



## ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ 2009

# ΕΜΠΟΡΙΟ ΟΙΚΙΑΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

- Ετήσια επισκόπηση & προοπτικές που απορρέουν από συνεντεύξεις με αρμόδια στελέχη του κλάδου
- Σύγκριση και μεταβολές στην συμπεριφορά επιχειρήσεων & κλάδου στην συναλλακτική τους συμπεριφορά (ημέρες πληρωμής προμηθευτών και ημέρες είσπραξης απαιτήσεων), μεταβολές στην ρευστότητα των επιχειρήσεων & μεταβολές στον δανεισμό τους
- Η μοναδική Κλαδική Έρευνα που προσφέρει μαζί με την μελέτη cd Αρχείο μορφής MS-Excel workbook το οποίο περιλαμβάνει:
  1. «Μοντέλο» σύγκρισης των εταιρειών. Εξαιρετικό πλεονέκτημα του μοντέλου αποτελεί η -με απλές διαδικασίες- δυνατότητα σύγκρισης της επιχείρησης με τμήματα του κλάδου αλλά και με τον ανταγωνισμό – ανά εταιρεία – για την άμεση αναπαραγωγή δεκάδων στοιχείων κερδοφορίας-αποδοτικότητας, κεφαλαιακής διάρθρωσης και ρευστότητας.
  2. Το Εταιρικό Προφίλ των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου, σε ηλεκτρονικά επεξεργάσιμη μορφή με πλήρη ισολογισμό, χρηματοοικονομική ανάλυση, ταμειακές ροές & στοιχεία Ταυτότητας.



## Εισαγωγή:

**Με υψηλούς ρυθμούς αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια ο κλάδος**

**Η κρίση στην οικοδομή και την καταναλωτική πίστη εκτιμάται ότι θα ανακόψει τους ρυθμούς ανάπτυξης**

Η αγορά επίπλων και ευρύτερου οικιακού εξοπλισμού αποτελεί έναν πολύπλευρο επιχειρηματικό κλάδο, καθώς αφενός συμμετέχουν πολυάριθμες παραγωγικές, εμπορικές και εισαγωγικές επιχειρήσεις διαφόρων μεγεθών (από εισηγμένους ομίλους με διεθνή δραστηριότητα έως μικρές βιοτεχνίες και καταστήματα, κατά κύριο λόγο προσωπικές εταιρείες και ατομικές επιχειρήσεις), αφετέρου η προϊοντική βάση περιλαμβάνει ένα ετερογενές πλήθος προϊόντων. Μια τυπική τμηματοποίηση της αγοράς έχει ως εξής:

- Έπιπλα (μια ιδιαίτερη κατηγορία αποτελούν τα έπιπλα κουζίνας και μπάνιου).
- Διάφορα μικρά αντικείμενα οικιακού εξοπλισμού (χρηστικά είδη κ.ά.), που κατηγοριοποιούνται σε είδη κουζίνας, επιτραπέζια αντικείμενα και διάφορα διακοσμητικά και είδη δώρων.
- Λευκά είδη (υφάσματα επιπλώσεων, κουρτίνες, σεντόνια, κουβέρτες, παπλώματα, πετσέτες κλπ).
- Στρώματα.
- Μοκέτες και χαλιά.

Ειδικότερα, όπως αναφέρεται σε πρόσφατη μελέτη της Hellastat A.E. ([www.hellastat.eu](http://www.hellastat.eu)) ο υποκλάδος παραγωγής και εμπορίου μικρών αντικειμένων οικιακού εξοπλισμού γνωρίζει τα τελευταία χρόνια σημαντική άνθηση, καθώς ευνοήθηκε από μια σειρά παραγόντων όπως:

- η αύξηση των μονομελών νοικοκυριών,
- η άνοδος της οικονομικής δραστηριότητας,
- η δημιουργία νέων νοικοκυριών από αλλοδαπούς,
- η σημαντική επέκταση της καταναλωτικής πίστης,
- η βελτίωση της σχέσης κόστους / αξίας με την είσοδο διεθνών αλυσίδων στην ελληνική αγορά, παράλληλα με την άνθηση των εισαγωγών φθηνών κινεζικών προϊόντων,
- η ενίσχυση της τάσης για διασκέδαση στο σπίτι.

