



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΟΜΕΑΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

*Ερευνητική Διατριβή που υπεβλήθη για τη μερική
ικανοποίηση των απαιτήσεων για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης*

Υπό : ΟΥΡΑΝΙΑ ΤΣΟΥΚΑΛΑ

Επιβλέπων Καθηγητής : ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΖΟΠΟΥΝΙΔΗΣ

ΧΑΝΙΑ 2004

Στους γονείς μου

© Copyright υπό Ουρανία Τσουκαλά

Έτος 2004

Η διατριβή της Ουρανίας Τσουκαλά εγκρίνεται από τους κ.κ.:

1) ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟ ΖΟΠΟΥΝΙΔΗ

Καθηγητή

2) ΝΙΚΟΛΑΟ ΜΑΤΣΑΤΣΙΝΗ

Επίκουρο Καθηγητή

3) ΕΥΑΓΓΕΛΟ ΓΡΗΓΟΡΟΥΔΗ

Λέκτορα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	8
ΣΥΝΤΟΜΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	12
ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	12
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	12
1.1.ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	12
1.1.1. Τάσεις Παγκόσμιας Οικονομίας	12
1.1.2. Τάσεις Ευρωπαϊκής Οικονομίας - Ευρωζώνης	14
1.1.3. Η Ελληνική Οικονομία	15
1.1.4. Η Ελληνική Βιομηχανία - Μεταποίηση	19
1.2. ΟΙ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	27
1.2.1. Ορισμός ΜΜΕ	27
1.2.2. Ο Ρόλος και η θέση των ΜΜΕ στην Ελληνική Οικονομία	28
1.2.3. Μεταποιητικές ΜΜΕ	30
1.3. ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΜΜΕ	32
1.4. ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΜΕ	34
1.4.1. Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ	34
1.4.2. Αναπτυξιακός Νόμος 2601/1998	36
1.4.3. Το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ)	37
1.4.4.Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας «ΕΠΑΝ»	38
1.5. ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΜΕ – Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	42
ΟΙ ΜΜΕ ΣΕ Ε.Ε. – Η.Π.Α. – ΙΑΠΩΝΙΑ	42
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	42
2.1. ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΟΟΣΑ	43
2.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΜΜΕ	44
2.2.1. Αριθμός επιχειρήσεων και Απασχόληση	44
2.2.2. Σημαντικά Μεγέθη των ΜΜΕ της Ε.Ε.-19	47
2.3. ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΜΜΕ	50
2.4. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ Ε.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΜΜΕ	53
2.4.1. Άμεση δυνατότητα χρηματοδότησης ΜΜΕ	53
2.4.2.Διαρθρωτικά Ταμεία	54
2.4.3. Χρηματοπιστωτικά μέσα	55
2.4.4. Άλλες μορφές υποστήριξης	56
2.5. ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΙΣ ΗΠΑ	56
2.5.1. Αριθμός επιχειρήσεων και Απασχόληση	56
2.5.2. Επιχειρηματικό περιβάλλον	58
2.6. ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΙΑΠΩΝΙΑ	60
2.6.1. Αριθμός επιχειρήσεων και απασχόληση	60
2.6.2. Επιχειρηματικό περιβάλλον	62
2.7. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕ Ε.Ε., ΗΠΑ, ΙΑΠΩΝΙΑ	64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	68
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΜΜΕ	68
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	68
3.1. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ (ΤΠΕ)	68
3.1.1. Χρήση ΤΠΕ στις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ	69
3.1.2. Χρήση ΤΠΕ στις Ελληνικές ΜΜΕ	70
3.1.3. Ηλεκτρονικό Εμπόριο	72
3.1.4. Προγράμματα ενίσχυσης Ηλεκτρονικού Επιχειρείν	74
3.2. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΜΜΕ	75
3.3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΑΡΧΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΜΜΕ	80
3.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΜΜΑΧΙΕΣ ΜΜΕ	83
3.5. ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ – ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΜΜΕ	84
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	86
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	86
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	86
4.1. ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	86
4.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ	88
4.3. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	89
4.4. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΜΕ	93
4.4.1. Ανάλυση Συσχετίσεων	93
4.4.2. Παραγοντική Ανάλυση (Factor Analysis)	93
4.4.3. Ανάλυση Ομαδοποίησης (Cluster Analysis)	97
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	104
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΜΕ, ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ PROMETHEE	104
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	104
5.1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ PROMETHEE	104
5.2. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ PROMETHEE II ΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΜΜΕ	110
5.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ PROMETHEE II	116
5.3.1. Κατάταξη επιχειρήσεων δείγματος	116
5.3.2. Στατιστική ανάλυση αποτελεσμάτων PROMETHEE II	119
5.3.3. Σύγκριση αποτελεσμάτων PROMETHEE II Ανάλυσης Ομαδοποίησης	121
5.3.4. Λοιπά Πληροφοριακά Στοιχεία Επιχειρήσεων ανά Ομάδα Ορίων Κατάταξης	124
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	128
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	128
6.1. ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΜΕ	128
6.2. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΜΕ ΕΛΛΑΔΑΣ – Ε.Ε. – ΗΠΑ - ΙΑΠΩΝΙΑΣ	129
6.3. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΜΕ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	130
6.4. ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΜΕ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΣ ΜΕΘΟΔΟΥ PROMETHEE II	131

