

Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**Α.-Ε. Σκρέτα, Π. Δήμας, Α. Τσακανίκας**

Σχολή Χημικών Μηχανικών, ΕΜΠ, Αθήνα, Ελλάδα

Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Αθήνα
(*fiorellaa.skretaa@gmail.com)**ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Η Βιομηχανία Καλλυντικών αντιπροσωπεύει μία μεγάλη οικογένεια προϊόντων ομορφιάς και προσωπικής υγιεινής. Τα καλλυντικά ανήκουν σε δύο βασικές κατηγορίες: (α) βασικά προϊόντα προσωπικής υγιεινής που περιλαμβάνουν αποσμητικά, σαμπουάν, σαπούνια, οδοντόκρεμες και αντηλιακά, και (β) προϊόντα καλλυπισμού και αρώματα. Κάθε χρόνο η βιομηχανία καλλυντικών προωθεί στην αγορά χιλιάδες προϊόντα. Οι συνεχείς καινοτομίες αποτελούν αναγκαία συνθήκη, όχι μόνο για να μπορέσει η βιομηχανία να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητα της, αλλά και για να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα και τις προδιαγραφές ασφάλειας των προϊόντων της, τόσο για τον άνθρωπο όσο και για το περιβάλλον. Στον εν λόγω κλάδο, βασική θέση κατέχει ο χημικός μηχανικός, τόσο στην παραγωγή όσο και στην έρευνα, εξού και η μεγάλη απασχόληση αυτού στις βιομηχανίες καλλυντικών.

Αντικείμενο της ερευνητικής εργασίας είναι η οικονομική μελέτη του κλάδου των καλλυντικών, εστιάζοντας στο κομμάτι της παραγωγής, δηλαδή τη βιομηχανία. Στο πλαίσιο αυτό, μελετώνται η πορεία του κλάδου σε βάθος χρόνου, καθώς και η εξέλιξη και οι προοπτικές αυτού, μέσω ανάλυσης διαφόρων στατιστικών δεδομένων. Η μελέτη βασίζεται στην αξιοποίηση των δεδομένων της EUROSTAT, ΕΛΣΤΑΤ αλλά και του πανελληνίου συνδέσμου βιομηχάνων και αντιπροσώπων καλλυντικών.

Στο πλαίσιο της ερευνητικής εργασίας εξετάζονται μεταξύ άλλων τα χαρακτηριστικά του κλάδου στην Ελλάδα (π.χ. δομή, ζήτηση, θεσμικό πλαίσιο, εισαγωγές/εξαγωγές), και βασικά χρηματοοικονομικά μεγέθη της βιομηχανίας (αξία παραγωγής, κύκλος εργασιών, ΑΠΑ, απασχόληση κ.α.). Ακόμη, πραγματοποιείται η χρηματοοικονομική ανάλυση της βιομηχανίας μέσω λογιστικών καταστάσεων των επιχειρήσεων της. Επίσης, αναλύονται χαρακτηριστικά της βιομηχανίας στην Ευρώπη. Τέλος παρουσιάζονται οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο κλάδος, καθώς και προτάσεις για την περαιτέρω εξέλιξη του. Τα αποτελέσματα της εργασίας επιτρέπουν την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με την αξία και τη συνεισφορά του κλάδου στην Ελλάδα, ακόμη και κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης τη χώρας και τέλος, τη δυναμική της βιομηχανίας καλλυντικών στο χώρο της έρευνας και της καινοτομίας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο σύνολο της μεταποίησης, ο κλάδος των χημικών προϊόντων κατέχει σημαντική θέση ως προς τη συνεισφορά του στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ). Η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία της χημικής βιομηχανίας στην Ελλάδα διαμορφώθηκε στα 583 εκατ. ευρώ το 2015, αντιπροσωπεύοντας το 5,5% της ΑΠΑ της Μεταποίησης - τέταρτη μεγαλύτερη συνεισφορά- και το 0,4% του ΑΕΠ ^[1]. Το 40% της ΑΠΑ αφορούσε τα καταναλωτικά προϊόντα και ειδικότερα, το 22,2% αφορούσε την παραγωγή καλλυντικών.