Στην ανάπτυξη του κλάδου καθοριστικό ρόλο είχε η διάδοση του θεσμού του franchise, καθώς πλέον λειτουργούν 29 αλυσίδες, οι περισσότερες από τις οποίες είναι ελληνικών συμφερόντων. Συνολικά, διαχειρίζονται περισσότερα από 700 σημεία πώλησης: 390 περίπου καταστήματα franchise, 144 εταιρικά καταστήματα και 115 shops in shop.

Σημειώνεται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ειδών που διακινούν τα καταστήματα της αγοράς προέρχονται από εισαγωγές, καθώς δεν υπάρχει σημαντική εγχώρια παραγωγική δραστηριότητα. Σημαντικό μέρος των εισαγόμενων προϊόντων προέρχονται από ασιατικές χώρες, λόγω των ιδιαίτερα ανταγωνιστικών τιμών.

Τα κανάλια διανομής της αγοράς αποτελούνται από:

- παραδοσιακά – συνοικιακά καταστήματα υαλικών,
- επώνυμες αλυσίδες καταστημάτων,
- μεγάλα καταστήματα οικιακού εξοπλισμού,
- μεγάλα καταστήματα γενικών πωλήσεων,
- υπαίθριες αγορές και μικροπωλητές,
- super markets.



## Εισαγωγή:

Οι αλυσίδες καταστημάτων και τα super markets εμφανίζουν τη μεγαλύτερη γεωγραφική εξάπλωση, εντείνοντας έτσι το ανταγωνιστικό περιβάλλον της αγοράς. Επίσης, δραστηριοποιούνται επιχειρήσεις από τον ευρύτερο τομέα του οικιακού εξοπλισμού (π.χ. εταιρείες λιανικής λιανικής εμπορίας επίπλων ή λευκών ειδών που έχουν συγχρόνως και τμήματα χρηστικών αντικειμένων).

### Προβλήματα - Προοπτικές

Σύμφωνα με εκπρόσωπους των επιχειρήσεων του κλάδου με τους οποίους συνεργάστηκε η **Hellastat** για την εκπόνηση της μελέτης, ο κλάδος αντιμετωπίζει ορισμένα προβλήματα τα οποία συνοπτικά αφορούν στα εξής:

- φθίνουσες πωλήσεις για τις μικρότερες επιχειρήσεις, εξαιτίας του έντονου ανταγωνισμού από super market, υπαίθριες αγορές, μεγάλες αλυσίδες. Ενδεικτικό είναι ότι οι πωλήσεις των καταστημάτων IKEA (με το νέο κατάστημα στην Αττική και προσφορά του συνόλου των προϊόντων του κλάδου επίπλου & οικιακού εξοπλισμού) παρουσίασαν αύξηση πωλήσεων κατά τη διάρκεια του 2008 της τάξης του 32,4%.
- αρνητικό εξωτερικό περιβάλλον, καθώς οι ρυθμοί ανάπτυξης της οικονομίας υποχωρούν, το διαθέσιμο εισόδημα περιορίζεται και η καταναλωτική πίστη αναπτύσσεται με σαφώς βραδύτερους ρυθμούς,
- η οικοδομική δραστηριότητα περιορίζεται,
- η κακή οικονομική συγκυρία ενδέχεται να καθυστερήσει την απόφαση των νέων να δημιουργήσουν τα δικά τους νοικοκυριά.

Όσον αφορά στις προοπτικές του κλάδου, στη μελέτη της Hellastat αναφέρονται τα εξής:

- η αγορά horeca (ξενοδοχεία, εστιατόρια και καφετέριες) εμφανίζει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης για την παραγωγή και το χονδρικό εμπόριο στον κλάδο. Κύριος οδηγός ωστόσο θα είναι η τουριστική κίνηση τα επόμενα 2 έτη, καθώς η παγκόσμια οικονομική κρίση εκτιμάται ότι θα πλήξει το σύνολο της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς.
- Η ανάπτυξη μεγάλων εμπορικών κέντρων προσφέρει ένα νέο κανάλι διανομής και άμεσης επαφής με τον πελάτη για τις επιχειρήσεις του κλάδου, καθώς πλέον παρέχεται η δυνατότητα για δημιουργία shop in shop. Η τάση αυτή αναμένεται να επικρατήσει και στο άμεσο μέλλον, καθώς ο συγκεκριμένος τομέας real estate βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης, παρέχοντας ευκαιρίες για την κατασκευή και εκμετάλλευση ακόμα περισσότερων κέντρων.