6.5. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΜΜΕ	133
6.6. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	133
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	134
Α. ΕΛΛΗΝΙΚΗ	134
Β. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	136
Γ. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ	139
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	140
Στατιστικά Στοιχεία Μεταποίησης	140
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ	145
Οι Επιχειρήσεις του Δείγματος.....	145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ.....	150
Στατιστική Επεξεργασία Δείγματος ΜΜΕ	150
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV	166
Αποτελέσματα Πολυκριτήριας Ανάλυσης PROMETHEE ΙΙ	166

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θέλω να απευθύνω τις θερμές μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα Καθηγητή κ. Κωνσταντίνο Ζοπουνίδη, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε με την ανάθεση της παρούσας εργασίας.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Λέκτορα κ. Μιχάλη Δούμπο, για την πολύτιμη βοήθεια του και τις χρήσιμες υποδείξεις του, κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της παρούσας διατριβής. Με βοήθησαν πολύ στο να μπορέσω να κατανοήσω σε μεγαλύτερο βάθος το αντικείμενο της εργασίας και να εκτιμήσω καλύτερα την όλη διαδικασία της έρευνας που πραγματοποιήθηκε.

Τέλος, ευχαριστώ τους γονείς μου, τον αδελφό μου και τους φίλους μου, για τη συμπαράστασή τους σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας αυτής.

ΣΥΝΤΟΜΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Η **Τσουκαλά Ουρανία** γεννήθηκε στις 22 Αυγούστου του 1971 στη Νίκαια Αττικής. Αποφοίτησε το 1995 από το Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, της σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Κρήτης.

Είναι μόνιμος επιστημονικός συνεργάτης στην Αναπτυξιακή Μελετητική Εταιρεία Κρήτης (Α.Μ.Ε.Κ. Α.Ε.) από το Σεπτέμβριο του 1995 μέχρι και σήμερα. Είναι μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της Α.Μ.Ε.Κ. Α.Ε. από το 1999.

Έχει εκπονήσει σημαντικό αριθμό Μελετών Σκοπιμότητας, Μελετών Ίδρυσης, Οργάνωσης, Εκσυγχρονισμού και Επέκτασης Επιχειρήσεων, Τοπικών Αναπτυξιακών Προγραμμάτων, Μελετών Τοπικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Επιχειρησιακών Σχεδίων, Μελετών Εφαρμογής Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας, Μελετών Ανασχεδιασμού Επιχειρησιακών Διαδικασιών, Marketing Plans, καθώς και μελετών στα πλαίσια Εθνικών Νόμων και Ευρωπαϊκών Κανονισμών και Προγραμμάτων.

Είναι μέλος του Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδας, Παράρτημα Δυτικής Κρήτης.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διατριβή έχει ως αντικείμενο τον προσδιορισμό της χρηματοοικονομικής ταυτότητας των Ελληνικών Μεταποιητικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ), οι οποίες δικαίως χαρακτηρίζονται ως η «ραχοκοκαλιά» της Ελληνικής Οικονομίας. Σχεδόν το σύνολο των Ελληνικών επιχειρήσεων είναι ΜΜΕ και η συμβολή τους στην απασχόληση, την παραγωγικότητα αλλά και την ανάπτυξη εν γένει, είναι εξαιρετικά σημαντική.

