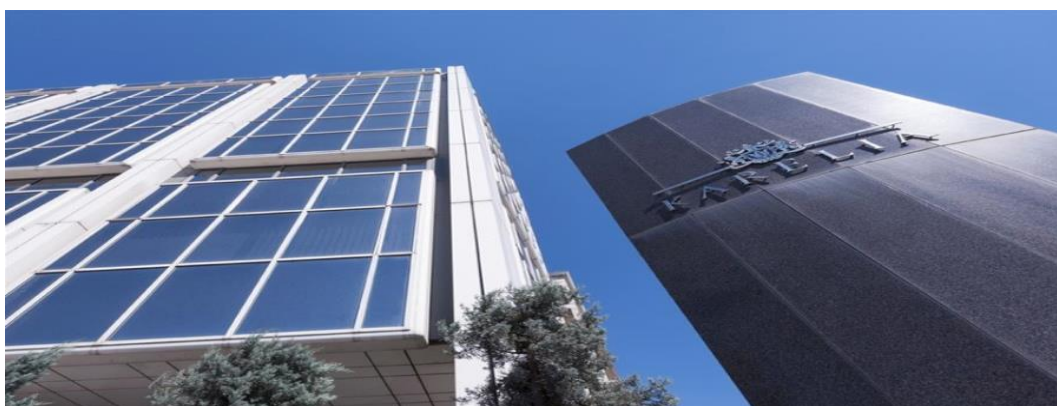




ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Θέμα: Στρατηγική Ανάλυση της Καπνοβιομηχανίας
Καρέλια Α.Ε.



ΤΣΟΛΚΑ ΕΛΕΝΗ 106/16

Επιβλέπων Καθηγητής: Βασιλειάδης Αχιλλέας

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2022

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η στρατηγική ανάλυση της Καπνοβιομηχανίας Καρέλια ΑΕ, αφορά την ανάλυση του εξωτερικού και του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Ο καπνοβιομηχανικός κλάδος κατατάσσεται στους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Η Καρέλια ΑΕ είναι η μοναδική ελληνική εταιρεία του κλάδου, η οποία κάθε χρόνο αυξάνει το μερίδιο αγοράς της, παρά τις αντίξοες συνθήκες των τελευταίων ετών λόγω των περιορισμών από την πανδημία Covid-19. Η εταιρεία είναι προσηλωμένη στη ποιότητα λανσάροντας μεγάλη γκάμα προϊόντων, εκ των οποίων κάποια από αυτά έχουν ανταγωνιστικές τιμές λιανικής πώλησης.

Εκτός από την Ελλάδα δραστηριοποιείται με τη μορφή των εξαγωγών σε άλλες 50 χώρες παγκοσμίως, έχοντας τη στήριξη από κάποιες θυγατρικές της που δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό. Η επιχείρηση παρουσιάζει μεγάλη ταμειακή ρευστότητα, ενώ είναι προσανατολισμένη σε συνεχείς επενδύσεις που αφορούν τη βελτίωση των μηχανημάτων της και την εκπαίδευση των εργαζομένων της, καθώς στην ανάληψη σημαντικών δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η αύξηση της τουριστικής κίνησης για το 2022 αποτελεί σημαντική ευκαιρία για την αύξηση των πωλήσεων της. Επίσης, ακολουθώντας τις νέες τάσεις η Καρέλια ΑΕ, θα μπορούσε να δραστηριοποιηθεί περαιτέρω στη κατασκευή νέων προϊόντων όπως η κάνναβη και οι νέες σειρές «ηλεκτρονικού» τσιγάρου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	3
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	5
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	5
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	8
2.1 Δημογραφικό - Κοινωνικό.....	8
2.2. Οικονομικό περιβάλλον	10
2.3. Τεχνολογικό περιβάλλον	18
2.4 Πολιτικό – Νομικό Περιβάλλον	21
3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΙΚΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	25
3.1 Ο Κλάδος της Καπνοβιομηχανίας.....	25
3.2 Ελληνική Αγορά.....	27
3.3 Ο Κλάδος στην Ευρωπαϊκή – Διεθνή Αγορά.....	30
3.4 Χρηματοοικονομική Επίδοση του Κλάδου	31
3.5 Ανάλυση του Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος (Porter)	32
3.6 Οι ανταγωνιστές	35
3.7 Το λαθρεμπόριο τσιγάρων	39
4. ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε.....	40
4.1 Η «Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε.»: Όραμα, Αποστολή, Αξίες.....	40
4.2 Οι θυγατρικές.....	41
4.3 Τα προϊόντα – σήματα	45
4.4 Διεθνής Παρουσία	49
4.5 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της Καρέλια ΑΕ.....	52

4.6 Νέες συνεργασίες	54
4.7 Χρηματοοικονομικά Στοιχεία.....	54
5. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT	58
6. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING– ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	61
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	64
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	66

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1:Γεννήσεις ζώντων – θάνατοι	9
Πίνακας 2:Βασικοί Δείκτες Οικονομικής Διάθρωσης & Αποδοτικότητας	57

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Α.Ε.Π και συνιστώσες, ποσοστιαίες μεταβολές (%)	12
Εικόνα 2: Ποσοστό ανεργίας Ελλάδα και Ευρωζώνη στο σύνολο του Πληθυσμού (15-74)	12
Εικόνα 3: Ποσοστό ανεργίας Ελλάδα και Ευρωζώνη, ανεργία στους νέους (15-24)	13
Εικόνα 4: Πληθωρισμός εναρμονισμένου δείκτη και «πυρήνας» πληθωρισμού	14
Εικόνα 5: Δείκτες επιμέρους μεταποιητικών κλάδων	16
Εικόνα 6: Εξέλιξη μέσου όρου δεικτών κερδοφορίας – αποδοτικότητας (2019/2020)	17
Εικόνα 7: Οι 10 κορυφαίες επιχειρήσεις	27
Εικόνα 8: Δείκτης του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων παραγωγής – εισαγωγής τσιγάρων και πούρων (2013-2018)	28
Εικόνα 9: Εξέλιξη της Παγκόσμιας Παραγωγής Καπνού (2014-2019). Σε χιλ. τόνους αποξηραμένου καπνού	30
Εικόνα 10: Μεριδία αγοράς των μεγαλύτερων βιομηχανιών τσιγάρων παγκοσμίως	31
Εικόνα 11: Συνοπτικός Ισολογισμός Επιχειρήσεων του Κλάδου (2018/2017)	31
Εικόνα 12: Αριθμοδείκτες 10 εταιρειών	32
Εικόνα 13: Κατανάλωση παράνομων τσιγάρων στην ΕΕ το 2020	39
Εικόνα 14: Οργανόγραμμα της Καρέλια ΑΕ	41
Εικόνα 15: Ισολογισμός & Αποτελέσματα Καρέλια ΑΕ & θυγατρικές Εταιρίες	45
Εικόνα 16: Ισολογισμός – Αποτελέσματα 2021, Καρέλια ΑΕ	55
Εικόνα 17: Κέρδη προ φόρων & πωλήσεις 2019-2021 Καρέλια ΑΕ	56

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Καπνοβιομηχανία ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε. είναι Ανώνυμη Εταιρεία, εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αθηνών και εγκατεστημένη στην Ελλάδα, η οποία ιδρύθηκε το 1888 και δραστηριοποιείται στην παραγωγή και χονδρικό εμπόριο προϊόντων καπνού. Η έδρα της Εταιρείας είναι στο Ασπρόχομα Καλαμάτας, επί της Λεωφόρου Αθηνών, ενώ τα υποκαταστήματά της στεγάζονται στην πόλη της Αθήνας (Μέγαρο Καρέλιας) και της Θεσσαλονίκης, στην οδό Μοναστηρίου. Η ηλεκτρονική διεύθυνση της καπνοβιομηχανίας είναι «www.karelia.gr».

Ο όμιλος αποτελείται από την μητρική εταιρεία Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε., την Meridian Α.Ε., την Karelia Tobacco Company (UK) LTD, την Karelia Bulgaria EOOD, την G.K Distributors EOOD, την Karelia Tutun VeTicaret A.s., την Karelia Belgium S.A.R.L. και την Καρέλια Επενδυτική Α.Ε., με ποσοστό συμμετοχής άνω του 85%.

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η στρατηγική ανάλυση της εταιρίας Καρέλια ΑΕ.

Η δομή αυτής της μελέτης είναι η εξής:

Το πρώτο κεφάλαιο (εισαγωγή) αναφέρεται σε μία γενική προσέγγιση του θέματος και εξετάζονται, ο σκοπός και υπάρχει μια μικρή αναφορά για το κάθε κεφάλαιο που θα ακολουθήσει.

Το δεύτερο κεφάλαιο περιλαμβάνει την ανάλυση του μάκρο – περιβάλλοντος με εξέταση μέσω αναζήτησης δευτερογενών στοιχείων, του δημογραφικού και κοινωνικού περιβάλλοντος, του οικονομικού περιβάλλοντος, του τεχνολογικού περιβάλλοντος και του νομικού περιβάλλοντος.

Η προσέγγιση της ανάλυση γίνεται σε σχέση με τις επιπτώσεις που μπορεί να έχουν οι εξελίξεις από τα διάφορα περιβάλλοντα στον κλάδο της καπνοβιομηχανία και ιδιαίτερα στην επιχείρηση Καρέλια ΑΕ.

Το τρίτο κεφάλαιο, αφορά την ανάλυση του μικρο-περιβάλλοντος και ιδιαίτερα, τα στοιχεία που αφορούν τον κλάδο της καπνοβιομηχανία, τους ανταγωνιστές και τις χρηματοοικονομικές επιδόσεις του κλάδου.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης έως σήμερα. Οι διαφορετικές λειτουργίες της, τα χρηματοοικονομικά στοιχεία, τα προϊόντα που λανσάρει στην αγορά, οι δραστηριότητες που έχει στην Ελλάδα και στο

εξωτερικό καθώς και οι δράσεις που αναπτύσσει τόσο για το προσωπικό της, όσο και για τους κοινωνικούς φορείς.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ανάλυση S.W.O.T. (Δυνάμεις - Αδυναμίες – Ευκαιρίες και Κίνδυνοι). Η ανάλυση αυτή προκύπτει μετά την εξέταση του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης.

Το έκτο κεφάλαιο παρουσιάζει τη δήλωση της στρατηγικής για την Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε. και παρουσιάζονται οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν για να υλοποιηθεί η στρατηγική.

Στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της παρούσας εργασίας.

Στο τέλος του κειμένου αναγράφεται η βιβλιογραφία με ενιαίο και ομοιόμορφο σύστημα, σύμφωνα με το Α.Ρ.Α. (American Psychological Association).

2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

2.1 Δημογραφικό - Κοινωνικό

Η Ελλάδα την σημερινή εποχή αντιμετωπίζει οξύ δημογραφικό πρόβλημα. Η ταχύτερη πτώση των γεννήσεων και η υπογεννητικότητα έχουν επιφέρει πολλές συνέπειες στην κοινωνία του σήμερα. Η ελάττωση του αγροτικού πληθυσμού, η ασύμμετρη αστικοποίηση, οι περιορισμοί των έγγαμων σχέσεων, η έλλειψη θεσμικής οικογενειακής πολιτικής, είναι κάποια από τα κυριότερα αίτια της υπογεννητικότητας (Κρίσπη, κα 2019).

Όσον αφορά τις Πολιτισμικές Επιπτώσεις, ανιχνεύονται η ύπαρξη κρίσης στο θεσμό της οικογένειας, η ελάττωση των πολύτεκνων οικογενειών, η ανάπτυξη ξενοφοβικών αντιδράσεων. Στις Εκπαιδευτικές Επιπτώσεις, επισημαίνεται σε πολλές περιοχές, η μείωση των Ελλήνων μαθητών (Κρίσπη, κα 2019).

Κατά 39.933 άτομα μειώθηκε ο πληθυσμός της Ελλάδας μέσα σε μόλις ένα χρόνο, καθώς για ακόμα μία χρονιά οι γεννήσεις υπολείπονται των θανάτων στη χώρα. Ο πληθυσμός ηλικίας 0-14 ετών ανήλθε σε 14,1% του συνολικού πληθυσμού, έναντι 63,3% του πληθυσμού 15-64 ετών και 22,6% του πληθυσμού 65 ετών και άνω. Τα παιδιά και οι έφηβοι από 0 έως 19 ετών υπολογίζονται σε 2.059.036, ενώ 13.451 άτομα που ζουν στη χώρα έχουν ηλικία άνω των 100 ετών. (ΕΛΣΤΑΤ. 2022)

Σημαντικό στοιχείο είναι ότι το 2020 μειώθηκε η καθαρή μετανάστευση, δηλαδή ο αριθμός των εισερχόμενων μεταναστών σε σχέση με τους εξερχόμενους. Έτσι το 2020 η καθαρή μετανάστευση εκτιμάται σε 6.384 άτομα, ενώ το 2019 ήταν 34.439 άτομα. Τα στοιχεία προκύπτουν από τις εκτιμήσεις που δημοσίευσε η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ, 2022) και αφορούν τον πληθυσμό της χώρας την 1η Ιανουαρίου 2021 – οι εκτιμήσεις αυτές βασίζονται στα αποτελέσματα της απογραφής του 2011 και όχι αυτής που διενεργήθηκε πρόσφατα. Στα στοιχεία εισερχόμενης μετανάστευσης περιλαμβάνονται και άτομα που βρίσκονταν στη χώρα μας την 1.1.2021 λόγω της προσφυγικής κρίσης. Αξίζει να σημειωθεί ότι ενώ κατά τα έτη 2010-2015 η καθαρή μετανάστευση ήταν αρνητική, χαμηλά ήταν και τα καθαρά νούμερα και για τα έτη 2016, 2017 και 2018 παρά την προσφυγική κρίση, εξαιτίας πιθανότατα του μεγάλου αριθμού εξερχόμενης μετανάστευσης, είτε ξένων είτε και Ελλήνων που έφυγαν από τη χώρα.

Μειωμένη, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, εμφανίζεται και η καθαρή μετανάστευση. Ο μόνιμος πληθυσμός της χώρας την 1η Ιανουαρίου 2021 εκτιμάται σε 10.678.632 άτομα, εκ των οποίων 5.196.048 άνδρες, ποσοστό 48,7% του πληθυσμού, και 5.482.584 γυναίκες, ποσοστό 51,3% του πληθυσμού. Ο μόνιμος πληθυσμός εμφανίζεται μειωμένος κατά 0,37% σε σχέση με τον αντίστοιχο πληθυσμό της 1ης Ιανουαρίου 2020 που ήταν 10.718.565 άτομα. Η εξέλιξη αυτή είναι αποτέλεσμα της φυσικής μείωσης του πληθυσμού που ανήλθε σε 45.902 άτομα (84.767 γεννήσεις έναντι 130.669 θανάτων ατόμων με τόπο συνήθους διαμονής εντός της ελληνικής επικράτειας) και της καθαρής μετανάστευσης που εκτιμάται σε 6.384 άτομα (θετικό ισοζύγιο)», σημειώνει η ΕΛΣΤΑΤ.

Η μεγαλύτερη πληθυσμιακή ομάδα –υπολογίζονται ανά τετραετίες– στη χώρα είναι τα άτομα 50-54 ετών, καθώς 807.051 πολίτες βρίσκονται σε αυτή την ηλικία. Άνω των 90 ετών είναι η ηλικία 139.296 πολιτών που διαμένουν στην Ελλάδα ως μόνιμη κατοικία, εκ των οποίων οι 79.721 είναι γυναίκες και οι 59.575 άνδρες.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού –το 35%– κατοικεί στην Αττική, ενώ δεύτερη σε πληθυσμό περιφέρεια, με πολύ χαμηλότερο ποσοστό, είναι η Κεντρική Μακεδονία με 17,4%. Στη Θεσσαλία διαμένει το 6,6% του πληθυσμού, στη Δυτική Ελλάδα το 6,1% και στην Κρήτη το 6%. Ακολουθούν η Αν. Μακεδονία και Θράκη με 5,6%, η Πελοπόννησος με 5,3%, η Στερεά Ελλάδα με 5,2%, το Νότιο Αιγαίο με 3,3%, η Ήπειρος με 3,1%, η Δυτική Μακεδονία με 2,5%, το Βόρειο Αιγαίο με 2,1% και τα Ιόνια Νησιά με 1,9%.

Πίνακας 1: Γεννήσεις ζώντων – θάνατοι

ΕΤΟΣ	ΓΕΝΝΗΣΕΙΣ	ΘΑΝΑΤΟΙ	ΦΥΣΙΚΗ ΜΕΤΑΒΟΛΗ
2000	103.274	105.170	-1.896
2005	107.545	105.091	2.454
2010	114.766	109.084	5.682
2015	91.847	121.183	-29.336
2016	92.898	118.788	-25.890
2017	88.553	124.495	-35.942
2018	86.440	120.296	-33.856
2019	83.753	124.965	-41.202
2020	84.767	131.084	-46.317

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ (2022)

2.2. Οικονομικό περιβάλλον

Σε θετική τροχιά κινήθηκε η εγχώρια οικονομία το 2021, μετά τη σημαντική ύφεση που υπέστη το 2020 λόγω της υγειονομικής κρίσης. Τα έκτακτα μέτρα που ελήφθησαν από την Πολιτεία για τον περιορισμό της πανδημίας (Covid – 19) συρρίκνωσαν σημαντικά την ελληνική οικονομία, η οποία κατέγραψε μείωση του ΑΕΠ, σε όρους όγκου, κατά 9,0% το 2020 σε σχέση με το 2019. Ωστόσο, το 2021 παρόλο που υπήρχαν ακόμη σε ισχύ περιοριστικά μέτρα για την άσκηση της οικονομικής δραστηριότητας, η αρνητική πορεία αντιστράφηκε, καθώς το ΑΕΠ της χώρας σημείωσε ετήσια αύξηση 8,3% (ΕΛΣΤΑ, 2022).

Η ανοδική τάση της ελληνικής οικονομίας αναμένεται να συνεχισθεί και το τρέχον έτος (2022). Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε έκθεσή της (Φεβρουάριος 2022) προβλέπει πως η εγχώρια οικονομία θα αναπτυχθεί κατά 4,9% το 2022. Ωστόσο, η δυναμική αυτή αναμένεται να αποδυναμωθεί, σε κάποιο βαθμό, λόγω των έντονων πληθωριστικών πιέσεων που επικρατούν την τρέχουσα περίοδο σε διεθνές επίπεδο, της εκτίναξης του ενεργειακού κόστους και της πρόσφατης γεωπολιτικής κρίσης (εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία). Σίγουρα τα προβλήματα που προκύπτουν είναι πολυδιάστατα και συμβάλλουν στη δημιουργία ενός κλίματος έντονης ανησυχίας και αβεβαιότητας για τον επιχειρηματικό τομέα.

Παρουσιάζονται οι πληροφορίες με βάση τα στοιχεία που ήταν διαθέσιμα έως τις 20 Ιουνίου 2022 στο Γραφείο Προϋπολογισμού του Κράτους στη Βουλή.

«Στις σημερινές συνθήκες δεν υπάρχουν περιθώρια γενικευμένων παρεμβάσεων – όπως στην περίοδο της πανδημίας – καθώς θα επιδεινώσουν την ήδη εύθραυστη δημοσιονομική κατάσταση και θα καταστήσουν τη χώρα ευάλωτη σε κάθε είδους διαταραχές. Τα όποια μέτρα εισοδηματικής στήριξης θα πρέπει να είναι προσωρινά, στοχευμένα και να χρηματοδοτούνται από πρόσθετα τρέχοντα έσοδα, ώστε να μην επιβαρύνουν το δημόσιο χρέος» σημειώνεται στην Τριμηνιαία Έκθεση του Γραφείου Προϋπολογισμού της Βουλής για το πρώτο τρίμηνο του 2022 που δόθηκε στη δημοσιότητα.

Σύμφωνα με το Γραφείο «η απαρέγκλιτη τήρηση της δημοσιονομικής σταθερότητας είναι αναγκαία συνθήκη για να αποφύγει η χώρα τις χειρότερες συνέπειες της διεθνούς οικονομικής κρίσης»(Γραφείο Προϋπολογισμού του Κράτους στη Βουλή, 2022). Η δημοσιονομική κατάσταση καθιστά την Ελλάδα ευάλωτη στις διεθνείς οικονομικές διαταραχές που υπάρχουν αυτή την περίοδο διεθνώς και προκειμένου να

αποφύγει σοβαρές αρνητικές συνέπειες είναι σημαντικό να αποκαταστήσει και να διατηρήσει στη δημοσιονομική της σταθερότητα» επισημαίνεται.

Η έκθεση υπογραμμίζει ότι οι εξελίξεις στην ελληνική οικονομία καθορίζονται από τις συνθήκες της διεθνούς οικονομίας που είναι ανησυχητικές εξαιτίας τριών, τουλάχιστον, παραγόντων:

- το αυξημένο κόστος ενέργειας,
- την άνοδο των επιτοκίων και
- την γεωπολιτική αστάθεια

Ο συνδυασμός των οποίων εντείνει την οικονομική αβεβαιότητα. Η παρατεταμένη αβεβαιότητα, με τη σειρά της, θα επηρεάσει την αντίληψη του κινδύνου και κατά συνέπεια τις κινήσεις κεφαλαίων που χρηματοδοτούν τόσο τις ιδιωτικές επενδύσεις, όσο και τον δημόσιο δανεισμό, ενώ παράλληλα ενδέχεται να οδηγήσει και σε αναβολή καταναλωτικών αποφάσεων (Γραφείο Προϋπολογισμού του Κράτους στη Βουλή, 2022).

Το Γραφείο Προϋπολογισμού της Βουλής σημειώνει ότι η οικονομία ξεκίνησε καλά το πρώτο τρίμηνο του χρόνου, σημειώνοντας ανάπτυξη 7%, αρκετά πάνω από τον μέσο όρο της Ευρωζώνης (5,4%). Η αύξηση του ΑΕΠ οφείλεται κυρίως στην δυναμική αύξηση των Επενδύσεων (12,7%), των Εξαγωγών Αγαθών και Υπηρεσιών (9,6% συνολικά, 23,0% για υπηρεσίες και 2,5% για αγαθά), της Ιδιωτικής Κατανάλωσης (11,6%) και της Δημόσιας Κατανάλωσης (1,8%).

Αντίθετα, αρνητική επίπτωση είχε η σημαντική αύξηση των Εισαγωγών Αγαθών και Υπηρεσιών (17,5% συνολικά, 15,5% για υπηρεσίες και 17,8% για αγαθά).

Σημειώνεται επίσης ότι το ποσοστό ανεργίας του Απριλίου είναι σημαντικά μειωμένο σε σχέση με το προηγούμενο έτος (12,5% από 17,2%) καθώς η απασχόληση κατέγραψε εντυπωσιακή αύξηση κατά 10,8%. Ο αριθμός των ανέργων τον Απρίλιο του 2022 ανήλθε σε 587.595 άτομα, μειωμένος κατά 182.482 άτομα σε σχέση με τον Απρίλιο του 2021 (μείωση 23,7%) και κατά 11.707 άτομα σε σχέση με τον Μάρτιο του 2022 (μείωση 2,0%). Επιπλέον, σύμφωνα με τη Μηνιαία Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ (2022), η ανεργία των νέων κάτω των 25 ετών στην Ελλάδα διαμορφώθηκε σε 30,6% τον Απρίλιο του 2022 έναντι 47,8% τον Απρίλιο του 2021.