### Τα αποτελέσματα του 2007

Στη μελέτη της **Hellastat** αναλύονται οι οικονομικές καταστάσεις 112 επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο του οικιακού εξοπλισμού. Τα κυριότερα συμπεράσματα παρουσιάζονται στη συνέχεια:

- Ο Κύκλος Εργασιών των 112 εταιρειών που περιλαμβάνονται στο δείγμα της παρούσας μελέτης το 2007 αυξήθηκε κατά 13%, σε €722,60 εκ. Οι περισσότερες επιχειρήσεις (το 70,2%) βελτίωσαν το επίπεδο Πωλήσεων του προηγούμενου έτους.
- Ο κλάδος λειτουργεί με υψηλό περιθώριο Μικτής Κερδοφορίας το οποίο το 2007 διαμορφώθηκε σε 41%. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τη βελτίωση της επιβάρυνσης με Λειτουργικά Έξοδα, βοήθησε τις εταιρείες να διαμορφώσουν υψηλότερο Περιθώριο ΚΠΤΦΑ (10,6%), ενώ το Περιθώριο ΚΠΦ παρέμεινε στα ίδια επίπεδα (3,2%).
- Οι εταιρείες του κλάδου χαρακτηρίζονται από υψηλές ανάγκες χρηματοδότησης με κεφάλαιο κίνησης (200 ημέρες), λόγω των αργών ρυθμών ανακύκλωσης Αποθεμάτων και είσπραξης Απαιτήσεων.
- Η Κεφαλαιακή Μόχλευση παρουσιάζει τάσεις βελτίωσης, καταλήγοντας σε 1,9 προς 1 κατά το τελευταίο έτος, έναντι 2,6 προς 1 πριν από δύο χρήσεις. Ωστόσο, ο συνδυασμός με τη σταθερότητα του καθαρού περιθωρίου οδηγεί σε σημαντική κάμψη την απόδοση επί των ιδίων κεφαλαίων, στο 7,8% (από 9,7%).



## Περιεχόμενα:

1.	Πληροφορίες για την έκδοση	5
2.	Επισκόπηση Μεγεθών & Αριθμοδεικτών Συγκριτικής Αξιολόγησης	6
3.	Σύνοψη Ανάλυσης	7
4.	Στρατηγική Επισκόπηση Κλάδου	10
	4.1 Εισαγωγή	10
	4.2 Οικιακός εξοπλισμός και παράγοντες ζήτησης	13
	4.3 Χαρακτηριστικά της αγοράς: κανάλια διανομής και ανταγωνισμός	27
	4.4 Οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές της αγοράς	32
	4.5 Στοιχεία της ΕΣΥΕ για την εμπορική δραστηριότητα	36
	4.6 Η παρουσία του franchise στον οικιακό εξοπλισμό	39
	4.7 Νομικό πλαίσιο των συμβάσεων δικαιόχρησης	44
	4.8 Εξωτερικό εμπόριο	48
	4.9 Τάσεις και προοπτικές του κλάδου	58
5.	Στρατηγική Ανάλυση SWOT	61
6.	Χρηματοοικονομική Ανάλυση	63
	6.1 Ανάλυση Αποτελεσμάτων	63
	6.2 Ανάλυση Αποδοτικότητας	71
	6.3 Ανάλυση Ρευστότητας & Εμπορικού Κύκλου	73
	6.4 Ανάλυση Κεφαλαιακής Διάρθρωσης	76
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: Σύνοψη Ενεργητικού – Παθητικού	78
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: Συνδυασμένες Οικονομικές Καταστάσεις Δείγματος	84
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: Αριθμοδείκτες Δείγματος	86
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4: Σύγκριση επιδόσεων των 20 μεγαλύτερων επιχειρήσεων με τους κλαδικούς μέσους	90
7.	Προφίλ Εταιρειών	92
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5: Αναλυτικός Πίνακας Επιχειρήσεων	100
	Η Hellastat	101