Για την επιλογή των 80 ΜΜΕ που συνιστούν το υπό ανάλυση δείγμα, στα πλαίσια της παρούσας εργασίας, χρησιμοποιήθηκε ο ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης που απασχολεί μέχρι 100 άτομα (ΕΟΜΜΕΧ, 1996). Η επιλογή των επιχειρήσεων έγινε με τυχαία δειγματοληψία από τις βάσεις δεδομένων της ICAP, προκειμένου να καλύπτουν ένα μεγάλο εύρος ηλικίας, μεγέθους (με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων), εξαγωγικού προσανατολισμού και περιοχής εγκατάστασης. Η περίοδος ανάλυσης καλύπτει τα έτη 1999 – 2002. Λήφθηκε μέριμνα ώστε το δείγμα να διέπεται από την ίδια κλαδική κατανομή που διέπει και τον πληθυσμό των ΜΜΕ, που ήταν καταχωρημένες στις βάσεις δεδομένων της ICAP, επιτρέποντας τη μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων χωρίς μεροληπτικές επιπτώσεις στο δείγμα.

Η παρούσα εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι εξελίξεις της οικονομίας, σε παγκόσμιο, Ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο αλλά και της Ελληνικής Μεταποίησης, προκειμένου να γίνει γνωστό το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι μεταποιητικές ΜΜΕ και οι τάσεις που παρουσιάζουν στην υπό ανάλυση περίοδο. Επίσης αναπτύσσονται θέματα που αφορούν στον ρόλο και τη θέση των ΜΜΕ στην Ελληνική Οικονομία, τα πλεονεκτήματα που τις χαρακτηρίζουν αλλά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στα χρηματοδοτικά μέσα και τα προγράμματα που υπάρχουν σήμερα καθώς και στο ρόλο του κράτους στη στήριξη των ΜΜΕ.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση των ΜΜΕ στις χώρες του ΟΟΣΑ και συγκεκριμένα στην Ευρώπη και τις ανεπτυγμένες οικονομίες των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας, με σκοπό να επισημανθούν ομοιότητες και διαφορές με τις Ελληνικές επιχειρήσεις. Εκτός από τα ποσοτικά στοιχεία που αναφέρονται (αριθμός και μέγεθος επιχειρήσεων, συμβολή στην απασχόληση), περιγράφονται και οι συνθήκες που επικρατούν στο επιχειρηματικό περιβάλλον των χωρών αυτών.

Στο τρίτο κεφάλαιο κρίθηκε σκόπιμο να εξεταστούν μια σειρά θεμάτων που σχετίζονται με τις προοπτικές εξέλιξης των ΜΜΕ στο σύγχρονο, παγκοσμιοποιημένο, διαρκώς μεταβαλλόμενο και έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Η εκμετάλλευση ευκαιριών που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, οι σύγχρονες μορφές οργάνωσης και διοίκησης των επιχειρήσεων, η δικτύωση και οι συνεργασίες, η πρόσβαση σε ξένες αγορές, μπορούν να συμβάλλουν στην δημιουργία μιας κρίσιμης μάζας πρωτοπόρων – υψηλής ανάπτυξης – ΜΜΕ.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται η χρηματοοικονομική ανάλυση του δείγματος των μεταποιητικών ΜΜΕ, με τη χρήση αριθμοδεικτών που καλύπτουν όλες τις βασικές περιοχές επιχειρηματικής δραστηριότητας (φερεγγυότητα, κεφαλαιακή δομή, δανειακή επιβάρυνση, επίδοση διαχείρισης και αποδοτικότητα). Σκοπός της ανάλυσης είναι ο προσδιορισμός της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς των εξεταζόμενων επιχειρήσεων. Χρησιμοποιώντας τους δείκτες που αναδεικνύονται ως οι πιο σημαντικοί από την Παραγοντική Ανάλυση που διενεργήθηκε, εφαρμόζεται η Ανάλυση Ομαδοποίησης. Από την ανάλυση προκύπτουν τρεις ομάδες επιχειρήσεων οι οποίες χαρακτηρίζονται ως επιθετικές, μετριοπαθείς και συντηρητικές, με βάση τη χρηματοοικονομική συμπεριφορά τους.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η πολυκριτήρια μέθοδος PROMETHEE II, η οποία εφαρμόζεται για την κατάταξη των υπό ανάλυση επιχειρήσεων με βάση τις επιδόσεις τους. Τα αποτελέσματα της κατάταξης αυτής υπόκεινται σε στατιστική επεξεργασία και συγκρίνονται με τα αποτελέσματα της Ανάλυσης Ομαδοποίησης.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της παρούσας διατριβής και οι προτεινόμενες κατευθύνσεις μελλοντικής έρευνας στο θέμα της χρηματοοικονομικής ανάλυσης των επιχειρήσεων και των παραγόντων που την επηρεάζουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται αρχικά μια συνοπτική ανασκόπηση της εξέλιξης της παγκόσμιας, ευρωπαϊκής και ελληνικής οικονομίας κατά την περίοδο 1999 – 2002 που καλύπτει η εμπειρική έρευνα. Αυτή η ανάλυση θα βοηθήσει ώστε να γίνει κατανοητό το οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η ελληνική βιομηχανία και κατ' επέκταση οι Μεταποιητικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Στη συνέχεια θα εξεταστεί ο ρόλος των ΜΜΕ στην Ελλάδα, τα χαρακτηριστικά τους και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις πηγές και τα προγράμματα χρηματοδότησης των ΜΜΕ, καθώς η εξεύρεση των απαραίτητων για την ανάπτυξη τους χρηματοδοτικών μέσων είναι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις σήμερα. Παράλληλα, εξετάζεται ο ρόλος του κράτους και οι πολιτικές στήριξης των ΜΜΕ που εφαρμόζονται.