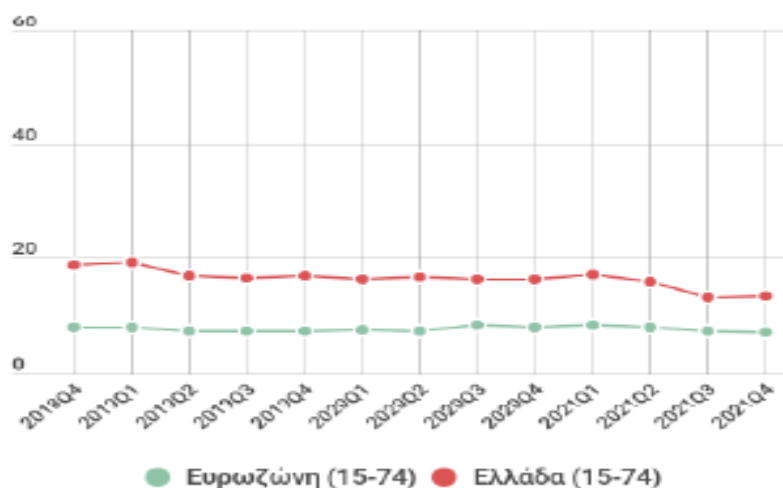
Εικόνα 1: Α.Ε.Π και συνιστώσες, ποσοστιαίες μεταβολές (%)

		2021-Q1	2021-Q2	2021-Q3	2021-Q4	2022-Q1
Ιδιωτική Κατανάλωση	ετήσια	-4,9	15,1	12,0	11,9	11,6
	τριμηνιαία	2,8	3,0	2,7	2,9	2,5
Δημόσια Κατανάλωση	ετήσια	5,1	6,1	4,4	0,1	1,8
	τριμηνιαία	0,1	0,8	0,8	-1,6	1,8
Ακαθάριστος σχηματισμός παγίου κεφαλαίου	Ετήσια	14,4	19,2	19,3	24,3	12,7
	τριμηνιαία	14,4	2,1	4,3	2,0	3,7
Εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών	ετήσια	-2,0	25,9	49,4	24,1	9,6
	τριμηνιαία	9,1	-8,5	15,9	7,2	-3,6
Εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών	ετήσια	-5,3	20,9	19,5	33,3	17,5
	τριμηνιαία	7,2	8,8	8,2	5,6	-5,6
ΑΕΠ	ετήσια	-1,7	15,0	11,7	8,1	7,0
	τριμηνιαία	3,4	1,3	2,3	0,8	2,3

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τριμηνιαίοι Εθνικοί Λογαριασμοί

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ (2022)

Εικόνα 2: Ποσοστό ανεργίας Ελλάδα και Ευρωζώνη στο σύνολο του Πληθυσμού (15-74)

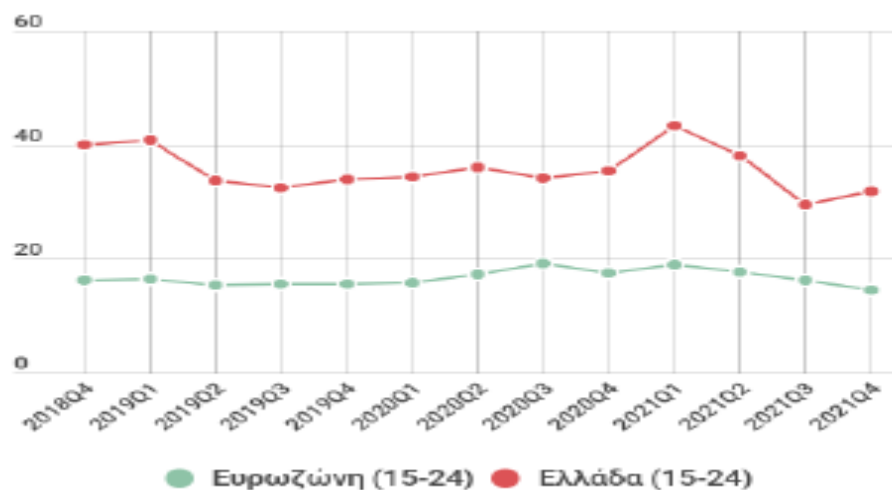


Πηγή: Γραφείο Προϋπολογισμού του Κράτους στη Βουλή (2022)

Με βάση τα μηνιαία στοιχεία, το σύνολο των απασχολούμενων τον Απρίλιο του 2022 ανήλθε σε 4.123.634 άτομα, αριθμός αυξημένος κατά 403.552 άτομα σε σχέση με τον

Απρίλιο του 2021 (αύξηση 10,8%) και μειωμένος κατά 41.072 άτομα σε σχέση με τον Μάρτιο του 2022 (μείωση 1,0%).

Εικόνα 3: Ποσοστό ανεργίας Ελλάδα και Ευρωζώνη, ανεργία στους νέους (15-24)



Πηγή: Γραφείο Προϋπολογισμού του Κράτους στη Βουλή (2022)

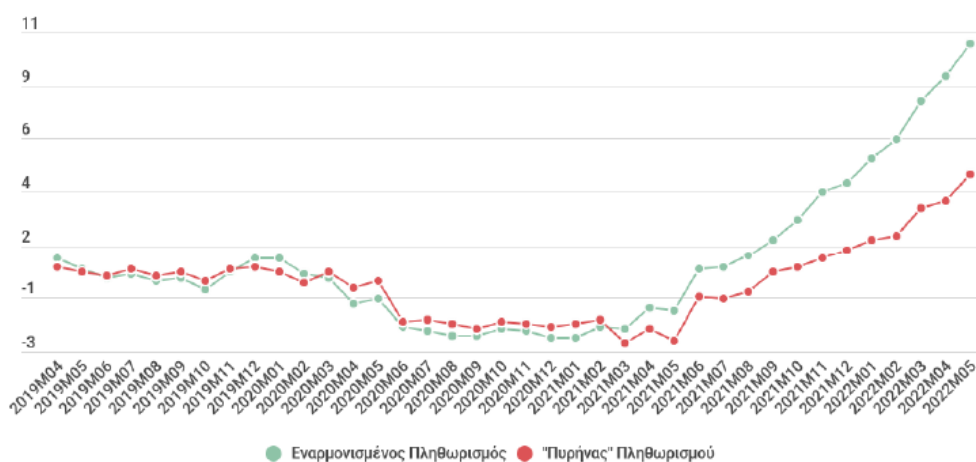
Η μερική απασχόληση κατά το τέταρτο τρίμηνο του 2021, διαμορφώθηκε στο 9,0% του συνόλου της απασχόλησης (έναντι 7,7% στο τέταρτο τρίμηνο του 2020) ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρωζώνη είναι 21,0% (έναντι 21,3% πέρσι). Η προσωρινή απασχόληση αντιστοιχούσε στο 9,2% του συνόλου των μισθωτών (έναντι 9,6% στο τέταρτο τρίμηνο του 2020) ενώ στην Ευρωζώνη διαμορφώθηκε στο 15,5% (έναντι 14,4% το προηγούμενο έτος).

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα συμπεράσματα της αποστολής του ΔΝΤ στην Αθήνα, στο πλαίσιο των διαβουλεύσεων του άρθρου IV του 2022, όπου επισημαίνεται η πρόωγη καταβολή όλων των εκκρεμών πιστώσεων του ΔΝΤ (1,8 δισ. ευρώ) που θα μειώσει περαιτέρω τις ακαθάριστες χρηματοδοτικές ανάγκες αλλά εγείρονται ενστάσεις για τη σχεδιαζόμενη κατάργηση της εισφοράς αλληλεγγύης στο σύνολο των φορολογούμενων και προτείνεται η μείωση των δαπανών για μισθούς των δημοσίων υπαλλήλων και πάγωμα των συντάξεων φέτος.

Ο πληθωρισμός εκτιμάται πως αυξάνεται συστηματικά καθώς τον Μάιο ο εναρμονισμένος δείκτης έφτασε το 10,5% και ο εθνικός δείκτης το 11,3%. Ο δομικός, δηλαδή ο «πυρήνας» του πληθωρισμού (δεν περιλαμβάνει την ενέργεια και τα μη επεξεργασμένα τρόφιμα), διαμορφώθηκε στο 4,8% τον Μάιο του 2022 αυξημένος σε σχέση με τον Μάιο του προηγούμενου έτους (-2,5%) και σε σχέση με τον

προηγούμενο μήνα (3,6%). Στην Ευρωζώνη, τον Μάιο ο εναρμονισμένος δείκτης αυξήθηκε σε ετήσια βάση κατά 8,1%, ενώ ο «πυρήνας» του πληθωρισμού διαμορφώθηκε σε 4,4%. Επίσης σημαντική αύξηση κατέγραψε ο δείκτης τιμών παραγωγού στη βιομηχανία και ο δείκτης τιμών εισαγωγών στη βιομηχανία. Προς το παρόν η εκτίμηση για το 2022 είναι κοντά στο αρνητικό σενάριο ανόδου κατά 11,1%. Για το πότε θα αρχίσει η αποκλιμάκωση, το καλό σενάριο είναι η επιβράδυνση από τον Οκτώβριο λόγω της επίπτωσης βάσης του 2021 (τότε άρχισαν οι ανατιμήσεις). Το κακό σενάριο είναι παρ' όλα αυτά να συνεχιστούν οι μεγάλες αυξήσεις που τώρα παρατηρούνται λόγω έντασης της διεθνούς ενεργειακής κρίσης (Γραφείο Προϋπολογισμού του Κράτους στη Βουλή, 2022).

Εικόνα 4: Πληθωρισμός εναρμονισμένου δείκτη και «πυρήνας» πληθωρισμού



Πηγή: Γραφείο Προϋπολογισμού του Κράτους στη Βουλή (2022)

Παρά τη σημαντική βελτίωση της ελληνικής οικονομίας κατά το 2021, η οποία αναμένεται να αποτυπωθεί και στα οικονομικά αποτελέσματα του εταιρικού τομέα με τη δημοσίευση των ισολογισμών για τη συγκεκριμένη διαχειριστική χρήση, ενδιαφέρον έχει να καταγραφούν οι τάσεις που χαρακτήρισαν διάφορους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας τα προηγούμενα έτη, όπως αυτές προκύπτουν από τα οικονομικά δεδομένα και αποτελέσματα των ελληνικών εταιρειών.

Στο πλαίσιο αυτό, αξιοποιώντας το υλικό που περιέχεται στις Κλαδικές Μελέτες της ICAP CRIF (2022), δίδεται συνοπτικά η εικόνα που παρουσιάζουν 40 επιλεγμένοι κλάδοι, βάσει των αντίστοιχων μελετών.

Όπως έχει αναφερθεί, η πορεία του ελληνικού εταιρικού τομέα κατά την περίοδο 2016-2019 ήταν ανοδική, καθώς κατεγράφη αύξηση των πωλήσεων καθώς και των καθαρών κερδών, μετά από μια περίοδο διαρκούς μείωσης των μεγεθών του, λόγω της οικονομικής ύφεσης. Ωστόσο, η ανοδική πορεία αντιστράφηκε το 2020, εξαιτίας της αιφνίδιας εξαφάνισης και εξάπλωσης της νόσου Covid-19 σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά και στη χώρα μας από το Μάρτιο του 2020 (ICAPAE, 2022).

Οι συνέπειες της υγειονομικής κρίσης ήταν ιδιαίτερα αρνητικές και επηρέασαν τους περισσότερους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Προκειμένου να δοθεί η γενικότερη εικόνα των μεταβολών που χαρακτήρισαν τους ευρύτερους κλάδους της οικονομίας, αρχικά παρατίθενται ορισμένα συγκεντρωτικά στοιχεία, τα οποία προκύπτουν από την ανάλυση των στοιχείων που περιλαμβάνονται στους δημοσιευμένους ισολογισμούς (χρήσης 2020) των ελληνικών εταιρειών ΑΕ και ΕΠΕ, σύμφωνα με την έκδοση της ICAP CRIF «Η Ελλάδα σε Αριθμούς-2022». Από τα σχετικά δεδομένα προκύπτει ότι, το 2020 ο ελληνικός εταιρικός τομέας εμφάνισε πτώση τόσο στον κύκλο εργασιών όσο και στην καθαρή κερδοφορία του. Συγκεκριμένα, εξετάζοντας αρχικά τις εταιρείες του Μη Χρηματοπιστωτικού Τομέα (δείγμα 20.570 επιχειρήσεων) προκύπτει ότι ο συνολικός κύκλος εργασιών τους μειώθηκε κατά 11,6% το 2020 σε σχέση με το 2019 και διαμορφώθηκε σε €140,7 δισ. έναντι €159,2 δισ. το προηγούμενο έτος.

Επισημαίνεται ότι, μείωση κατέγραψαν οι πωλήσεις σε οκτώ από τους εννέα ευρύτερους κλάδους του εταιρικού τομέα (εξαιρουμένου του χρηματοπιστωτικού) (ICAPAE., 2022).

Την μεγαλύτερη (ποσοστιαία) μείωση στον κύκλο εργασιών κατέγραψε ο κλάδος των Ξενοδοχείων – Εστιατορίων (-61,9%) και ακολούθησε ο κλάδος των Μεταφορών – Επικοινωνιών (-18,8%). Έπονται, με μικρή διαφορά, οι κλάδοι των Λοιπών υπηρεσιών (-13,0%) και της Μεταποίησης (-12,2%). Μικρότερη (ποσοστιαία) μείωση σημείωσαν οι υπόλοιποι κλάδοι του εταιρικού τομέα, ενώ ο κλάδος της Γεωργίας – Αλιείας ήταν ο μόνος που παρουσίασε αύξηση των συνολικών του πωλήσεων το 2020/2019 (+7,3%).

Όσον αφορά στα συνολικά αποτελέσματα του εταιρικού τομέα (ανεξαρτήτως κλάδου δραστηριότητας), το 2020 σε σχέση με το 2019, διαπιστώνονται τα εξής:

Παράλληλα με τη μείωση των συνολικών πωλήσεων (-11,6%) συρρικνώθηκαν και τα μικτά κέρδη με ελαφρώς υψηλότερο ρυθμό (-12,4%).

Οι δαπάνες διοίκησης και διάθεσης καθώς και οι χρηματοοικονομικές δαπάνες παρουσίασαν συνολικά μείωση 2,9%.

Οι παραπάνω μεταβολές συνέβαλαν στη σημαντική επιδείνωση των λειτουργικών αποτελεσμάτων, τα οποία κατέγραψαν πτώση της τάξης του 38,0% το 2020/2019. Αντίθετα, αξιοσημείωτη είναι η “ανατροπή” του μη λειτουργικού αποτελέσματος, το οποίο κατέστη θετικό το 2020 από αρνητικό το 2019 (ICAPAE., 2022).

Επισημαίνεται ότι η πλειοψηφία των 20.570 εταιρειών του δείγματος (63,0%) ήταν κερδοφόρες το 2020, τα δε κέρδη τους υπερίσχυσαν και καθόρισαν και το συνολικό αποτέλεσμα. Τη μεγαλύτερη συμμετοχή στα κέρδη είχαν οι κλάδοι του Εμπορίου και της Μεταποίησης (ICAPAE, 2022).

Αναφορικά με τους επί μέρους κλάδους (του μη χρηματοπιστωτικού εταιρικού τομέα), δύο κατέστησαν ζημιογόνοι το 2020, ενώ οι υπόλοιποι ήταν κερδοφόροι.

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες των επί μέρους μεταποιητικών κλάδων περιλαμβάνονται στους πίνακες:

Εικόνα 5: Δείκτες επιμέρους μεταποιητικών κλάδων

ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ					
ΚΛΑΔΟΙ	Περιθώριο Μικτού Κέρδους (%)	ΚΛΑΔΟΙ	Περιθώριο Καθαρού Κέρδους (%)	ΚΛΑΔΟΙ	Περιθώριο Κέρδους EBITDA (%)
Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας	55,9	Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας	15,8	Υπηρεσίες Κινητής Τηλεφωνίας	42,4
Τυποποιημένα Μπισκότα	44,6	Γενόσημα (Παραγωγικές)	13,8	Ενοικιάσεις Αυτοκινήτων	41,2
Σύμβουλοι Επιχειρήσεων	43,4	Κλιματισμός	13,0	Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας	40,9
Καφές (Επιχειρήσεις επεξεργασίας καφέ)	42,7	Leasing	11,8	Γενόσημα (Παραγωγικές)	19,3
Τυποποιημένα Αλμυρά Σνακ	42,5	Ιατροτεχνολογικά Προϊόντα	11,5	Ιατροτεχνολογικά Προϊόντα	15,6

ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ			ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ		
ΚΛΑΔΟΙ	Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (%)	ΚΛΑΔΟΙ	Αποδοτικότητα Αποσχ. Κεφαλαίων (%)	ΚΛΑΔΟΙ	Σχέση Σένων προς Ίδια Κεφάλαια (: 1)
Κολλέγια	68,0	Ελεγκτικές Εταιρείες	14,7	Ζυμαρικά	0,40
Καφές (Επιχειρήσεις επεξεργασίας καφέ)	48,1	Σύμβουλοι Επιχειρήσεων	14,3	Χυμοί - Αναψυκτικά	0,68
Ελεγκτικές Εταιρείες	47,6	Καφές (Επιχειρήσεις επεξεργασίας καφέ)	13,7	Είδη Υγιεινής	0,74
Σύμβουλοι Επιχειρήσεων	44,3	Ηλεκτρολογικό Υλικό Εγκαταστάσεων	13,3	Τυποποιημένα Μπισκότα	0,98
Ηλεκτρολογικό Υλικό Εγκαταστάσεων	43,2	Υπηρεσίες Facility Management	10,2	Ιδιωτικές Υπηρεσίες Ασφαλείας	1,08

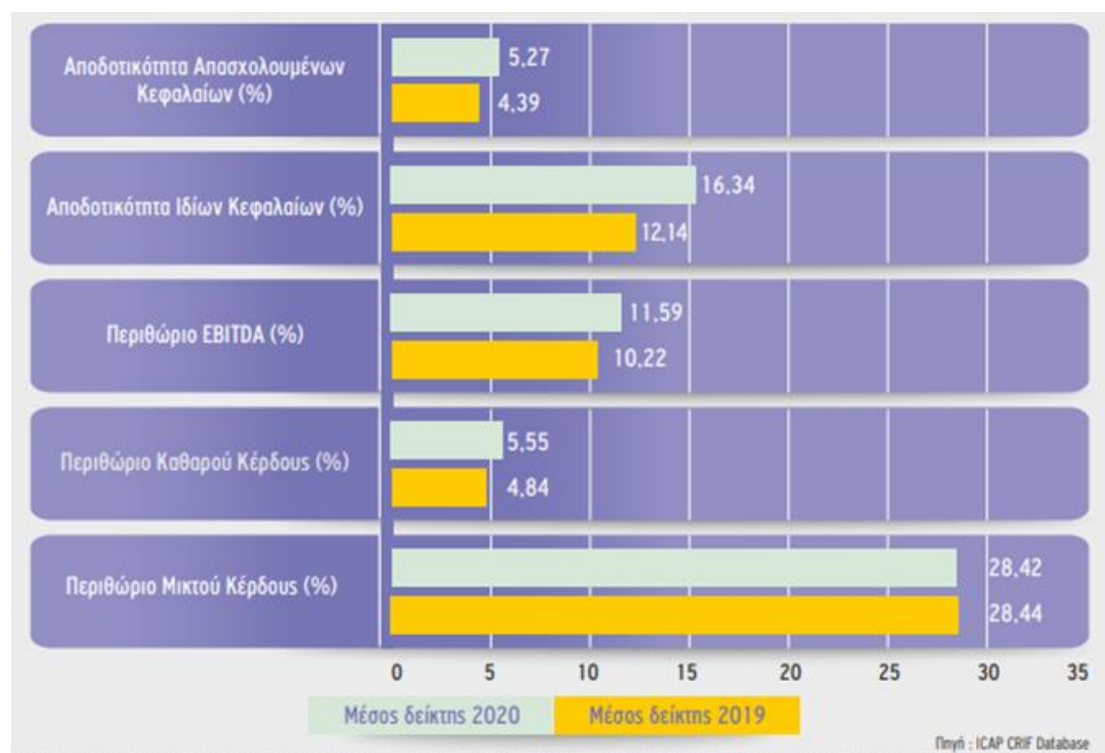
Πηγή: ICAPAE (2022)

Όσον αφορά στον χρηματοπιστωτικό τομέα, επισημαίνεται η επιδείνωση του τελικού καθαρού αποτελέσματος, καταγράφοντας σημαντικές απώλειες το 2020. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται κυρίως στην αντίστοιχη μεταβολή του συνολικού αποτελέσματος του τραπεζικού κλάδου αλλά και των λοιπών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Από την επεξεργασία των βασικών χρηματοοικονομικών δεικτών (έτους 2020 – Πίνακας) των επί μέρους κλάδων, προκύπτουν οι πέντε κορυφαίοι κλάδοι όσον αφορά στους δείκτες Κερδοφορίας, Αποδοτικότητας και Χρηματοοικονομικής Διάρθρωσης.

Συγκρίνοντας τους μέσους δείκτες κερδοφορίας και αποδοτικότητας των επιλεγμένων κλάδων του 2020 σε σχέση με τους αντίστοιχους δείκτες του 2019 (των ιδίων κλάδων) διαπιστώνεται στασιμότητα έως οριακή αύξηση των δεικτών κερδοφορίας. Ειδικότερα, το περιθώριο μικτού κέρδους κυμάνθηκε στα ίδια επίπεδα τη διετία 2020-2019, ενώ το περιθώριο καθαρού κέρδους και των κερδών EBITDA βελτιώθηκε κατά 0,7 και 1,4 ποσοστιαίες μονάδες αντίστοιχα, το 2020/2019.

Εικόνα 6: Εξέλιξη μέσου όρου δεικτών κερδοφορίας – αποδοτικότητας (2019/2020)



Πηγή: ICAPAE (2022)

Η Moody's, οίκος αξιολόγησης πιστοληπτικής ικανότητας, ανάρτησε σε ανάλυσή της, το πιστωτικό προφίλ της Ελλάδας για τους επόμενους μήνες. Η άμεση έκθεση της Ελλάδας στη Ρωσία και την Ουκρανία είναι σχετικά περιορισμένη, επισημαίνει η Moody's. Η Ρωσία αντιπροσώπευε μόνο περίπου το 2% τόσο των αφίξεων τουριστών όσο και των ταξιδιωτικών εισπράξεων πριν από την πανδημία.

Επιπλέον, το μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών προς τη Ρωσία και την Ουκρανία ανέρχεται στο μόλις 1%.

Ωστόσο, ενώ το μερίδιο των εισαγωγών από την Ουκρανία είναι επίσης αμελητέο στο 0,6%, οι εισαγωγές από τη Ρωσία (κυρίως πετρέλαιο και φυσικό αέριο) αντιπροσωπεύουν το 9,5% των συνολικών εισαγωγών της Ελλάδας. Αν και η Moody's το θεωρεί απίθανο, μια ενδεχόμενη γενική απαγόρευση των εισαγωγών ρωσικού πετρελαίου από την ΕΕ θα είχε σημαντικό αντίκτυπο στην Ελλάδα επειδή το ενεργειακό της μείγμα κυριαρχείται από πετρέλαιο και προϊόντα πετρελαίου (51%) και φυσικό αέριο (22%), και τα δύο εξαρτώνται πλήρως από τις εισαγωγές, και περίπου το 40% των εισαγωγών φυσικού αερίου της Ελλάδας, το 11% των εισαγωγών αργού πετρελαίου και το 49% των εισαγωγών διυλισμένων πετρελαίου προέρχονται από τη Ρωσία.

Επιπλέον, οι υψηλές τιμές ενέργειας θα διόγκωναν σημαντικά την αξία αυτών των εισαγωγών. Αυτό ισχύει και για το σιτάρι καθώς πάνω από το 25% των εισαγωγών σιταριού στην Ελλάδα προέρχεται από την Ουκρανία και τη Ρωσία (Moody's, 2022).

