρευστότητας για τα έτη 2013 και 2014. Αξιοσημείωτο, είναι το γεγονός της μεγάλης πτώσης του δείκτη από το 2013 στο 2014, της τάξεως των 1,42 μονάδων. Το 2013 ο δείκτης κυμάνθηκε σε υψηλά επίπεδα και από αυτό καταλαβαίνουν ότι τα άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της επιχείρησης φτάνουν για να καλύψουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Αντίθετα, όμως το 2014 λόγω της πτώσης που υπάρχει ο δείκτης έπεσε κάτω από τη μονάδα (1), αυτό δεν είναι καλό για την επιχείρηση. Διότι, αυτό σημαίνει πως τα άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της επιχείρησης δεν επαρκούν για να καλύψουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της.



Διάγραμμα 9. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας (Γενικής και Ειδικής) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014

Στο παραπάνω γράφημα απεικονίζονται οι δείκτες γενικής και ειδικής ρευστότητας της Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε. για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που είναι αντιληπτό με την πρώτη ματιά είναι πως ο δείκτης γενικής ρευστότητας από το 2013 στο 2014 έχει μια πτωτική πορεία, είναι μεγάλη αλλά δεν επηρεάζει ακόμα αρνητικά την επιχείρηση. Ενώ, ο δείκτης ειδικής ρευστότητας από το 2013 στο 2014 έχει και αυτός μια αρκετά μεγάλη πτωτική πορεία σε αυτήν την περίπτωση δεν είναι καλή για την επιχείρηση..

## 5.2.2. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας

### Δείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων

Δείκτης Μέσης	=	365
Περίοδου		_____
Είσπραξης Απαιτήσεων		ΚΤ Απαιτήσεων

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
$\frac{365}{6,96} = 52 \text{ ημέρες}$	$\frac{365}{8} = 45 \text{ ημέρες}$

**Πίνακας 5.16. Αριθμοδείκτης Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης μέσης περιόδου εισπραξης απαιτήσεων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται άμεσα αντιληπτό είναι ότι ο δείκτης από το 2013 στο 2014 έχει μειωθεί κατά 7 ημέρες. Αυτό σημαίνει πως η επιχείρηση το 2014 εισπράττει πιο γρήγορα τις απαιτήσεις της με αποτέλεσμα να μειώνεται η ανάγκη για χρηματοδότηση μέσω κάποιου ενδεχόμενου δανείου. Επίσης, η επιχείρηση από τη στιγμή που εισπράττει πιο γρήγορα τις απαιτήσεις θα μπορεί να κάνει και κάποιες άλλες επενδύσεις σε κάποιες δραστηριότητές της.

**Δείκτης Μέσης Περιόδου Τήρησης Αποθεμάτων**

Δείκτης Μέσης	365
Περίοδου Τήρησης	= $\frac{\quad}{\quad}$
Αποθεμάτων	ΚΤ Αποθεμάτων

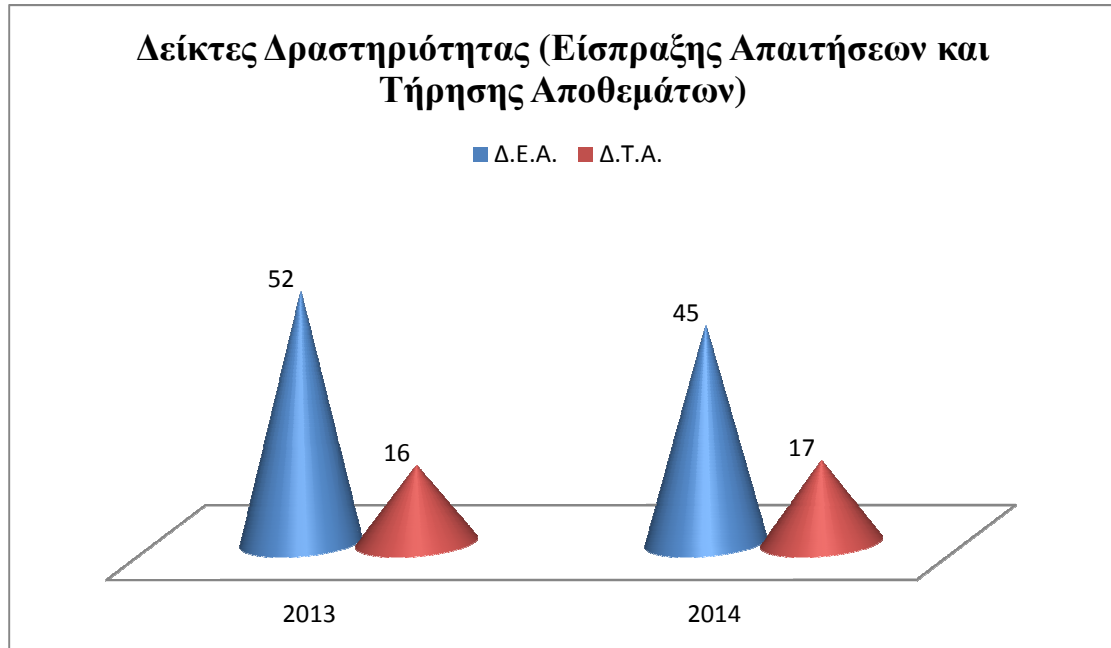
<b>2013</b>	<b>2014</b>
$\frac{365}{21,98} = 16 \text{ ημέρες}$	$\frac{365}{20,90} = 17 \text{ ημέρες}$