1.1.ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

1.1.1. Τάσεις Παγκόσμιας Οικονομίας

Οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία την περίοδο 1999-2002 υπήρξαν ραγδαίες. Η διετία 1999-2000 χαρακτηρίστηκε από υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης (με εξαίρεση την Ιαπωνία η οποία το 1999 αρχίζει να ανακάμπτει), ενώ η επόμενη διετία 2001-2002 παρουσιάζει ένα κλίμα ρευστότητας και οικονομικής επιβράδυνσης εξαιτίας μιας σειράς παραγόντων που θα αναφερθούν στη συνέχεια.

Το 1999 το Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (ΑΕΠ) αυξήθηκε στις ανεπτυγμένες οικονομίες των ΗΠΑ κατά 3,8% (κυρίως λόγω της θεαματικής αύξησης της παραγωγής του κλάδου της πληροφορικής), της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) κατά 2,8%, ενώ της Ιαπωνίας, μετά την ύφεση του 1998 (-2,8%), αρχίζει να ανακάμπτει με ρυθμό αύξησης 1,3%. Αξιοσημείωτη μεταβολή, που επηρέασε την εξέλιξη των διεθνών οικονομικών μεγεθών, ήταν η αύξηση της τιμής του αργού πετρελαίου στις αρχές του 1999, κυρίως λόγω της εξομάλυνσης της λειτουργίας των οικονομιών της

Νοτιο-Ανατολικής Ασίας. Παράλληλα η τάση συγχώνευσης επιχειρήσεων έλαβε μεγάλες διαστάσεις τη διετία 1999-2000, δημιουργώντας τεράστιες επιχειρηματικές μονάδες και επιφέροντας σημαντικές μεταβολές στο καθεστώς λειτουργίας της διεθνούς οικονομίας, επεκτείνοντας και από αυτή την πλευρά την παγκοσμιοποίηση.

Το 2000 η παγκόσμια οικονομία γνώρισε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, όπως εκφράζονται από την αύξηση του παγκόσμιου παραγόμενου προϊόντος της τάξης του 4,6%, οι οποίοι όμως επιβραδύνθηκαν το 2001 στο 2,3% κυρίως λόγω της αύξησης των τιμών του πετρελαίου, που προκάλεσε έντονες πληθωριστικές πιέσεις με αποτέλεσμα τη μείωση της αγοραστικής δύναμης και την πτώση της κατανάλωσης.

Παράλληλα η πτώση των χρηματιστηρίων και η συρρίκνωση των κερδών των επιχειρήσεων είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση των επενδύσεων. Η αύξηση των διεθνών τιμών επέδρασε αρνητικά και στο εμπόριο. Τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου του 2001 επιδείνωσαν ακόμη περισσότερο το κλίμα της αβεβαιότητας σε επιχειρήσεις και καταναλωτές, επιβραδύνοντας την ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1 - Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες

	ΑΕΠ (% αύξηση)					Πληθωρισμός (%)					Αποτ/σμα Δημόσιου Τομέα (% ΑΕΠ)				
	1999	2000	2001	2002	2003	1999	2000	2001	2002	2003	1999	2000	2001	2002	2003
Ελλάδα	3.4	4.1	4.1	3.8	3.9	2.6	3.1	3.7	3.8	3.2	-1.8	-1.1	-1.2	-1.3	-1.1
Ε.Ε.	2.8	3.4	1.5	1.0	2.0	1.2	2.1	2.3	2.1	1.9	-0.7	1.1	-0.8	-1.9	-1.8
Ευρωζώνη	2.8	3.5	1.5	0.8	1.8	1.1	2.4	2.5	2.3	2.0	-1.3	0.3	-1.5	-2.3	-2.1
ΗΠΑ	3.8	5.0	0.3	2.3	2.3	1.6	3.3	2.8	1.6	2.3	1.0	1.7	-0.5	-3.2	-3.6
Ιαπωνία	1.3	1.9	-0.1	-0.6	1.2	-0.5	-0.7	-0.6	-1.0	-1.0	-7.0	-6.6	-7.2	-8.0	-8.1

ΠΗΓΗ: ΕΠΙΛΟΓΗ - ΤΑΣΕΙΣ Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Ελληνική Οικονομία 2001, 2002, 2003
2003: Προβλέψεις

Στην αρχή του 2002 φάνηκε ότι το κλίμα αυτό αντιστράφηκε και η παγκόσμια οικονομία ανέκαμψε. Στις ΗΠΑ ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ έφτασε το 2,3%, έναντι 0,3% το 2001. Η Ιαπωνία αδυνατεί να ξεπεράσει την ύφεση, είχε επιβράδυνση του ΑΕΠ το 2002 κατά -0,6% (έναντι -0,1% το 2001) και η Ευρωζώνη είχε οριακή αύξηση 0,8% (βλ. Πίνακα 1.1).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2 - Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες

	Δημόσιο Χρέος (% ΑΕΠ)					Ανεργία (% εργατικού δυναμικού)				
	1999	2000	2001	2002	2003	1999	2000	2001	2002	2003
Ελλάδα	105.1	106.2	107.0	105.3	102.0	11.7	11.1	10.5	9.9	9.4
Ε.Ε.	67.5	64.4	63.0	63.0	62.5	9.2	8.2	7.4	7.6	7.7
Ευρωζώνη	72.1	70.2	69.3	69.6	69.1	9.9	8.9	8.0	8.2	8.3
ΗΠΑ	59.3	57.1	41.9	41.3	40.0	4.2	4.0	4.8	5.8	6.0
Ιαπωνία	105.4	114.1	132.8	143.3	153.0	4.7	4.7	5.0	5.2	5.3

ΠΗΓΗ: ΕΠΙΛΟΓΗ-ΤΑΣΕΙΣ Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Ελληνική Οικονομία 2001, 2002, 2003 2003: Προβλέψεις

Οι αναπτυσσόμενες οικονομίες δεν είχαν ομοιόμορφη συμπεριφορά, καθώς αυτές της Νότιας και Νοτιοανατολικής Ασίας (Κίνα, Ινδία, Ν. Κορέα, κ.λ.π.) εμφανίζουν μεγάλους ρυθμούς ανάπτυξης, αντίθετα στο υπόλοιπο και μεγαλύτερο μέρος του κόσμου (Βραζιλία, Αργεντινή, Βενεζουέλα, Τουρκία, κ.λ.π.) εμφανίζονται τάσεις επιβράδυνσης ακόμη και οικονομικής κρίσης.

Τρεις αλληλένδετοι παράγοντες έδρασαν ανασταλτικά στην ανάκαμψη της παγκόσμιας οικονομίας. Οι εντάσεις στις διεθνείς σχέσεις (αβεβαιότητα για την έκβαση των διαπραγματεύσεων στο ζήτημα του Ιράκ), το ενδεχόμενο πολέμου και οι επιπτώσεις του στις τιμές του πετρελαίου, παράλληλα με την αβεβαιότητα για την πραγματική κατάσταση της οικονομίας και του επιχειρηματικού τομέα, συνέβαλαν στην κρίση των χρηματιστηριακών αγορών. Το κλίμα που διαμορφώθηκε επηρέασε τους καταναλωτές, οι οποίοι περιόρισαν τις δαπάνες και τις επιχειρήσεις, οι οποίες εξαιτίας της περιορισμένης ζήτησης και των αυξημένων τιμών πετρελαίου, πείστηκαν να μειώσουν το κόστος με αποτέλεσμα την αύξηση της ανεργίας.