Η βιομηχανία των καλλυντικών και προσωπικής φροντίδας περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα προϊόντων αφιερωμένο στην υγεία, την ομορφιά και την ευημερία και περιλαμβάνει κατηγορίες προϊόντων με μεγάλη ζήτηση από τους καταναλωτές για καθημερινή χρήση. Η παρούσα εργασία στοχεύει στην ανάδειξη της δυναμικής του κλάδου των καλλυντικών και της βιομηχανίας του ειδικότερα, αρχικά στο σύνολο της Μεταποίησης και, εν συνεχεία, στην οικονομική ανάπτυξη και βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της χώρας διεθνώς, αναλύοντας τόσο την πορεία του κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης όσο και τις προοπτικές του στο μέλλον.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Σύμφωνα με τα οριζόμενα στον Ευρωπαϊκό Κανονισμό 1223/2009, ως «καλλυντικό προϊόν» νοείται κάθε ουσία ή μείγμα που προορίζεται να έρθει σε επαφή με τα εξωτερικά μέρη του ανθρώπινου σώματος ή με τα δόντια και τους βλεννογόνους της στοματικής κοιλότητας με μοναδικό ή κύριο σκοπό τον καθαρισμό, τον αρωματισμό, τη μεταβολή της εμφάνισης, τη διόρθωση των σωματικών οσμών, την προστασία και τη διατήρηση του σώματος σε καλή κατάσταση ή τη διόρθωση των σωματικών οσμών. Ο παραπάνω ορισμός ακολουθείται και στην ελληνική νομοθεσία ήδη από το 2013 ^[2]. Ωστόσο, ένας τόσο ευρύς ορισμός, δημιουργεί και την ανάγκη κατηγοριοποίησης των προϊόντων και ουσιών που υπάγονται σε αυτόν. Έτσι, σύμφωνα με τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Βιομηχάνων και Αντιπροσώπων Καλλυντικών & Αρωμάτων (ΠΣΒΑΚ) τα καλλυντικά διακρίνονται στις εξής πέντε κατηγορίες προϊόντων ^[3]: Περιποίηση σώματος και προσώπου, Περιποίηση μαλλιών, Προϊόντα υγιεινής, Μακιγιάζ, Αρώματα

Ανεξάρτητα από την κατηγοριοποίηση της αγοράς, στην παρούσα εργασία χρησιμοποιείται εναλλακτικά και την κατηγοριοποίηση των καλλυντικών βάσει της κωδικοποίησης ΣΤΑΚΟΔ 08, την οποία ακολουθεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), καθώς όλα τα διαρθρωτικά στοιχεία και δείκτες για τον κλάδο τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ συγκεντρώνονται με βάση τη ΣΤΑΚΟΔ. Στη ΣΤΑΚΟΔ 08, τα καλλυντικά περιλαμβάνονται στον τριψήφιο κωδικό C.20.4 και ειδικότερα σε ένα τμήμα του κωδικού C.20.41 και εξ ολοκλήρου στον κωδικό C.20.42. Ο κωδικός C προκύπτει από την κατηγορία της “Μεταποίησης”, ο 20 από τη γενική κατηγορία “Παραγωγή χημικών ουσιών και προϊόντων” και ειδικότερα ο 20.4 από την υποκατηγορία “Παραγωγή σαπουνιών και απορρυπαντικών, προϊόντων καθαρισμού και στίλβωσης, αρωμάτων και παρασκευασμάτων καλλωπισμού” ^[4].

Σε 6ψήφια ανάλυση, από τις κατηγορίες προϊόντων που περιλαμβάνονται στον κωδικό C.20.41 μόνο οι τρεις πρώτοι κωδικοί 20.41-10,20,31 μπορούν να συμπεριληφθούν στον κλάδο των καλλυντικών. Ωστόσο, όλα τα στοιχεία του κωδικού 20.42 - Παραγωγή αρωμάτων και παρασκευασμάτων καλλωπισμού- αφορούν τον εν λόγω κλάδο.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Πίνακας 1. Συνολικές αγορές και αγορές καλλυντικών νοικοκυριών, σε όλες τις περιοχές, σε αστικές και σε αγροτικές, Ελλάδα, 2017 ^[5]