2.3. Τεχνολογικό περιβάλλον

Ο πολλαπλασιασμός του καπνού γίνεται με σπορά σε ειδικά καπνοσπορεία. Ο σπόρος του καπνού είναι πολύ μικρός και για να φυτρώσει απαιτούνται ειδικές και καλές συνθήκες. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι περίπου 10.000 σπόρια ζυγίζουν 1 γραμμάριο. Τα μικρά φυτά μεταφυτεύονται αργότερα στην οριστική τους θέση στο χωράφι. Ο σπόρος που χρησιμοποιείται καθαρός και ώριμος με πολύ καλή βλαστική ικανότητα. Οι σπόροι πρέπει να έχουν ομοιόμορφη κατανομή και το έδαφος πρέπει να είναι απολυμασμένο έτσι ώστε να εκλείψουν τα διάφορα ζιζάνια και έντομα που μπορεί να βλάψουν σοβαρά την παραγωγή.

Τα καπνοσπορεία θέλουν τακτικό πότισμα και όταν τα φυτάρια είναι έτοιμα για μεταφύτευση το πότισμα διακόπτεται για λίγες μέρες έτσι ώστε τα φυτά να σκληραγωγηθούν.

Πριν τα καπνά να μεταφυτευτούν, το χωράφι πρέπει να οργωθεί καλά και να προετοιμαστεί κατάλληλα. Η φύτευση των καπνών στον αγρό γίνεται σε γραμμές και η απόσταση των φυτών μεταξύ τους ποικίλει ανάλογα με τον τύπο και τη γονιμότητα του εδάφους. Η χρήση λιπασμάτων θέλει προσοχή και πρέπει να γίνεται μόνο όταν το έδαφος είναι φτωχό σε θρεπτικά στοιχεία. Οι διάφοροι τύποι καπνού έχουν και διαφορετικές απαιτήσεις λίπανσης.

Τα αμερικάνικου τύπου καπνά συνήθως χρειάζονται περισσότερη λίπανση και πότισμα απ' ό τι τα ανατολικού τύπου. Τα καπνά που δεν χρειάζονται πολύ πότισμα είναι και καλύτερης ποιότητας (Σαρδέλη, 2022).

Μετά τη φύτευση στο χωράφι τα φύλλα του καπνού συλλέγονται αφού περάσουν 3-4 μήνες και ωριμάσουν. Η συγκομιδή γίνεται με κόψιμο ολόκληρου του φυτού ή σταδιακά, δηλαδή κόβονται τα φύλλα κατά χρονικά διαστήματα καθώς ωριμάζουν. Όταν το φυτό κοπεί ολόκληρο στη συνέχεια τρυπιέται και κρεμιέται από ένα ξύλο. Συνήθως τα τελευταία φύλλα είναι άχρηστα και δεν συλλέγονται (Σαρδέλη, 2022).

Τα ανατολικού τύπου καπνά τρυπιούνται με μεγάλη βελόνα στο κοτσάνι τους και στη συνέχεια δένονται με σπάγκους και κρεμιούνται από λεπτές σανίδες μέσα σε ειδικούς χώρους, τα ξηραντήρια.

Τα αμερικάνικα καπνά παραμένουν στους αγρούς και μαραίνονται εκεί σταδιακά. Οι μέθοδοι ξήρανσης των καπνών ποικίλλουν.

Έτσι, έχουμε φυσικές και τεχνητές μεθόδους ξήρανσης. Στις φυσικές μεθόδους τα φύλλα του καπνού παραμένουν σε σκιερό μέρος για 4-5 μέρες σε ειδικές αποθήκες. Το χρώμα τους αλλάζει, κιτρινίζουν και αφυδατώνονται αργά και σταδιακά. Μετά το κιτρίνισμα τα φύλλα εκτίθενται στον ήλιο και έτσι όλη η υγρασία που έχει απομείνει χάνεται. Τα φύλλα εντελώς ξερά πλέον είναι έτοιμα για περαιτέρω κατεργασία (Σκουμπούρης, 2016).

Στα τεχνητά μέσα χρησιμοποιείται μέθοδος ξήρανσης με ζεστό αέρα. Η μέθοδος ξήρανσης αυτή χρησιμοποιείται σε πολλούς τύπους καπνών. Η υγρασία και ο κατάλληλος εξαερισμός παίζουν σημαντικό ρόλο. Υπάρχει και η μέθοδος της φωτιάς στην οποία κάτω από τα κρεμασμένα καπνά ανάβεται φωτιά. Η διαδικασία αυτή διακόπτεται και επαναλαμβάνεται πολλές φορές και κρατάει συνήθως 1-1,5 μήνα

μέχρι τα καπνόφυλλα να αποκτήσουν τα κατάλληλα χαρακτηριστικά (Χοραντάκης, 2012).

Μετά την ξήρανση, τα φύλλα συγκεντρώνονται σε διάφορες αποθήκες και σκιερούς αποθηκευτικούς χώρους μέχρι να ρυθμιστεί κατάλληλα η υγρασία τους. Τα φύλλα, στη συνέχεια, συλλέγονται σε δεμάτια και παραμένουν σε ειδικούς υγρούς θαλάμους για λίγο καιρό ώστε να αποκτήσουν ελαστικότητα γιατί δεν πρέπει να θρυμματιστούν κατά τη μεταφορά τους.

Μετά τη διαδικασία της ξήρανσης γίνεται η επιλογή των καπνών για το εμπόριο, δηλαδή ταξινόμηση των φύλλων σε κατηγορίες ανάλογα με τα διάφορα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Οι διάφορες ποιότητες αναμιγνύονται στις σωστές αναλογίες και παρασκευάζονται με τον τρόπο αυτό τα διάφορα "χαρμάνια".

Στη συνέχεια, το προϊόν που προκύπτει οδηγείται σε ειδικά πιεστήρια, συσκευάζεται σε δέματα και τους καλοκαιρινούς μήνες θα ακολουθήσει άλλη μία διαδικασία που είναι η ζύμωση. Κατά τη διαδικασία αυτή ο καπνός υφίσταται διάφορες αλλαγές στα χημικά του συστατικά και αυτό οφείλεται στη δράση των ενζύμων. Η δράση των ενζύμων αυτών εξαρτάται από τη υγρασία και τη θερμοκρασία. Κατά τη ζύμωση, το άρωμα και οι καπνιστικές ιδιότητες των καπνών βελτιώνεται και μειώνεται η ποσότητα νικοτίνης που περιέχουν.

Το κεντρικό νεύρο που υπάρχει στο φύλλο του καπνού θα απομακρυνθεί και τα κομμάτια που παραμένουν θα χρησιμοποιηθούν στη παρασκευή καπνού για τσιγάρα και πίπες αφού δεχθούν τις απαραίτητες κατεργασίες.

Οι κατασκευαστές τσιγάρων προσθέτουν διάφορες αρωματικές και γλυκαντικές ουσίες προτού ο καπνός τεμαχιστεί σε λεπτές και μικρές λωρίδες.

Η κατασκευή των τσιγάρων γίνεται με ειδικές μηχανές που τοποθετούν τον καπνό σε ειδικό χαρτί τον συγκολλούν και τοποθετούν το φίλτρο στο τελικό στάδιο. Η διαδικασία αυτή είναι ταχύτατη και φτάνει στα 8.000 τσιγάρα το λεπτό. Οι μηχανές συνεχίζουν συσκευάζοντας τα τσιγάρα σε πακέτα, έτοιμα πια για την προώθηση τους στην αγορά (Μανδραβέλης, 2020).

Οι διαδικασίες παρασκευής καπνού για κάπνισμα με πίπα είναι πιο απλουστευμένες. Η παρασκευή γίνεται με διαδικασίες πίεσης και προσθήκη αρωματικών ουσιών κατά περίπτωση.

Τα πούρα, παρασκευάζονται από ειδικές ποιότητες καπνών. Ένα συνδετικό φύλλο χρησιμοποιείται σαν περιτύλιγμα και ο εσωτερικός καπνός είναι τεμαχισμένος ειδικά

για το γέμισμα. Η παραγωγή των πούρων γίνεται μηχανικά εκτός από κάποιες άριστες ποιότητες που γίνεται επιλεγμένα χειρωνακτικά (Μανδραβέλης, 2020).

Το ηλεκτρονικό τσιγάρο ή ατμιστής, αποτελείται από την πηγή ενέργειας (επαναφορτιζόμενη μπαταρία ιόντων λιθίου), τη θήκη της μπαταρίας που περιέχει και το κύκλωμα ελέγχου της τάσης, την ηλεκτρική αντίσταση ατμοποίησης (κεφαλή του ατμοποιητή), το δοχείο του υγρού ή «περιέκτης επαναπλήρωσης» που λειτουργεί και ως θάλαμος ατμοποίησης (αλλιώς γνωστός ως ατμοποιητής όταν πωλείται μαζί με την αντίσταση) και το επιστόμιο. Μεταξύ της κεφαλής του ατμοποιητή και της μπαταρίας παραβάλλεται συνήθως και ένας μεταλλικός δακτύλιος, που εξασφαλίζει την επαφή των πόλων της μπαταρίας με την αντίσταση.

Τέλος, για την έναρξη ή το κλείδωμα της συσκευής άτμισης, υπάρχει ένας χειροκίνητος διακόπτης ή ένας αισθητήρας εισρόφησης που αναλαμβάνει αυτόματα την έναρξη και την παύση.

Πιο συγκεκριμένα, αποτελείται από ένα αναλώσιμο φυσίγγιο (αγγλικά: Cartridge) που περιέχει υγρό το οποίο αποτελείται κυρίως από προπυλενογλυκόλη. Εισπνέοντας, ένας μικροεπεξεργαστής διοχετεύει σταγονίδια υγρού στον μηχανισμό που παράγει ατμό και ο χρήστης έχει την ίδια αίσθηση και ικανοποίηση με αυτή που έχει το κανονικό τσιγάρο.

Το ηλεκτρονικό τσιγάρο, λειτουργεί με επαναφορτιζόμενη μπαταρία και ο καπνός παράγεται σε ένα ειδικά διαμορφωμένο θάλαμο (αγγλικά: atomizer). Η θερμοκρασία του ατμού που παράγεται, είναι ίδια με αυτή του καπνού ενός κανονικού τσιγάρου (50-60C). Τα ανταλλακτικά φυσιγγία έχουν διάφορες γεύσεις συμπεριλαμβανομένων του καπνού, της σοκολάτας, του καφέ, του μήλου και της μέντας κ.ά.. Ένα φυσίγγιο του ηλεκτρονικού τσιγάρου είναι ισοδύναμο με περίπου 10 έως και 15 τσιγάρα και με μικρότερο κόστος.

Τα ηλεκτρονικά τσιγάρα παράγονται σε διάφορα σχήματα και μεγέθη όπως το κλασικό τσιγάρο, η πίπα καπνού μέχρι συσκευές που μοιάζουν με μνήμες USB.

2.4 Πολιτικό – Νομικό Περιβάλλον

Η απαγόρευση του καπνίσματος στην Ελλάδα όπως και σε άλλες χώρες, επικεντρώνεται κυρίως γύρω από την απαγόρευση σε δημόσιους χώρους (η απαγόρευση εντός δημοσίων κτιρίων που είναι χώροι εργασίας ισχύει δια νόμου ήδη από το 1856) και σε χώρους εργασίας για την προστασία της υγείας των καπνιστών

και των μη καπνιστών, από τα αποτελέσματα του καπνίσματος, ιδιαίτερα τον καρκίνο (Retail&Tobacco News, 2022).

Ο νόμος του 2002 απαγόρευε φαινομενικά το κάπνισμα, αλλά παρέμεινε από σχεδιασμού στο μεγαλύτερο μέρος ανεφάρμοστος καθώς οι διαχειριστές εργασιακών μονάδων μπορούσαν να επιτρέψουν εξαίρεση. Το 2008 ψηφίστηκε αυστηρότερος νόμος, που άρχισε να εφαρμόζεται την 1η Ιουλίου του 2009.

Το 2009 η Ελλάδα είχε τα υψηλότερα ποσοστά καπνιστών στην Ευρωπαϊκή Ένωση ενώ άλλες χώρες - ακόμα και πολλές που θεωρούνται λιγότερο ανεπτυγμένες - είχαν επιτύχει μείωση του ποσοστού των καπνιστών. Ως αποτέλεσμα, είναι χαρακτηριστική η συμφωνία πολιτικών πάνω στο θέμα.

Οι έλεγχοι για το κάπνισμα γίνονται τόσο στα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος (καφετερίες, καφεενεία, εστιατόρια, ταβέρνες, ζαχαροπλαστεία, νυχτερινά κέντρα, κέντρα διασκέδασης, καζίνο, καταστήματα τυχερών παιγνίων κτλ.) όσο και στους λοιπούς δημόσιους χώρους (νοσοκομεία, ιδρύματα, δημόσιες υπηρεσίες, τράπεζες, μέσα μαζικής μεταφοράς κτλ.)

Σύμφωνα με τη νέα νομοθεσία (4633/2019), κατά τους ελέγχους που διενεργούνται, επιβάλλονται κυρώσεις και πρόστιμα (Retail&Tobacco News, 2022):

- Στους πολίτες που καπνίζουν καθώς και στους υπεύθυνους ή ιδιοκτήτες των χώρων ή καταστημάτων όπου διαπιστώνονται οι παραβάσεις του καπνίσματος (λόγω ανοχής/μη αποτροπής).
- Στους υπεύθυνους ή ιδιοκτήτες των χώρων – καταστημάτων που δεν λαμβάνουν μέτρα αποτροπής του καπνίσματος (λ.χ. μη ανάρτηση σήματος απαγόρευσης σε εμφανή σημεία των χώρων ανά 15 τετραγωνικά μέτρα, ύπαρξη σταχοδοχείων κτλ.).
- Στους υπαλλήλους και υπεύθυνους τήρησης της αντικαπνιστικής νομοθεσίας των υπηρεσιών (Δημοσίου, Τραπεζών, Ιδρυμάτων, Φορέων, Επιχειρήσεων Κοινής Ωφελείας κτλ.) όπου διαπιστώνονται παραβάσεις.
- Στους υπαλλήλους και υπεύθυνους τήρησης της αντικαπνιστικής νομοθεσίας σε οποιονδήποτε κλειστό δημόσιο ή ιδιωτικό χώρο στον οποίο παρέχεται εργασία και διαπιστώνονται παραβάσεις.
- Σε οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο παραβαίνει τη νομοθεσία διαθέτοντας παράνομα προς πώληση στην επιχείρησή του προϊόντα καπνού.

- Σε οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο παραβαίνει τη νομοθεσία διαφημίζοντας ή προωθώντας προϊόντα καπνού.
- Στους οδηγούς και τους επιβάτες που καπνίζουν σε Ι.Χ. και Δ.Χ. οχήματα στα οποία επιβαίνουν ανήλικοι κάτω των 12 ετών.
- Στους υπευθύνους και παραβάτες που δεν τηρούν τον αντικαπνιστικό νόμο σε παιδικούς και βρεφονηπιακούς σταθμούς, ιδρύματα πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, σε κλειστούς και υπαίθριους χώρους άθλησης και διασκέδασης ανηλίκων, αθλοπαιδιών, σε παιδότοπους, παιδικές χαρές, θεματικά πάρκα κ.λπ., καθώς και σε οποιονδήποτε άλλο ανοιχτό χώρο όταν υπάρχουν ανήλικοι.

Οι παραβάσεις που βεβαιώνονται στους υπεύθυνους διαχείρισης του χώρου είναι:

- Μη κατάρτιση σχεδίου αποτροπής καπνίσματος και ορισμό υπευθύνων (όπου αυτό προβλέπεται).
- Μη ανάρτηση σήμανσης και λοιπών μέτρων αποτροπής (απομάκρυνση σταχτοδοχείων).
- Μη ανταπόκριση του υπευθύνου σε διαμαρτυρία για την πραγματοποίηση της παράβασης.
- Μη κλήση των αρμοδίων οργάνων.
- Μη συνεργασία με τους ελεγκτές. Τα προβλεπόμενα από τη νομοθεσία πρόστιμα είναι ιδιαίτερα αυστηρά (από 100€ ως 10.000€ που υπερδιπλασιάζονται σε περιπτώσεις υποτροπών).

Η οδηγία, που εγκρίθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο το 2003 (IP/02/1788), απαγορεύει τη διαφήμιση προϊόντων καπνού στα έντυπα μέσα μαζικής ενημέρωσης, στο ραδιόφωνο και στο διαδίκτυο.

Απαγορεύει επίσης τη χορηγία διασυνοριακών πολιτιστικών και αθλητικών εκδηλώσεων. Παρά το γεγονός ότι οι περισσότερες χώρες της ΕΕ είχαν θεσπίσει την αναγκαία νομοθεσία είτε βρίσκονταν στη διαδικασία έγκρισής της, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε έκθεση σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τα προϊόντα καπνού (Μαλιχούδης, 2021).

Η επιπολαιότητα του καπνίσματος μειώνεται σε πολλές χώρες, ως αποτέλεσμα του ελέγχου του καπνού και της ευαισθητοποίησης για την υγεία, αλλά ο καπνός εξακολουθεί να είναι η μεγαλύτερη αιτία θανάτου και ασθενειών που μπορούν να προληφθούν στον κόσμο.

Η καπνοβιομηχανία επεκτείνει την αγορά τσιγάρων της σε χώρες με πιο αδύναμες ρυθμιστικές αρχές, ενώ λανσάρει ένα ευρύ φάσμα νέων προϊόντων, όπως θερμαινόμενα προϊόντα καπνού, ηλεκτρονικά τσιγάρα και σακούλες νικοτίνης από το στόμα, για να προσελκύσει πελάτες σε χώρες όπου οι πωλήσεις τσιγάρων μειώνονται (News 4 Health 2021).

Η βιομηχανία διακηρύσσει ότι αυτά τα προϊόντα μπορούν να βοηθήσουν τους καπνιστές να σταματήσουν τα τσιγάρα και να συμβάλουν σε ένα μέλλον χωρίς καπνιστές. Οι προσπάθειες ανάπτυξης και εμπορίας προϊόντων της καπνοβιομηχανίας πρέπει να αναγνωριστούν για αυτό που πραγματικά είναι – στρατηγικές που έχουν σχεδιαστεί για να εξασφαλίσουν μελλοντικά κέρδη καπνού και όχι για την προώθηση της παγκόσμιας υγείας.

Οι καπνοπαραγωγοί εκτελούν εξαιρετικά επικίνδυνη εργασία και σπάνια λαμβάνουν εισόδημα επαρκές για τα προς το ζην. Σε χώρες παραγωγής καπνού, όπως το Μπαγκλαντές, τα παιδιά αναγκάζονται να βοηθήσουν τους γονείς τους και στερούνται του δικαιώματός τους στην υγεία, την εκπαίδευση, τον ελεύθερο χρόνο και την ανάπτυξη.

Σε παγκόσμιο επίπεδο εκτιμάται ότι 1,3 εκατομμύρια παιδιά ηλικίας κάτω των 14 ετών εργάζονται με καπνό. Επιπλέον, η καπνοκαλλιέργεια προκαλεί μαζική αποψίλωση των δασών και ρύπανση.

Το οικολογικό αποτύπωμα της καπνοβιομηχανίας είναι υπό μεγάλη αμφισβήτηση. Τα αποτσίγαρα αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι των απορριμμάτων στον κόσμο, απελευθερώνοντας τοξίνες και τόνους πλαστικού στη φύση.

Ένας σημαντικός αριθμός μελετών αποδεικνύει ότι, εκτός από εξαιρετικά εθιστική, η νικοτίνη μειώνει τις γνωστικές λειτουργίες και αυξάνει τον κίνδυνο ψυχικής ασθένειας. Τα παιδιά είναι ιδιαίτερα ευάλωτα και διατρέχουν τον κίνδυνο μακροπρόθεσμων επιπλοκών (διαβήτη τύπου 2, καρδιαγγειακές παθήσεις, γενετικές ανωμαλίες και άλλους εθισμούς) . Τα επιστημονικά στοιχεία υπογραμμίζουν την ανάγκη πρόληψης όλων των μορφών εξάρτησης από τη νικοτίνη.

3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΙΚΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

3.1 Ο Κλάδος της Καπνοβιομηχανίας

Λιγосτές είναι πλέον οι επιχειρήσεις παραγωγής καπνικών προϊόντων. Σύμφωνα με μελέτη της εταιρείας Stochasis, από περίπου 70 επιχειρήσεις που λειτουργούσαν πριν από 10 χρόνια, πλέον έχουν μείνει μόλις εννέα (Μανδραβέλης, 2020).

Εξ αυτών, οι τέσσερις ασχολούνται με την ελαφριά μεταποίηση καπνικών προϊόντων (Μισσιριάν Α.Ε., Ζαφείρης Ναξιάδης Α.Ε., Καπνική Βιομηχανική Α.Ε. και Συνεταιριστική Ένωση Καπνοπαραγωγών Ελλάδος Α.Ε.), δύο με την παραγωγή καπνικών προϊόντων (Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε. και Παπαστράτος Α.Ε.) και τρεις είναι εισαγωγικές επιχειρήσεις (British American Tobacco Hellas Α.Ε., JTI Hellas Α.Ε. και Imperial Tobacco Hellas Α.Ε.).

Στις τελευταίες αποχωρήσεις από τον κλάδο συγκαταλέγονται εκείνες της Καπνικής Μιχαηλίδης Α.Ε., η οποία κατέρρευσε το 2017 υπό το βάρος χρεών, και της ΣΕΚΑΠ, η οποία εξαγοράστηκε από την JTI, στο πλαίσιο της ευρύτερης εξαγοράς της ρωσικής DonskoyTabak, αντί 1,6 δισ. δολ. ΗΠΑ τον Μάρτιο του 2018, από την ιαπωνικών συμφερόντων JTI (Μανδραβέλης, 2020).

Οι εταιρείες του κλάδου έχουν ως κύρια δραστηριότητα την πρώτη μεταποίηση του καπνού, που αποτελεί ένα στάδιο επεξεργασίας το οποίο παρεμβάλλεται μεταξύ της πρωτογενούς παραγωγής (καπνοπαραγωγοί) και της τελικής μεταποίησης του καπνού (σιγαρετοβιομηχανίες).

Ο τομέας της πρώτης μεταποίησης – επεξεργασίας καπνού συρρικνώθηκε σημαντικά μετά την αλλαγή της ΚΑΠ για τα καπνά (ολική αποδέσμευση ενισχύσεων στην καλλιέργεια καπνού). Η εγχώρια καπνοπαραγωγή παρουσίασε κατακόρυφη πτώση πριν από μία δεκαπενταετία περίπου, σημειώνοντας μικρή ανάκαμψη τα επόμενα χρόνια. Στην Ελλάδα οι ποικιλίες που ουσιαστικά συνεχίζουν να παράγονται είναι κυρίως αυτές του Μπασμά και Κατερίνης, ενώ τα τελευταία χρόνια διαπιστώνεται σταδιακή ανάκαμψη της παραγωγής καπνών Βιρτζίνια.

Χαρακτηριστικά, αναφέρεται ότι, το 2006 η παραγωγή καπνού μειώθηκε κατά 80%. Τα επόμενα τέσσερα έτη (2007-2010) η αγορασθείσα ποσότητα παρέμεινε γενικά σε χαμηλά επίπεδα, ενώ την πενταετία 2011-2014 παρατηρήθηκε τάση ανάκαμψης (Σκουμπούρης, 2016).

Στην παρούσα φάση πολύ λίγες εταιρείες του κλάδου εξακολουθούν να λειτουργούν, πραγματοποιώντας αγορά καπνών νέας εσοδείας και επεξεργασία. Κάποιες επιχειρήσεις συνέχιζαν τη δραστηριότητάς τους εκποιώντας τα αποθέματά τους, ενώ άλλες είτε εμπορεύονται πλέον έτοιμα καπνά είτε έχουν αλλάξει αντικείμενο δραστηριότητας.