## Περιεχόμενα Πινάκων Διαγραμμάτων και Γραφημάτων

1. Πίνακας 4.2.1 Δάνεια προς τα νοικοκυριά από τα εγχώρια NXI στην Ελλάδα
2. Διάγραμμα 4.2.1 Διάρθρωση της δανειακής επιβάρυνσης των νοικοκυριών από τα εγχώρια NXI στην Ελλάδα: 31.12.07
3. Διάγραμμα 4.2.2 Αριθμός γάμων στην Ελλάδα: 1990-2007
4. Πίνακας 4.2.2 Γάμοι: απόλυτοι αριθμοί και ποσοστά: 1960-2007
5. Πίνακας 4.2.3 Νέες κατοικίες σε σύνολο χώρας: 1998-2007
6. Διάγραμμα 4.2.3 Εξέλιξη αριθμού νέων κατοικιών: 1998-2007
7. Πίνακας 4.2.4 Νέες κατοικίες ανά 100 κατοίκους ανά περιφέρεια: 1998-2007
8. Διάγραμμα 4.2.4 Διάρθρωση νέων κατοικιών ανά περιφέρεια: 2007
9. Πίνακας 4.2.5 Νοικοκυριά και μέλη αυτών
10. Διάγραμμα 4.2.5 νοικοκυριών Διάρθρωση κύριων κατοικούμενων κανονικών κατοικιών ανάλογα με τον αριθμό των μελών των (σύνολο χώρας): 2001
11. Διάγραμμα 4.2.6 νοικοκυριών Διάρθρωση κύριων κατοικούμενων κανονικών κατοικιών ανάλογα με τον αριθμό των μελών των (αστικές περιοχές): 2001
12. Διάγραμμα 4.2.7 νοικοκυριών Διάρθρωση κύριων κατοικούμενων κανονικών κατοικιών ανάλογα με τον αριθμό των μελών των (αγροτικές περιοχές): 2001
13. Πίνακας 4.2.6 Ξενοδοχειακό δυναμικό: 1997-2007
14. Πίνακας 4.2.7 Ξενοδοχειακό δυναμικό 2007
15. Πίνακας 4.2.8 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος: Φεβρ. 2004 – Ιαν. 2005
16. Διάγραμμα 4.2.8 Διάρθρωση μέσης μηνιαίας δαπάνης νοικοκυριών για είδη σπιτιού: Φεβρ. 2004 – Ιαν. 2005
17. Διάγραμμα 4.2.9 Συνολική δαπάνη των νοικοκυριών για οικιακό εξοπλισμό: Φεβρ. 2004 – Ιαν. 2005
18. Πίνακας 4.2.9 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών κατά περιοχή: Φεβρ. 2004 – Ιαν. 2005
19. Πίνακας 4.5.1 Μέσοι Δείκτες Κύκλου Εργασιών και Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο: 2005-2007
20. Διάγραμμα 4.5.1 Ετήσιες μεταβολές (%) του Δείκτη Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο: 2006-2007
21. Διάγραμμα 4.5.2 Ετήσια εξέλιξη Μέσου Γενικού Δείκτη Κύκλου Εργασιών Λιανικού Εμπορίου και Καταστημάτων Επίπλων, Ηλεκτρικών Ειδών και Οικιακού Εξοπλισμού: 1995-2007
22. Πίνακας 4.5.1 Αλυσίδες franchise ειδών οικιακού εξοπλισμού: Είδη Δώρων – Διακόσμησης – Χρηστικά
23. Διάγραμμα 4.8.1 Εξωτερικό εμπόριο ειδών οικιακού εξοπλισμού: 2005-2007 (σε εκ. €)
24. Διάγραμμα 4.8.2 Συνολικές εισαγωγές ανά κατηγορία οικιακού εξοπλισμού: 2005-2007 (σε εκ. €)
25. Πίνακας 4.8.1 Εισαγωγές επιτραπέζιων ειδών ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €)
26. Πίνακας 4.8.2 Εισαγωγές ειδών μαγειρικής ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €)
27. Πίνακας 4.8.3 Εισαγωγές ειδών διακόσμησης ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €)
28. Διάγραμμα 4.8.3 Εισαγωγές επιτραπέζιων ειδών ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €) – Βασικές χώρες προέλευσης