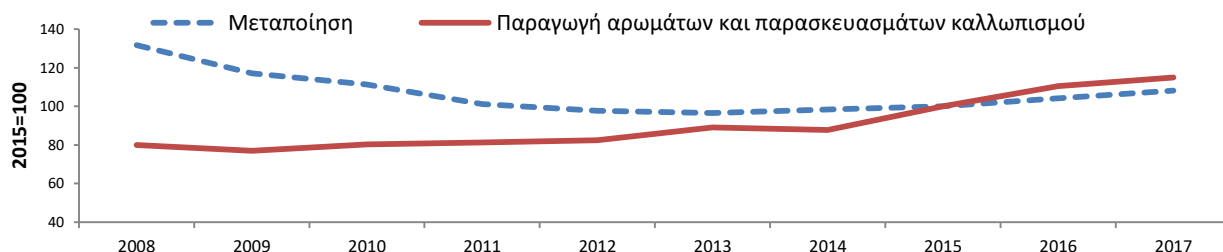
| 2017 | Όλες οι περιοχές | Αστικές περιοχές | Αγροτικές περιοχές |
|--|------------------|------------------|--------------------|
| Συνολική αξία αγορών / μήνα (€) | 1.414 | 1.473 | 1.165 |
| Αξία αγορών για καλλυντικά / μήνα (€) | 23,56 | 24,77 | 18,51 |
| % αγοράς καλλυντικών από σύνολο αγορών | 1,67% | 1,68% | 1,59% |

Από τα στοιχεία φαίνεται πως το μέσο ελληνικό νοικοκυριό δαπανά κάθε μήνα περίπου το 1,7% του μηνιαίου εισοδήματος του σε καλλυντικά. Προσεγγιστικά, η ετήσια μέση δαπάνη για κατανάλωση καλλυντικών ανά νοικοκυριό ανέρχεται στα 283 ευρώ το 2017. Επίσης, στις αγροτικές περιοχές φαίνεται να υπάρχει μικρότερη ζήτηση απ’ ότι στις αστικές κατά 25% η οποία δημιουργείται κυρίως από την κατανάλωση σε λοιπά καλλυντικά και όχι σε σαπούνια.

Σε σύγκριση με τα δεδομένα του 2008, παρατηρείται μείωση τόσο στη μέση μηνιαία συνολική αξία αγορών ανά νοικοκυριό όσο και στη μέση μηνιαία αξία αγορών καλλυντικών, όμως το ποσοστό αγοράς καλλυντικών από το σύνολο των αγορών του μέσου νοικοκυριού είναι μεγαλύτερο το έτος 2008 σε σχέση με το 2017 κατά 0,2%, για όλες τις κατηγοριοποιήσεις περιοχών. Έτσι φαίνεται πως υπάρχει ελαφρά μείωση στην προτίμηση καλλυντικών. Ωστόσο η ετήσια ζήτηση καλλυντικών, το έτος 2008, υπολογίζεται προσεγγιστικά στα 475 ευρώ, με μείωση αυτής έως το 2017 κατά 68%.

Στις χονδρικές πωλήσεις εμφανίζονται σχεδόν οι ίδιες μεταβολές με αυτές των λιανικών πωλήσεων. Μείωση 41,5% το διάστημα 2009-2015 και αύξηση 8,7% 2015-2017 για τις λιανικές πωλήσεις και μείωση 41,4% το διάστημα 2009-2015 και αύξηση 9,1% 2015-2017 για τις χονδρικές πωλήσεις.

Το διάγραμμα (1) αποτυπώνει την πορεία του δείκτη βιομηχανικής παραγωγής για τη βιομηχανία παραγωγής καλλυντικών και τη Μεταποίηση στην Ελλάδα το χρονικό διάστημα 2008-2017.

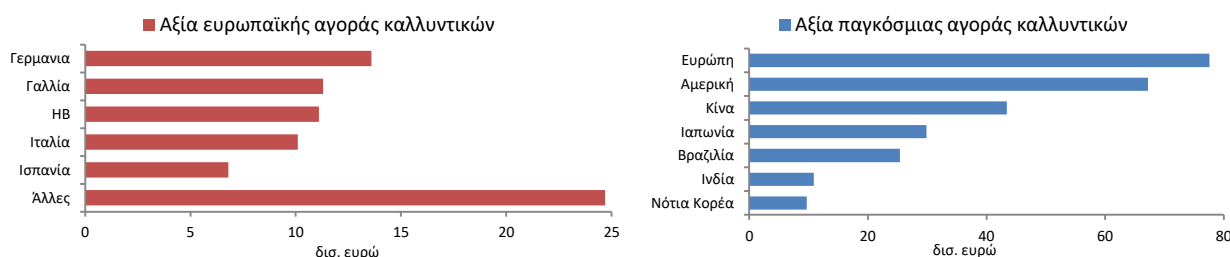


Σχήμα 1. Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής Μεταποίησης και κλάδου παραγωγής καλλυντικών, Ελλάδα, 2008-2017^[5]