Οι συνολικές εισαγωγές καπνών μειώθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 9,5% (σε ποσότητα) την περίοδο 2017-2019. Το 2020 οι συνολικές εισαγωγές αυξήθηκαν κατά 9,3% (σε ποσότητα) και 11,8% (σε αξία) σε σύγκριση με το 2019. Η πορεία των εξαγωγών καπνών ήταν φθίνουσα την περίοδο 2017-2019, με μέσο ετήσιο ρυθμό 12,1% (σε ποσότητα). Το 2020 οι συνολικές εξαγωγές καπνών ενισχύθηκαν κατά 12,4% (σε ποσότητα) και 14,0% (σε αξία) σε σύγκριση με το 2019. Ο κλάδος των τσιγάρων-πούρων συγκροτείται από μικρό αριθμό εταιρειών στην Ελλάδα.

Ο παραγωγικός τομέας έχει συρρικνωθεί, ενώ και στον εισαγωγικό τομέα το πλήθος των επιχειρήσεων είναι περιορισμένο.

Σημαντική εξέλιξη για τον κλάδο τα τελευταία χρόνια έχει η είσοδος του ηλεκτρονικού τσιγάρου και (πιο πρόσφατα) των θερμαινόμενων προϊόντων (ράβδων) καπνού, αποσπώντας σταδιακά μερίδιο από την "παραδοσιακή" αγορά των συμβατικών τσιγάρων.

Η εγχώρια παραγωγή τσιγάρων παρουσιάζει διακυμάνσεις. Την περίοδο 2008-2012, ο όγκος της παραγωγής ήταν πτωτικός. Την τελευταία 3ετία (2018-2020) μειώθηκε σημαντικά γεγονός που οφείλεται σε μία εταιρεία η οποία από το 2018 διέκοψε την παραγωγή «παραδοσιακών» τσιγάρων και δραστηριοποιείται πλέον στην παραγωγή θερμαινόμενων ράβδων καπνού. Παράλληλα, συνεχίζει την εισαγωγή και διάθεση συμβατικών τσιγάρων.

Ποσοστό περίπου 80% της παραγωγής θερμαινόμενων ράβδων καπνού εξάγεται σε διάφορες χώρες.

Οι συνολικές εισαγωγές τσιγάρων-πούρων παρουσιάζουν αυξομειώσεις τα τελευταία έτη. Ειδικότερα, τη διετία 2018-2019 κινήθηκαν ανοδικά σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, αλλά το 2020 κατέγραψαν σημαντική μείωση κατά 40,6% σε ποσότητα, σε σύγκριση με το 2019, ενώ σε όρους αξίας καταγράφηκε πτώση 33,1%. Η συντριπτική πλειοψηφία των εισαγόμενων προϊόντων αφορά τσιγάρα, τα οποία καλύπτουν περίπου το 95% σε όρους ποσότητας και το 85% σε όρους αξίας, των συνολικών εισαγωγών, τα τελευταία έτη.

Οι εξαγωγές τσιγάρων-πούρων παρουσιάζουν διακυμάνσεις την τελευταία πενταετία. Ειδικότερα, σημαντική μείωση κατέγραψαν τη διετία 2017-2018, το 2019 κυμάνθηκαν στα ίδια επίπεδα με το προηγούμενο έτος, αλλά το 2020 αυξήθηκαν κατά 9,3% σε ποσότητα και κατά 19% σε αξία, συγκριτικά με το 2019. Σχεδόν το σύνολο των εξαγωγών αφορά τσιγάρα, ενώ οι εξαγωγές πούρων είναι αμελητέες τα τελευταία έτη (ICAPAE. 2020).

Τέλος, η συνολική αποτιμώμενη εμπορική αξία των δύο εισαγωγικών επιχειρήσεων τσιγάρων για τις οποίες υπάρχουν στοιχεία (Imperial Tobacco και JTI Hellas) διαμορφώνεται σε 70 εκατ. ευρώ το 2018.

Συνεπώς, πάνω από 90% της αξίας του κλάδου συγκεντρώνεται στις δύο παραγωγικές επιχειρήσεις καπνικών προϊόντων, την Παπαστράτος και την Καπνοβιομηχανία Καρέλια.

Εικόνα 7: Οι 10 κορυφαίες επιχειρήσεις καπνοβιομηχανίας

Επωνυμία επιχείρησης	Καθαρός Κύκλος εργασιών 2018	Κέρδη EBITDA 2018	Προσωπικό
ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΣΙΓΑΡΩΝ/ΠΟΥΡΩΝ			
ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε. ΣΙΓΑΡΕΤΤΩΝ	€320.894.686	€52.390.041	823
ΚΑΡΕΛΙΑ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε.	€197.648.000	€95.426.000	516
J. T. INTERNATIONAL HELLAS Α.Ε.Β.Ε.	€75.801.026	€2.551.233	102
IMPERIAL TOBACCO HELLAS Α.Ε.	€60.813.866 (1/10/2017-30/9/2018)	€6.966.720	114
BRITISH AMERICAN TOBACCO ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Ε.	€40.310.132	€2.910.509	100
ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΠΝΟΥ			
ΣΕΚΕ Α.Ε.	€74.954.802 (1/7/2017-30/6/2018)	€5.023.875	45
ΜΙΣΣΙΡΙΑΝ Α.Ε.	€65.360.416 (1/7/2017-30/6/2018)	€5.680.406	75
ΓΛΕΟΥΔΗΣ ΝΙΚΟΣ "ΚΑΒΕΣ" Α.Ε.	€32.555.941	€3.377.199	40

Πηγή: ICAP ΑΕ, 2020

3.2 Ελληνική Αγορά

Το 2018 σημειώθηκε μια αύξηση στις πωλήσεις τσιγάρων, αλλά, όπως επισημαίνουν οι άνθρωποι της αγοράς, αυτή ήταν πλασματική. Ειδικότερα, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η εγχώρια αγορά τσιγάρων, βάσει φορολογηθισών ποσοτήτων, ανήλθε το 2018 σε 12,92 δισ. τεμάχια, από 12,02 δισ. τεμάχια το 2017. Σημειώθηκε έτσι αύξηση των ποσοτήτων που φορολογήθηκαν κατά 7,5%.

Παράγοντες της αγοράς κάνουν λόγο για πλασματική αύξηση. «Είναι τεχνικό θέμα», παραδέχεται στέλεχος της αγοράς, σημειώνοντας ότι «στην πραγματικότητα υπήρξε αύξηση φορολογήσεων και όχι πωλήσεων» (Μανδραβέλης, 2020). Ο ίδιος εξηγεί ότι

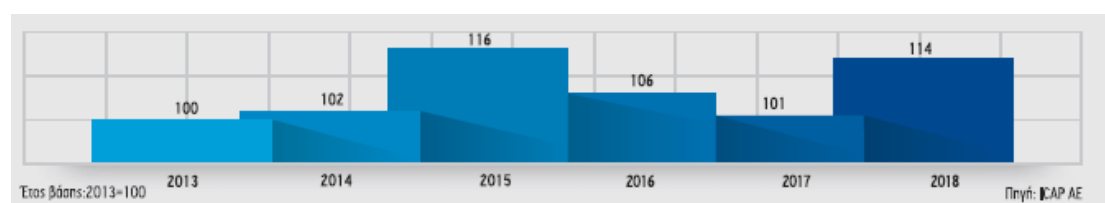
το 2016 υπήρξε αποθεματοποίηση (περίπου μισός μήνας κατά μέσον όρο) ενόψει της επικείμενης –τότε– αύξησης φορολογίας από 1/1/2017. «Αν παρατηρήσουμε προσεκτικά», προσθέτει, «θα διαπιστώσουμε ότι και τα νούμερα του 2017 είναι υπερβολικά μειωμένα, χωρίς να υπάρχει κάποια ουσιαστική μεταβολή στην αγορά».

Για το 2019, πριν ακόμη ξεκινήσει η σημερινή κυβέρνηση τη «δίωξη» των καπνιστών από τους κλειστούς χώρους, η Stochasis προέβλεπε ότι η αγορά καπνικών προϊόντων θα σημειώσει κάμψη της τάξεως του 1% έως 2% – ειδικότερα, υποχώρηση 1% για τα προϊόντα λεπτοκομμένου καπνού και 2% στα βιομηχανοποιημένης παραγωγής τσιγάρα.

Σύμφωνα με τη Stochasis, στην ελληνική αγορά υφίσταται ακόμη ένας μικρός αριθμός εισαγωγέων καπνικών προϊόντων, το μέγεθος των οποίων ωστόσο δεν μεταβάλλει τα χαρακτηριστικά του κλάδου. Η αγορά καπνικών ακολουθεί έντονα καθοδική τάση, με τις πωλήσεις όγκου καπνού αλλά και καπνικών προϊόντων να μειώνονται συνεχώς.

Η μελέτη της Stochasis αναφέρει ακόμη ότι η συνολική αποτιμώμενη εμπορική αξία των δύο από τις τέσσερις μεταποιητικές επιχειρήσεις καπνού, με δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία για κάθε χρήση της περιόδου 2012-2018, διαμορφώνεται σε 27,3 εκατ. ευρώ, ενώ η συνολική αποτιμώμενη εμπορική αξία των δύο επιχειρήσεων παραγωγής τσιγάρων, με δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία για κάθε χρήση στην ίδια περίοδο, διαμορφώνεται σε 1,13 δισ. ευρώ για το 2018.

Εικόνα 8: Δείκτης του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων παραγωγής – εισαγωγής τσιγάρων και πούρων (2013-2018)



Πηγή: ICAPAE, 2020

Η γενικότερη τάση που παρατηρείται είναι η στροφή της αγοράς προς φθηνότερους κωδικούς (παράλληλα με έξαρση του λαθρεμπορίου), καθώς αρκετοί καταναλωτές αναζητούν τρόπους να μην σταματήσουν την «αγαπημένη τους» συνήθεια, αντικαθιστώντας όμως το ακριβό τσιγάρο / πούρο με κάποιο άλλο φθηνότερο.

Σημαντική εξέλιξη αποτελεί η συγκέντρωση του κλάδου των σιγαρετοβιομηχανιών σε περιορισμένο αριθμό επιχειρήσεων σε διεθνές επίπεδο.

Η νόμιμη διάθεση τσιγάρων στην ελληνική αγορά (φορολογηθείσες ποσότητες) έχει μειωθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία, σημειώνοντας όμως ετήσιες διακυμάνσεις. Αναφορικά με τα τελευταία χρόνια, παράγοντες του κλάδου επισημαίνουν ότι η αύξηση της φορολογίας που εφαρμόστηκε από την 1/1/2017 οδήγησε σε αποθεματοποίηση μεγάλων ποσοτήτων το 2016.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, παρατηρείται αύξηση 13,8% στις φορολογηθείσες ποσότητες τσιγάρων το 2016 σε σχέση με το 2015, ενώ το 2017 καταγράφεται πτώση 37,6% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (ICAPAE 2020).

Αύξηση (8,6%) παρατηρείται το 2018, ενώ την επόμενη διετία (2019-2020) οι φορολογηθείσες ποσότητες τσιγάρων μειώθηκαν (ετήσια μείωση 10,8% το 2020).

Οι συνολικές πωλήσεις των επιχειρήσεων που ασχολούνται με την παραγωγή, εισαγωγή και διάθεση τσιγάρων και πούρων παρουσίασαν αύξηση την τριετία 2013-2015 (κυρίως το 2015), μετά την μείωση που είχαν καταγράψει τα προηγούμενα έτη. Από το 2016 οι συνολικές πωλήσεις καταγράφουν πτώση, ενώ το 2018 εμφανίζουν αξιόλογη ανάκαμψη. Σημαντικό μέρος των πωλήσεων των επιχειρήσεων προέρχεται από εξαγωγές τσιγάρων προς διάφορες χώρες του εξωτερικού.

Στην αγορά τσιγάρων – πούρων, οι συνεχείς αλλαγές στους φορολογικούς συντελεστές και η σημαντική αύξηση του λαθρεμπορίου θα συνεχίσουν να επηρεάζουν τον κλάδο.

Με επενδύσεις αλλά και με την είσοδο νέων προϊόντων στην εγχώρια αγορά η ελληνική καπνοβιομηχανία προσπαθεί να ενισχύσει τη θέση των νέων προϊόντων καπνού, ακολουθώντας την παγκόσμια τάση της αγοράς.

Οι δραστηριότητες της καπνοβιομηχανίας τους τελευταίους δώδεκα μήνες επιβεβαιώνουν, για ακόμη μία χρονιά, τη στροφή που αυτή έχει πραγματοποιήσει στα νέα προϊόντα καπνού, όπως τα στικ θέρμανσης καπνού ή τα ηλεκτρονικά τσιγάρα.

Με νέες επενδύσεις αλλά και με το λανσάρισμα νέων προϊόντων γίνεται εμφανής η περαιτέρω προσπάθεια εδραίωσης της κατηγορίας. Η συγκεκριμένη στροφή της ελληνικής καπνοβιομηχανίας ακολουθεί τις τάσεις που καταγράφονται και στην παγκόσμια αγορά. Είναι ενδεικτικό ότι σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιεύει η Researchand Markets, η αγορά Heated Tobacco Products αναμένεται να φτάσει τα 22 δισ. δολάρια το 2024 από τα 6,3 δισ. το 2018 (Reporter, 2022).

Στην Ελλάδα, ο αριθμός των καπνιστών παρουσίασε αύξηση τα τελευταία δύο χρόνια της πανδημίας.

Συγκεκριμένα, έρευνα της Metron Analysis και του Ινστιτούτου Κοινωνικής και Προληπτικής Ιατρικής το 2017 και το 2021 σε δείγμα 1.001 ανθρώπων καταγράφει μικρή άνοδο του αριθμού των καπνιστών. Αν τον Μάιο του 2017 δεν κάπνιζε το 64% των ερωτηθέντων, τον Νοέμβριο του 2021 το ποσοστό αυτό είχε πέσει στο 60%, με αντίστοιχη άνοδο εκείνων που καπνίζουν είτε σταθερά είτε περιστασιακά. Αντίστοιχα, το Ευρωβαρόμετρο ανεβάζει το ποσοστό των καπνιστών, μόνιμων και περιστασιακών, στο 42% (Reporter, 2022).

3.3 Ο Κλάδος στην Ευρωπαϊκή – Διεθνή Αγορά

ΚΑΙΠΝΑ: Διαχρονική μείωση παρουσιάζει η παγκόσμια παραγωγή καπνού τα τελευταία χρόνια, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής του -4%. Η παραγωγή υπολογίζεται σε 5.175 χιλ. τόνους (αποξηραμένου καπνού) το 2019. Τα καπνά τύπου “fluecured” κάλυψαν περίπου το 71% της συνολικής παραγωγής το 2019, ενώ ακολούθησαν τα καπνά της κατηγορίας “Burley” με ποσοστό 11%.

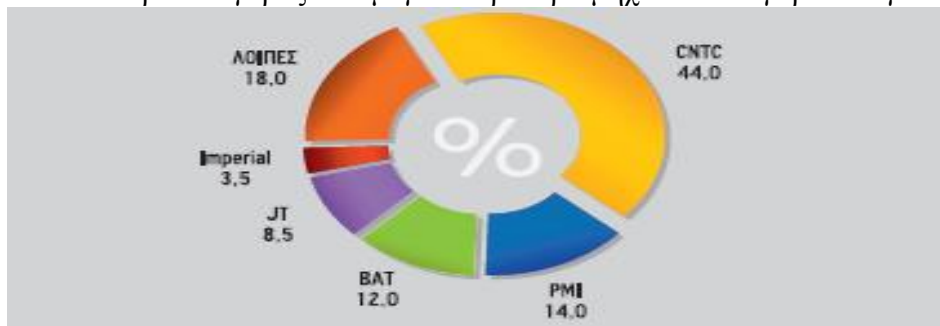
Εικόνα 9: Εξέλιξη της Παγκόσμιας Παραγωγής Καπνού (2014-2019). Σε χιλ. τόνους αποξηραμένου καπνού



Πηγή: ICAPAE, 2020

ΤΣΙΓΑΡΑ: Από πρόσφατες μελέτες διεθνώς αναγνωρισμένου οίκου, προκύπτει ότι οι συνολικές παγκόσμιες πωλήσεις τσιγάρων (σε τιμές λιανικής) ανήλθαν σε \$713.7 δις. Το 2018. Το ίδιο έτος διατέθηκαν περισσότερα από 5.3 τρις, τσιγάρα, ενά μέχρι το 2023 οι πωληθείσες ποσότητες τσιγάρων αναμένεται να υποχωρήσουν κατά 7% περίπου.

Εικόνα 10: Μερίδια αγοράς των μεγαλύτερων βιομηχανιών τσιγάρων παγκοσμίως



Πηγή: ICAP AE, 2020

Την τελευταία δεκαετία στη διεθνή αγορά τσιγάρων κυριαρχούν πέντε εταιρείες και συγκεκριμένα οι: China National Tobacco Corporation (CNTC), Phillip Morris International (PMI), British American Tobacco (BAT), Japan Tobacco Inc. (JTI), και Imperial Tobacco.

3.4 Χρηματοοικονομική Επίδοση του Κλάδου

Από την ανάλυση του ομαδοποιημένου Ισολογισμού ο οποίος συντάχθηκε βάσει δείγματος 10 εταιρειών του κλάδου καπνοβιομηχανίας με διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία για τη διετία 2018-17, προκύπτουν τα εξής:

Εικόνα 11: Συνοπτικός Ισολογισμός Επιχειρήσεων του Κλάδου Καπνοβιομηχανίας (2018/2017)

Λογαριασμός	2018	2017	Μεταβολή (%)
Καθαρά Πάγια	404.404.462	342.872.802	17,9
Αποθέματα	220.677.819	160.944.238	37,1
Απαιτήσεις	410.297.336	468.988.356	-12,5
Ταμείο - Τράπεζες	340.304.474	450.925.405	-24,5
Σύνολο Ενεργητικού	1.375.684.090	1.423.730.803	-3,4
Ίδια Κεφάλαια	833.762.771	772.324.102	8,0
Μέσο. & Μακρο. Υποχ. & Προβλέψεις	135.382.987	134.774.504	0,5
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	406.538.333	516.632.195	-21,3
Σύνολο Παθητικού	1.375.684.090	1.423.730.803	-3,4
Αποτελέσματα Χρήσεως			
Κύκλος Εργασιών (Πωλήσεις)	774.337.486	693.585.971	11,6
Μικτό Κέρδος	290.329.668	228.870.694	26,9
Λειτουργικά Αποτελέσματα	122.394.618	336.580.220	-63,6
Κέρδος Προ Φόρου Εισοδήματος	128.174.523	323.810.031	-60,4
ΕΒΙΤΔΑ	149.901.276	362.640.776	-58,7

Πηγή: ICAPAE, 2020

Το σύνολο του ενεργητικού υποχώρησε κατά 3,4% το 2018/2017, λόγω κυρίως της μείωσης των ταμειακών. Τα ίδια κεφάλαια διευρύνθηκαν κατά 8% την ίδια περίοδο. Οι συνολικές μέσο-μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις και προβλέψεις παρέμειναν στα ίδια περίπου επίπεδα, ενώ οι βραχυπρόθεσμες συρρικνώθηκαν κατά 21,3%, το τελευταίο έτος.

Εικόνα 12: Αριθμοδείκτες 10 εταιρειών Καπνοβιομηχανίας

	2018	2017
Δείκτες Κερδοφορίας		
Περιθώριο Μικτού Κέρδους (%)	37,5	33,0
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους (%)	16,6	46,7
Περιθώριο EBITDA (%)	19,4	52,3
Δείκτες Αποδοτικότητας		
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (%)	15,4	41,9
Αποδοτικότητα Απασχολουμένων Κεφαλαίων (%)	9,3	22,7
Δείκτες Ρευστότητας		
Γενική Ρευστότητα	2,39	2,09
Ταμειακή Ρευστότητα	1,26	1,26
Δείκτες Χρηματοοικονομικής Διάρθρωσης		
Σχέση Ξένων Προς Ίδια Κεφάλαια (:1)	0,65	0,84
Κάλυψη Χρηματοοικονομικών Δαπανών	39,7	94,5
Δείκτες Δραστηριότητας		
Μ.Ο Προθεσμίας Είσπραξης Απαιτήσεων (Ημέρες)	54	78
Μ.Ο Προθεσμίας Εξόφλησης Προμηθευτών (Ημέρες)	145	194
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων (Ημέρες)	166	126

Πηγή: ICAPAE, 2020

Οι συνολικές πωλήσεις των 10 επιχειρήσεων ενισχύθηκαν κατά 11,6% το 2018/2017, ενώ τα συνολικά μεικτά κέρδη αυξήθηκαν με υψηλότερο ρυθμό (κατά 26,9%). Ωστόσο, η μεγάλη μείωση που παρουσίασαν τα λοιπά λειτουργικά έσοδα, είχε ως αποτέλεσμα τη δραστική επιδείνωση τόσο των λειτουργικών όσο και των καθαρών (προ φόρων) αποτελεσμάτων το 2018/2017. Ανάλογη εικόνα εμφάνισαν και EBITA.

3.5 Ανάλυση του Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος (Porter)

Ο πρώτος βασικός παράγοντας που προσδιορίζει την οικονομική απόδοση μιας επιχείρησης είναι η ελκυστικότητα της αγοράς στην οποία διαθέτει τα προϊόντα της. Αυτό σημαίνει ότι η στρατηγική ανταγωνισμού που ακολουθεί η επιχείρηση πρέπει

να προκύπτει από μια πλήρη γνώση των συνθηκών ανταγωνισμού που προσδιορίζουν την ελκυστικότητα αυτή (Ευθύμογλου, 1990). Ο τελικός σκοπός της ανταγωνιστικής στρατηγικής είναι από τη μία πλευρά η προσαρμογή των δραστηριοτήτων της επιχείρησης προς τις συνθήκες ανταγωνισμού της αγοράς και από την άλλη, η μεταβολή των συνθηκών αυτών προς όφελος της επιχείρησης.

Η φύση και ο βαθμός του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει μία επιχείρηση στην αγορά εξαρτώνται από ορισμένους σημαντικούς παράγοντες που ονομάζονται δυνάμεις ανταγωνισμού. Σύμφωνα με το υπόδειγμα του Porter γίνεται διερεύνηση των πέντε κυρίων δυνάμεων ανταγωνισμού στο κλάδο της καπνοβιομηχανίας (Ευθύμογλου, 1990)

Είσοδος νέων επιχειρήσεων στον κλάδο:

Διεθνώς η βιομηχανία τσιγάρων φέρει χαρακτηριστικά ολιγοπωλίου, αφού ελάχιστοι πολυεθνικοί όμιλοι ελέγχουν το μεγαλύτερο τμήμα της παγκόσμιας αγοράς. Τα εμπόδια εισόδου συνοψίζονται ως εξής:

1. Η υψηλή πιστότητα των καπνιστών σε συγκεκριμένα εμπορικά σήματα τσιγάρου (brand loyalty).
2. Φραγμοί στην καθιέρωση προϊόντων από νεοεισερχομένους, λόγω απαγόρευσης της διαφήμισης, εξαιτίας του θεσμικού πλαισίου.
3. Η υψηλότερη φορολόγηση των προϊόντων καπνού.
4. Τα ήδη εδραιωμένα δίκτυα διανομής των υφιστάμενων βιομηχανιών και το υψηλό κόστος δημιουργίας νέων.

Κίνδυνοι από υποκατάστατα προϊόντα:

Τα καπνοβιομηχανικά προϊόντα ουσιαστικά δεν αντιμετωπίζουν ισχυρό ανταγωνισμό από υποκατάστατα, γεγονός στο οποίο συντελεί και ο εθισμός από τη χρήση τους. Υποκατάσταση υφίσταται κατά κύριο λόγο εντός των ορίων του κλάδου, μεταξύ των διαφόρων εμπορικών σημάτων, λόγω προτίμησης ή διαφοράς τιμών.

Τα τελευταία χρόνια δημιουργείται τάση υποκατάστασης από τα ηλεκτρονικά τσιγάρα, σε μεγάλο βαθμό όμως οι καπνοβιομηχανίες έχουν λανσάρει την νέα αυτή σειρά προϊόντων.

Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών:

Κύριοι προμηθευτές του κλάδου είναι οι επιχειρήσεις πρώτης μεταποίησης καπνού, καθώς και οι επιχειρήσεις παραγωγής χαρτιού / φίλτρων, ειδών συσκευασίας, κλπ. Η διαπραγματευτική τους δύναμη δεν είναι ισχυρή έναντι των μεγάλων πολυεθνικών ομίλων καπνοβιομηχανιών που ελέγχουν τη διεθνή αγορά.

Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών:

Οι τιμές των προϊόντων του κλάδου στην Ε.Ε. δεν είναι ελεύθερα διαπραγματεύσιμες μεταξύ των βιομηχανιών και των πελατών τους (χονδρέμποροι, αντιπρόσωποι, λιανέμποροι), δεδομένου ότι οι κατώτερες τιμές λιανικής πώλησης τσιγάρων είναι αυστηρά καθορισμένες από το θεσμικό πλαίσιο και τις διατάξεις που επιβάλλουν τα διάφορα κράτη.

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στα δίκτυα διανομής, οι καπνοβιομηχανίες επιβάλλουν ισχυρό έλεγχο και συνήθως χρησιμοποιούν σύστημα αποκλειστικής διανομής που δεσμεύει τον διανομέα.

Ανταγωνισμός μεταξύ των Επιχειρήσεων του Κλάδου:

Ο κλάδος της καπνοβιομηχανίας εμφανίζει υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, γεγονός που καθιστά οξύ και έντονο τον ανταγωνισμό τόσο στη διεθνή, όσο και στην εγχώρια αγορά. Στην αγορά υπερισχύουν συνήθως οι μεγάλοι διεθνείς όμιλοι, λόγω των οικονομιών κλίμακας αλλά και των δικτύων διανομής που ελέγχουν.

Τα τελευταία χρόνια ωστόσο το σύνολο των εταιρειών του κλάδου (παραγωγού – εισαγωγείς τσιγάρων / πούρων) υφίσταται έντονο αθέμιτο ανταγωνισμό από το λαθρεμπόριο τσιγάρων, το οποίο έχει επεκταθεί με γρήγορους ρυθμούς σε ολόκληρη την αγορά της Ε.Ε.

3.6 Οι ανταγωνιστές

Οι κυριότεροι ανταγωνιστές της «Καπνοβιομηχανία Καρέλια ΑΕ» είναι οι εξής:

Παπαστράτος ΑΒΕΣ:

Λειτουργεί περισσότερα από 90 χρόνια στην Ελλάδα και είναι πλέον θυγατρική της πολυεθνικής εταιρείας Philip Morris International Inc (PMI). Τα βασικά δυνατά brand της επιχείρησης είναι το Marlboro και ο Assos.

Στις αρχές του 2022, η Παπαστράτος λάνσαρε στην Ελλάδα τη νέα συσκευή θέρμανσης καπνού LilSolid 2.0, σε συνέχεια της στρατηγικής συμφωνίας που υπέγραψαν η PMI και η KT&G, εταιρεία προϊόντων νικοτίνης στη Νότια Κορέα. Η νέα αυτή συσκευή ενσωματώνει την τεχνολογία θέρμανσης καπνού με ακίδα που θερμαίνει τον καπνό και δεν τον καίει. Η συσκευή διατίθεται στην Ελλάδα μέσα από την εμπορική πλατφόρμα του IQOS (Retail & Tobacco News, 2022).

Η εταιρεία έχει συνάψει στρατηγική συνεργασία με τη Nobacco (εταιρεία ηλεκτρονικού τσιγάρου), για τη διάθεση προϊόντων, η οποία ξεκίνησε τον περασμένο Οκτώβριο. Η Nobacco, μέσω του δικτύου των καταστημάτων της, θα διαθέτει προϊόντα της PMI, όπως συσκευές θέρμανσης καπνού IQOS και ηλεκτρονικές συσκευές ατμίματος, οι οποίες ήταν διαθέσιμες στην Ελλάδα μέχρι το τέλος του 2021.

Επίσης η Παπαστράτος, με αφορμή τα 90 χρόνια από τα εγκαίνια του εργοστασίου της στον Πειραιά, παρουσίασε σε ειδική εκδήλωση, τον περασμένο Ιούνιο, τα σχέδια της για νέα επένδυση ύψους 125 εκατ. ευρώ στο εργοστάσιο στον Ασπρόπυργο. Παράλληλα, γνωστοποίησε τη νέα της στρατηγική για τη βιώσιμη ανάπτυξη με μετρήσιμους στόχους, συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα επίτευξης και 5 πυλώνες, έχοντας ως προτεραιότητα την ενσωμάτωση των κριτηρίων ESG (Περιβάλλον, Κοινωνία, Διακυβέρνηση) στο σύνολο της λειτουργία της και των επιχειρηματικών της αποφάσεων (Σκοπελίτου, 2022)..

Ενδεικτικά, στόχος είναι, μέχρι το 2023, το 75% των καθαρών εσόδων της Παπαστράτος να προέρχεται από καινοτόμα εναλλακτικά προϊόντα, το 100% των νέων ηλεκτρονικών συσκευών να φέρει τεχνολογία επιβεβαίωσης ηλικίας και το 40% των διευθυντικών θέσεων της εταιρείας να καλύπτεται από γυναίκες, όπως αναφέρει η εταιρεία (Σκοπελίτου, 2022).

British American Tobacco (BAT Hellas):

Η BAT HELLAS δημιουργήθηκε το 1999 από τη συγχώνευση των εταιρειών British American Tobacco Hellas ΕΠΕ και Rothmans Εταιρία Διανομών ΑΕΕ. Το 2008, η British American Tobacco Hellas αγόρασε την Scandinavian Tobacco Hellas σε συνέχεια της διεθνούς εξαγοράς της εταιρείας καπνικών προϊόντων Skandinavisk Tobakskompagni. Είναι η μεγαλύτερη εταιρεία καπνού στο Ηνωμένο Βασίλειο. Τα σημαντικότερα παραδοσιακά προϊόντα που διακινεί στην ελληνική αγορά είναι τα Prince, Peter Stuyvesant και το PallMall.

Στην Ελλάδα λανσάρεται τα λεγόμενα προϊόντα «δυσνητικά μειωμένου κινδύνου», στα οποία περιλαμβάνονται τα προϊόντα ατμίματος και τα προϊόντα θερμαινόμενου καπνού.

Το Vuse είναι το εμπορικό σήμα των προϊόντων ατμίματος της BAT παγκοσμίως. Ξεκίνησε το 2012 υπό την εμπορική ονομασία Vype στο Ηνωμένο Βασίλειο και πλέον έχει παρουσία σε περισσότερες από 25 χώρες, προσφέροντας μια ευρεία γκάμα προϊόντων και γεύσεων. Στην Ελλάδα έχει παρουσία από το 2018, ενώ στις αρχές του 2021 το Vype έγινε Vuse, μια παγκόσμια μάρκα παρέχοντας προϊόντα, υψηλής ποιότητας δυσνητικά μειωμένου κινδύνου. Από τον Σεπτέμβριο του 2021, διατίθεται στην αγορά η νέα συσκευή ατμίματος VuseePod 2, η οποία διαθέτει αθόρυβη τεχνολογία ατμίματος και ενεργοποιείται μέσω εισπνοής.

Το glo αποτελεί έναν καινοτόμο και εναλλακτικό τρόπο καπνίσματος, σε σχέση με το παραδοσιακό τσιγάρο. Το glohyper+ είναι η συσκευή θέρμανσης καπνού με προηγμένη τεχνολογία. Η εξελιγμένη τεχνολογία θέρμανσης καπνού Advanced Heat Technology, είναι αυτή που διαφοροποιεί το glohyper+ από τα συμβατικά τσιγάρα και προσφέρει αυθεντική γεύση, χωρίς καύση, χωρίς στάχτη και χωρίς δυσάρεστες οσμές. Η συσκευή glo θερμαίνει, αντί να καίει, τις ειδικά σχεδιασμένες ράβδους καπνού (neosticks), δημιουργώντας ατμό. Για τη προώθηση του glo BAT δημιούργησε ένα νέο ηλεκτρονικό κατάστημα, ως κανάλι διανομής, ενημερώνοντας το πώς λειτουργεί αυτό το νέο προϊόν.

Η British American Tobacco δηλώνει πως θέλει να «επιταχύνει» τον "μετασχηματισμό" της μειώνοντας τις επιπτώσεις στην υγεία των προϊόντων της και τον Μάρτιο του 2021 ανακοίνωσε τη συμμετοχή της στην канаδική εταιρεία ιατρικής κάνναβης Organigram. Υπέγραψε επίσης συμφωνία για την έρευνα μιας νέας σειράς προϊόντων κάνναβης για ενήλικες, που αρχικά επικεντρώνεται στην κανναβιδιόλη (CBD) (Huffingtonpost, 2021).

Η BAT Hellas γνωστοποίησε τη δημιουργία 150 νέων θέσεων εργασίας στην Ελλάδα. Αυτές οι νέες θέσεις ακολουθούν τις 200 θέσεις εργασίας κατά τη διάρκεια του 2021, οι οποίες προήλθαν από τις επενδύσεις της εταιρείας στην Ελλάδα, στους τομείς της τεχνολογίας και της καινοτομίας για το θερμαινόμενο προϊόν καπνού Glo και το προϊόν ατμίματος Vuse (Δημοσθένους, 2022).

Imperial Tobacco Hellas:

Η Imperial Tobacco Hellas είναι μέλος του Ομίλου της Imperial Brands, μιας Διεθνούς Εταιρείας Καταναλωτικών Προϊόντων, με παρουσία σε 120 αγορές και 27.500 εργαζόμενους, που διαθέτει στο χαρτοφυλάκιο της αναγνωρισμένες μάρκες όπως τα Davidoff, JPS, West, Gauloises, SlimLine, GoldenVirginia, Drum, VanNelle, Rizla και το Ηλεκτρονικό Τσιγάρο myblu, ένα προϊόν Νέας Γενιάς που κυκλοφόρησε πριν από ενάμιση χρόνο με μεγάλη επιτυχία στην Ελλάδα (Imperial Tobacco Hellas, 2022).

Η Imperial Tobacco δραστηριοποιείται εδώ και 40 χρόνια στην Ελλάδα, απασχολεί 114 εργαζόμενους ενώ έχει για περισσότερα από 20 χρόνια Ελληνική Διοικητική Ομάδα. Η Αθήνα αποτελεί το κέντρο των δραστηριοτήτων της Εταιρείας στη Νοτιοανατολική Ευρώπη με την ευθύνη συνολικά 13 αγορών με πλέον σημαντικές την Ιταλία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρο, Ισραήλ και βέβαια την Ελλάδα, όπου η εταιρία κατέχει το υψηλότερο μερίδιο από όλες τις χώρες της ΝΑ Ευρώπης (Imperial Tobacco Hellas, 2022).

Τα brands της καπνοβιομηχανίας, μέσα από τη συνεργασία με εγχώρια Agencies, ενίσχυσαν τον τελευταίο χρόνο την παρουσία τους στο digital περιβάλλον. Μία από τις πιο πρόσφατες συνεργασίες είναι εκείνη της Imperial Tobacco με τη Webjar για τη νέα καμπάνια του Pulze, με τίτλο «Ασυνήθιστο όπως εσύ», χρησιμοποιώντας την τεχνική ASMR. Το ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response – Αυτόνομη Αισθητήρια Ανταπόκριση Μεσημβρινών) είναι, όπως εξηγεί το agency, μια αίσθηση που ξεκινά από τον εγκέφαλο και ενεργοποιεί τους νευρώνες, περνώντας σταδιακά στη σπονδυλική στήλη. Πρόκειται για ένα νευρικό ερέθισμα που προκαλείται από το άκουσμα ενός ήχου και σε συνδυασμό με την εικόνα προκαλεί χαλάρωση. Η Webjar επέλεξε τη συγκεκριμένη τεχνική σε ένα βίντεο δικής της παραγωγής με πρωταγωνιστή τον ηθοποιό, Μελέτη Ηλία (Retail&Tobacco News, 2022).

Japan Tobacco International:

Η Japan Tobacco International είναι πολυεθνική εταιρεία και δραστηριοποιείται στην Ελλάδα από το 1981. Έχει 300 εργαζόμενους και τα κυριότερα προϊόντα που λανσάρει στην ελληνική αγορά είναι τα Winston, Camel, SilkCut, GR και BF.

Η JTI αγόρασε το 2018 από τη Ρωσική καπνοβιομηχανία Donskoy Tabak, την ελληνική ιστορική, πρώην συνεταιριστική καπνοβιομηχανία ΣΕΚΑΠ, στη Ξάνθη, έχοντας ως βασικό στόχο η εταιρεία να γίνει βιώσιμη και ανταγωνιστική, επενδύοντας περισσότερα από 30 εκατ. δολάρια για την αναβάθμιση των εγκαταστάσεων, τον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού, την εφαρμογή της ιχνηλασιμότητας και την προσθήκη νέων γραμμών παραγωγής διεθνώς αναγνωρισμένων εμπορικών σημάτων της JTI (Winston, Camel), καθώς επίσης για την εκπαίδευση, την υγιεινή και ασφάλεια των εργαζομένων, τη βελτίωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, όλα με βάση τα διεθνή εργοστασιακά πρότυπα της JTI (Japan Tobacco International, 2022).

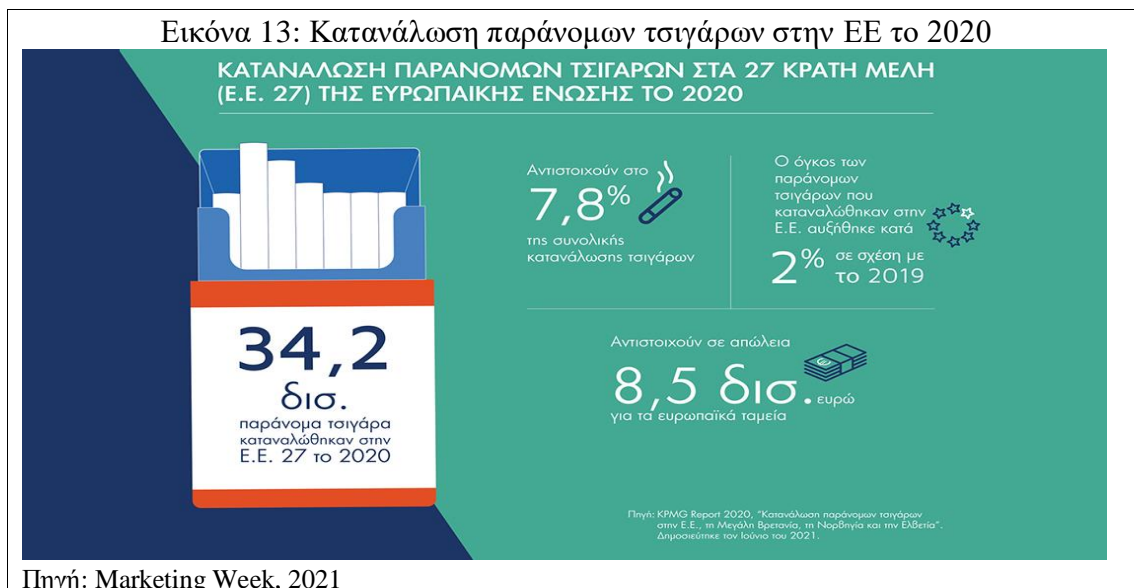
Η εταιρεία δίνει προσοχή σε θέματα ισότητας και ευημερίας των εργαζομένων της, προκειμένου να εξαλείψει φαινόμενα διακρίσεων και αποκλεισμού. Συγκεκριμένα, μια σειρά πρακτικών για την ισότητα και την ευημερία, όπως η πολιτική γονικής άδειας 20 εβδομάδων για κάθε εργαζόμενο που αποκτά παιδί, ανεξαρτήτως φύλου ή τρόπου απόκτησης του παιδιού, η πρωτοβουλία Together με μεικτές ομάδες εργαζομένων που συζητούν για θέματα ισότητας, κ.ά.

Λίγο πριν το τέλος της περασμένης χρονιάς, η Japan Tobacco International παρουσίασε στοιχεία με βάση τα οποία κατέγραψε αύξηση των εξαγωγών κατά 100% το 2021 σε σχέση με το 2020.

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία που έδωσε στη δημοσιότητα η εταιρεία, το 75% των παραγόμενων προϊόντων της προορίζεται για εξαγωγές, οι οποίες άγγιξαν τα 3 δισ. τσιγάρα, σημειώνοντας αύξηση 100% σε σχέση με το 2020. Επιπλέον, η JTI αύξησε κατά 30% τον όγκο των ελληνικών καπνών που αγόρασε. Παράλληλα αποφάσισε να αυξήσει κατά περαιτέρω 30% τις προμήθειές της για το 2022 (Japan Tobacco International, 2022).

3.7 Το λαθρεμπόριο τσιγάρων

Σύμφωνα με έρευνα της KPMG για την Phillip Morris International (Marketing Week, 2021), αν και ελαφρώς μειωμένο σε σχέση με το 2019, το παράνομο εμπόριο τσιγάρων στην Ελλάδα συνεχίζει να παραμένει σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα.



Ενδεικτικά, η παράνομη αγορά τσιγάρων στην Ελλάδα, το 2020, βρίσκεται στο 22,4%. Ταυτόχρονα, καταγράφηκε περαιτέρω αύξηση της κατανάλωσης παραποιημένων τσιγάρων στα 1,62 δισ. τσιγάρα. Εν μέσω πανδημίας, μειώθηκε 4,7% η κατανάλωση νόμιμων τσιγάρων στα 438,8 δισ. τσιγάρα στην ΕΕ27, ενώ καταναλώθηκαν 34,2 δισ. παράνομα τσιγάρα -το 7,8% της συνολικής κατανάλωσης τσιγάρων στην ΕΕ. Το υψηλότερο ποσοστό παράνομων τσιγάρων (23,1%) σημειώνεται στη Γαλλία, ενώ ακολουθεί η Ελλάδα με 22,4% και η Λιθουανία με 20,2% (Marketing Week, 2021).

4. ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε.

4.1 Η «Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε.»: Όραμα, Αποστολή, Αξίες

Η Καπνοβιομηχανία Καρέλια ΑΕ, ιδρύθηκε το 1888 και αποτελεί, σήμερα, τη μεγαλύτερη καπνοβιομηχανία και πρώτο εξαγωγέα τσιγάρων της Ελλάδας. Φημίζεται για την ποιότητα και την καινοτομία της, ενώ τα προϊόντα της διατίθενται σε περισσότερες από 50 χώρες στον κόσμο.

Το **όραμα** της Καρέλια είναι να αποτελεί ένα ζωντανό παράδειγμα επιχειρηματικής υπεροχής με το όνομα να είναι συνώνυμο της κορυφαίας ποιότητας και της εξελικτικής καινοτομίας, με πίστη στις ανθρώπινες αξίες και τιμώντας τους άρρηκτους δεσμούς με τις ρίζες, τον τόπο και την ιστορία μας.

Η **αποστολή**. Να αποτελεί την κορυφαία πηγή καπνικών προϊόντων εξαιρετικής ποιότητας, κορυφαίου σχεδιασμού και απαράμιλλης κατασκευής. Συνεχίζουν την οργανική ανάπτυξη της εταιρείας. Δημιουργούν ισχυρούς δεσμούς εμπιστοσύνης. Ενημερώνουν υπεύθυνα τους καταναλωτές. Θέτουν συνεχώς νέα πρότυπα υπεροχής. Με τους πελάτες και τους συνεργάτες της επιχείρησης πάντοτε στο επίκεντρο.

Οι αρχές. Οι αρχές που διέπουν την εταιρεία είναι οικουμενικές και εγγεγραμμένες στην ίδια της την ύπαρξη. Για όλους αποτελούν τους άγραφους νόμους, απαράβατους και αδιαπραγμάτευτους, που διέπουν τη λειτουργία και καθοδηγούν σε κάθε έκφανση της επιχειρηματικότητάς.

Οι **αξίες** της Καπνοβιομηχανίας Καρέλια Α.Ε.:

- Ίσες ευκαιρίες για όλους. Οι άνθρωποι της εταιρείας να αντιλαμβάνονται πως αποτελούν αναπόσπαστο μέλος της, ανεξαρτήτως φύλου, πεποιθήσεων, φυλετικής ή εθνικής καταγωγής. Εφαρμόζει πολιτική ίσων ευκαιριών για όλους, Διατηρεί ισχυρούς δεσμούς με την κοινωνία, υποστηρίζοντας ενεργά φορείς και οργανισμούς για τη διακεκριμένη δράση τους.
- Επιχειρηματικό πνεύμα. Επενδύει με ζήλο στην ανάπτυξη, τις νέες ευκαιρίες και στη συνεχή κατάρτιση των ανθρώπων μας, καλλιεργώντας τα ταλέντα τους.
- Ακεραιότητα. Ακολουθούν πιστά τους ισχύοντες νόμους, τους κανονισμούς και τη δεοντολογία που διέπουν τα καπνικά προϊόντα.

- Προσήλωση. Πιστοί στην παράδοση για κορυφαία ποιότητα και με στόχους ξεκάθαρους.
- Η στρατηγική. Η στρατηγική της Καρέλια επικεντρώνεται στη διασφάλιση της υγιούς επιχειρηματικής μας λειτουργίας, μέσω αναπτυξιακών πολιτικών και διεύρυνσης των αγορών όπου τοποθετούν τα προϊόντα που κατασκευάζονται στην παραγωγική μονάδα. Με τον τρόπο αυτό, επιδιώκεται η συνεχής αύξηση των πωλήσεων και η άνοδο της κερδοφορίας προς όφελος των μετόχων και των εργαζομένων.

Εικόνα 14: Οργανόγραμμα της Καρέλια ΑΕ



Πηγή: www.karelia.gr(2022)

4.2 Οι θυγατρικές

Σε ό,τι αφορά τη γεωγραφική κατανομή, αύξηση κατέγραψαν οι πωλήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση, τα Βαλκάνια, τις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης και της Αφρικής, ενώ σε χαμηλότερα επίπεδα κινήθηκαν οι χώρες της Άπω Ανατολής και της Ασίας, συμπεριλαμβανομένης της αφορολόγητης αγοράς της Τουρκίας, η οποία όμως παρουσίασε σημεία ανάκαμψης προς το τέλος του έτους.

Το 2021 υπήρξε μία χρονιά αξιοσημείωτων οικονομικών επιδόσεων για την Εταιρεία και τον Όμιλο, αφού μέσα σε ένα περιβάλλον έντονης αβεβαιότητας λόγω των επαναλαμβανόμενων κυμάτων της πανδημίας Covid-19 και των συνεχών μεταπτώσεων από καθεστώς περιοριστικών μέτρων σε περιόδους χαλάρωσης αυτών,

κατάφερε να πετύχει σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών, άνοδο στους όγκους πωλήσεων εντός και εκτός Ελλάδος και περαιτέρω βελτίωση των ταμειακών διαθεσίμων, στοιχεία τα οποία μεταφράζονται σε αύξηση της κερδοφορίας προ φόρων κατά Ευρώ 40.4 εκ, ήτοι 56% (Όμιλος + Ευρώ 41,5 εκ, ήτοι 57%).

Επιπλέον, η μείωση των οργανικών δαπανών σε σχέση με προηγούμενες χρήσεις βοήθησαν στο να ανταπεξέλθει στα πρώτα σημάδια έντονων πληθωριστικών πιέσεων κατά τη διάρκεια των τελευταίων μηνών του έτους, όταν άρχισαν να παρατηρούνται οι πρώτες αυξήσεις, τόσο στις τιμές κλήσης πρώτων και βοηθητικών υλών όσο και στα κόστη ενέργειας και διεθνών μεταφορών.