**Πίνακας 5.17. Αριθμοδείκτης Τήρησης Αποθεμάτων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στο παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης τήρησης των αποθεμάτων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται κατανοητό με μια πρώτη ματιά είναι πως ο δείκτης από το 2013 στο 2014 έχει μια μηδαμινή αύξηση της τάξεως 1 ημέρας. Από το αποτέλεσμα που προκύπτει γίνεται κατανοητό πως η επιχείρηση πουλάει πολύ



γρήγορα τα εμπορεύματά της, αυτό συνεπάγεται και τη γρήγορη είσπραξη του κόστους των εμπορευμάτων της.



**Διάγραμμα 10. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας (Είσπραξης Απαιτήσεων και Τήρηση Αποθεμάτων) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014**

Στο παραπάνω διάγραμμα απεικονίζονται ο δείκτης είσπραξης απαιτήσεων και ο δείκτης τήρησης αποθεμάτων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που παρατηρείται αμέσως είναι ότι και οι δύο δείκτες από το 2013 στο 2014 έχει μια αύξουσα πορεία.

#### Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων

$$\text{Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Μέσος Όρος Απαιτήσεων}}$$

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
83.684.473	80.837.857
12.021.710 = 6,96	10.103.690 = 8

**Πίνακας 5.18. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014  
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται γρήγορα αντιληπτό είναι η αύξηση που έχει επέλθει στο δείκτη για το 2014 της τάξεως των 1,04 μονάδων. Από το αποτέλεσμα γίνεται κατανοητό ότι ο δείκτης παραμένει σε χαμηλά και καλά επίπεδα, διότι παρόλο την αύξηση η είσπραξη των απαιτήσεων γίνεται συστηματικά μέσα στο οικονομικό έτος.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων	=	$\frac{\text{Κόστος Πωληθέντων}}{\text{Μέσος Όρος Αποθεμάτων}}$
--	---	---

<b>2013</b>	<b>2014</b>
48.276.771	46.153.634
2.195.744 = 21,98	2.200.509 = 20,90

**Πίνακας 5.19. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων 2013-2014 Μύθος  
Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται αντιληπτό με την πρώτη ματιά είναι η μείωση που έχει δεχθεί ο δείκτης από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 1,08 μονάδων. Από τη μείωση, αυτή γίνεται κατανοητό, ότι μέσω της οικονομικής

χρήσης 2014 η επιχείρηση ανακύκλωσε, λιγότερες φορές τα αποθέματά της,σε σχέση με το 2013.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$
---	---	---

2013		2014	
83.684.473		80.837.857	
75.879.943	= 1,10	55.404.130	= 1,45

**Πίνακας 5.20. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που μπορεί κάποιος να δει με μια πρώτη ματιά είναι η αύξηση που έχει ο δείκτης από το 2013 στο 2014, της τάξεως των 0,35 μονάδων. Αφού το αποτέλεσμα, ξεπερνάει τη μονάδα, τότε μπορεί κάποιος να καταλάβει πως η επιχείρηση κάνει εντατική χρήση στα περιουσιακά της στοιχεία.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Πάγια Στοιχεία}}$
--	---	---

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
83.684.473	80.837.857
31.455.924 = 2,66	31.569.010 = 2,56

**Πίνακας 5.21. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας καθαρών παγίων για τα έτη 2013 και 2014. Από το αποτέλεσμα που προκύπτει μπορεί κάποιος να διακρίνει πως από το 2013 στο 2014 υπάρχει μια μικρή πτώση της τάξεως των 0,10 μονάδων. Αυτό όμως δεν έχει επηρεάσει την επιχείρηση, διότι ο δείκτης παραμένει ακόμα υψηλός, αυτό σημαίνει πως η επιχείρηση χρησιμοποιεί σε εντατικό ρυθμό τον πάγιο εξοπλισμό της.

**Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων**

Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων	=	$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}$
---	---	---

<b>2013</b>	<b>2014</b>
83.684.473	80.837.857
59.000.115 = 1,41	37.111.880 = 2,17

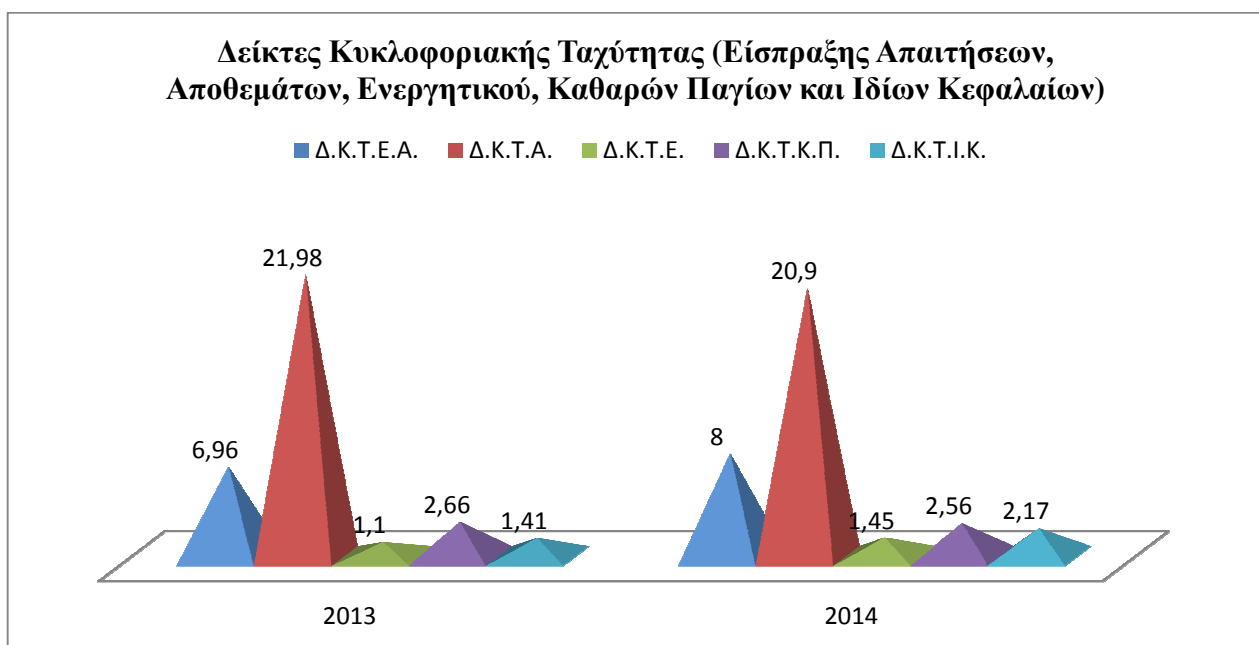
**Πίνακας 5.22. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στο παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ιδίων κεφαλαίων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται αντιληπτό με μια πρώτη ματιά είναι πως ο δείκτης από το 2013 στο 2014 έχει μια αύξουσα πορεία της τάξεως των 0,76 μονάδων. Από αυτό γίνεται κατανοητό ότι η επιχείρηση το 2014

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

χρησιμοποίησε περισσότερες μονάδες από τα ίδια της κεφάλαια για τις πωλήσεις της. Αυτό είναι αρνητικό, γιατί αυξήθηκε ο δείκτης, οπότε πήγε σε ακόμα πιο υψηλά επίπεδα με αποτέλεσμα, η επιχείρηση να χρησιμοποιεί, από τα ίδια κεφάλαιά της. Όμως, αυτό που μπορεί να συμβαίνει, είναι ότι λόγω της χρήσης πολλών ιδίων κεφαλαίων η ασφάλεια της επιχείρησης να μην είναι τόσο καλή και να βασίζεται σε περισσότερα ξένα κεφάλαια.



**Διάγραμμα 11. Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας (Είσπραξης Απαιτήσεων, Αποθεμάτων, Ενεργητικού, Καθαρών Παγίων και Ιδίων Κεφαλαίων) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014**

Στο παραπάνω γράφημα απεικονίζονται οι εξής δείκτες: κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων, κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων, κυκλοφοριακή ταχύτητα ενεργητικού, κυκλοφοριακή ταχύτητα καθαρών παγίων και κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίων κεφαλαίων για τα έτη 2013 και 2014. Κοιτώντας το γράφημα παρατηρείται ότι όλοι οι δείκτες κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων και κυκλοφοριακής ταχύτητας καθαρών παγίων από το 2013 στο 2014 έχουν μια φθίνουσα πορεία. Ενώ, οι δείκτες κυκλοφοριακής ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων, κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού και κυκλοφοριακής ταχύτητας ιδίων κεφαλαίων, έχουν μια αύξουσα πορεία.

### 5.2.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας

#### Δείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους (επί των πωλήσεων)

Δείκτης Μικτού		Μικτά Κέρδη	
Περιθωρίου	=	—————	*100
Κέρδους		Πωλήσεις	

2013		2014	
<u>35.407.702</u>		<u>34.684.223</u>	
83.684.473	*100 = 42,31	80.837.857	*100 = 42,90

Πίνακας 5.23. Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους (επί των πωλήσεων) 2013-2014  
 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Στον πίνακα απεικονίζεται ο δείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους επί των πωλήσεων για τα έτη 2013 και 2014. Παρατηρείται μια αύξηση της τάξεως των 0,59 μονάδων. Παρόλο την αύξηση το αποτέλεσμα παραμένει υψηλό, από αυτό καταλαβαίνει κάποιος πως το μικτό κέρδος μπορεί να καλύψει τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης.

#### Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων

Δείκτης		Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων	
Αποδοτικότητας	=	—————	*100
Ιδίων Κεφαλαίων		Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>		<b>2014</b>	
2.979.223		4.007.827	
59.000.115	*100 = 5,04	37.111.880	*100 = 10,79

**Πίνακας 5.24. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που είναι διακριτό από την πρώτη στιγμή είναι η μεγάλη αύξηση που έχει ο δείκτης από το 2013 στο 2014, της τάξεως των 5,75 μονάδων. Από αυτή την αύξηση, γίνεται κατανοητό, πως η επιχείρηση κάνει εντατική χρήση των κεφαλαίων της.

**Δείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού**

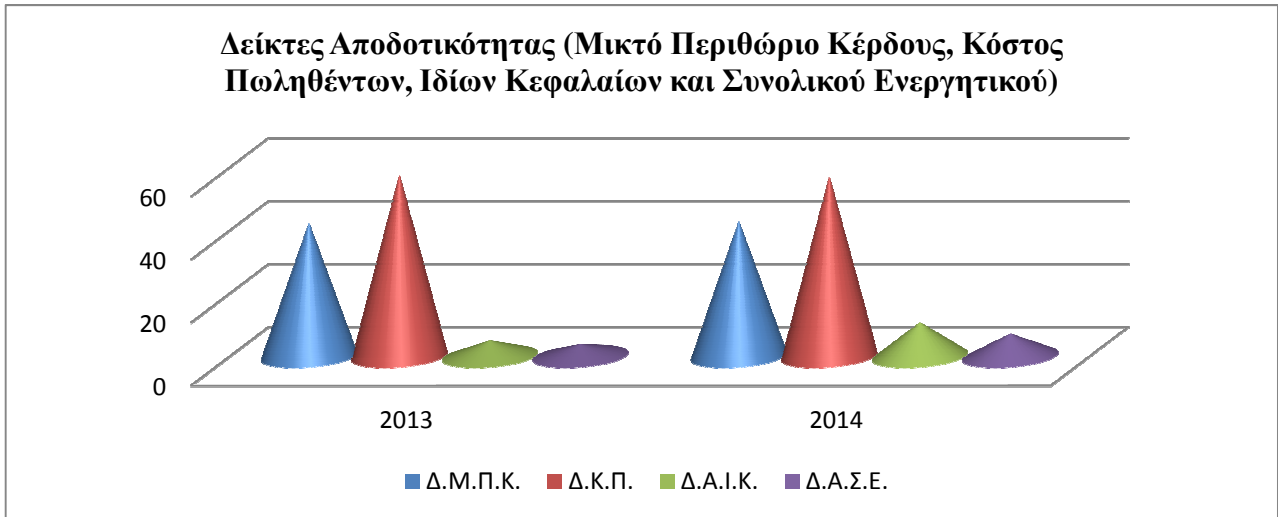
Δείκτης Αποδοτικότητας		Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων	
Συνολικού	=		*100
Ενεργητικού		Σύνολο Ενεργητικού	

<b>2013</b>		<b>2014</b>	
2.979.223		4.007.827	
75.879.943	*100 = 3,92	55.404.130	*100 = 7,2

**Πίνακας 5.25. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα, απεικονίζεται ο δείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Το αποτέλεσμα που έχει προκύψει είναι αρκετά καλό και παρατηρείται και μια αύξηση του δείκτη από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 3,31 μονάδων. Επίσης, αυτή η αύξηση στο δείκτη κάνει καλό στην

επιχείρηση, διότι όσο πιο υψηλός, είναι ο δείκτης αυτός τόσο, μεγαλύτερη ασφάλεια δημιουργεί η επιχείρηση, στους επενδυτές της.



**Διάγραμμα 12. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας (Μικτού Περιθωρίου Κέρδους, Κόστος Πωληθέντων, Ιδίων Κεφαλαίων και Συνολικού Ενεργητικού) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014**

Στο παραπάνω διάγραμμα παρουσιάζονται ο δείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους, ο δείκτης κόστος πωληθέντων, ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων και ο δείκτης αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού. Αυτό που γίνεται αντιληπτό εξ αρχής, είναι ότι και οι δείκτες μικτού περιθωρίου κέρδους, αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων και αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού από το 2013 στο 2014 έχουν μια αύξουσα πορεία. Ενώ, ο δείκτης κόστος πωληθέντων έχει μια φθίνουσα πορεία από το 2013 στο 2014.