Παρατηρείται πως η βιομηχανική παραγωγή καλλυντικών στην Ελλάδα σημείωσε ισχυρή ανάπτυξη την περίοδο 2008-2017 (+35%), γεγονός αξιοσημείωτο με δεδομένη τη γενικότερη πτώση που σημείωσε η εγχώρια Μεταποίηση, τουλάχιστον μέχρι το 2013. Οι ρυθμοί ανάπτυξης της παραγωγής φαίνεται μάλιστα ότι επιταχύνονται μετά το 2013, αντανακλώντας τη δυναμική αύξηση των εξαγωγών και ενδεχομένως την ενίσχυση των μεριδίων των επιχειρήσεων παραγωγής καλλυντικών στην εγχώρια αγορά. Όσον αφορά στην εισαγωγική και εξαγωγική δραστηριότητα, αξιοσημείωτη είναι η διαφορά στην αξία των εισαγωγών και των εξαγωγών. Η αξία των εξαγωγών, είναι τουλάχιστον η μισή από αυτή των εισαγωγών.

Όστόσο, ο κύκλος εργασιών της βιομηχανίας των καλλυντικών (κωδικός 20.42), σύμφωνα με την EUROSTAT, το έτος 2016 ανέρχεται στα 391 εκατομμύρια ευρώ και η αξία εξαγωγών στα 223 εκατομμύρια ευρώ, με αποτέλεσμα οι εξαγωγές των ελληνικών βιομηχανιών καλλυντικών να καταλαμβάνουν το 57% του τζίρου τους. Από το ποσοστό αυτό, συμπεραίνεται ότι η εσωτερική αγορά για τη βιωσιμότητα των ελληνικών βιομηχανιών καλλυντικών είναι εξίσου σημαντική με την εξωτερική αγορά. Από τη χρηματοοικονομική ανάλυση ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι αριθμοδείκτες αυτονομίας και δανειακής επιβάρυνσης, όπου εξάγεται το συμπέρασμα πως η βιομηχανία καλλυντικών ολοένα και περισσότερο βασίζεται σε ίδια κεφάλαια και επενδύει σε εκείνη^[6]. Οι δείκτες ρευστότητας παρουσιάζουν μια διαχρονική αύξηση η οποία πλησιάζει τα επιθυμητά δεδομένα. Όσον αφορά την κερδοφορία του κλάδου, αξιοσημείωτη μείωση πραγματοποιείται το έτος 2012 με τα συνολικά αποτελέσματα της βιομηχανίας να πλησιάζουν μηδενική τιμή. Τα αποτελέσματα αυτά επηρεάζουν άμεσα και τους δείκτες αποδοτικότητας οι οποίοι έχουν ικανοποιητική πορεία με εξαίρεση το εν λόγω έτος.

Στις ημέρες είσπραξης απαιτήσεων πραγματοποιείται η επιθυμητή μείωση σε αντίθεση με τις ημέρες εξόφλησης υποχρεώσεων, οι οποίες αντί να αυξάνονται όπως ιδανικά είναι θεμιτό, μειώνονται με μεγαλύτερη ταχύτητα από τις προαναφερθείσες.



Σχήμα 2. Αξία ευρωπαϊκής και παγκόσμιας αγοράς καλλυντικών, 2017^[7]

Όπως φαίνεται και στο σχήμα 2, ηγετική θέση στην παγκόσμια αγορά κατέχει η Ευρώπη και στην ευρωπαϊκή αγορά, η Γερμανία.

Η συνεισφορά του κλάδου των καλλυντικών στην Ευρώπη, στη μισθοδοσία, το 2015 ανήλθε στα 17,1 δισεκατομμύρια ευρώ ^[7]. Επίσης, το σύνολο των δαπανών σε Έρευνα & Ανάπτυξη πανευρωπαϊκά το 2017 έφτασε τα 2 δισεκατομμύρια ευρώ. Σημειώνεται, λοιπόν, η δυναμική και κυρίαρχη θέση, αλλά και η ολοένα αυξανόμενη εξέλιξη της βιομηχανίας καλλυντικών στην Ευρώπη. Η Ανάλυση SWOT πραγματοποιήθηκε από το σύνολο των αποτελεσμάτων της έρευνας.