Στις διεθνείς αγορές, ο όγκος πωλήσεων στη χρήση 2021, σε σύγκριση με τη χρήση 2020, σημείωσε αύξηση στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της Ανατολικής Ευρώπης, των Βαλκανίων και της Αφρικής, ενώ καθοδικά κινήθηκε στις υπόλοιπες χώρες της Ασίας (συμπεριλαμβανομένης και της αγοράς Duty Free της Τουρκίας) με σταδιακή, όμως, βελτίωση κατά τους τελευταίους μήνες του έτους.

Στην ελληνική αγορά, ο όγκος πωλήσεων παρουσίασε αύξηση 6.6% στα τσιγάρα και οριακή αύξηση στον καπνό για στριφτό τσιγάρο, ενώ τα μερίδια αγοράς της εταιρείας ανήλθαν αντίστοιχα σε 19,34% (2020: 18,24%) και 27,24% (2020: 26,97%).

Παράλληλα, στα Καταστήματα Αφορολογητών Ειδών της χώρας, η χαλάρωση των ταξιδιωτικών περιορισμών κατά τους τελευταίους μήνες στάθηκε ικανή να ανατρέψει την υστέρηση των πωλήσεων που παρουσιάστηκε κατά τους πρώτους μήνες του 2021, με αποτέλεσμα να επιτευχθεί αύξηση του κύκλου εργασιών από τον συγκεκριμένο χώρο, κατά 42%.

Σαν αποτέλεσμα, ο ενοποιημένος καθαρός (χωρίς Ε.Φ.Κ.) κύκλος εργασιών του Ομίλου ανήλθε σε Ευρώ 228 εκ., αυξημένος κατά 8% σε σχέση με το 2020. Τα λειτουργικά κέρδη προ φόρων, τόκων, συναλλαγματικών διαφορών και αποσβέσεων ανήλθαν σε 106,973 εκ. Ευρώ, αυξημένα κατά 16,65% σε σύγκριση με το 2020. Τα καθαρά κέρδη του Ομίλου, μετά τα δικαιώματα μειοψηφίας και φόρους, ανήλθαν σε Ευρώ 87,7 εκ., αυξημένα κατά 60,4% σε σύγκριση με το 2020, βοηθούμενα και από σημαντικές συναλλαγματικές διαφορές λόγω της έντονης ανατίμησης της ισοτιμίας του αμερικανικού δολαρίου έναντι του ευρώ κατά την διάρκεια της χρήσης.

Ήδη από τους τελευταίους μήνες του 2021, η εταιρεία έχει έρθει αντιμέτωπη με σημαντικότερες ανατιμήσεις στις πρώτες και βοηθητικές ύλες, στο ενεργειακό κόστος

και στο κόστος μεταφορών, ενώ σε κάποιους τομείς η τάση αυτή αναμένεται να ενισχυθεί περαιτέρω κατά το δεύτερο τρίμηνο του έτους.

Στην παρούσα φάση και υπό το πρίσμα των συνθηκών στις οποίες καλείται να ανταπεξέλθει η εταιρεία, θεωρείται απαραίτητη η εξασφάλιση της επάρκειας σε πρώτες και βοηθητικές ύλες και λιγότερο στην αναζήτηση αμφίβολης αποτελεσματικότητας εναλλακτικών λύσεων με χαμηλότερο κόστος.

Παράλληλα, και όπου αυτό είναι εφικτό και χωρίς να κινδυνέψει η ανταγωνιστικότητα, η εταιρεία προχωρά σε αυξήσεις των εργοστασιακών της τιμών ώστε να καλύψει μέρος των παραπάνω ανατιμήσεων. Η εταιρεία προβλέπει ότι από το δεύτερο τρίμηνο του 2022 και μετά θα αναμένει μία μείωση του μικτού της περιθωρίου κατά 10 - 20% περίπου, ενώ σε περίπτωση που το αμερικανικό δολάριο διολισθήσει έναντι του ευρώ, η μείωση στην μικτή κερδοφορία θα είναι μεγαλύτερη.

Οι Εταιρείες του Ομίλου, πλην της Εταιρείας που περιλαμβάνονται στις Ενοποιημένες Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις (μέθοδος πλήρους ενοποίησης), ανά χώρα δραστηριότητας, είναι οι εξής:

- **MERIDIAN ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ-ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΕΙΔΩΝ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**, με καταστατική έδρα στην Ελλάδα, στην οποία η Εταιρεία συμμετέχει με ποσοστό 99,54% επί του μετοχικού της κεφαλαίου. Είναι μέλος του Ομίλου Καρέλια από το 1995. Δραστηριοποιείται στον εφοδιασμό πλοίων και αεροσκαφών με παντός είδους εφόδια, περιλαμβανομένων ποτών και τσιγάρων με οποιοδήποτε φορολογικό καθεστώς, καθώς και σε γενικό εμπόριο κάθε προϊόντος ή είδους, παραγομένου στην Ελλάδα ή εισαγομένου. Έχει έδρα την Αθήνα. Ιδιαίτερα ασχολείται με την αγορά τροφοδοσίας με προϊόντα DutyFree. Για το έτος 2021, λόγω των παρατεταμένων lockdown και της αυξημένης συμφόρησης σε πολλά λιμάνια οδήγησαν σε πρωτοφανή αναστάτωση στην αγορά, με σημαντικές καθυστερήσεις στα δρομολόγια των πλοίων, γεγονός που, μεταξύ άλλων, οδήγησε πολλά εξ αυτών σε λιμάνια διαφορετικά από αυτά που προέβλεπε η αρχική τους ρότα. Αντίστοιχη δυσλειτουργία σημειώθηκε και στον χώρο των πρεσβειών, όπου η Meridian είχε να αντιμετωπίσει προβλήματα στις παραγγελίες που επέφεραν οι καθυστερήσεις στη λειτουργία των δημοσίων υπηρεσιών, λόγω της πανδημίας.

• **ΚΑΡΕΛΙΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**, με καταστατική έδρα στην Ελλάδα, στην οποία η Εταιρεία συμμετέχει με ποσοστό 90% επί του μετοχικού της κεφαλαίου. ιδρύθηκε το έτος 1997 και οι δραστηριότητές της σύμφωνα με το καταστατικό είναι:

α. Η εμπορία κάθε είδους παραγομένου εις την Ελλάδα ή εισαγομένου από το εξωτερικό.

β. Η εισαγωγή από εξωτερικό ή εις αυτό εξαγωγή κάθε είδους.

γ. Η ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός ή λειτουργία οιασδήποτε εμπορικής ή βιομηχανικής παντός είδους επιχειρήσεως και εταιρειών για δικό της λογαριασμό ή για λογαριασμό τρίτων, τόσο στην Ελλάδα όσο και το εξωτερικό.

δ. Η μελέτη και εφαρμογή επενδυτικών προγραμμάτων για δικό της λογαριασμό ή για λογαριασμό τρίτων στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

ε. Η αντιπροσώπευση στην Ελλάδα οιασδήποτε εμπορικού και βιομηχανικού οίκου που λειτουργεί στο εξωτερικό.

στ. Η συμμετοχή με οποιοδήποτε ποσοστό μετά από απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου, σε ομοειδείς επιχειρήσεις, λειτουργούσες με οποιαδήποτε νομική μορφή, ημεδαπές ή αλλοδαπές, διαφόρων προσανατολισμών.

ζ. Η ίδρυση, εντός ή εκτός της Ελλάδος, από την ίδια μόνη ή μαζί με άλλα, φυσικά ή νομικά πρόσωπα, εταιρειών και η συμμετοχή με οποιοδήποτε ποσοστό, σ' αυτές.

Σημειώνεται ότι η Εταιρεία δεν ασκεί ουσιαστικά δραστηριότητα από τη χρήση 2004 και μετά, καθόσον διαλύθηκε η από το Αργυρόκαστρο Καπνοβιομηχανία ARGIROTOBACCOTEX, την πλειοψηφία των μετοχών της οποίας είχε η Εταιρεία. Η Εταιρεία έχει την έδρα της στην Καλαμάτα.

• **KARELIA BULGARIA EOOD** με καταστατική έδρα στη Βουλγαρία, στην οποία η Εταιρεία συμμετέχει με ποσοστό 100% επί του μετοχικού της κεφαλαίου. Το 2007, το γραφείο στην Βουλγαρία αναβαθμίστηκε σε εισαγωγική εμπορική εταιρεία με την επωνυμία Karelia Bulgaria EOOD. Εισάγει τα προϊόντα καπνού από την Ελλάδα και τα πουλάει στη χώρα. Έχει έδρα τη Σόφια.

• **G.K. DISTRIBUTORS EOOD**, με καταστατική έδρα στη Βουλγαρία, στην οποία η Εταιρεία συμμετέχει έμμεσα με ποσοστό 100% επί του μετοχικού της κεφαλαίου (θυγατρική της KARELIA BULGARIA EOOD).

- **KARELIA TOBACCO COMPANY (U.K.) LTD**, με καταστατική έδρα στην Αγγλία, στην οποία η Εταιρεία συμμετέχει με ποσοστό 100% επί του μετοχικού της κεφαλαίου. Ιδρύθηκε το 2003 για τη διανομή των προϊόντων καπνού στο Ηνωμένο Βασίλειο. Έχει έδρα το Λονδίνο.

- **KARELIA TUTUN VE TICARET A.Ş.**, με καταστατική έδρα στην Τουρκία, στην οποία η Εταιρεία συμμετέχει με ποσοστό 97% επί του μετοχικού της κεφαλαίου. Ιδρύθηκε το 2008 με σκοπό να προμηθεύει τη λιανική αγορά με προϊόντα καπνού.

- **KARELIA BELGIUM S.A.R.L.**, με καταστατική έδρα στο Βέλγιο, στην οποία η Εταιρεία συμμετέχει με ποσοστό 85% επί του μετοχικού της κεφαλαίου. Λειτουργεί ως εισαγωγική μονάδα και προμηθεύει προϊόντα καπνού στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης.

Εικόνα 15: Ισολογισμός & Αποτελέσματα Καρέλια ΑΕ & θυγατρικές Εταιρίες

KARELIA A.E. & ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

(Ποσό σε χιλιάδες Ευρώ)	2019	2020	2021	Μεταβολή %
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Σύνολο Ενεργητικού	619.480	625.875	710.265	+ 13,48%
ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	513.016	542.267	604.144	+ 11,41%
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ				
Σύνολο Κύκλου Εργασιών	1.035.695	1.108.718	1.184.182	+ 6,80%
Μικτό κέρδος	108.183	111.088	123.390	+ 11,07%
Κέρδη προ φόρων	87.727	73.005	114.553	+ 56,91%
Κέρδη μετά από φόρους	67.404	54.656	87.676	+ 60,41%
Καθαρά ενοποιημένα κέρδη Ομίλου	67.404	54.656	87.676	+ 60,41%

Πηγή: Καρέλια ΑΕ, Οικονομικός Απολογισμός 2021 (2022)

4.3 Τα προϊόντα – σήματα

Η εταιρεία διαθέτει μία σειρά – οικογένεια προϊόντων – σημάτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Παρακάτω παρουσιάζονται τα σημαντικότερα προϊόντα – σήματα που λανσάρει η επιχείρηση και τις επιδόσεις τους τον τελευταίο χρόνο (Καρέλια ΑΕ, 2022).

➤ **George Karelias and Sons**



Η δημοφιλής Premium οικογένεια George Karelias and Sons συνέχισε την ανοδική της πορεία και το 2021, σημειώνοντας αύξηση πωλήσεων κατά 13,7%, σε σχέση με το 2020, με ταυτόχρονη αύξηση του μεριδίου αγοράς της, το οποίο άγγιξε το 4,97%. Αξίζει να αναφερθεί πως από τον Σεπτέμβριο του 2021 έως και το τέλος της χρονιάς, η κασετίνα George Karelias and Sons Selected Virginia ήταν ο πιο δημοφιλής κωδικός(SKU) στην ελληνική αγορά τσιγάρων.

➤ **George Karelias and Sons Excellence**



Αύξηση πωλήσεων κατά 26% επιτυγχάνει κατά το 2021 το Premium σήμα George Karelias and Sons Excellence. Η μπλε κασετίνα του, αποτελεί πλέον σημείο αναφοράς, το Excellence συνεχίζει δυναμικά να κερδίζει νέους και αφοσιωμένους καταναλωτές.

➤ **George Karelias and Sons Hand Rolling Tobacco**



Οι καπνοί George Karelias and Sons ισχυροποίησαν ακόμα περισσότερο τη θέση τους στην αγορά, αυξάνοντας τις πωλήσεις τους σε σχέση με το 2020. Ως αποτέλεσμα, το μερίδιο αγοράς τους ανήλθε στο 27,12% έναντι 26,83% το 2020, πιστοποιώντας τη δημοφιλία τους και την ξεχωριστή θέση που κατέχουν στη συνείδηση των καταναλωτών.

➤ **KareliaS**



Εξακολουθώντας να παραμένουν στην κορυφή της κατηγορίας των slims σημάτων, τα Karelia S είναι ο 3ος δημοφιλέστερος κωδικός (SKU) στην ελληνική αγορά τσιγάρων, καταγράφοντας συνεχόμενη ανοδική πορεία. Πιο συγκεκριμένα, κατά το 2021, οι πωλήσεις κατέγραψαν αύξηση της τάξης του 9% σε σχέση με το 2020, ενώ το μερίδιο αγοράς αυξήθηκε περαιτέρω, αγγίζοντας το 4,49% έναντι του 4,23% το 2020.

➤ **Καρέλια Blue – Καρέλια White**



Αναγνωρίσιμη, δημοφιλής και με τη δική της, διαχρονική πορεία στην αγορά και στη συνείδηση των καταναλωτών, η οικογένεια Karelia Blue - White πέτυχε θετικά αποτελέσματα το 2021, σε μία ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά. Ειδικότερα, οι πωλήσεις της οικογένειας σημείωσαν αύξηση που αγγίζει το 2% σε σχέση με το 2020, ενώ αξίζει να αναφερθούμε ιδιαίτερα στο Karelia Blue 100's, το οποίο και παρά τον έντονο ανταγωνισμό, όχι μόνο παραμένει στην πρώτη θέση μεταξύ όλων των σημάτων με μήκος 100mm, αλλά αποτελεί και τον 5^ο δημοφιλέστερο κωδικό (SKU) στην ελληνική αγορά.

➤ **Ome**



Άνοδο πωλήσεων κατά 11,97% σε σχέση με το 2020 σημείωσε η οικογένεια Ome. Η παράλληλη αύξηση του μεριδίου αγοράς της, το οποίο ανέρχεται πλέον στο 1,03%, πιστοποιεί τη διαρκή θετική πορεία του ξεχωριστού αυτού σήματος, που παραμένει στην πρώτη θέση της κατηγορίας των super slims σημάτων.

➤ **Καρέλια Φίλτρο Κασετίνα**



Βελτιωμένες πωλήσεις και μερίδιο αγοράς έναντι αυτών του 2020, καταγράφει το σήμα Καρέλια Φίλτρο Κασετίνα. Η γνώριμη σε όλους και κατά πολλούς ταυτόσημη με την ιστορία του τόπου κασετίνα, κατορθώνει να κερδίζει συνεχώς νέους φίλους.

➤ **Leader και Rex**



Έχοντας καταγράψει ιδιαίτερα επιτυχημένη πορεία, οι οικογένειες Leader και Rex, παρά τον αθέμιτο ανταγωνισμό από το παράνομο εμπόριο καπνού, συμπληρώνουν την γκάμα των προϊόντων της Εταιρείας, ανταποκρινόμενες στις ανάγκες των καταναλωτών, οι οποίοι αναζητούν έντονα ποιοτικά χαρακτηριστικά σε ανταγωνιστική τιμή.

4.4 Διεθνής Παρουσία

Η Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε. δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 50 χώρες, ενώ οι θυγατρικές εταιρείες του ομίλου έχουν έντονη δραστηριότητα(Καρέλια ΑΕ, 2022).Πιο συγκεκριμένα:

- ο Ηνωμένο Βασίλειο

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί που επιβλήθηκαν λόγω της Covid-19, τόσο για τις μετακινήσεις στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, επηρέασαν τις πωλήσεις των καπνικών προϊόντων κατά το 2021.

Ωστόσο, οι συνθήκες αυτές δεν απέτρεψαν τη θυγατρική, Karelia Tobacco Company (UK) Ltd., να καταγράψει για ακόμη μία χρονιά άνοδο στα δημοφιλή σήματα KareliaSlims και Ome και μάλιστα εντός μίας εγχώριας αγοράς που επιδεικνύει, λόγω του plain packaging, ολοένα και μεγαλύτερη ευαισθησία στις τιμές.

Όσον αφορά στα καταστήματα αφορολογήτων, παρά την αρχική χαλάρωση των lockdown, νέα μέτρα υπεβλήθησαν και πάλι μέσα στο έτος. Μεγάλα αεροδρόμια όπως το Heathrow και το Gatwick, αναγκάστηκαν να κλείσουν κάποιους από τους τερματικούς σταθμούς τους λόγω της μειωμένης κίνησης που επέφεραν οι περιορισμοί αυτοί.

Παρά τις δυσκολίες, καταγράφηκε σταθερή άνοδο πωλήσεων, ειδικότερα κατά το τελευταίο τρίμηνο του 2021, όταν αυξήθηκε η ταξιδιωτική κίνηση.

- ο Ευρώπη

Η πλειοψηφία των αγορών εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της υπόλοιπης Δυτικής Ευρώπης εξακολούθησε να αποδίδει θετικά αποτελέσματα.

Στην Ισπανία και στην Πορτογαλία, η εξαιρετική ανάπτυξη των σημάτων ξεπέρασε κάθε προσδοκία, με τις οικογένειες KareliaS και Ome να επιτυγχάνουν υψηλότερες επιδόσεις, ενώ οριακή σταθερότητα επέδειξαν τα Ome στη Γαλλία.

Στη Σλοβακία, οι οικογένειες KareliaS και Ome είδαν τις πωλήσεις τους να αυξάνονται.

Στην Αυστρία και την Κροατία, τα σήματα -τόσο στην κατηγορία των τσιγάρων όσο και του καπνού- ενίσχυσαν τις πωλήσεις τους και τη θέση τους στην αγορά.

Στην Κύπρο, τα προϊόντα της εταιρείας σημείωσαν ανοδικές επιδόσεις, σε αμφότερες τις κατηγορίες τσιγάρων και καπνού, ενώ θα πρέπει να αναφερθούμε και στην πολύ ικανοποιητική πορεία του George Karelias and Sons Excellence.

Εξίσου θετικά αποτελέσματα καταγράφηκαν και στην υπόλοιπη Ευρώπη κατά το 2021.

Στην Ελβετία, άνοδο κατέγραψαν οι όγκοι των George Karelias and Sons, τα οποία διατίθενται στα Premium καταστήματα καπνού της χώρας.

Στην περιοχή των Βαλκανίων, όπου πολλά από τα προϊόντα της εταιρείας καταλαμβάνουν κορυφαία θέση στην αντίστοιχη κατηγορία τους, επιτεύχθηκε άνοδος πωλήσεων και μεριδίων τόσο στα τσιγάρα όσο και στον καπνό, παρά την επίδραση των αυξημένων φόρων ειδικής κατανάλωσης που αρκετές χώρες επέβαλλαν και πάλι στα καπνικά προϊόντα, ενώ η εταιρεία λάνσαρε και νέα σήματα.

Πιο συγκεκριμένα, το George Karelias and Sons Dark Blue τοποθετήθηκε στην αγορά της Αλβανίας, ενώ ενισχύθηκε σημαντικά και η παρουσία της Εταιρείας στα DutyFree του αεροδρομίου των Τιράνων.

Παράλληλα, στη Σερβία η εταιρεία λάνσαρε τα Ome Green και Ome White.

Στην Ανατολική Ευρώπη, οι πωλήσεις και τα μερίδια αγοράς αυξήθηκαν στην Αρμενία, τη Μολδαβία, τη Γεωργία και το Αζερμπαϊτζάν, με ξεχωριστές τις επιδόσεις πρωτίστως των KareliaSlims και Ome.

ο Βουλγαρία

Η Karelia Bulgaria (EOOD) κατάφερε να αυξήσει το μερίδιο αγοράς τσιγάρων κατά 1,1 ποσοστιαία μονάδα, καταλαμβάνοντας το 24,7% της συνολικής αγοράς (Πηγή: The Nielsen Company).

Η θυγατρική παρέμεινε σταθερά στη δεύτερη θέση μεταξύ των καπνοβιομηχανιών της χώρας και κατά το 2021, το οποίο υπήρξε ακόμη μία συνεχόμενη χρονιά εξαιρετικής ανάπτυξης για όλες τις οικογένειες σημάτων της Καρέλια ΑΕ στη Βουλγαρία.

Τα KareliaBlue 100's και τα KareliaS ξεχώρισαν και πάλι ως οι δύο κορυφαίες οικογένειες σημάτων, τόσο σε όγκο πωλήσεων όσο και σε μερίδιο αγοράς, ενώ η οικογένεια Ome, ηγέτης στην κατηγορία super slims, κατέγραψε αντίστοιχα εξαιρετικές επιδόσεις.

Στην κατηγορία του καπνού για στριφτό τσιγάρο, η οικογένεια George Karelias and Sons RYO πέτυχε αύξηση πωλήσεων και μεριδίων, ενισχύοντας περαιτέρω την ηγετική θέση, καθώς πλέον αντιπροσωπεύει άνω του 1/3 της συνολικής αγοράς στριφτού τσιγάρου. Το ισχυρό μείγμα προωθητικών ενεργειών, με καμπάνιες υψηλής αισθητικής και ισχυρή προβολή στα σημεία πώλησης, στήριξε τις προσπάθειες των

στελεχών της εταιρείας στη Βουλγαρία και δημιούργησε τις βάσεις για ικανοποιητική πορεία και στο μέλλον.

ο Τουρκία

Η θυγατρική Karelia Tutun VeTicaret A.Ş, παρά τις συνεχιζόμενες επιπτώσεις των περιορισμών που υπεβλήθησαν έναντι της Covid-19 στις διεθνείς ταξιδιωτικές μετακινήσεις το 2021, κατόρθωσε να βελτιώσει σταδιακά τη θέση της στην αγορά DutyFree, ειδικότερα κατά τους τελευταίους μήνες του έτους.

Εφαρμόζοντας προσεκτική και καλά μελετημένη πολιτική τιμών σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων, η θυγατρική διατήρησε ισχυρή την παρουσία των οικογενειών George Karelias and Sons RYO, KareliaSlims, Ome και Leader, οι οποίες και ξεχώρισαν στις αντίστοιχες κατηγορίες τους.

Σημαντική συμβολή στη θετική πορεία είχαν και οι ενέργειες της θυγατρικής εταιρείας ώστε να μην υπάρξει διακοπή της τροφοδοσίας, ακόμα και των πιο απομακρυσμένων συνοριακών καταστημάτων, παρά τις δυσμενείς συνθήκες λόγω της πανδημίας.

ο Αφρική, Μέση Ανατολή, Περσικός Κόλπος

Στη Βόρεια Αφρική η ταξιδιωτική κίνηση επανήλθε σταδιακά μετά από τη μεγάλη πτώση του τουρισμού λόγω των περιορισμών στις μετακινήσεις, με αποτέλεσμα να υπάρξει άνοδος πωλήσεων της Καπνοβιομηχανίας Καρέλια Α.Ε., η οποία ισοστάθμισε εν μέρει τις λιγότερο ισχυρές επιδόσεις της εταιρείας στις υπόλοιπες αγορές της Μέσης Ανατολής.

Ιδιαίτερα θετικά κινήθηκαν οι πωλήσεις στα καταστήματα DutyFree στο Διεθνές Αεροδρόμιο της Ντόχα στο Κατάρ.