#### 5.2.4. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης

**Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού (Δείκτης Αυτονομίας)**

Δείκτης	=	Ίδια Κεφάλαια
Ιδίων		_____
Κεφαλαίων		Σύνολο Ενεργητικού



ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε  
ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>2013</b>	<b>2014</b>
59.000.115	37.111.880
75.879.943 *100 = 77,75	55.404.130 *100 = 66,98

**Πίνακας 5.26. Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα, απεικονίζεται ο δείκτης ιδίων κεφαλαίων προς σύνολο ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Στο αποτέλεσμα, που προκύπτει παρουσιάζεται, μια μείωση από το 2013 στο 2014 της τάξεως των 10,77 μονάδων. Αυτό σημαίνει, πως τα ίδια κεφάλαια μπορούν να καλύψουν πάνω από το 60% του συνολικού ενεργητικού. Οπότε, ο δείκτης παραμένει σε υψηλά επίπεδα, με αποτέλεσμα να δημιουργείται, ένα αίσθημα ασφάλειας για τους μετόχους και τους πιστωτές.

**Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού**

Δείκτης		Ξένα Κεφάλαια
Ξένων	=	_____
Κεφαλαίων		Σύνολο Ενεργητικού

<b>2013</b>	<b>2014</b>
16.879.828	18.292.250
75.879.943 *100 = 22,24	55.404.130 *100 = 33,01

**Πίνακας 5.27. Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης ξένων κεφαλαίων προς σύνολο ενεργητικού για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται, γρήγορα αντιληπτό, είναι

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

ότι ο δείκτης από το 2013 στο 2014 έχει μια αύξηση της τάξεως των 10,77 μονάδων. Από το αποτέλεσμα αυτό, γίνεται κατανοητό, ότι ο δείκτης είναι σε σχετικά υψηλά επίπεδα και αυτό δημιουργεί, διάφορα ερωτήματα γύρω από το κατά πόσο θα μπορεί η επιχείρηση να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις των πιστωτών της και αν θα υπάρχει κίνδυνος ως προς την βιωσιμότητά της.

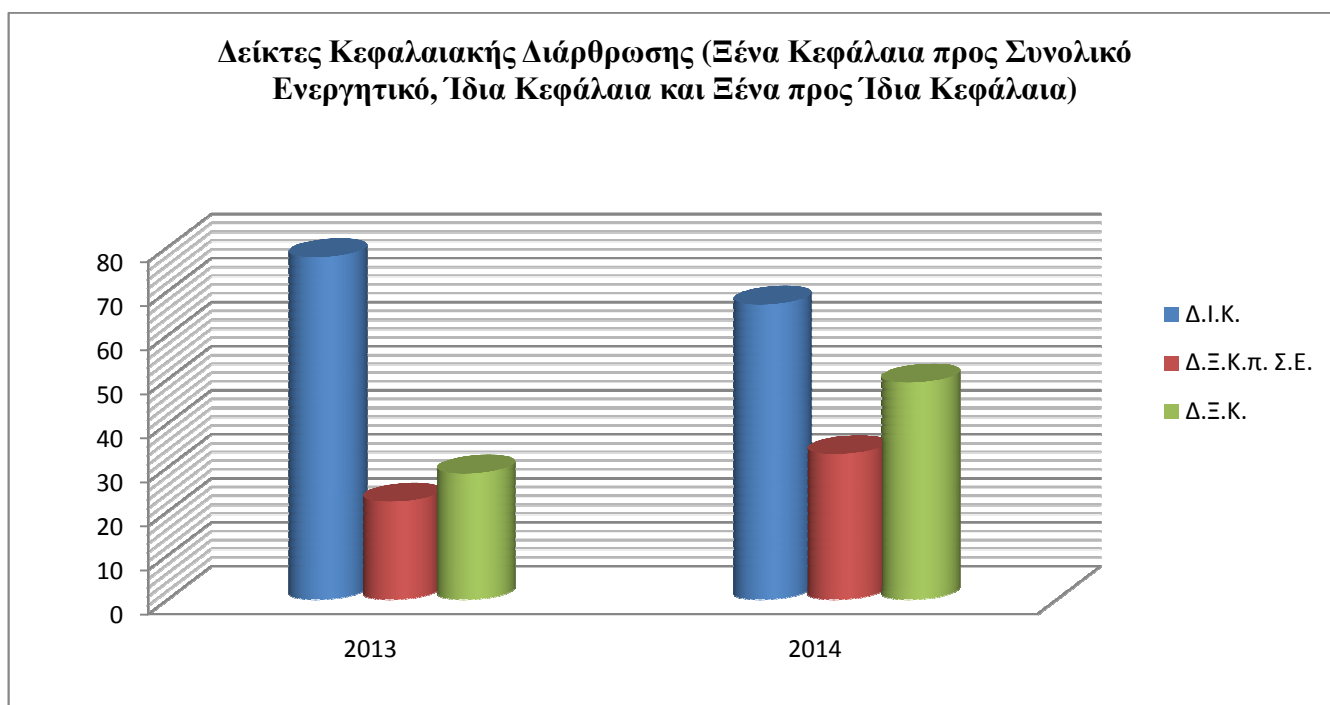
**Δείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια**

Δείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια	=	$\frac{\text{Σύνολο Ξένων Κεφαλαίων}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}$	*100
--	---	---	------

<b>2013</b>		<b>2014</b>	
16.879.828		18.292.250	
59.000.115	*100 = 28,60	37.111.880	*100 = 49,28

**Πίνακας 5.28. Αριθμοδείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.**

Στον από πάνω πίνακα παρουσιάζεται, ο δείκτης ξένα προς ίδια κεφάλαια για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται άμεσα αντιληπτό, είναι η μεγάλη αύξηση που έχει ο δείκτης από το 2013 στο 2014, της τάξεως των 20,60 μονάδων. Αυτό σημαίνει, πως οι υποχρεώσεις που έχει η επιχείρηση, προς τρίτους έχουν αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό.



**Διάγραμμα 13. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης (Ξένα Κεφάλαια προς Συνολικό Ενεργητικό, Ίδια Κεφάλαια και Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014**

Στο παραπάνω γράφημα απεικονίζονται ο δείκτης μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια και ο δείκτης ξένα προς ίδια κεφάλαια για τα έτη 2013 και 2014. Αυτό που γίνεται, άμεσα αντιληπτό, είναι πως και οι δύο δείκτες από το 2013 στο 2014 έχουν μια αύξουσα πορεία.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο κλάδος της ζυθοποιίας, στην Ελλάδα πρωτοξεκίνησε το 1864 και έχει καταφέρει να είναι, ένας από τους πιο ανταγωνιστικούς κλάδους, πλέον. Οι Έλληνες, έχουν συνδυάσει τη μύρα με το καλοκαίρι και τις διακοπές, έτσι την συνδυάζουν σχεδόν με όλα τους τα φαγητά, έχει γίνει μέρος της κουλτούρας τους. Μπορεί, η Ελλάδα να πλήττεται τα τελευταία 6 χρόνια από την οικονομική κρίση, όμως αυτό δεν έχει επηρεάσει πολύ, την παραγωγή μύρας. Όμως, όπως είναι φυσικό και επόμενο οι πωλήσεις και τα κέρδη των εταιριών που είναι στον κλάδο αυτό, έχουν επηρεαστεί όμως δεν τους σταματάει αυτό και κάνουν, σχεδόν, συνέχεια επενδύσεις είτε εντός, είτε εκτός, της χώρας.

Οι οικονομικές καταστάσεις, για τις εταιρίες "Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε." και "Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε." αναλύθηκαν με την βοήθεια των αριθμοδεικτών. Τελειώνοντας, την ανάλυση των καταστάσεων προέκυψαν τα παρακάτω αποτελέσματα.

Με τη βοήθεια των αριθμοδεικτών ρευστότητας προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. έχει καλύτερη ρευστότητα από την Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε., αυτό γίνεται κατανοητό, διότι οι δείκτες της Αθηναϊκής, έχουν πολύ καλύτερα αποτελέσματα, σε σχέση με την Μύθο, επειδή τα αποτελέσματά της είναι αρκετά πιο υψηλά, από το επιθυμητό όριο. Από τα παραπάνω αποτελέσματα, είναι εύκολα να κατανοηθεί πως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. δεν διατρέχει, κάποιον άμεσο κίνδυνο, όσον αφορά, τη ρευστότητά της.

Οι αριθμοδείκτες δραστηριότητας, βοηθούν τον αναλυτή να δει πόσες φορές η επιχείρηση ανανέωσε τα αποθέματά της, πόσες φορές μέσα στο οικονομικό έτος η επιχείρηση, εισπράττει τις απαιτήσεις της. Από τα αποτελέσματα και των δύο εταιριών, παρατηρείτε ότι η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. είναι σε λίγο καλύτερη θέση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.. Καθώς, μέσα στο οικονομικό έτος εισπράττει περισσότερες φορές τις απαιτήσεις της και ανακυκλώνει περισσότερες φορές τα

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

αποθέματά της. Βέβαια, αυτό που είναι πιο σημαντικό για την κάθε επιχείρηση είναι η ρευστότητα που έχει και σε αυτήν την περίπτωση η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. δυστυχώς, δεν έχει καλή ρευστότητα, διότι το 2014 η ρευστότητά της έπεσε, λίγο βέβαια, κάτω από την μονάδα (1).