Σχήμα 4. Ανάλυση SWOT βιομηχανίας καλλυντικών Ελλάδα

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με βάση την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της έρευνας, μπορεί να σημειωθεί ότι ο κλάδος των καλλυντικών είναι ένας από τους λίγους κλάδους που φαίνεται να επανήλθε σχετικά γρήγορα και με μικρές απώλειες από την οικονομική κρίση που έπληξε τη χώρα. Τα καλλυντικά προϊόντα είχαν από τις μικρότερες μειώσεις στη ζήτηση, παρ' όλο που τα προϊόντα του κλάδου δε θεωρούνται αγαθά πρώτης ανάγκης, αλλά σε κάποιο βαθμό είναι πολυτελή αγαθά. Από το 2008, όπου η ζήτηση υπολογίστηκε προσεγγιστικά από τις Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών στα 1,9 δισεκατομμύρια ευρώ, έως το 2017, σημειώθηκε μείωση στα 1,5 δισεκατομμύρια ευρώ (-21%). Το μεγαλύτερο ποσοστό της ζήτησης το 2017 καλύπτουν τα προϊόντα περιποίησης προσώπου και σώματος.

Αξιοσημείωτη είναι η αντίθετη πορεία του Δείκτη Βιομηχανικής Παραγωγής για τη βιομηχανία των καλλυντικών σε σχέση με την εγχώρια Μεταποίηση το χρονικό διάστημα 2008-2017. Πιο συγκεκριμένα, η βιομηχανική παραγωγή καλλυντικών στην Ελλάδα σημείωσε αισθητή ανοδική

πορεία την περίοδο 2008-2017 (+35%), ενώ η Μεταποίηση είχε γενικότερη πτώση (-13%). Οι ρυθμοί ανάπτυξης της παραγωγής φέρονται μάλιστα να επιταχύνονται μάλιστα μετά το 2013, αντανακλώντας τη δυναμική αύξηση των εξαγωγών και ενδεχομένως την ενίσχυση των μεριδίων των επιχειρήσεων παραγωγής καλλυντικών στην εγχώρια αγορά.

Ως αποτέλεσμα αυτή της καλύτερης πορείας, και η απασχόληση στο ίδιο χρονικό διάστημα ακολούθησε αντίθετη πορεία σε σχέση με το σύνολο της μεταποίησης. Συγκεκριμένα, ο η απασχόληση στη Μεταποίηση μειώθηκε κατά 34% ενώ στη βιομηχανία καλλυντικών αυξήθηκε κατά 19% και ο αριθμός επιχειρήσεων της Μεταποίησης μειώθηκε κατά 31% ενώ της βιομηχανίας καλλυντικών αυξήθηκε 18%. Ο αριθμός εργαζομένων της βιομηχανίας καλλυντικών το 2016 αποτελεί το 0,9% του συνόλου της Μεταποίησης και η μισθοδοσία το 1,43%, ποσοστά μεγαλύτερα τόσο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο όσο και από τα ποσοστά π.χ. της Γερμανίας, Πορτογαλίας και Ισπανίας. Αναμενόμενη είναι λοιπόν, η συνεχώς αυξανόμενη συνεισφορά σε όρους ΑΠΑ της βιομηχανίας καλλυντικών, η οποία, το 2016, αποτελεί το 1,26% της ΑΠΑ του συνόλου της μεταποίησης. Εύλογα λοιπόν συμπεραίνουμε πως, συγκριτικά με το μέγεθός της, η πορεία της βιομηχανίας των καλλυντικών ήταν καλύτερη σε σχέση με το σύνολο της Μεταποίησης. Επίσης, ο υψηλός κύκλος εργασιών του κλάδου αποτυπώνεται στο ποσοστό συνεισφοράς του κύκλου εργασιών της βιομηχανίας καλλυντικών στο συνολικό κύκλο εργασιών της μεταποίησης (η οποία διαμορφώνεται στο 0,84% για το 2016), το οποίο είναι από τα υψηλότερα της Ευρώπης. Ένα ακόμα πλεονέκτημα του κλάδου είναι η έντονη καινοτομική δραστηριότητα, τόσο μέσω της ένταξης νέων επιχειρήσεων λόγω καινοτόμων προϊόντων όσο και μέσω των διακεκριμένων παγκοσμίως καινοτομιών των μεγάλων επιχειρήσεων του κλάδου. Ένα ακόμα ισχυρό στοιχείο της βιομηχανίας καλλυντικών είναι η σταδιακή αύξηση της εξαγωγικής της δραστηριότητας με το 2017 να φτάνει τις υψηλότερες έως σήμερα εξαγωγές, ύψους 232 εκατομμυρίων ευρώ. Επιπροσθέτως, ανοδική πορεία παρουσιάζουν και οι επιδόσεις του κλάδου σε όρους ανταγωνιστικότητας, με τον δείκτη εθνικής ανταγωνιστικότητας από το 2008-2017 να σημειώνει αύξηση 37%. Μεγάλο ποσοστό του κύκλου εργασιών των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου προέρχεται από την εξαγωγική τους δραστηριότητα, με το σύνολο των εξαγωγών της βιομηχανίας να αποτελεί το 57% του τζίρου της, γεγονός που υποδεικνύει ένα ίσο καταμερισμό σημαντικότητας για τη βιωσιμότητα της ελληνικής βιομηχανίας καλλυντικών μεταξύ της αγοράς εσωτερικού και της αγοράς εξωτερικού.

