



BUSINESS PLAN

**ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ
ΤΙ ΠΡΟΣΕΧΟΥΜΕ ΚΑΙ
ΤΙ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΜΕ**



<https://financeskills.gr>

Financial Advisory &
Corporate Finance Training



Πίνακας Περιεχομένων

Εισαγωγή	4
1. Business Plan & Στρατηγική.....	4
2. Ερωτήματα που πρέπει να απαντά το Business Plan.....	7
3. Η Δομή του Business Plan	8
3.1. Διοικητική Σύνοψη	10
3.2. Περιγραφή της Εταιρείας	10
3.3. Περιγραφή Προϊόντων/ Υπηρεσιών	11
3.4. Οργανωτική Δομή.....	11
3.5. Έρευνα Ανάλυση Αγοράς.....	14
3.5.1 Σχέδιο Μάρκετινγκ.....	14
3.7. Χρηματοοικονομικό Σχέδιο.....	15
Παράρτημα.....	17
Χρηματοοικονομικό Μοντέλο σε excel	18

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ειδικά όσοι ασχολούμαστε με τη χρηματοοικονομική ανάλυση και πρόκειται να κάνουμε αποτίμηση μιας εταιρείας, ή να εξετάσουμε ένα πλάνο αναδιάρθρωσης ή να αναλύσουμε μια εξαγορά ή συγχώνευση χρειαζόμαστε στοιχεία για τις προβλέψεις και τις παραδοχές μας.

Όταν λοιπόν αρχίσουμε να χτίζουμε το μοντέλο μας και κάνουμε τις χρηματοοικονομικές μας αναλύσεις χρειαζόμαστε επί της ουσίας το Business Plan της εταιρείας για να μπορέσουμε να στηρίξουμε και να τεκμηριώσουμε τις παραδοχές που θα χρησιμοποιήσουμε.

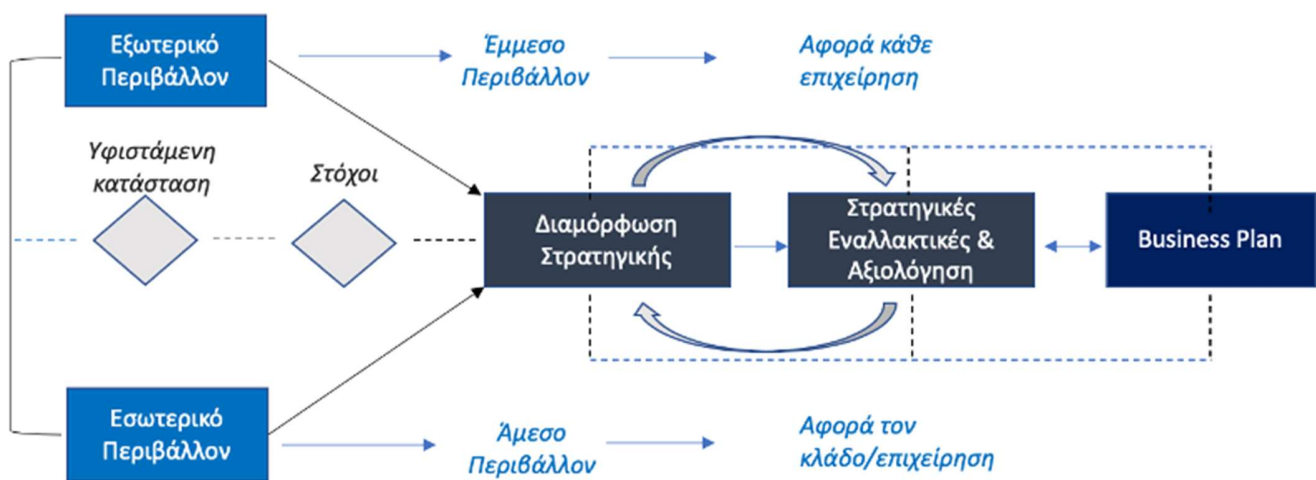
Είναι σημαντικό για κάθε χρηματοοικονομικό αναλυτή προκειμένου να κατανοεί τα νούμερα που χρησιμοποιεί αλλά και τα αποτελέσματα της ανάλυσής του να μπορεί να αξιολογήσει το Business Plan όπως και τις έννοιες της Εταιρικής Στρατηγικής.