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. και η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. ανήκουν στις επιχειρήσεις, όπου έχουν καταφέρει να παραμένουν σταθερές, εν μέσω οικονομικής κρίσης. Είναι δύο πολυεθνικές εταιρίες, οι οποίες με τα χρόνια έχουν καταφέρει να αναπτύξουν, τα προϊόντα τους και να γίνουν γνωστές, εννοώντας πως πλέον οι καταναλωτές, αναγνωρίζουν τα προϊόντα τους από το logo τους. Τέλος, έχουν καταφέρει εν μέσω κρίσης, να αυξήσουν τις εξαγωγές τους και να προεκταθούν και σε άλλες χώρες και ηπείρους.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

<b><u>ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ Α.Ε.</u></b>		
	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>		
Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία	133.167.019	131.621.495
Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία	178.520	665.686
Επενδύσεις σε θυγατρικές Εταιρίες	406.185	406.185
Λοιπές Επενδύσεις	88.041	88.041
Λοιπές Μακροπρόθεσμες Απαιτήσεις	335.930	323.322
<b>Σύνολο Μη Κυκλοφορούντος Ενεργητικού</b>	<b>134.175.695</b>	<b>133.104.729</b>
Αποθέματα	27.888.294	38.710.206
Πελάτες και Λοιπές Απαιτήσεις	38.561.172	43.512.949
Δάνεια σε Συγγενείς Εταιρείες	45.000.000	20.000.000
Φόρος Εισοδήματος Εισπρακτέος	-	1.814.901
Χρηματικά Διαθέσιμα και Ισοδύναμα	19.210.597	20.118.759
<b>Σύνολο Κυκλοφορούντος Ενεργητικού</b>	<b>130.660.063</b>	<b>124.156.816</b>
<b>Σύνολο Ενεργητικού</b>	<b>264.835.758</b>	<b>257.261.544</b>
<b>Ίδια Κεφάλαια</b>		
Μετοχικό Κεφάλαιο	54.581.310	54.581.310
Διάφορα υπέρ το άρτιο	1.365	1.365
Αποθεματικά	18.529.918	18.529.918
Κέρδη εις νέον	68.654.402	77.953.676

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b>Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων</b>	<b>141.766.995</b>	<b>151.066.269</b>
<b>Υποχρεώσεις</b>		
Παροχές σε εργαζομένους μετά την έξοδο από την υπηρεσία	33.059.010	30.840.679
Αναβαλλόμενες Φορολογικές Υποχρεώσεις	11.303.990	12.273.859
Προβλέψεις	7.745.298	3.351.838
<b>Σύνολο Μακροπρόθεσμων Υποχρεώσεων</b>	<b>52.108.298</b>	<b>46.466.376</b>
Προμηθευτές και Λοιπές Υποχρεώσεις	67.834.944	59.728.899
Φόρος Εισοδήματος Πληρωτέος	3.125.521	-
<b>Σύνολο Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων</b>	<b>70.960.465</b>	<b>59.728.899</b>
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	<b>123.068.763</b>	<b>106.195.276</b>
<b>Σύνολο Παθητικού</b>	<b>264.835.758</b>	<b>257.261.544</b>

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

<b><u>ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΥΘΟ ΖΥΘΟΠΟΙΑΣ Α.Ε.</u></b>		
	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>		
Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία	2.924.659	2.753.171
Ιδιοχρησιμοποιούμενα Ενσώματα Πάγια Στοιχεία	31.455.924	31.569.010
Λοιπά μη Κυκλοφορούντα Περιουσιακά Στοιχεία	2.821.073	3.272.023
Αποθέματα	2.421.020	1.979.999
Απαιτήσεις από Πελάτες	9.198.101	10.009.280
Λοιπά Κυκλοφορούντα Περιουσιακά Στοιχεία	27.059.166	4.820.647
<b>Σύνολο Ενεργητικού</b>	<b>75.879.943</b>	<b>55.404.130</b>
<b>Ίδια Κεφάλαια</b>		
Μετοχικό Κεφάλαιο	39.405.499	13.405.497
Λοιπά Στοιχεία Ιδίων Κεφαλαίων	19.594.616	23.706.383
<b>Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων</b>	<b>59.000.115</b>	<b>37.111.880</b>
Προβλέψεις/ Λοιπές Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	1.587.280	1.691.052
Λοιπές Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	15.292.548	16.601.198
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	<b>16.879.828</b>	<b>18.292.250</b>
<b>Σύνολο Παθητικού</b>	<b>75.879.943</b>	<b>55.404.130</b>



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Αλεξανδρίδης Μ. Α.. Χρηματοοικονομική Διαχείριση. Εκδόσεις: Σύγχρονη Εκδοτική. Αθήνα 2004.

Αποστολόπουλος Ι. Ν.. Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοικήσεως: μέθοδοι, εργαλεία, εφαρμογές. Εκδόσεις: Αθ. Σταμούλης. Αθήνα 2012.

Αποστολόπουλος Ι. Ν.. Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοικήσεως. Εκδόσεις: Αθ. Σταμούλης. Αθήνα 1997.

Βασιλείου Δ. και Ηρειώτης Ν.. Χρηματοοικονομική Διοίκηση Θεωρία και Πρακτική. Εκδόσεις: Rosili. Αθήνα 2008.