Εξίσου σημαντική είναι η αύξηση του δείκτη αυτονομίας του κλάδου (+49%) το χρονικό διάστημα 2008-2016 σε συνδυασμό με το γεγονός πως άρχισε να επενδύει περισσότερο στην ανάπτυξη του και να βασίζεται όλο και λιγότερο σε ξένα κεφάλαια. Παράλληλα, μπορεί η κερδοφορία του κλάδου από το 2008-2016 να έχει σημειώσει μείωση της τάξης του 18,4%, το ποσοστό όμως αυτό είναι μικρό δεδομένου ότι αναφέρεται στην περίοδο της οικονομικής κρίσης της χώρας. Η ανθεκτικότητα στην ύφεση που παρουσιάζει ο κλάδος ενισχύεται από το γεγονός πως οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του είναι εδραιωμένες στην αγορά, αποτυπώνοντας με αυτόν τον τρόπο τόσο την συνοχή και όσο και την αντοχή και προσαρμοστικότητα του κλάδου στις διαρκώς μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες που παρουσιάζονται διαχρονικά.

Η ισχυρή θέση του εγχώριου κλάδου αποτυπώνεται στην στήριξη την οποία κατέχει από τον Ευρωπαϊκό Σύνδεσμο της Βιομηχανίας καλλυντικών και προσωπικής φροντίδας (Cosmetics Europe) ως ενεργό μέλος αυτού. Ως μέλος του συνδέσμου, ο ελληνικός κλάδος έχει τη δυνατότητα να συμμετέχει στις αποφάσεις και τα ευρωπαϊκά συνέδρια γύρω από τις βιομηχανίες των καλλυντικών

Παρ' όλα τα δυνατά σημεία του κλάδου, παρατηρούνται και ορισμένες αδυναμίες. Ένα από τα βασικότερα εμπόδια, όπως προαναφέρθηκε, είναι η φορολογία και η μη αποτελεσματική χρήση των εφοδιαστικών αλυσίδων που οδηγούν σε αύξηση του εμπορικού κόστους. Επίσης, αν και ο κλάδος παρουσιάζει καινοτομική δραστηριότητα, παρατηρείται πως οι επενδύσεις αυτές δεν αποδίδουν επαρκώς στην άμεση λειτουργία του κλάδου σε σύγκριση με τις χώρες της ΕΕ, γεγονός

ενδεικτικό της μη αποτελεσματικής αξιοποίησης της συνολικής ερευνητικής δραστηριότητας του κλάδου

Ο ελληνικός κλάδος καλλυντικών φέρεται να είναι αδύναμος σε όρους ανταγωνιστικότητας, καθώς ο αντίστοιχος δείκτης (διεθνής ανταγωνιστικότητας) είναι αρκετά χαμηλός παρόλη την προσπάθεια εξαγωγών της βιομηχανίας και την αύξηση αυτού που προαναφέρθηκε. Τα ευρωπαϊκά brands κατέχουν μεγάλο μερίδιο αγοράς στην Ελλάδα και σε συνδυασμό με τις οικονομίες κλίμακας που ακολουθούν καθιστούν τον πήχη του ανταγωνισμού σε πολύ υψηλά επίπεδα. Μια ακόμα αδυναμία που εντοπίστηκε μέσω της χρηματοοικονομικής ανάλυσης των λογιστικών καταστάσεων των εταιρειών του κλάδου, αφορά τους δείκτες δραστηριότητας. Παρόλο που παρατηρείται πως ο κλάδος έχει πολύ μεγαλύτερες ημέρες εξόφλησης υποχρεώσεων απ' ό,τι είσπραξης απαιτήσεων - γεγονός θετικό καθώς εισέρχονται χρήματα στον κλάδο γρηγορότερα απ' ό,τι εξέρχονται - παρατηρείται μεγαλύτερη αύξηση στην ταχύτητα εξόφλησης υποχρεώσεων (+99%) απ' ό,τι στην ταχύτητα είσπραξης απαιτήσεων (+46%) , γεγονός που δυσχεραίνει τη ρευστότητα του κλάδου και μειώνει την αξιοπιστία του.