## Περιεχόμενα Πινάκων Διαγραμμάτων και Γραφημάτων

29. Διάγραμμα 4.8.4 Διάρθρωση εισαγωγών επιτραπέζιων ειδών: 2007
30. Διάγραμμα 4.8.5 Εισαγωγές ειδών μαγειρικής ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €) – Βασικές χώρες προέλευσης
31. Διάγραμμα 4.8.6 Διάρθρωση εισαγωγών ειδών μαγειρικής: 2007
32. Διάγραμμα 4.8.7 Εισαγωγές ειδών διακόσμησης ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €) – Βασικές χώρες προέλευσης
33. Διάγραμμα 4.8.8 Διάρθρωση εισαγωγών ειδών διακόσμησης: 2007
34. Πίνακας 4.8.4 Εισαγωγές επιτραπέζιων ειδών ανά χώρα: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
35. Πίνακας 4.8.5 Εισαγωγές ειδών μαγειρικής ανά χώρα: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
36. Πίνακας 4.8.6 Εισαγωγές ειδών διακόσμησης ανά χώρα: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
37. Διάγραμμα 4.8.9 Συνολικές εισαγωγές ανά κατηγορία οικιακού εξοπλισμού: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
38. Διάγραμμα 4.8.10 Διάρθρωση εισαγωγών επιτραπέζιων ειδών: Ιαν.-Σεπτ. 2008
39. Διάγραμμα 4.8.11 Διάρθρωση εισαγωγών ειδών μαγειρικής: Ιαν.-Σεπτ. 2008
40. Διάγραμμα 4.8.12 Διάρθρωση εισαγωγών ειδών διακόσμησης: Ιαν.-Σεπτ. 2008
41. Πίνακας 4.8.7 Εξαγωγές επιτραπέζιων ειδών ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €)
42. Πίνακας 4.8.2 Εξαγωγές ειδών μαγειρικής ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €)
43. Πίνακας 4.8.3 Εξαγωγές ειδών διακόσμησης ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €)
44. Διάγραμμα 4.8.13 Συνολικές εξαγωγές ανά κατηγορία οικιακού εξοπλισμού: 2005-2007 (σε εκ. €)
45. Διάγραμμα 4.8.14 Εξαγωγές επιτραπέζιων ειδών ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €) – Βασικές χώρες προορισμού
46. Διάγραμμα 4.8.15 Διάρθρωση εξαγωγών επιτραπέζιων ειδών: 2007
47. Διάγραμμα 4.8.16 Εξαγωγές ειδών μαγειρικής ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €) – Βασικές χώρες προορισμού
48. Διάγραμμα 4.8.17 Διάρθρωση εξαγωγών ειδών μαγειρικής: 2007
49. Διάγραμμα 4.8.18 Εξαγωγές ειδών διακόσμησης ανά χώρα: 2005-2007 (σε εκ. €) – Βασικές χώρες προορισμού
50. Διάγραμμα 4.8.19 Διάρθρωση εξαγωγών ειδών διακόσμησης: 2007
51. Πίνακας 4.8.10 Εξαγωγές επιτραπέζιων ειδών ανά χώρα: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
52. Πίνακας 4.8.11 Εξαγωγές ειδών μαγειρικής ανά χώρα: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
53. Πίνακας 4.8.12 Εξαγωγές ειδών διακόσμησης ανά χώρα: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
54. Διάγραμμα 4.8.20 Συνολικές εξαγωγές ανά κατηγορία οικιακού εξοπλισμού: Ιαν.-Σεπτ. 2007-2008 (σε εκ. €)
55. Διάγραμμα 4.8.21 Διάρθρωση εξαγωγών επιτραπέζιων ειδών: Ιαν.-Σεπτ. 2008
56. Διάγραμμα 4.8.22 Διάρθρωση εξαγωγών ειδών μαγειρικής: Ιαν.-Σεπτ. 2008
57. Διάγραμμα 4.8.23 Διάρθρωση εξαγωγών ειδών διακόσμησης: Ιαν.-Σεπτ. 2008