Παρά τις διαφορετικές μορφές Business Plan που υπάρχουν αποτελεί κοινή θεώρηση ότι το Business Plan αποτελεί μια γραπτή έκθεση, ένα report θα μπορούσαμε να πούμε με άλλα λόγια που πρέπει να χαρακτηρίζεται από μια πολύ καλά οργανωμένη δομή και να τεκμηριώνει με ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία τους σκοπούς και τους στόχους που θέτει.

1. BUSINESS PLAN ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Το Business Plan προκύπτει από τη Στρατηγική και η Στρατηγική με τη σειρά της αποκρυσταλλώνεται και αξιολογείται μέσα από το ίδιο το Business Plan καθώς υπάρχει μια ισχυρή άρρηκτη σχέση

αλληλεπίδρασης μεταξύ των δυο. Δεν μπορεί να υποστηριχθεί και να υλοποιηθεί Business Plan χωρίς την ύπαρξη Στρατηγικής και από την άλλη δεν μπορεί η Στρατηγική να υιοθετηθεί, να γίνει αποδεκτή, εάν δεν έχει επεξεργασθεί και αξιολογηθεί μέσα από τη διαδικασία του Business Plan.



Ένα Business Plan πενταετίας για να μπορέσει να υλοποιηθεί θα πρέπει να αποτυπώνεται απαραίτητα και στο ετήσιο budget. Το Business Plan καθώς διαπραγματεύεται μελλοντικές και αβέβαιες συνθήκες πρέπει να χαρακτηρίζεται από ευελιξία και προσαρμοστικότητα για να είναι ρεαλιστικό και αποτελεσματικό. Αυτό χρειάζεται για να μπορεί η εταιρεία να αντιμετωπίσει έκτακτες αρνητικές συγκυρίες αλλά και να μπορεί επίσης να εκμεταλλευτεί ευκαιρίες που ενδέχεται να προκύψουν.

Το Business Plan είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα σχεδιασμού της επιχειρηματικής δράσης το οποίο στην ουσία αφορά όλες τις λειτουργίες της εταιρείας. Ανεξάρτητα από την εξειδίκευση που έχει ο καθένας που εμπλέκεται στη διαδικασία σχεδίασης του Business Plan απαιτείται να υπάρχει γενική θεώρηση του τρόπου λειτουργίας της εταιρείας καθώς και πολύ καλός συντονισμός μεταξύ των ομάδων που το διαχειρίζονται.

Το Business Plan αποτελεί εργαλείο ανάπτυξης και τρόπο σκέψης για τη διοίκηση μιας εταιρείας και απαιτεί πειθαρχημένη και οργανωμένη δράση.

2. ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΠΑΝΤΑ ΤΟ BUSINESS PLAN

Το Business Plan θα πρέπει να μπορεί να απαντά ξεκάθαρα στα εξής ερωτήματα:

- Ποιος είναι ο σκοπός του και πως θα τον επιτύχει
- Ποιος διοικεί την εταιρεία και με τι τρόπο
- Που βρίσκεται η εταιρεία και οι λειτουργικές της δραστηριότητες και ποια είναι η θέση της σε σχέση με τον ανταγωνισμό
- Γιατί πρέπει να υλοποιηθεί ο σκοπός τους και ποια θέματα επιχειρεί να επιλύσει

3. Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ BUSINESS PLAN

Μια τυπική δομή ενός Business Plan περιλαμβάνει συνήθως τις παρακάτω ενότητες οι οποίες συμπίπτουν και με τα περιεχόμενα του

1. Διοικητική Σύνοψη,
2. Περιγραφή της Εταιρείας
3. Περιγραφή των Προϊόντων ή Υπηρεσιών
4. Οργανωτική Δομή και Βασικά Στελέχη
5. Έρευνα και Ανάλυση Αγοράς
6. Σχέδιο Μάρκετινγκ
7. Χρηματοοικονομικό Σχέδιο