ο Άπω Ανατολή

Ο αντίκτυπος της πανδημίας στην Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε., στις αγορές της Άπω Ανατολής υπήρξε ισχυρός κατά τη διάρκεια του 2021. Εξαιτίας των περιοριστικών μέτρων που υποβλήθηκαν, κλειστά παρέμειναν τα τμήματα προϊόντων καπνού στα Duty Free των διεθνών αεροδρομίων της Κίνας και του Χονγκ Κονγκ, επηρεάζοντας τις πωλήσεις της εταιρείας.

Στη Νότια Κορέα, παρ' όλα αυτά, υπήρξαν σημαντικές επιδόσεις στην αγορά τροφοδοσίας πλοίων, οι οποίες ισοστάθμισαν εν μέρει τα λιγότερο θετικά

αποτελέσματα που καταγράφηκαν στην ευρύτερη περιοχή, λόγω της οικονομικής ύφεσης.

ο Διεθνείς Εκθέσεις

Η Καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε. υπό δρακόντεια μέτρα προστασίας λόγω της πανδημίας, είχε την ευκαιρία να υποδεχθεί συνεργάτες και πελάτες στο κομψό και φιλόξενο περίπτερό της στη διακεκριμένη έκθεση TFWA World Exhibition & Conference που πραγματοποιήθηκε στις Κάννες.

Διαθέτοντας μια πλούσια γκάμα αναγνωρισμένων και διαχρονικά δημοφιλών σημάτων υψηλής ποιότητας, κύρους και αισθητικής, η Καρέλια, πάντοτε έτοιμη να ανταποκριθεί στις όποιες αλλαγές και νέες τάσεις σημειώνονται στην αγορά, προσαρμόζει την εμπορική της πολιτική, ενισχύει τα δίκτυα διανομής της και μεριμνά για τη συνεχή υποστήριξη των σημάτων της μέσα από προσεκτικά σχεδιασμένες ενέργειες προώθησης και προβολής.

Αν και μέσα στο 2021 το παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον έδειξε σημάδια βελτίωσης, κύριο χαρακτηριστικό πολλών αγορών υπήρξε η έλλειψη σταθερότητας και οι προκλήσεις που επέφερε η πανδημία, αφού οι καταναλωτικές και ταξιδιωτικές συνθήκες παρουσίασαν έντονη διακύμανση, ανάλογη με τα περιοριστικά μέτρα για την αντιμετώπιση των πανδημικών κυμάτων.

Εν τούτοις και παρά τις παραπάνω δυσκολίες, οι εταιρείες του Ομίλου Καρέλια κατόρθωσαν να ξεπεράσουν τις αντιξοότητες και να καταγράψουν αξιοσημείωτη άνοδο πωλήσεων, ισχυροποιώντας περαιτέρω τα μερίδια των σημάτων μας (Καρέλια ΑΕ, 2022).

4.5 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της Καρέλια ΑΕ

Η Καπνοβιομηχανία Καρέλια ΑΕ δίνει μεγάλη έμφαση στη παρακίνηση του προσωπικού της μέσω έκτακτων παροχών και συνεχούς κατάρτισης.

Συγκεκριμένα, οι έκτακτες παροχές στα τέλη του 2021 προς τους εργαζόμενους της Καρέλια ΑΕ ήταν (Καρέλια ΑΕ, 2022):

-Αυξήσεις μισθών:

Όλοι οι εργαζόμενοι της Καρέλια Α.Ε. με μισθό πάνω από EUR 2.501, πήραν από 01.01.2022, στις μικτές μηνιαίες αποδοχές τους, αύξηση 4%.

Όλοι οι εργαζόμενοι με μισθό από EUR 2.500 και κάτω, πήραν από 01.01.2022 στις μικτές μηνιαίες αποδοχές τους αύξηση € 100.

-Έκτακτες Οικονομικές Ενισχύσεις

Η έκτακτη οικονομική ενίσχυση για το εορταστικό χριστουγεννιάτικο τραπέζι ανέρχονταν φέτος στα € 300 καθαρά.

Επιπλέον, ο κάθε εργαζόμενος της Καρέλια Α.Ε. που έχει παιδιά που σπουδάζουν σε κρατικό Πανεπιστήμιο ή ΤΕΙ, έλαβε έκτακτη οικονομική ενίσχυση 1.500€ καθαρά.

Επιπροσθέτως, οι εργαζόμενοι, των οποίων τα παιδιά πέτυχαν στα παραπάνω Ιδρύματα μέσα στο 2021, έλαβαν μία ακόμη πρόσθετη ενίσχυση 500€ καθαρά.

Παράλληλα, η Εταιρεία έκανε δώρο έναν υπερσύγχρονο φορητό υπολογιστή Apple σε κάθε παιδί που πέτυχε την εισαγωγή του σε μία από τις παραπάνω σχολές μέσα στο 2021.

Παράλληλα στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Η Καρέλια ΑΕ ενίσχυσε οικονομικά τους παρακάτω Κοινοφελείς Φορείς (Καρέλια ΑΕ, 2022):

Ειδικά για φέτος, το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας αποφάσισε να ενισχύσει με το συνολικό ποσό των 850.000 € τους εξής φορείς:

- Την Ιερά Μητρόπολη Μεσσηνίας με το ποσόν των 130.000 € εκ των οποίων 50.000 € για την ολοκλήρωση της ανέγερσης του Ιερού Ναού της Αγίας Αικατερίνης στην πόλη μας.
- Το «Χαμόγελο του Παιδιού» με το ποσόν των 100.000 €.
- Τον «Σύνδεσμο Θεραπευτικής Ιππασίας Ελλάδος» με το ποσόν των 80.000 €.
- Το Ίδρυμα Ευσταθίας Ι. Κωστοπούλου «Το Περιβόλι της Γιαγιάς» για την πολυετή συνεισφορά του προς το παιδί, με το ποσόν των 70.000 €, προκειμένου αυτά να διατεθούν για την ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων, όπως δημιουργία βιβλιοθήκης νηπίων αλλά και για την επιμόρφωση του ανθρωπίνου δυναμικού.
- Το Σύλλογο Γονέων, Κηδεμόνων Και Φίλων Ατόμων με Αυτισμό Νομού Μεσσηνίας με το ποσόν των 50.000 €.
- Το Σύλλογο Φίλων Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες Μεσσηνίας (ΣΥ.Φ.ΑΜΕΑ) με το ποσόν των 50.000 €.
- Τα Παιδικά Χωριά SOS Καλαμάτας με το ποσόν των 50.000 €.

- Το Εργαστήριο Ειδικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης Καλαμάτας (Ε.Ε.Ε.Ε.Κ.) με το ποσόν των 50.000 €.
- Τον εθελοντικό μη κερδοσκοπικό Οργανισμό «Η Κιβωτός του Κόσμου» με το ποσόν των 70.000 €.
- Την Πυροσβεστική Υπηρεσία της Περιφέρειας Πελοποννήσου με το ποσόν των 200.000 €.

Έτσι, το συνολικό ποσό που δίδεται φέτος για αυξήσεις μισθών και έκτακτες οικονομικές παροχές προς τους εργαζομένους στην Εταιρεία, αλλά και για την ενίσχυση των κοινωφελών φορέων που αναφέρονται πιο πάνω, ξεπερνά τα € 4.000.000.

4.6 Νέες συνεργασίες

Από 1ης Ιουνίου 2022, η Καρέλια Α.Ε. έχει τα αποκλειστικά δικαιώματα διανομής μιας ευρείας γκάμας προϊόντων της DANNEMANN στην Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένων των «MOODS» και των «AL CAPONE».

Η DANNEMANN είναι μια εταιρεία διάσημη για τα εξαιρετικής ποιότητας πούρα και cigarillos που φέρουν το όνομά της, με έτος ίδρυσης το 1872 (Liberal, 2022). Οι δύο εταιρείες έχουν σφυρηλατήσει μια πλούσια και επιτυχημένη ιστορία στη βιομηχανία προϊόντων καπνού για σχεδόν δύο αιώνες (Deal news online, 2022).

4.7 Χρηματοοικονομικά Στοιχεία

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Nielsen, η συνολική αγορά τσιγάρων στην Ελλάδα το 2021 παρουσίασε αύξηση σε σχέση με το 2020 κατά 5,20%, ενώ επίσης αυξητικές ήταν οι τάσεις στην κατηγορία του καπνού για στριφτό τσιγάρο, η οποία κατέγραψε άνοδο της τάξης του 4,47% (The Nielsen Company, 2021).

Ειδικότερα όμως, ο συνολικός όγκος πωλήσεων της εταιρείας Καρέλια ΑΕ κατέγραψε άνοδο 6,6% σε σχέση με το 2020 στα τσιγάρα και οδήγησε σε υψηλότερο μερίδιο αγοράς που το 2021 φτάνει σε επίπεδα-ρεκόρ (19,34%, έναντι 18,61% το 2020 - (The Nielsen Company, 2021). Επιστέγασμα αυτής της καλής πορείας ήταν ότι, το 2021, η Εταιρεία ανέβηκε στη δεύτερη θέση σε μερίδιο αγοράς στην

κατηγορία των τσιγάρων, ενώ και πάλι τα 3 από τα 5 πιο δημοφιλή σήματα στην ελληνική αγορά, φέρουν την υπογραφή Καρέλια.

Εικόνα 16: Ισολογισμός – Αποτελέσματα 2021, Καρέλια ΑΕ
ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε.

(Ποσό σε χιλιάδες Ευρώ)	2019	2020	2021	Μεταβολή %
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Σύνολο Ενεργητικού	590.986	604.450	678.811	+ 12,30%
ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	499.479	528.539	588.492	+ 11,34%
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ				
Σύνολο Κύκλου Εργασιών	736.670	754.091	802.839	+ 6,46%
Μικτό κέρδος	103.646	105.750	118.976	+ 12,51%
Κέρδη προ φόρων	85.594	72.119	112.524	+ 56,02%
Κέρδη μετά από φόρους	65.660	54.284	86.044	+ 58,50%
Μερίσματα	25.944	25.944	30.360	+ 17,02%
Μέρισμα ανά μετοχή	9,40	9,40	11,00	+ 17,02%
Κέρδη ανά μετοχή (μετά από φόρους)	23,79	19,67	31,18	+ 58,52%
Αριθμός μετοχών	2.760.000	2.760.000	2.760.000	

Πηγή: Καρέλια ΑΕ, Οικονομικός Απολογισμός 2021 (2022)

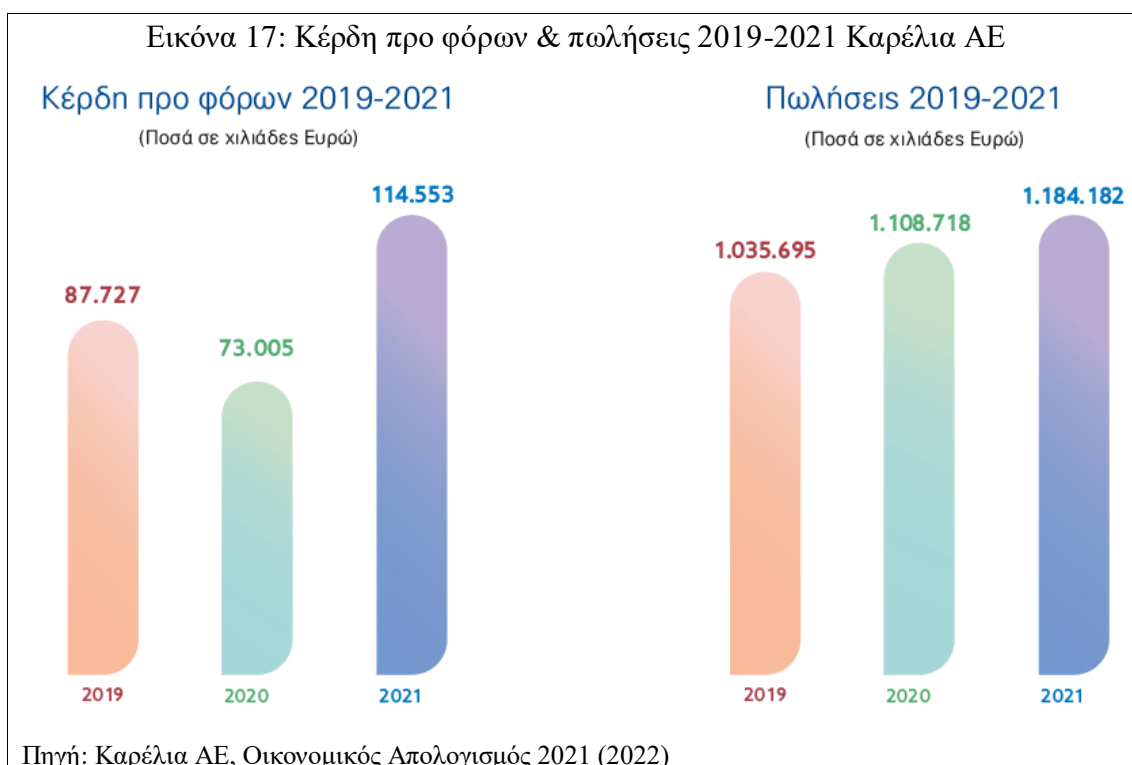
Στην κατηγορία του καπνού για στριφτό τσιγάρο, οι πωλήσεις της Εταιρείας κινήθηκαν οριακά θετικά σε σχέση με το 2020, ενισχυμένες κατά 0,72%. Αντίστοιχη αύξηση επιτυγχάνεται και στο μερίδιο αγοράς, το οποίο ανέρχεται στο 27,24%, έναντι 27% το 2020 (The Nielsen Company, 2021), επιβεβαιώνοντας την ανοδική της πορεία, η οποία έχει επιτρέψει στην Καρέλια να καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση και στη συγκεκριμένη αγορά.

Αύξηση κύκλου εργασιών από τα 263,4 στα 280,9 εκατ. ευρώ και κερδών προ φόρων και τόκων (EBIT) από τα 23,18 στα 25,98 εκατ. ευρώ σημείωσε κατά το πρώτο τρίμηνο του 2022 η καπνοβιομηχανία Καρέλια (Reporter, 2022).

Αντίθετα, κυρίως λόγω των διαφοροποιήσεων στα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα και στις συναλλαγματικές διαφορές, τα καθαρά κέρδη υποχώρησαν από τα 24,27 στα 21,7 εκατ. ευρώ.

Ο εισηγμένος Όμιλος συνέχισε για ένα ακόμη τρίμηνο να επιτυγχάνει θετικές λειτουργικές ταμειακές ροές (+27,7 εκατ. ευρώ), ενώ στις 31 Μαρτίου 2022 τα ίδια κεφάλαια διαμορφώθηκαν στα 625,85 εκατ. ευρώ. Η γενική συνέλευση της εταιρείας αποφάσισε τη διανομή μερίσματος ύψους 11 ευρώ ανά μετοχή. Όπως αναφέρει σε σχετική ανακοίνωση η καπνοβιομηχανία, η Τακτική Γενική Συνέλευση των Μετόχων της 08ης.06.2022, αποφάσισε, τη διανομή μερίσματος για τη χρήση του 2021 ανερχόμενου στο ποσό των Ευρώ 11,00 (μικτό) ανά μετοχή, από το οποίο

παρακρατείται, όπως ισχύει, φόρος ποσοστού 5% ,ήτοι καθαρό πληρωτέο μέρος ύψους Ευρώ 10,45 ανά μετοχή (Reporter, 2022).



Πιο συγκεκριμένα, μέσα στο 2021 πέτυχε αύξηση 8,7% του όγκου πωλήσεων στα τσιγάρα, ο οποίος πλέον ανήλθε στα 12,13 δις. τσιγάρα, έναντι των 11,16 δις. του 2020. Εξίσου εντυπωσιακή για ακόμη μία χρονιά υπήρξε η άνοδος που κατέγραψε στα προϊόντα καπνού για στριφτό τσιγάρο, οι πωλήσεις των οποίων ενισχύθηκαν κατά 10,95%, φτάνοντας τους 405,5 τόνους, έναντι των 365,5 του περασμένου έτους. Παρακάτω παρουσιάζονται βασικοί χρηματοοικονομικοί δείκτες, που αφορούν την οικονομική διάρθρωση και την αποδοτικότητα του Ομίλου, σύμφωνα με τα ενοποιημένα στοιχεία που περιλαμβάνονται στην Ετήσια Οικονομική Έκθεση Ομίλου, τόσο για τη χρήση 2021, όσο και για την προηγούμενη χρήση. Τα κυκλοφοριακά στοιχεία αποτελούν το 78,37% και το 81,16% των περιουσιακών στοιχείων, των ετών 2021 και 2020 αντίστοιχα. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο μεγάλος όγκος των αποθεμάτων, αλλά και υψηλά ταμειακά διαθέσιμα να προσδίδουν αυτά τα ποσοστά. Επίσης η επιχείρηση έχει πολύ λίγα ξένα κεφάλαια σε σχέση με το συνολικό παθητικό (14,94% το 2021 και 13,36% το 2020), ενώ αντίστοιχα τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος του συνολικού παθητικού, κάτι που δείχνει ότι η επιχείρηση δεν θα έχει στο μέλλον πρόβλημα με τις υποχρεώσεις της.

Επίσης οι δείκτες απόδοσης και αποδοτικότητας δείχνουν την πολύ καλή κατάσταση που βρίσκεται η εταιρεία.

Πίνακας 2: Βασικοί Δείκτες Οικονομικής Διάρθρωσης & Αποδοτικότητας

Δείκτες Οικονομικής Διάρθρωσης	2021	2020
$\frac{\text{Κυκλοφοριακό Ενεργητικό}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$	76,37%	81,16%
$\frac{\text{Σύνολο Υποχρεώσεων}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων & Υποχρώσεων}}$	14,94%	13,36%
$\frac{\text{Ίδια Κεφάλαια μετά τα διακιώματα μειοψηφίας}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων & Υποχρώσεων}}$	85,06%	86,64%

Δείκτες Απόδοσης & Αποδοτικότητας	2021	2020
$\frac{\text{Αποτελέσματα Εκμετάλλευσης}}{\text{Σύνολο Πωλήσεων(καθαρών)}}$	43,58%	40,00%
$\frac{\text{Κέρδη προ φόρων}}{\text{Ίδια Κεφάλαια μετά τα διακιώματα μειοψηφίας}}$	18,96%	13,46%

Πηγή: Καρέλια ΑΕ, Οικονομικός Απολογισμός 2021 (2022)

Οι ενθαρρυντικοί ρυθμοί ανάπτυξης των προϊόντων της Καρέλια πιστοποιούν τη δυναμική της, επιβεβαιώνοντας την ισχυρή θέση της Εταιρείας, η οποία της επιτρέπει να αντιμετωπίζει δυσκολίες και προκλήσεις με αποφασιστικότητα και πλουραλισμό ενεργειών.

5. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

Η μεγαλύτερη συμβολή της Καπνοβιομηχανίας Καρέλια Α.Ε. στον χώρο των καπνοβιομηχανιών, είναι η εμπέδωση της αντίληψης ότι η κάθε στρατηγική θα πρέπει να συνδυάζει τη βιωσιμότερη δυνατή σύζευξη μεταξύ των ίδιων των χαρακτηριστικών των επιχείρησης ή του οργανισμού, ενώ θα χαράσσεται, θα απευθύνεται και θα αξιολογείται αναφορικά με ένα συγκεκριμένο περιβάλλον της επιχείρησης, εντός του οποίου παρουσιάζονται ευκαιρίες και απειλές (Kotler, P. & Keller, 2006).

Πρόκειται δηλαδή για μια διαδικασία ολιστικής και όχι αποσπασματικής θεώρησης των εσωτερικών μεταβλητών (δυνάμεις - αδυναμίες) σε συνδυασμό με τις εξωτερικές μεταβλητές της επιχείρησης (ευκαιρίες - κίνδυνοι).

Μέσα σε ένα διαρκώς εξελισσόμενο περιβάλλον οι επιχειρήσεις έρχονται σε συνεχή επαφή με πλήθος πληροφοριών. Ορισμένες από τις πληροφορίες αποτελούν δυνητικά ευκαιρίες (opportunities) ή κινδύνους - απειλές (threats) για την επιχείρηση.

Βεβαίως κάποια πληροφορία, η οποία μπορεί να εμφανίζεται, για παράδειγμα, ως ευκαιρία κατ' αρχήν, μπορεί να αποδειχτεί στην πορεία ότι δεν είναι μία πραγματική ευκαιρία, διότι η αξιοποίησή της εξαρτάται από πλήθος ενδο-επιχειρησιακών και εξω-επιχειρησιακών παραγόντων και μεταβλητών (Kotler & Armstrong, 2018).

Στην πραγματικότητα κάθε διαφαινόμενη ευκαιρία πρέπει να εξετάζεται αναλυτικά από όλες τις πλευρές με πολλούς τρόπους κυρίως όμως σε συνάρτηση με τις δυνάμεις (strengths) και τις αδυναμίες (weaknesses) της επιχείρησης.

Κομβικό ζήτημα αποτελεί η ικανότητα του συντάκτη ενός επιχειρηματικού σχεδίου, να διακρίνει ξεκάθαρα εάν μία μεταβλητή είναι Δύναμη ή Ευκαιρία ή αντιστοίχως Αδυναμία ή Απειλή καθώς πολλές φορές προκύπτουν λάθη από παρανοήσεις ή επιφανειακή εξέταση (Kotler & Armstrong, 2018).

Σημειώνεται στο σημείο αυτό ότι η ανάλυση S.W.O.T σε ένα Επιχειρηματικό Πλάνο έπεται της μακρο-οικονομικής και μικρο-οικονομικής ανάλυσης καθώς και της ανάλυσης των στοιχείων της επιχείρησης.

Οι Δυνάμεις και Αδυναμίες καθώς και οι Ευκαιρίες και Απειλές που σημειώνονται, επιγραμματικά στη S.W.O.T, προκύπτουν από τις προηγηθείσες αναλύσεις και δεν εμφανίζονται ξαφνικά και κάπως ασύνδετα για πρώτη φορά στην ίδια τη S.W.O.T. (Kotler & Keller, 2006).

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΤΗΣ ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε.

❖ Δυνατά Σημεία

1. Η υψηλή πιστότητα (brand loyalty) πολλών καπνιστών σε επίπεδο μεμονωμένων εμπορικών σημάτων
2. Η μοναδική μεγάλη ελληνική καπνοβιομηχανία που δεν έχει εξαγορασθεί – συγχωνευτεί από μεγάλη πολυεθνική του εξωτερικού.
3. Σύγχρονα συστήματα παραγωγής
4. Αναβαθμισμένο σύστημα ιχνηλασιμότητας (track&trace), σύμφωνα με τη σχετική Ευρωπαϊκή Οδηγία
5. Το οργανωμένο και εκτεταμένο δίκτυο διανομής των της επιχείρησης που καλύπτει όλη την επικράτεια.
6. Έμπειρο και καλά αμειβόμενο προσωπικό.
7. Σημαντικές δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
8. Συνεργασία με την εταιρεία DANNEMANN για λανσάρισμα νέων σειρών προϊόντων όπως πούρα και cigarillos
9. Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε μεγάλο αριθμό αγορών που σημαίνει ότι μπορεί να είναι ευάλωτη τόσο σε γεωπολιτικές οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν αναταραχές και συγκρούσεις, όσο και σε περιορισμούς στις εισαγωγές και στην κίνηση κεφαλαίων, παράγοντες οι οποίοι είναι δυνατόν να επηρεάσουν τους όγκους πωλήσεων και την κερδοφορία.

❖ Αδύνατα Σημεία

1. Δεν λανσάρει τα νέα προϊόντα «ηλεκτρονικού τσιγάρου».
2. Η εταιρεία, στις διεθνείς αγορές που δραστηριοποιείται, μπορεί να είναι ευάλωτη τόσο σε γεωπολιτικές οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν αναταραχές και συγκρούσεις, όσο και σε περιορισμούς στις εισαγωγές και στην κίνηση κεφαλαίων, παράγοντες οι οποίοι είναι δυνατόν να επηρεάσουν τους όγκους πωλήσεων και την κερδοφορία.