# Δείγματα Κλαδικής Ανάλυσης:

**Hellastat**  
Εθνική Έρευνα Στατιστικών & Οικονομικών Πληροφοριών

**4. Στρατηγική Επισκόπηση Κλάδου**

**Πίνακας 4.2.9**

Μεσοδωρομηνιαίοι αγρατών των νοικοκυριών κατά περιοχή: Φεβρ. 2004 - Ιαν. 2005

	Όλες οι περιοχές	Σύνολο αστικών περιοχών	Περιφέρεια πρωτεύουσας	Θεσ/νίκη	Λοιπές αστικές περιοχές	Ημιαστικές περιοχές	Αγροτικές περιοχές
Επίπλα, καλύμματα οδοντοδύ, φρυγασικά	21,40	22,25	22,00	34,13	18,36	24,76	16,66
Επίπλα έπιπλα	15,62	16,38	14,57	23,04	13,90	19,94	13,53
Μεταλλικά έπιπλα	0,10	0,13	0,11	0,11	0,18	0,04	0,04
Ψαστά έπιπλα	0,06	0,07	0,06	0,03	0,10	0,04	0,03
Φαειτολά	0,97	1,02	0,93	1,74	0,90	0,81	0,88
Εθι όκαοαση	0,95	1,16	0,63	4,24	0,87	0,83	0,34
Καλύμματα δαπέδου	2,59	2,98	3,48	3,65	1,99	2,66	1,28
Επιδαπέδ	1,10	1,58	2,22	1,33	0,72	0,45	0,26
Είδη επίπλωσης και κλιματισμής	22,92	23,71	24,22	35,66	23,22	29,13	22,00
Σιακτικές θερμανσης και μισοι φηδες και θερμανση με άλλες οικιακές συσκευές	17,24	18,28	17,98	22,20	17,33	16,42	14,34
Επίπλα και εξοπλισμός για το σπίτι και τον κήπο	15,51	18,98	21,07	10,71	18,75	9,38	7,75
Πιατά, γυαλιά, μαγειρούρα και οικιακά σκεύη	2,68	2,55	2,60	2,25	2,56	2,77	3,06
Ανάβα και υπαρκες για συνθήκη οικιακή συντήρηση	54,74	62,18	71,77	55,14	50,06	45,56	35,73
Συνολική δαπάνη για άσφαη αγαθά οικιακής χρήσης - οικιακά είδη άσφαη παραπάνω και οικιακές υπαρκες	134,49	147,94	156,64	160,08	130,27	119,05	99,53

Πηγή: ΕΣΤΕ

- Λαμβάνοντας υπόψη τη γεωγραφική κατανομή, παρατηρείται ότι τις υψηλότερες συνολικές δαπάνες εμφανίζουν τα νοικοκυριά της Θεσσαλονίκης (€160,08) και της Αθήνας (€156,64), ενώ αντισθέτως τα νοικοκυριά των αγροτικών περιοχών διαθέτουν τις μικρότερες δαπάνες για οικιακό εξοπλισμό (€99,53).
- Επίσης, η κατανάλωση των νοικοκυριών της Θεσσαλονίκης για έπιπλα, φρυγαστικά κλπ. (€34,13) είναι αρκετά μεγαλύτερη συγκριτικά με τις υπόλοιπες περιοχές της χώρας, αποσιώντας μόλις το 21,3% των συνολικών δαπανών. Αντιθέτως, διαθέτουν μικρότερο ποσοστό (34,4%) για αγαθά καθημερινής χρήσης σε σχέση με άλλες περιοχές, όπου το αντίστοιχο ποσοστό διαμορφώνονται σε επίπεδα άνω του 36%.
- Γενικά, στις αγροτικές περιφέρειες εμφανίζεται ισχυρότερη τάση για αγορά ειδών επίπλωσης και οικιακών συσκευών (22,1% και 14,4% αντίστοιχα). Ταυτόχρονα, στα αστικά κέντρα παρατηρείται έμφαση στις αγορές που σχετίζονται με την αγορά ειδών που χρησιμοποιούνται σε καθημερινή βάση (42%), καθώς και οικιακών σκευών, πιατικών κλπ., γεγονός που υποδεικνύει ότι στις περιοχές αυτές εκδηλώνεται η μεγαλύτερη ζήτηση για είδη οικιακού εξοπλισμού.