Το Business Plan θέτει κανόνες και καθορίζει τον οδικό χάρτη για την επίτευξη του σκοπού της εταιρείας. Δίνει τη δυνατότητα οι στόχοι να καθίστανται ξεκάθαροι και συμβάλλει στην αποφυγή σημαντικών λαθών καθώς το Business Plan είναι στην ουσία και μια άσκηση ετοιμότητας με ρεαλιστικά στοιχεία στους ενδεχόμενους κινδύνους ή ευκαιρίες.

Πέρα όμως από τους σκοπούς κατάρτισης για εσωτερική χρήση εξυπηρετεί την επικοινωνία και τις επαφές της εταιρείας με τρίτους (stakeholders), όπως πχ Επενδυτές, Τράπεζες, Φορείς κλπ. Σε κάθε περίπτωση πάντως το Business Plan για να μπορέσει να πείσει και να εκπέμψει αισιοδοξία θα πρέπει να είναι άριστο και επαγγελματικό από κάθε άποψη, που σημαίνει σωστή τεκμηρίωση, πληρότητα, άψογη παρουσίαση και σαφήνεια.

Ποια όμως είναι εκείνα τα σημεία που κάνουν ένα Business Plan να ξεχωρίζει και να πετυχαίνει τελικά τους στόχους του;

Το Business Plan πρέπει να μεταφέρει ένα ξεκάθαρο μήνυμα και ο τρόπος που έχει συνταχθεί να είναι προσαρμοσμένος ανάλογα προς το κοινό το οποίο απευθύνεται. Έχει διαφορετική μορφή το Business Plan που απευθύνεται στη διοίκηση της εταιρείας, διαφορετική προς μια Τράπεζα για χρηματοδότηση και διαφορετική προς ένα private equity.

Ο λόγος είναι απλός, οι αποδέκτες αυτοί αφενός έχουν διαφορετικό profile και background και αφετέρου το ενδιαφέρον τους εστιάζεται σε διαφορετικά σημεία. Ένα καλό Business Plan συνεπώς θα πρέπει να απαντά σε όλα εκείνα που ενδιαφέρουν κάποιον που χρειάζεται να το διαβάσει.

Ας δούμε στη συνέχεια λίγο πιο αναλυτικά τη δομή του Business Plan

Το Business Plan είναι σκόπιμο να συνοδεύεται από μια **Συνοδευτική Επιστολή** (*cover letter*), μια απλή επιστολή που περιέχει τις πολύ βασικές πληροφορίες για την Εταιρεία, όπως ποια είναι η μορφή της Εταιρείας, ποιος είναι ο CEO, ο Πρόεδρος, ποια είναι η Διεύθυνση της Εταιρείας, τα πρόσωπα επικοινωνίας, ο σκοπός του Business Plan, πχ: «Χρηματοδότηση 5 εκ ευρώ για την Κατασκευή Νέου Εργοστασίου», ημερομηνία σύνταξης του Business Plan, πχ.

Ιανουάριος 2023). Η Συνοδευτική Επιστολή είναι η πρώτη εντύπωση και θα πρέπει να συντάσσεται με ιδιαίτερη προσοχή.

1. Η **Διοικητική Σύνοψη**, (executive summary) είναι η πρώτη και ίσως η σημαντικότερη ενότητα του Business Plan μαζί με το Χρηματοοικονομικό Σχέδιο και γράφεται πάντα τελευταία καθώς εκεί συγκεντρώνονται όλα τα συμπεράσματα που προκύπτουν. Πρέπει να απαντά καθαρά, με αυτοπεποίθηση και συνοπτικά σε όλα τα ερωτήματα που έχει κάποιος χωρίς να χρειάζεται να ανατρέξει στις επιμέρους ενότητες που ακολουθούν.