1.1.2. Τάσεις Ευρωπαϊκής Οικονομίας - Ευρωζώνης

Το βασικότερο πρόβλημα της Ευρωπαϊκής Οικονομίας είναι οι υψηλοί ρυθμοί ανεργίας, ιδιαίτερα το 1999 (9,2% βλ. Πίνακα 1.2), τους οποίους ελάχιστα επηρέασε η ανάκαμψη της δραστηριότητας το ίδιο έτος. Το 2000 η εξέλιξη φαίνεται πιο ευνοϊκή, καθώς μειώθηκε η ανεργία στο 8,2%, λόγω της ανόδου της παραγωγικής δραστηριότητας αλλά και της καθιέρωσης της μερικής απασχόλησης.

Οι τάσεις οικονομικής επιβράδυνσης που εμφάνισε η παγκόσμια οικονομία το 2001 επηρέασαν και την Ε.Ε. Η επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης το 2001, για πρώτη φορά μετά από μακρά περίοδο ανόδου, δημιούργησε ανησυχία για ενδεχόμενη ύφεση το 2002. Η Ευρωπαϊκή Οικονομία δεν εισήλθε σε περίοδο ύφεσης, ωστόσο ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ επιβραδύνθηκε στο 1,0% έναντι 1,5% το 2001 (βλ. Πίνακα

1.1). Και στην Ευρωζώνη η ανάπτυξη ήταν βραδύτερη το 2002 (0,8%), σε σχέση με το προηγούμενο έτος (1,5%). Στις περισσότερες χώρες της Ε.Ε. οι ρυθμοί ανάπτυξης διατηρήθηκαν εξαιτίας της αύξησης των δημόσιων δαπανών και της ιδιωτικής κατανάλωσης, με εξαίρεση τη Γερμανία και την Ιταλία όπου η ανάπτυξη βασίστηκε στη ζήτηση για εξαγωγές.

Η νομισματική και δημοσιονομική πολιτική της Ε.Ε. το 2001, στόχευε στη μείωση των ελλειμμάτων των προϋπολογισμών και στη διατήρηση της σταθερότητας των τιμών. Οι πολιτικές αυτές απέδωσαν καθώς ο πληθωρισμός σημείωσε άνοδο μόλις 0,2% (από 2,1% το 2000 σε 2,3% το 2001). Ο πληθωρισμός επιβραδύνθηκε ελαφρά το 2002 παρά την άνοδο των τιμών του πετρελαίου. Στην Ε.Ε. από 2,3% το 2001 στο 2,1% το 2002 και στην Ευρωζώνη από 2,5% σε 2,3% αντίστοιχα.

Η ιδιωτική κατανάλωση εμφάνισε μικρή αύξηση (0,7% στην Ευρωζώνη και 1,4% στην Ε.Ε.), αντίθετα η δημόσια κατανάλωση ενισχύθηκε αρκετά (2,7% στην Ευρωζώνη και 2,8% στην Ε.Ε.). Οι χαμηλές επιδόσεις της οικονομίας περιόρισαν τους ρυθμούς ανόδου της απασχόλησης και διεύρυναν την ανεργία στο 7,6% έναντι 7,4% το 2001.

Ύστερα από μια περίοδο πτώσης των επενδύσεων, το δεύτερο εξάμηνο του 2002 σταθεροποιούνται. Ωστόσο στην Ευρωζώνη η κεφαλαιουχική δαπάνη μειώθηκε κατά -2,5% έναντι -0,3% το 2001 (ΣΕΒ, 2002). Η περιορισμένη ζήτηση, η χαμηλή παραγωγικότητα, η αύξηση τιμών των πρώτων υλών και η μείωση των τιμών έχουν δυσμενείς επιπτώσεις στις επενδύσεις και στα περιθώρια κέρδους των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων.

Οι εξαγωγές περιορίστηκαν (+1,2% το 2002) λόγω της στασιμότητας του παγκόσμιου εμπορίου και της ανατίμησης της αξίας του ευρώ έναντι του δολαρίου.

Ένα σημαντικό γεγονός που έλαβε χώρα το 2002 ήταν η διεύρυνση της Ε.Ε. με την είσοδο 10 νέων χωρών – μελών, αυξάνοντας το ειδικό οικονομικό και πολιτικό βάρος της Ευρώπης παγκόσμια.

1.1.3. Η Ελληνική Οικονομία

Η Ελληνική Οικονομία έχει αλλάξει ριζικά προς το καλύτερο την τελευταία δεκαετία. Η ωρίμανση της φάνηκε από την ενισχυμένη αξιοπιστία της στη διαχείριση των προαναφερθέντων δυσμενών εξωτερικών συνθηκών.