© 2009 Hellastat A.E. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Financial statements / Deliverable\_1 / Deliverable\_2 / Deliverable\_3 / Bes

**Hellastat**  
Εθνική Έρευνα Στατιστικών & Οικονομικών Πληροφοριών

**6. Χρηματοοικονομική Ανάλυση**

**Στοιχεία 5 μεγαλύτερων - Κόλυς Εργασιών**

Εταιρεία	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ΙΚΕΑ	61,0%	61,2%	61,6%	62,2%	62,2%	64,2%	64,6%
ΛΕΑ	14,0%	14,4%	14,3%	14,1%	14,5%	14,4%	14,3%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	7,2%	7,3%	7,8%	7,2%	7,5%	7,8%	7,9%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ	2,2%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΚΟΜΜΟΤΟΛΟΓΙΑ	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΚΟΜΜΟΤΟΛΟΓΙΑ	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%

**Στοιχεία 5 μεγαλύτερων - Αποτέλεσμα προ-Φόρων**

Εταιρεία	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ΙΚΕΑ	36,2%	36,4%	44,7%	37,5%	36,3%	33,2%	33,9%
ΛΕΑ	18,9%	19,0%	15,0%	17,7%	17,1%	16,1%	16,2%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	16,3%	15,7%	13,0%	14,7%	14,2%	14,2%	14,2%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΚΟΜΜΟΤΟΛΟΓΙΑ	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%

**Στοιχεία σε Αποτέλεσμα προ-Φόρων, 2007**

Εταιρεία	Αποτέλεσμα προ-Φόρων
ΙΚΕΑ	37,2%
ΛΕΑ	20,5%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	15,0%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ	1,2%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΚΟΜΜΟΤΟΛΟΓΙΑ	1,2%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΚΟΜΜΟΤΟΛΟΓΙΑ	1,2%

© 2009 Hellastat A.E. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.



## Περιγραφή Παραδοτέου:

Το παραδοτέο είναι στην Ελληνική γλώσσα, σας αποστέλλεται σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή και περιλαμβάνει:

- **Αρχείο μορφής Acrobat Reader με τον σχολιασμό και τα συμπεράσματα της ποιοτικής & χρηματοοικονομικής ανάλυσης του κλάδου.**
- **Αρχείο μορφής MS-Excel workbook το οποίο περιλαμβάνει την χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου, καθώς επίσης και «μοντέλο» σύγκρισης των εταιρειών, το οποίο επιτρέπει την αξιολόγηση των επιχειρήσεων απέναντι στον ανταγωνισμό με μία σειρά πεδίων (αποδοτικότητα ,φερεγγυότητα ,ρευστότητα κλπ).**

Επιπρόσθετα μαζί με την μελέτη σας αποστέλλεται, σε ηλεκτρονικά επεξεργάσιμη μορφή (CD-Rom με Microsoft Excel Πίνακες), το εταιρικό προφίλ των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου το οποίο περιέχει:

- Στοιχεία Ταυτότητας της Εταιρείας: Πλήρη Επωνυμία, Στοιχεία Έδρας, Αριθμός Απασχολούμενου Προσωπικού, Βασικά Στελέχη, Έτος τελευταίου φορολογικού ελέγχου, Ενοποιούμενες εταιρείες κτλ.
- Οικονομικές Καταστάσεις (Ισολογισμός, Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης, Πίνακας Διάθεσης Αποτελεσμάτων).
- Ανάλυση Ταμειακών Ροών.
- Ανάλυση Αποδοτικότητας, Αποτελεσματικότητας, Κερδοφορίας, Κεφαλαιακής Διάρθρωσης, Φερεγγυότητας και Ρευστότητας (95 αριθμοδείκτες).