Στη Διοικητική Σύνοψη αποτυπώνεται ξεκάθαρα ο σκοπός του Business Plan, για παράδειγμα: «Χρηματοδότηση 5 εκ ευρώ για την Κατασκευή Νέου Εργοστασίου» καθώς και οι εξασφαλίσεις και το πλάνο αποπληρωμής. Επίσης θα πρέπει να έχει συνταχθεί με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να παραπέμπει εύκολα στην κατάλληλη ενότητα για περισσότερες λεπτομέρειες και διευκρινήσεις που χρειάζεται κάποιος.

2. Στη **Περιγραφή της Εταιρείας** αναλύεται πως και που λειτουργεί η εταιρεία και περιέχονται τα εξής:

- Αποστολή, Όραμα, Αξίες, Στόχοι
- Περιγραφή του Κλάδου
- Ανάλυση Ανταγωνισμού & Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

3. Στη **Περιγραφή των Προϊόντων ή Υπηρεσιών** – στο μέτρο του δυνατού- παρουσιάζονται οι σχετικές λεπτομέρειες καθώς και τι είναι αυτό που τα κάνει ή τις κάνει να ξεχωρίζουν. Στην ενότητα αυτή αναφέρονται ποια προϊόντα ή υπηρεσίες είναι στο στάδιο ανάπτυξης και τι πλεονεκτήματα ή μειονεκτήματα παρουσιάζουν και ποια επίσης βρίσκονται σε ώριμο στάδιο. Επίσης είναι σημαντική και η αναφορά σε θέματα που σχετίζονται με:

- Κοστολογικά στοιχεία των προϊόντων ή υπηρεσιών και με αντίστοιχη παραβολή αυτών του ανταγωνισμού.
- Ποιοτικά στοιχεία τα οποία κάνουν να ξεχωρίζουν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες έναντι του ανταγωνισμού.
- Διπλώματα ευρεσιτεχνίας, εμπορικά σήματα, θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας και αντίστοιχα του ανταγωνισμού.
- Έρευνα και Ανάπτυξη, καθώς αυτό σχετίζεται άμεσα με την πορεία της εταιρείας στο μέλλον, τα κόστη που θα απαιτηθούν, και τις πιθανότητες επιτυχίας ή αποτυχίας.

4. Η **Οργανωτική Δομή** περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τη κάθε τοποθεσία που λειτουργεί η εταιρεία, τις διευθύνσεις και τα τμήματα καθώς και τους ρόλους των Βασικών Διευθυντικών Στελεχών. Η πληρότητα της ενότητας πρέπει να δίνει την αίσθηση του τρόπου λειτουργίας της εταιρείας. Η προσθήκη ενός οργανογράμματος είναι αρκετά χρήσιμη, ιδιαίτερα όταν η εταιρεία είναι μεγάλη και σύνθετη. Στα περιεχόμενα της ενότητας αυτής περιλαμβάνονται:

- Αναφορές για τους μετόχους, το διοικητικό συμβούλιο, τα βασικά διευθυντικά στελέχη και το προσωπικό έτσι ώστε να φανεί η ικανότητα, η εμπειρία και η αξιοπιστία της διοικητικής ομάδας καθώς και τα χαρακτηριστικά του προσωπικού.
- Το Λειτουργικό σχέδιο, καθώς οι λειτουργίες συνδέονται άμεσα με την οργανωτική δομή. Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνεται περιγραφή και ανάλυση των λειτουργικών διαδικασιών της εταιρείας, των εγκαταστάσεων, του υπάρχοντος εξοπλισμού αλλά και των σχεδίων για αγορά νέου, της ταχύτητας κυκλοφορίας και του ύψους των αποθεμάτων, καθώς και του ρόλου της εταιρείας στην Εφοδιαστική Αλυσίδα (απόκτηση/δημιουργία πρώτων υλών, κατασκευή, συναρμολόγηση, διανομή, χονδρική και λιανική πώληση).
- Περιγραφή των εγκαταστάσεων της εταιρείας.