Σημαντικό γεγονός για την Ελληνική Οικονομία αποτέλεσε η ένταξη της Ελλάδας στην ΟΝΕ και η υιοθέτηση του ευρώ από την 1^η Ιανουαρίου 2001. Η εφαρμογή της ενιαίας νομισματικής πολιτικής, που ασκείται στη Ζώνη του Ευρώ, διασφαλίζει υψηλό βαθμό σταθερότητας τιμών και προάγει την οικονομική ανάπτυξη. Το 2000 ωστόσο χαρακτηρίστηκε από έντονη επιβράδυνση του ρυθμού ανόδου της οικονομικής δραστηριότητας στην Ευρωζώνη και παγκόσμια, λόγω της αυξημένης αβεβαιότητας στις διεθνείς αγορές κεφαλαίων. Οι επιπτώσεις στην Ελληνική Οικονομία ήταν δυσμενείς, ωστόσο η επίδραση τους περιορίστηκε και ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης διατηρήθηκε στα υψηλά επίπεδα του 2000 (4,1%).

Η Ελληνική Οικονομία βρίσκεται σε ανοδική φάση με σταδιακά αυξανόμενους ρυθμούς ανάπτυξης από το 2% του 1994 στο 3,4% το 1999. Τη διετία 2001 – 2002 σημείωσε ρυθμό ανάπτυξης με 4,1% και 3,8% αντίστοιχα, κατά πολύ υψηλότερο των αντίστοιχων της Ε.Ε. και της Ευρωζώνης (βλ. Πίνακα 1.1).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3 - Βασικά Μεγέθη Ελληνικής Οικονομίας

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ	1999	2000	2001	2002
ΑΕΠ (% αύξησης)	3.4	4.1	4.1	3.8
Επενδύσεις παγίου κεφαλαίου (% μεταβολή όγκου)	6.2	7.8	5.9	7.7
Α. Ιδιωτικές	5.8	8.4	6.1	9.1
Ιδιωτικές επιχειρηματικές	5.4	8.8	6.6	11.4
Β. Δημόσιες	14.7	4.7	5.1	0.5
Κατανάλωση (% μεταβολή όγκου)	2.4	3.0	2.8	2.8
Α. Ιδιωτική	2.9	3.3	3.2	3.0
Β. Δημόσια	-0.1	0.7	0.5	1.5
Επιτόκιο βραχ/σμων επιχειρηματικών δανείων	15.0	12.3	8.6	7.2*
Επιτόκιο μακρ/σμων επιχειρηματικών δανείων	13.5	11.5	8.7	7.0*
Ανεργία (% εργατικού δυναμικού)	11.7	11.1	10.5	9.9
Απασχόληση	-0.7	0.2	-1.1	0.3
Πληθωρισμός (%)	2.6	3.1	3.7	3.8
Έλλειμμα γενικής κυβέρνησης (% ΑΕΠ)	-1.8	-1.1	-1.2	-1.3
Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών (% του ΑΕΠ)	-4.1	-6.8	-6.2	-6.0
Δημόσιο Χρέος (% του ΑΕΠ)	105.1	106.2	107.0	105.3

ΠΗΓΗ: ΕΠΙΛΟΓΗ - ΤΑΣΕΙΣ Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Ελληνική Οικονομία 2003

* Νοέμβριος

Ωστόσο η Ελλάδα έχει το μικρότερο κατά κεφαλή ΑΕΠ μαζί με την Πορτογαλία στην Ε.Ε. Αυτό δείχνει ότι έχει πολύ δρόμο ακόμη να διανύσει προκειμένου να επιτύχει τη «πραγματική σύγκλιση», που αποτελεί πλέον το στόχο της Ελληνικής Οικονομίας, δηλαδή την προσέγγιση στις μορφές οικονομικής και κοινωνικής οργάνωσης που επικρατούν στις άλλες χώρες της Ε.Ε. Η πραγματική σύγκλιση είναι ποσοτικοποιημένη και μετριέται με βάση συγκεκριμένους δείκτες,

μεταξύ των οποίων, ΑΕΠ ανά κάτοικο σε μονάδες αγοραστικής δύναμης, παραγωγικότητα εργασίας, ποσοστό απασχόλησης ως προς τον πληθυσμό, δαπάνη για νέες τεχνολογίες ως ποσοστό του ΑΕΠ, επιχειρηματικές επενδύσεις ως ποσοστό του ΑΕΠ, συγκριτικό ύψος τιμών, ποσοστό πληθυσμού κάτω από το όριο της φτώχειας, ποσοστό μακροχρόνιων ανέργων.