Ζώης Κ.Α. και Γαρουφάλης Κ. Δ.. Οικονομικός Προγραμματισμός Επιχειρήσεων. Εκδόσεις: Σύγχρονη Εκδοτική. Αθήνα 2008.

Θάνος Γ., Κιόχος Π. και Παπανικολάου Γ.. Χρηματοδότηση των Επιχειρήσεων. Εκδόσεις: Σύγχρονη Εκδοτική. Αθήνα 2002.

Κάντζος Κ.. Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων. Εκδόσεις: Φαίδιμος. Αθήνα 2013.

Ξανθάκης Μ. και Αλεξάκης Χ.. Χρηματοοικονομική Ανάλυση Επιχειρήσεων. Εκδόσεις: Αθ. Σταμούλη. Αθήνα 2007.

Παπαδέας Π. και Συκιανάκης Ν.. Ανάλυση & Διερεύνηση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων: Σύμφωνα με τα Ελληνικά και Διεθνή (Λογιστικά) Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης. Αθήνα 2014.

Άλλες Διαδικτυακές Πηγές:

[www.mythosbrewery.gr](http://www.mythosbrewery.gr)

[www.athenianbrewery.gr](http://www.athenianbrewery.gr)

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

[www.emea.gr](http://www.emea.gr)

[www.naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr)

[www.ethnos.gr](http://www.ethnos.gr)

[www.news247.gr](http://www.news247.gr)

Κλαδικές Μελέτες:

ICAP. Ζυθοποιίες 2013

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΝΑΚΩΝ**

Πίνακας 5.1. Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.2. Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.3. Αριθμοδείκτης Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.4. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014

Πίνακας 5.5. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.6. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.7. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.8. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.9. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.10. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.11. Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

Πίνακας 5.12. Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.13. Αριθμοδείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια 2013-2014 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.14. Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.15. Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.16. Αριθμοδείκτης Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.17. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Είσπραξης Απαιτήσεων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.18. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.19. Αριθμοδείκτης Τήρησης Αποθεμάτων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.20. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Τήρησης Αποθεμάτων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.21. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Καθαρών Παγίων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.22. Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.23. Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους (επί των πωλήσεων) 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

Πίνακας 5.24. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.25. Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικού Ενεργητικού 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.26. Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.27. Αριθμοδείκτης Ξένων Κεφαλαίων προς Σύνολο Ενεργητικού 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

Πίνακας 5.28. Αριθμοδείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια 2013-2014 Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**

Διάγραμμα 1: Μερίδια Αγοράς για τον Κλάδο της Ζυθοποιίας 2014

Διάγραμμα 2: Πωλήσεις Αθηναϊκής Ζυθοποιίας 2008-2014

Διάγραμμα 3: Πωλήσεις Μύθος Ζυθοποιίας 2008-2014

Διάγραμμα 4. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας (Γενικής, Ειδικής και Ταμειακής)  
Αθηναϊκή Ζυθοποιία 2013-2014

Διάγραμμα 5. Αριθμοδείκτης Μέσης Περιόδου Είσπραξης Απαιτήσεων Αθηναϊκή  
Ζυθοποιία 2013-2014

Διάγραμμα 6. Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας (Είσπραξης Απαιτήσεων,  
Αποθεμάτων, Ενεργητικού, Καθαρών Παγίων και Ιδίων Κεφαλαίων) Αθηναϊκή  
Ζυθοποιία 2013-2014

Διάγραμμα 7. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας (Ιδίων Κεφαλαίων και Συνολικού  
Ενεργητικού) Αθηναϊκή Ζυθοποιία 2013-2014

Διάγραμμα 8. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης ( Μακροπρόθεσμων  
Υποχρεώσεων προς Ίδια Κεφάλαια και Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια) Αθηναϊκή  
Ζυθοποιία 2013-2014

Διάγραμμα 9. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας (Γενικής και Ειδικής) Μύθος Ζυθοποιία  
2013-2014

Διάγραμμα 10. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας (Είσπραξης Απαιτήσεων και Τήρηση  
Αποθεμάτων) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014

Διάγραμμα 11. Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας (Είσπραξης Απαιτήσεων,  
Αποθεμάτων, Ενεργητικού, Καθαρών Παγίων και Ιδίων Κεφαλαίων) Μύθος  
Ζυθοποιία 2013-2014

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. & ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε**

ΝΤΑΜΠΟ ΜΑΡΙΑ- ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

---

Διάγραμμα 12. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας (Μικτού Περιθωρίου Κέρδους, Κόστος Πωληθέντων, Ιδίων Κεφαλαίων και Συνολικού Ενεργητικού) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014

Διάγραμμα 13. Αριθμοδείκτες Κεφαλαιακής Διάρθρωσης ( Μακροπρόθεσμων Υποχρεώσεων προς Ίδια Κεφάλαια και Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια) Μύθος Ζυθοποιία 2013-2014