5. Η Έρευνα και Ανάλυση Αγοράς ενδιαφέρεται επίσης για τα «Προϊόντα και τις Υπηρεσίες» αλλά όμως από την πλευρά του καταναλωτή. Στόχος της είναι να απαντήσει σε ερωτήματα που αφορούν τους καταναλωτές όπως: ποιοι είναι, τι τους αρέσει, γιατί τους αρέσει αυτό που τους αρέσει, πώς αλλάζουν καταναλωτικές συνήθειες και πώς συμπεριφέρονται. Υπάρχουν αρκετά θέματα που περιλαμβάνονται στην Έρευνα και Ανάλυση Αγοράς όπως:

- Περιγραφή του κλάδου, ποιες είναι οι προοπτικές, οι τάσεις, η ανάλυση του κύκλου ζωής του κλάδου, η ανάλυση ανταγωνισμού εντός του κλάδου και η βελτίωση της θέσης της εταιρείας.
- Δημογραφικά στοιχεία, όπως ποια είναι η ηλικία, το φύλο, η εθνότητα, το διαθέσιμο εισόδημα, το επίπεδο απασχόλησης, η οικογενειακή κατάσταση ή το επίπεδο εκπαίδευσης της συγκεκριμένης αγοράς που απευθύνεται η εταιρεία.
- Μέγεθος αγοράς, αφορά τον αριθμό ατόμων που αποτελούν τη τωρινή αγορά, το δυνητικό μέγεθος αυτής και σχετίζεται με δημογραφικά στοιχεία και εισοδηματικά κριτήρια της αγοράς στόχου σε συνδυασμό με τη γεωγραφική κάλυψη της εταιρείας.

— *Τμηματοποίηση της αγοράς (market segmentation)*, διάκριση της αγοράς στόχου βάσει συγκεκριμένων χαρακτηριστικών

— *Διείσδυση αγοράς (market penetration)*, αφορά το ποσοστό στη συνολική αγορά

— *Μερίδιο αγοράς (market share)*, αφορά το ποσοστό που κατέχει η εταιρεία μεταξύ των ανταγωνιστών στον κλάδο

— *Τάση αγοράς*, αφορά εκτιμήσεις για την συμπεριφορά των πελατών και την επίδραση στο κλάδο καθώς και ανάλυση του ρυθμού ανάπτυξης του κλάδου και πώς επηρεάζεται η εταιρεία που ανήκει σ' αυτόν.

— *Market drivers*, πρόκειται για εξωτερικούς παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την ζήτηση για αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών είτε αρνητικά είτε θετικά. Η επιδείνωση του οικονομικού περιβάλλοντος, οι

κυβερνητικές πολιτικές, το νομικό πλαίσιο, το φορολογικό καθεστώς, αποτελούν μια σειρά τέτοιων παραγόντων.

— *Συμπεριφορά καταναλωτή*, σχετίζεται με ανάγκες λειτουργικές, κοινωνικές ή συναισθηματικές που ωθούν ένα καταναλωτή στην αγορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας. Στο business plan μπορεί να περιγράφεται πως η εταιρεία προσπαθεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά του καταναλωτή.

- *Κανονιστικό πλαίσιο*, νομικό πλαίσιο, δικαστικές διαφορές ή εκκρεμείς νομοθετικές πράξεις που επηρεάζουν τον τρόπο λειτουργίας της εταιρείας καθώς και τι μπορεί να κάνει η εταιρεία για να αντιμετωπίσει ή να επιλύσει θέματα που προκύπτουν.

6. Η Έρευνα και Ανάλυση Αγοράς ενδιαφέρεται για το καθορισμό της Αγοράς Στόχου και τη συμπεριφορά αυτής. Το **Σχέδιο**

Μάρκετινγκ ασχολείται με τη διαδικασία προσέγγισης της Αγοράς Στόχου. Ο κύριος στόχος του Σχεδίου Μάρκετινγκ είναι να δείξει πως θα εδραιωθεί αλλά και πως θα διατηρηθεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρείας στο κλάδο.