Στον κλάδο υπάρχουν όμως και απειλές. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα αποτελεί η ψηφιακή αγορά που, από τη μία πλευρά αποτελεί μια από την μεγαλύτερες ευκαιρίες του κλάδου, καθώς δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να προωθούν τα προϊόντα τους ευκολότερα και περισσότερο προσωποκεντρικά στο δυνητικό καταναλωτή και, από την άλλη, δίνει εύκολη και άμεση πρόσβαση στον καταναλωτή σε ευρεία γκάμα προϊόντων. Πρόκειται για προϊόντα χαμηλού κόστους και καλής ποιότητας προερχόμενα από Κίνα/Ινδία, χώρες οι βιομηχανίες των οποίων ακολουθούν οικονομίες κλίμακας και φάσματος, τις οποίες δυστυχώς ο εγχώριος κλάδος δεν μπορεί να υιοθετήσει ακόμα. Επιπροσθέτως, η συνεχής αλλαγή του ρυθμιστικού περιβάλλοντος και η αντίστοιχη συμμόρφωση σε αυτές απαιτεί διαρκώς νέους πόρους.

Μια ακόμα απειλή για τον κλάδο, είναι η συνεχής ενημέρωση των καταναλωτών για νέες τάσεις του διεθνή κλάδου, αλλά και η μετάδοση απόψεων και πεποιθήσεων αυτών με αποτέλεσμα η βιομηχανία να καλείται να ακολουθεί συνεχώς τις τάσεις του διεθνή κλάδου και τις επιθυμίες των καταναλωτών, προσθέτοντας στην αγορά νέα προϊόντα σε μικρό χρονικό διάστημα, ενώ ταυτόχρονα η περιβαλλοντική και κοινωνική συνείδηση του καταναλωτή, ολοένα και αυξάνεται, με αποτέλεσμα να υπάρχει η απαίτηση από τον κλάδο να ελαχιστοποιήσει το περιβαλλοντικό αποτύπωμα του και την αρνητική κοινωνική επίδραση του από την πρώτη ύλη και την παραγωγική του διαδικασία έως την προώθηση του τελικού προϊόντος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Γ. Μανιάτης, «Η Χημική Βιομηχανία στην Ελλάδα, Συνεισφορά στην Οικονομία και προοπτικές ανάπτυξεις,» IOBE, Αθήνα, 2018.
- [2] Ευρωπαϊκή επιτροπή, «EUROPA/EUR-Lex,» Ευρωπαϊκή Ένωση, 22 Δεκεμβρίου 2009. [Ηλεκτρονικό]. Available: eur-lex.europa.eu/homepage.html. [Πρόσβαση 2018].
- [3] Πανελλήνιος Σύνδεσμος Βιομηχάνων & Αντιπροσώπων Καλλυντικών & Αρωμάτων , «ΠΣΒΑΚ,» [Ηλεκτρονικό]. Available: www.psvak.gr/el/. [Πρόσβαση 2018].
- [4] Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος, «Στατιστική Ταξινόμηση Οικονομικών Δραστηριοτήτων - ΣΤΑΚΟΔ 08, Δομή και Τίτλοι,» Αθήνα, 2008.
- [5] Ελληνική Στατιστική Αρχή, «ΕΛΣΤΑΤ,» [Ηλεκτρονικό]. Available: statistics.gr/. [Πρόσβαση 2018].
- [6] Α. Αποστόλου, Ανάλυση λογιστικών - Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων, Αθήνα: Kallipos, 2018.
- [7] Cosmetics Europe, «Socio-Economic contribution of the European Cosmetics Industry,» Cosmetics Europe, Brussels, 2018.