## Η Hellastat:

Η **Hellastat A.E.** (Ελληνική Εταιρεία Στατιστικών & Οικονομικών Πληροφοριών - μέλος του **ΣΕΒ**), δραστηριοποιούμενη στους τομείς της επιχειρηματικής πληροφόρησης, των ερευνών αγοράς και των συμβουλευτικών υπηρεσιών, και όντας μέλος των οργανισμών **EADP** (European Association of Database & Desktop Publishers) και **ESOMAR** (World Association of Opinion & Marketing Research Professionals), διαθέτει την απαραίτητη εμπειρία, τεχνογνωσία, συστήματα και ανθρώπινο δυναμικό ώστε να παρακολουθεί και να αναλύει ετησίως 50 κλάδους της Ελληνικής οικονομίας, εκπονώντας σειρά **Στρατηγικών Κλαδικών Αναλύσεων**.

Η **Hellastat A.E.** - πιστοποιημένη από την Lloyd's Register για την παροχή οικονομικών και επιχειρηματικών πληροφοριών και υπηρεσιών, διαθέτει την μεγαλύτερη βάση ηλεκτρονικά επεξεργάσιμων οικονομικών και επιχειρηματικών δεδομένων, για περισσότερες από 100.000 εταιρείες και 150 κλάδους που καλύπτουν όλο το φάσμα της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα. Σήμερα, η Hellastat αποτελεί αποκλειστικό προμηθευτή Οικονομικών & Επιχειρηματικών Δεδομένων στον όμιλο της **Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος**.

Επιπλέον, η Hellastat αποτελεί στρατηγικό συνεργάτη της εταιρείας **Standard & Poor's**, του μεγαλύτερου οργανισμού πιστοληπτικής αξιολόγησης στον κόσμο και της **Thomson-Reuters plc** της μεγαλύτερης εταιρείας παροχής πληροφοριών και ειδήσεων.

## Κανείς άλλος δεν μιλά καλύτερα για τις Κλαδικές Αναλύσεις μας από τους Πελάτες μας...

- **NEOXΗΜΙΚΗ**
- **ΝΗΡΕΑΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ**
- **SUBERU MOTORS HELLAS**
- **KOSMOCAR**
- **ROCHE HELLAS**
- **FRIESLAND**
- **NESTLE**
- **PROCTER & GAMBLE**
- **KPMG**
- **PWC**
- **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**
- **LAVIPHARM**
- **BAYER HELLAS**
- **DELLOITTE & TOUCHE**
- **ERNST & YOUNG**
- **EUROBANK**
- **BANK OF ATTICA**
- **CITIBANK**
- **TOYOTA HELLAS**
- **ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ**
- **ΦΑΓΕ**
- **YARA**
- **DE AGOSTINI**
- **FOODLINK**
- **MULTIRAMA**
- **DELL**



## Έντυπο Παραγγελίας: (αποστολή μέσω fax στο 210-9622400)

### ΤΙΤΛΟΣ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

### Στοιχεία Τιμολόγησης

#### Επωνυμία Επιχείρησης:

Οδός: \_\_\_\_\_

Πόλη: \_\_\_\_\_ Τ.Κ.: \_\_\_\_\_

ΑΦΜ.: \_\_\_\_\_ ΔΟΥ: \_\_\_\_\_

Τηλ.: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

#### Όνομα Υπευθύνου:

Υπογραφή: \_\_\_\_\_

### Τρόπος Πληρωμής

- Κατάθεση μετρητών εντός 30 ημερών
- Εταιρική Επιταγή 60 ημερών
- Πιστωτική Κάρτα

Τράπεζα: \_\_\_\_\_

- VISA
- MASTERCARD

Αριθμός Κάρτας / Λήξη: \_\_\_\_\_

### Τραπεζικοί Λογαριασμοί:

- Εθνική Τράπεζα: 71547001553
- Eurobank Ergasias EFG: 00260019530200451494
- Citibank: 0506789214
- Τράπεζα Κύπρου: 13372033
- ALPHA BANK: 36100232001617
- HSBC Bank: 020 024683 140

Πληροφορίες: Αγαΐα Μπαζιώτου

Tel.: 210 9625100 (εσωτ. 216)

Email: abaziotou@hellastat.eu