- *Το μάρκετινγκ* ορίζεται παραδοσιακά ως η τοποθέτηση «του κατάλληλου προϊόντος, στη κατάλληλη τιμή, στη κατάλληλη θέση, τη κατάλληλη στιγμή». Τα κύρια στοιχεία του μάρκετινγκ είναι τα γνωστά 4 P που προκύπτουν από τις αγγλικές λέξεις: Product, Price, Place, Promotion (δηλ. προϊόν, τιμή, τόπος, προώθηση). Τα 4 P σχηματίζουν το μίγμα μάρκετινγκ (marketing mix).

- **Στο Σχέδιο Μάρκετινγκ**, η ανάλυση που ακολουθεί συνήθως είναι μια μικρή παραλλαγή των 4P (προϊόν, πωλήσεις, διανομή προώθηση) και έχει ως ακολούθως:

- Προϊόν (product)**, αφορά το φυσικό προϊόν, αλλά και τις σχετικές υπηρεσίες που το συνοδεύουν, όπως είναι η ονομασία και το σήμα του προϊόντος (brand name), τα χαρακτηριστικά, η συσκευασία, η εξυπηρέτηση πελατών, η υποστήριξη μετά την πώληση, οι εγγυήσεις

κτλ

-**Πωλήσεις (price)**, σχετίζεται με το κόστος των προϊόντων ή υπηρεσιών, την εκτίμηση του σταθερού και μεταβλητού κόστους, πόσα προϊόντα αναμένεται να πωληθούν κλπ.

-**Διανομή (place)**, σχετίζεται με θέματα όπως πουλάμε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, τις διαδικτυακές πωλήσεις, τη χονδρική ή λιανική πώληση, τα κανάλια διανομής που χρησιμοποιούνται, τα εμπόδια στη χρήση ορισμένων καναλιών διανομής κλπ

-**Προώθηση, (promotion)**, αφορά το τρόπος προώθησης, όπως διαφήμιση, branding, παρουσία στο internet, δικτύωση, εκθέσεις, προσωπικές επαφές, οργάνωση events κλπ.

7. Κάθε business plan είτε αφορά startups είτε εταιρείες που είναι ήδη σε λειτουργία περιλαμβάνει **Χρηματοοικονομικό Σχέδιο** με οικονομικές καταστάσεις, προβλέψεις, ανάλυση σεναρίων και ευαισθησίας.

- Ο χρονικός ορίζοντας των προβλέψεων εξαρτάται από το κλάδο και τη φύση της εταιρείας. Για παράδειγμα, για εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο κλάδο υψηλής τεχνολογίας και οι εξελίξεις είναι ραγδαίες είναι δύσκολο να γίνουν προβλέψεις πάνω από τρία έτη.
- Η πρόβλεψη των εσόδων είναι από τα δυσκολότερα αλλά και από τα σημαντικότερα σημεία υπολογισμού στο business plan καθώς εμπεριέχεται αβεβαιότητα, για το λόγο αυτό η εκτίμηση σεναρίων κρίνεται απαραίτητη.
- Ο υπολογισμός των βασικών δεικτών απόδοσης (KPIs) τόσο για την εξεταζόμενη εταιρεία όσο και για τις άλλες εταιρείες του κλάδου βοηθά στη διενέργεια των εκτιμήσεων.
- Μέσα από την χρηματοοικονομική ανάλυση θα εκτιμηθούν θέματα που σχετίζονται με τη βέλτιστη κεφαλαιακή διάρθρωση της εταιρείας, τις επιπλέον χρηματοδοτικές ανάγκες που μπορεί να προκύψουν, το τρόπο χρηματοδότησής τους καθώς και τη διαχείριση της πιστωτικής


πολιτικής.