❖ Ευκαιρίες

1. Η επέκταση της δραστηριότητας των εταιρειών του κλάδου σε νέες αγορές, όπου τα μέτρα για το κάπνισμα δεν είναι ακόμη το ίδιο αυστηρά
2. Εκμετάλλευση της τάσης που παρατηρείται για στροφή της αγοράς προς φθηνότερους κωδικούς προϊόντων.
3. Μετά την άρση των μέτρων για την πανδημία, αύξηση της τουριστικής κίνησης παγκοσμίως, αλλά και στην Ελλάδα με ρεκόρ επισκέψεων τουριστών.
4. Ανάπτυξη προϊόντων που σχετίζονται με τη κάνναβη*

❖ Απειλές

1. Η μείωση της κατανάλωσης λόγω της αντικαπνιστικής εκστρατείας και οι αυξανόμενοι περιορισμοί (απαγόρευση του καπνίσματος σε δημόσιους χώρους, απαγόρευση διαφήμισης)
2. Η συνεχώς αυξανόμενη φορολόγηση των καπνοβιομηχανικών προϊόντων, με συνέπεια τις αυξήσεις των τιμών λιανικής πώλησης.
3. Το λαθρεμπόριο τσιγάρων και η παραποίηση / απομίμηση γνωστών εμπορικών σημάτων.
4. Η χαμηλή ρευστότητα και η έλλειψη τραπεζικών χρηματοδοτήσεων
5. Ανάπτυξη προϊόντων που σχετίζονται με τη κάνναβη*
6. Η απαγόρευση της διαφήμισης και της προβολής του προϊόντος (σε ηλεκτρονικά μέσα, στον τύπο, κλπ.), δεν δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να προβάλλει τα προϊόντα της.
7. Η επιβολή ουσιαστικά κατώτατης τιμής τσιγάρων, η οποία στερεί την εταιρεία την υλοποίηση δικής τους τιμολογιακής πολιτικής, συντελεί σε περιορισμένο περιθώριο κέρδους.
8. Οι βασικοί ανταγωνιστές είναι παγκόσμιοι «παίκτες» με πολύ μεγάλα μερίδια αγοράς.

(*Η ανάπτυξη προϊόντων που σχετίζονται με την κάνναβη αποτελεί ευκαιρία και απειλή για την επιχείρηση, ανάλογα πως θα το αξιοποιήσει σαν ευκαιρία και πως θα το αποφύγει σαν απειλή.)

6. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

➤ Στρατηγική Marketing της Καπνοβιομηχανίας Καρέλια Α.Ε.

Αγορά-Στόχοι (Target Marketing)

Απευθύνονται σε διαφορετικές αγορές-στόχους, ανάλογα με τις σειρές των προϊόντων που λανσάρονται στις αγορές. Προϊόντα με ίδια χαρακτηριστικά απευθύνονται στις ίδιες αγορές – στόχους. Η καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε. μπορεί να απευθυνθεί σε διαφορετικά καταναλωτικά κοινά, τα οποία έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα:

- Το προϊόν «Καρέλια Φίλτρο» απευθύνεται κυρίως σε άνδρες μεγαλύτερης ηλικίας. Είναι ένα ιστορικό σήμα από το 1958, σε συσκευασία κασετίνας με διαχρονική ποιότητα και προσήλωση στη παράδοση.
- Το προϊόν «George Karelias and Sons» απευθύνεται σε άνδρες με μεσαίο και υψηλό εισόδημα. Έχει ανάγλυφη κασετίνα με πολυτελές χαρμάνι Virginia.
- Το προϊόν «George Karelias and Sons Excellence» απευθύνεται σε άνδρες με μεσαίο και υψηλό εισόδημα και απόφοιτους ανώτερης εκπαίδευσης, γιατί είναι ένα πολύ ποιοτικό προϊόν με πολυτελές χαρμάνι Virginia και επιλεγμένα φύλλα καπνού.
- Το προϊόν «KareliaS», απευθύνεται σε γυναίκες μεσαίων και υψηλών εισοδημάτων, που έχουν ιδιαίτερη έμφαση στα ταξίδια. Ιδιαίτερα το προϊόν αυτό λανσάρεται στο εξωτερικό και στα καταστήματα DutyFree.
- Το προϊόν «Ome», απευθύνεται σε γυναίκες νέες και μεσαίας ηλικιακής ομάδας, το προφίλ των οποίων είναι μοντέρνο και δυναμικό.
- Το προϊόν «Καρέλια Blue – Καρέλια White» με τσιγάρο μήκους 10 cm, απευθύνεται σε άνδρες που αναζητούν να ξεχωρίζουν ανάμεσα στο πλήθος χρησιμοποιώντας την εμφάνισή τους.
- Το προϊόν «Rex» απευθύνεται σε άνδρες χαμηλών εισοδημάτων λόγω της ανταγωνιστικής του τιμής.
- Το προϊόν «George Karelias and Sons HandRolling Tobacco» απευθύνεται σε καταναλωτές άνδρες και γυναίκες χαμηλών εισοδημάτων αλλά και σε καταναλωτές που θεωρούν το κάπνισμα μία «ιεροτελεστία» γιατί αφορά στριφτά τσιγάρα και την όλη χρονική διαδικασία προετοιμασίας του καπνίσματος.

❖ Τα 4P

➔ Τοποθέτηση (Positioning)

Η τοποθέτηση αφορά την εικόνα των προϊόντων και της εταιρείας συνολικά, στο μυαλό των καταναλωτών. Η πρόταση για το positioning είναι: μία ελληνική, παραδοσιακή επιχείρηση προσηλωμένη στη κατασκευή εξαιρετικά ποιοτικών προϊόντων με σημαντική κοινωνική προσφορά.

➔ Γραμμή Προϊόντων (Product line)

Η γραμμή των προϊόντων να παραμείνει η ίδια. Λανσάρισμα νέου προϊόντος «ηλεκτρονικού» τσιγάρου». Τα προϊόντα της Καπνοβιομηχανίας Καρέλια Α.Ε., χαρακτηρίζονται για την καινοτομία τους, την ποιότητα των προσεκτικά επιλεγμένων καπνών τους, για τα χαρμάνια τους, καθώς και για τις καλαίσθητες συσκευασίες τους.

Η εταιρεία με τη βοήθεια του τμήματος Έρευνας και Ανάπτυξης να μεριμνήσει στη κατασκευή νέων προϊόντων, όπως το ηλεκτρονικό τσιγάρο. Προτείνεται στη διοίκηση, μετά από έρευνα εργαστηρίου σε συνδυασμό με τις διεθνείς συνεργασίες που έχει η επιχείρηση, να υπάρξει απόφαση συγκεκριμένη για το εάν θα παράγει η επιχείρηση το προϊόν αυτό (μαζί με τα ανταλλακτικά του) ή αν θα πρέπει να το εισάγει. Το προϊόν να είναι ποιοτικό, αποτέλεσμα της σύγχρονης τεχνολογίας.

➔ Τιμολόγηση (Price)

Η τιμολογιακή πολιτική να παραμείνει η ίδια. Ιδιαίτερα τα παραδοσιακά προϊόντα της επιχείρησης που η τιμή τους είναι λίγο πιο κάτω από τον ανταγωνισμό. Μπορεί να υπάρξει μία σχετική αύξηση σε σχέση με το μέσο ποσοστό αύξησης του πληθωρισμού.

Όσον αφορά την προώθηση νέων προϊόντων, όπως το ηλεκτρονικό τσιγάρο, προτείνεται στρατηγική διαφοροποίησης σε σχέση με την τιμή, η οποία θα είναι λίγο πιο κάτω από τον ανταγωνισμό.

➔ Προώθηση Πωλήσεων (Sales Promotion)

Προτείνεται η περεταίρω διεύρυνση ενεργειών δημοσίων σχέσεων στα πλαίσια του προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και παροχή χορηγιών σε διάφορα γεγονότα, όπου το επιτρέπει η νομοθεσία. Χρησιμοποίηση των κοινωνικών δικτύων για την προώθηση των πωλήσεων.

Διανομή (Distribution)

Τα πολύ ισχυρά κανάλια διανομής να παραμείνουν. Η έδρα της εταιρείας και το εργοστάσιο βρίσκεται στην Καλαμάτα, ενώ λειτουργούν δύο υποκαταστήματα στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη. Η επιχείρηση λανσάρει τα προϊόντα της σε περισσότερες από 50 χώρες. Προτείνεται, τα πολύ ισχυρά κανάλια διανομής να συνεχίσουν να λειτουργούν ως έχει.

➤ **Ανάπτυξη νέων προϊόντων**

Έρευνα Εργαστηρίου (Research and Development)

Περαιτέρω έρευνα για κατασκευή νέων πιο «υγιεινών» προϊόντων και γενικότερα νέων προϊόντων πχ κάνναβη, νέες σειρές «ηλεκτρονικού» τσιγάρου.

Εγκαταστάσεις (Facilities)

Διαρκής αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού. Λειτουργούν υπερσύγχρονα μηχανήματα με σύγχρονο ηλεκτρονικό εξοπλισμό στις άρτιες βιομηχανικές εγκαταστάσεις στη Καλαμάτα. Αν η επιχείρηση αποφασίσει να λανσάρει το «ηλεκτρονικό» τσιγάρο, θα χρειαστεί η δημιουργία νέας γραμμής παραγωγής για το νέο προϊόν.

Χρηματοδότηση (Business Financing)

Η χρηματοδότηση μπορεί να γίνει από τα ίδια κεφάλαια. Λόγω της μηδενικής χρηματοδότησης από τον τραπεζικό τομέα, η επιχείρηση μπορεί να απευθυνθεί και εκεί, χωρίς αυτό να είναι απαραίτητο, γιατί λόγω της κερδοφορίας και της ρευστότητας της επιχείρησης, δεν κρίνεται απαραίτητο να απευθυνθεί στον τραπεζικό τομέα για δανεισμό, για νέες επενδύσεις και για έρευνα και ανάπτυξη. Η άντληση κεφαλαίων από το Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών, όπου η επιχείρηση είναι μέλος από το 1976, αποτελεί μία σημαντική πηγή χρηματοδότησης.

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τη μελέτη όλων των παραπάνω κεφαλαίων προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα : Ο καπνοβιομηχανικός κλάδος κατατάσσεται στους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, αφού τα έσοδα της χώρας αποδεικνύεται ότι αυξάνονται χάρη στη φορολόγηση των προϊόντων καπνού.

Η καπνοβιομηχανία Καρέλιας Α.Ε. είναι μια ελληνική επιχείρηση που ηγείται στον κλάδο των τσιγάρων. Είναι η μοναδική μεγάλη ελληνική καπνοβιομηχανία που δεν έχει εξαγορασθεί – συγχωνευτεί από μεγάλη πολυεθνική του εξωτερικού. Μία ελληνική, παραδοσιακή επιχείρηση που παραμένει προσηλωμένη στην κατασκευή εξαιρετικά ποιοτικών προϊόντων, καταγράφοντας μία σημαντική κοινωνική προσφορά. Η εταιρεία αποτελεί πρότυπο για τις υπόλοιπες ελληνικές εταιρείες καθώς, παρά τις δυσχέρειες (αλλαγή φορολογικών μέτρων, lockdown λόγω πανδημίας, αύξηση λαθραίων τσιγάρων) που μαστίζουν την εγχώρια αγορά, κατάφερε να διατηρήσει την καλή ποιότητα των προϊόντων της, έχει κάνει αυξήσεις στη μισθοδοσία του προσωπικού της και συγχρόνως εξασφαλίζει στους εργαζομένους της κατάλληλο περιβάλλον εργασίας. Επιπροσθέτως, η εταιρεία Καρέλια Α.Ε. έχει ένα οργανωμένο και εκτεταμένο δίκτυο διανομής που καλύπτει όλη την επικράτεια, ενώ αναλαμβάνει σημαντικές δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Ωστόσο, παρά τον ανταγωνισμό που υπήρξε στην ελληνική αγορά, η εταιρεία κατόρθωσε να προωθήσει οικονομικότερα τα τσιγάρα σε λιανικές τιμές σε σχέση με τον ανταγωνισμό, πουλώντας τα σε οικονομικές συσκευασίες. Με τη στρατηγική που εφαρμόζει θα είναι σε ετοιμότητα να προστατεύσει τα εμπορικά της σήματα και να εξασφαλίσει ακόμη ισχυρότερη ανταγωνιστική θέση στην ελληνική αγορά. Έτσι, και εστιάζει στο κοινωνικό σύνολο και διατηρεί τη δύναμη του ονόματος των προϊόντων της. Η επιχείρηση παρουσιάζει ικανοποιητική ρευστότητα και έχει τη δυνατότητα ανά πάσα στιγμή να καλύψει το σύνολο των υποχρεώσεών της. Αυτό δημιουργεί αίσθημα ασφάλειας στους επενδυτές.

Η αύξηση της τουριστικής κίνησης παγκοσμίως, αλλά και στην Ελλάδα με ρεκόρ επισκέψεων τουριστών, μετά την άρση των μέτρων για την πανδημία, αποτελεί πρόκληση για την εταιρεία, μέσα στο 2022, γιατί έτσι θα ενισχυθεί η αύξηση των πωλήσεων.

Αυξάνοντας τα κέρδη της, πραγματοποιεί νέες επενδύσεις. Οι συνεχείς επενδύσεις σε όλους τους τομείς βοηθούν την επιχείρηση στην επίτευξη των στόχων της . Επενδύει στη βελτίωση των μηχανημάτων της, στην εκπαίδευση των εργαζομένων για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της παραγωγής και της αγοράς, προκειμένου να μπορεί να αυξάνει την παραγωγικότητα και την αποδοτικότητά της.

Η επιχείρηση απευθύνεται σε διαφορετικές αγορές-στόχους, ανάλογα με τις σειρές των προϊόντων από ευρεία γκάμα, που λανσάρονται στις αγορές. Η καπνοβιομηχανία Καρέλια Α.Ε. μπορεί να απευθυνθεί σε διαφορετικά καταναλωτικά κοινά, τα οποία έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά.

Επίσης, διευρύνει συνεχώς τις δραστηριότητές της στο εξωτερικό, με τη βοήθεια των θυγατρικών της και με εξαγωγές στην Ευρώπη και σ' όλον τον κόσμο.

Τέλος, ακολουθώντας τις νέες τάσεις η Καρέλια ΑΕ, θα μπορούσε να δραστηριοποιηθεί περαιτέρω στην κατασκευή νέων, πιο «υγιεινών» προϊόντων και γενικότερα νέων προϊόντων π.χ. κάνναβη, νέες σειρές «ηλεκτρονικού» τσιγάρου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Deal news online (2022) Στρατηγική συνεργασία Dannemann και Καρέλια,
<https://www.dealnews.gr/roi/item/345578>,

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

EPHA, (2021) Targeting the European Commission: The 7 Lobbying Techniques of Big Tobacco. *European Public Health Alliance Report*,

<https://epha.org/new-report-reveals-tobacco-lobbying-of-european-commission/>

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Huffington post (2021) Η κάνναβη είναι μέρος του μέλλοντος της καπνοβιομηχανίας, λέει British American Tobacco. Τι ετοιμάζει ο γίγαντας του κλάδου της καπνοβιομηχανίας

https://www.huffingtonpost.gr/entry/e-kannave-einai-to-mellon-tes-kapnoviomechanias-leei-o-vretanikos-yiyantas-va_gr

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

ICAPA.E. (2022) Μελέτη ICAP CRIF: Οι 40 κορυφαίοι κλάδοι της ελληνικής Οικονομίας, Αθήνα

ICAPA.E. (2020) Κλαδική Μελέτη ICAP CRIF: Καπνοβιομηχανία, Αθήνα.

Imperial Tobacco Hellas (2022) Ποιοι είμαστε;

<https://www.imperial-tobacco.gr/el/poioi-eimaste>

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Japan Tobacco International (2022). HJTI στην Ελλάδα

<https://www.jti.com/europe/greece>

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Kotler, P., and Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 17th edition, Hoboken: Pearson Higher Education

Kotler, P. and Keller, K. L. (2006). *Marketing Management. 12th edition* Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall,

Liberal (2022). Στρατηγική συνεργασία της Καρέλια με την Dannemann
<https://www.liberal.gr/economy/stratigiki-sunergasia-tis-karelia-me-tin-dannemann>

[dannemann](https://www.liberal.gr/economy/stratigiki-sunergasia-tis-karelia-me-tin-dannemann)

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Marketing Week (2021) Στην Ελλάδα το υψηλότερο ποσοστό παράνομων τσιγάρων στην ΕΕ

<https://marketingweek.gr/stin-ellada-to-ypsilotero-pososto-paranomou-tsigaron-stin-ee/>

Ανάκτηση: 06 Ιουνίου 2022.

Newsbeast (2014) Οι «ξεχωριστές» στρατηγικές της καπνοβιομηχανίας. Τσιγάρα εναντίον κόσμου ολάκερου σημειώσατε «άσο»!

<https://www.newsbeast.gr/weekend/arthro/731546/oi-xehoristes-stratigikes-tis-kapnoviomihantias>

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Newmoney (2021) Καρέλιας: Πάνω από €3,5 εκατ. οι παροχές σε εργαζόμενους και ιδρύματα το 2021

<https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/karelias-pano-apo-e35-ekat-i-paroches-se-ergazomenous-ke-idrimata-to-2020>

Ανάκτηση: 10 Ιουνίου 2022.

News 4 Health (2021) Τα καπνικά προϊόντα απειλούν μια δίκαιη και βιώσιμη ανάπτυξη

<https://www.news4health.gr/yeia/8480/ta-kapnika-proionta-apeiloun-mia-dikaii-kai-viosimi-anaptyksi>

Ανάκτηση: 8 Ιουνίου 2022.

NewsIt (2022) Ινώ Καρέλια: Τι δηλώνει για την δικαστική διαμάχη με τους κληρονόμους της ιστορικής καπνοβιομηχανίας

<https://www.newsit.gr/megales-epixeiriseis/ino-karelia-ti-dilonei-gia-tin-dikastiki-diamaxi-me-tous-klironomous-tis-istorikis-kapnoviomixanias>

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Moody's, (2022) Οι επιπτώσεις στην Ελλάδα από το πόλεμο στην Ουκρανία.

<https://www.cnn.gr/oikonomia/story/307668/moodys-oi-epiptoseis-stin-ellada-apo-ton-polemo-stin-oykrania>

Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Reporter (2022) Καρέλιας: Αύξηση πωλήσεων και λειτουργικών κερδών στο α' τρίμηνο

<https://www.reporter.gr/Eidhseis/Epicheirhseis/Production-Marketing-of-tobacco-products/ Karelias-Ayxhsh-pwlhsewn-kai-leitoyrgikwn-kerdwn-sto-a-trimhno>

Ανάκτηση: 10 Ιουνίου 2022.

Retail&Tobacco News (2022) Δεν έχει τέλος: Έρχονται αυξήσεις και στα τσιγάρα
Το colprogrosso του Καρέλια
<https://www.retailandtobacconews.gr/>
Ανάκτηση: 08 Ιουνίου 2022.

The Nielsen Company, (2021). Δημοσκόπηση για τη κατανάλωση στη
καπνοβιομηχανία
<https://global.nielsen.com/solutions/marketing-optimization/>
Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

Synigoros.gr, (2017). Η Ευρωπαϊκή Συνήγορος του πολίτη
<https://www.synigoros.gr/el/?i=stp.el.internationallinks>
Ανάκτηση: 10 Ιουνίου 2022.

Βιτάκη, Β. (2021) Νέα ψηφιακή εποχή για την ελληνική καπνοβιομηχανία
<https://thesafiablog.com/2021/03/22>
Ανάκτηση: 08 Ιουνίου 2022.

Δημοσθένους, Γ. (2022) Καταλύτης η πανδημία στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού
εμπορίου
<https://financepro.gr/2022/02/08/katalytis-i-pandimia-stin-anaptyxi-tou-ilektronikou-eboriou/>
Ανάκτηση: 10 Ιουνίου 2022.

ΕΛΣΤΑΤ (2022) Εβδομαδιαία στοιχεία θανάτων: Περίοδος 1^η έως 52η Εβδομάδα,
<https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPO09/2021>
Ανάκτηση: 09 Ιουνίου 2022.

ΕΛΣΤΑΤ (2022) Ελληνική Στατιστική Αρχή, Ελλάς με αριθμούς, Ιανουάριος –
Μάρτιος 2022 <https://www.statistics.gr/el/greece-in-figures>
Ανάκτηση: 12 Ιουνίου 2022.

Ευθύμογλου, Ε.Γ. (1990) *Επιχειρησιακή Στρατηγική* τεύχος Α, Typooffset,
Θεσσαλονίκη.

Η Ημερήσια (2021) Καπνοβιομηχανία Καρέλια: Ιστορία 132 χρόνων
https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/business-stories/2495_kapnobiomihania-karelia-istoria-132-hronon
Ανάκτηση: 05 Ιουνίου 2022.

Καρέλια ΑΕ (2022). Καρέλια ΑΕ, Οικονομικός Απολογισμός 2021
https://www.karelia.gr/wp-content/uploads/2022/06/2021_KARELIA_Annual_Report_el.pdf

Ανάκτηση: 25 Ιουνίου, 2022.

Κρίσπη, Α., Κοτζαμάνης, Β. & Τραγάκη, Α. (2019). *Δημογραφικό Πρόβλημα, μία πολύπλευρη πρόκληση*. Αθήνα: Ινστιτούτο Δημοκρατίας Κωνσταντίνος Καραμανλής.

Μαλιχούδης, Σ. (2021) Big Tobacco και λόμπι στις Βρυξέλλες, ένα τσιγάρο δρόμος
<https://www.reportersunited.gr/4299/big-tobacco-kai-lompi-stis-vryxelles-ena-tsigaro-dromos/>

Ανάκτηση: 10 Ιουνίου 2022.

Μπάλτας, Γ. και Παπασταθοπούλου, Π. (2013). *Συμπεριφορά Καταναλωτή*, 2^η έκδοση, Rosili, Αθήνα.

Μανδραβέλης, Ε. (2020) Συρρικνώνεται ο κλάδος καπνικών στην Ελλάδα
<https://www.kathimerini.gr/economy/business/1058790/syrrikononetai-o-klados-kapnikon-stin-ellada>

Ανάκτηση: 05 Ιουνίου 2022.

Σαρδέλη, Γ. (2022) Παρουσιάστηκε η έκδοση για τα καπνεργοστάσια της Καλαμάτας από τον 19ο αιώνα της Αναστασίας Μηλίτση– Νίκα
<https://eleftheriaonline.gr/local/politismos/ekdiloseis/item/269732-parousiastike-i-ekdosi-gia-ta-kapnergostasia-tis-kalamatas-apo-ton-19o-aiona-tis-anastasias-militsi-nika>

Ανάκτηση: 05 Ιουνίου 2022.

Σκουμπούρης, Α. (2016) Καπνοβιομηχανίες: Ο κλάδος είναι εδώ, στηρίζοντας την ελληνική Οικονομία
<https://www.liberal.gr/economy/kapnobiomichanies-o-klados-einai-edo-stirizontas-tin-elliniki-oikonomia>

Ανάκτηση: 02 Ιουνίου 2022.

Στόχασις, (2019). Κλαδική Μελέτη: Καπνός – Προϊόντα Καπνού
<https://www.stochasis.com/stochasis/uploads/pdfs/el/>

Ανάκτηση: 10 Ιουνίου 2022.

Χοραντάκης, Δ. (2012). Ο Καρέλιας επιμένει ελληνικά, *ΤΟ ΒΗΜΑ*,
<https://www.tovima.gr/2012/03/18/finance/o-karelias-epimenei-ellinika/>

Ανάκτηση: 10 Ιουνίου 2022.