- Η αξιολόγηση και αποτίμηση του business plan με μεθοδολογίες όπως **DCF ανάλυση** και **IRR** δίνουν τη δυνατότητα μέτρησης των στόχων, του σκοπού και του αποτελέσματος του business plan καθώς και την επίδραση στην αξία της μετοχής της εταιρείας

4. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Μini Χρηματοοικονομικό Μοντέλο σε excel για Business Plan,
(μπορείτε να το κάνετε *download*)

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

www.financeskills.gr								
								
	Actual			Projections				
Ημερολογιακό έτος	2018Act.	2019Act.	2020Act.	2021Proj.	2022Proj.	2023Proj.	2024Proj.	2025Proj.
Κατάσταση αποτελεσμάτων								
Έσοδα	143.958	147.253	154.589	162.318	172.058	180.660	187.887	195.402
Κόστος πωληθέντων	102.736	104.569	112.326	116.869	123.881	130.076	135.279	140.690
Μεικτό περιθώριο	41.222	42.684	42.263	45.449	48.176	50.585	52.608	54.713
Έξοδα								
Λειτουργικά έξοδα	8.427	9.100	9.400	9.400	9.400	9.400	9.400	9.400
Λοιπά έξοδα	4.963	5.698	6.058	6.058	6.058	6.058	6.058	6.058
Αποσβέσεις	14.500	14.650	14.720	15.226	15.181	15.145	15.116	15.093
Τόκοι	2.500	2.500	2.500	2.250	2.200	2.200	2.560	2.560
Σύνολο εξόδων	30.390	31.948	32.678	32.934	32.839	32.803	33.134	33.111
Κέρδη προ φόρων	10.832	10.736	9.585	12.515	15.337	17.782	19.475	21.602
Φόροι	3.189	3.248	3.005	3.755	4.448	5.157	5.453	6.049
Καθαρά κέρδη	7.643	7.488	6.580	8.761	10.889	12.625	14.022	15.553
Παραδοχές για την Κατάσταση Αποτελεσμάτων								
Κατάσταση αποτελεσμάτων								
Ρυθμός ανάπτυξης εσόδων (%)		2,3%	5,0%	5,0%	6,0%	5,0%	4,0%	4,0%
Κόστος πωληθέντων(% εσόδων)	71,4%	71,0%	72,7%	72,0%	72,0%	72,0%	72,0%	72,0%
Λειτουργικά έξοδα (% εσόδων)	8.427	9.100	9.400	9.400	9.400	9.400	9.400	9.400
Λοιπά έξοδα	4.963	5.698	6.058	6.058	6.058	6.058	6.058	6.058
Αποσβέσεις (% παγίων αρχής περιόδου)	16,1%	19,4%	19,4%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Τόκοι (% Δανεισμού αρχής περιόδου)	5,0%	5,0%	6,5%	5,0%	5,0%	5,0%	4,0%	4,0%
Πραγματικός φορολογικός συντελεστής	29,4%	30,3%	31,4%	30,0%	29,0%	29,0%	28,0%	28,0%

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

Ισολογισμός									
Ενεργητικό									
Πάγια		75.500	75.850	76.130	75.904	75.723	75.579	75.463	75.370
Αποθέματα		7.805	9.601	11.342	9.606	10.182	10.691	11.119	11.564
Απαιτήσεις		25.100	26.253	28.569	28.906	30.640	32.172	33.459	34.798
Ταμειακά διαθέσιμα		94.607	98.116	102.038	111.286	123.120	156.564	186.267	202.502
Σύνολο Ενεργητικού		203.012	209.820	218.079	225.702	239.665	275.006	306.308	324.234
Υποχρεώσεις									
Υποχρεώσεις-προμηθευτές		45.369	48.689	51.368	51.230	54.304	57.019	59.300	61.672
Δανεισμός		50.000	46.000	45.000	44.000	44.000	64.000	64.000	64.000
Συνολικές Υποχρεώσεις		95.369	94.689	96.368	95.230	98.304	121.019	123.300	125.672
Ίδια Κεφάλαια									
Μετοχικό κεφάλαιο		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	115.000	115.000
Κέρδη εις νέο		7.643	15.131	21.711	30.472	41.361	53.987	68.008	83.562
Συνολικά ίδια κεφάλαια		107.643	115.131	121.711	130.472	141.361	153.987	183.008	198.562
Σύνολο Παθητικού		203.012	209.820	218.079	225.702	239.665	275.006	306.308	324.234
	<i>Check</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
Παραδοχές για τον Ισολογισμό									
Ισολογισμός									
Απαιτήσεις (ημέρες)		64	65	67	65	65	65	65	65
Αποθέματα (ημέρες)		28	34	37	30	30	30	30	30
Υποχρεώσεις-προμηθευτές (ημέρες)		161	170	167	160	160	160	160	160
CAPEX		-	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Δανεισμός (αύξηση / (μείωση)		-	(4.000)	(1.000)	(1.000)	-	20.000	-	-
Ίδια Κεφάλαια (αύξηση / (μείωση)		-	-	-	-	-	-	15.000	-

CASH FLOW

Κατάσταση Cash Flow									
Λειτουργικό Cash Flow									
Καθαρά Κέρδη		7.488	6.580	8.761	10.889	12.625	14.022	15.553	
Πλεόν:Αποσβέσεις		14.650	14.720	15.226	15.181	15.145	15.116	15.093	
Μειον: Μεταβολές στο κεφάλαιο κίνησης		(371)	1.378	(1.262)	(763)	(674)	(566)	(589)	
Cash από Λειτουργικές δραστηριότητες		22.509	19.922	25.248	26.833	28.444	29.704	31.235	
Cash Flow από επενδυτικές δραστηριότητες									
Επενδύσεις σε CAPEX		15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	
Cash από επενδυτικές δραστηριότητες		15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	
Cash Flow από χρηματοοικονομικές δραστηριότητες									
Νέος δανεισμός/ (αποπληρωμές δανεισμού)		(4.000)	(1.000)	(1.000)	-	20.000	-	-	
Αύξηση/ (μείωση) μετοχικού κεφαλαίου		-	-	-	-	-	15.000	-	
Cash from Financing		(4.000)	(1.000)	(1.000)	-	20.000	15.000	-	
Καθαρή αύξηση (μείωση) ταμειακών διαθεσίμων		3.509	3.922	9.248	11.833	33.444	29.704	16.235	
Ταμειακά διαθέσιμα αρχής		94.607	98.116	102.038	111.286	123.120	156.564	186.267	
Ταμειακά διαθέσιμα τέλους		94.607	98.116	102.038	111.286	123.120	156.564	186.267	202.502
Check		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Υπολογισμοί									
Κεφάλαιο κίνησης									
Απαιτήσεις		25.100	26.253	28.569	28.906	30.640	32.172	33.459	34.798
Αποθέματα		7.805	9.601	11.342	9.606	10.182	10.691	11.119	11.564
Υποχρεώσεις-προμηθευτές		45.369	48.689	51.368	51.230	54.304	57.019	59.300	61.672
Καθαρό κεφάλαιο κίνησης		(12.464)	(12.835)	(11.457)	(12.719)	(13.482)	(14.156)	(14.722)	(15.311)
Μεταβολή στο καθαρό κεφάλαιο κίνησης		(12.464)	(371)	1.378	(1.262)	(763)	(674)	(566)	(589)
Αποσβέσεις									
Πάγια αρχής περιόδου		90.000	75.500	75.850	76.130	75.904	75.723	75.579	75.463
Πλεόν:CAPEX		-	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Μείον: αποσβέσεις		14.500	14.650	14.720	15.226	15.181	15.145	15.116	15.093
Πάγια τέλους περιόδου		75.500	75.850	76.130	75.904	75.723	75.579	75.463	75.370
Δανειασμός-τόκοι									
Υπόλοιπα δανεισμού αρχής περιόδου		50.000	50.000	46.000	45.000	44.000	44.000	64.000	64.000
Αυξήσεις/(αποπληρωμές)		-	(4.000)	(1.000)	(1.000)	-	20.000	-	-
Υπόλοιπα δανεισμού τέλους περιόδου		50.000	46.000	45.000	44.000	44.000	64.000	64.000	64.000
Τόκοι χρεωστικοί		2.500	2.500	3.000	2.250	2.200	2.200	2.560	2.560



Financial Advisory

Corporate Finance, Business Planning,

Investment Banking & Financial Modeling Training

☎ 211 800 1205 | 📞 6958 473 222

✉ info@financeskills.gr 🌐 www.financeskills.gr