Προκειμένου η Ελλάδα να επιτύχει το στόχο της πραγματικής σύγκλισης θα πρέπει να συνεχίσει να αναπτύσσεται σε ρυθμούς υψηλότερους του μέσου της Ε.Ε. Αναγκαίες προϋποθέσεις είναι η ύπαρξη νομισματικής σταθερότητας, η μείωση του δημόσιου χρέους, ο εκσυγχρονισμός του Κράτους και της Δημόσιας Διοίκησης, ένας σύγχρονος ιδιωτικός τομέας με ανταγωνιστικές επιχειρήσεις και η προσέλκυση ξένων επενδύσεων.

Κινητήρια δύναμη της ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας είναι οι επενδύσεις (ιδιαίτερα οι ιδιωτικές, βλ. Πίνακα 1.3), στην αύξηση των οποίων συνέβαλαν η άντληση σημαντικών πόρων από το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ), η μείωση των επιτοκίων δανεισμού καθώς και η διενέργεια των μεγάλων έργων για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 (Παπαδήμος, 2002).

Οι εξελίξεις στην παγκόσμια και ευρωπαϊκή οικονομία επηρέασαν δυσμενώς ορισμένα μεγέθη της ελληνικής οικονομίας, όπως τους ρυθμούς αύξησης των εξαγωγών οι οποίοι επιβραδύνθηκαν, τη βιομηχανική παραγωγή και τις ιδιωτικές επιχειρηματικές επενδύσεις (από 8,8% το 2000 στο 6,6% το 2001). Όμως η απελευθέρωση ορισμένων αγορών (όπως αυτή των τηλεπικοινωνιών), ή η προοπτική απελευθέρωσης τους, κάνουν πιο εμπορεύσιμα κάποια αγαθά ή υπηρεσίες, σε διασυννοριακό επίπεδο, με αποτέλεσμα την ταχύτερη αύξηση της παραγωγικότητας και την ενίσχυση του ανταγωνισμού σε τομείς των υπηρεσιών, επηρεάζοντας ευνοϊκά την εξέλιξη των τιμών τους (Παπαδήμος, 2002).

Η ιδιωτική κατανάλωση το 1999 αυξήθηκε καθώς ένα σημαντικό μέρος του εισοδήματος των νοικοκυριών το έτος αυτό, προήλθε από τις τοποθετήσεις τους στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (ΧΑΑ). Η αύξηση αυτή συνεχίστηκε και το 2000 (3,3%), ενώ την επόμενη διετία 2001-2002 υπήρξε ελαφρά πτώση καθώς σημειώθηκε καθοδική πορεία του ΧΑΑ.

Η διαδικασία της αποκλιμάκωσης του πληθωρισμού συνεχίστηκε το 1999 με αποτέλεσμα τη μείωση του μέσου ετήσιου ρυθμού πληθωρισμού από το 4,8% του 1998 στο 2,6%. Ωστόσο η άνοδος των διεθνών τιμών των καυσίμων και η υποχώρηση της ισοτιμίας του ευρώ ως προς το δολάριο, επηρέασαν το δεύτερο

εξάμηνο του 2000 τον πληθωρισμό στη ζώνη του ευρώ και στην Ελλάδα, αν και ο εγχώριος πληθωρισμός κινήθηκε σε πολύ υψηλότερα επίπεδα.

Το ποσοστό ανεργίας μειώνεται συνεχώς από το 11,7% το 1999 στο 9,9% το 2002, ενώ η απασχόληση αυξήθηκε φανερώνοντας την ανοδική τάση της οικονομικής δραστηριότητας.

Το έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών αντικατοπτρίζει την ανάγκη ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της χώρας με την προσέλκυση ξένων άμεσων επενδύσεων. Η Ελλάδα κατατάσσεται, σύμφωνα με στοιχεία του ΟΟΣΑ, στην 25^η θέση όσον αφορά την προσέλκυση επενδύσεων και στην 35^η σε σχέση με τη δυνατότητα προσέλκυσης τους (Ευθυμιάτου, 2002).

Οι εκτιμήσεις για την επόμενη διετία είναι ευνοϊκές, καθώς αναμένεται ότι ο ρυθμός ανάπτυξης της Ελλάδας θα διατηρηθεί υψηλός, κυρίως λόγω της μεγαλύτερης αύξησης της κατανάλωσης και των εξαγωγών υπηρεσιών, εξαιτίας των Ολυμπιακών Αγώνων. Ο δυναμισμός της Ελληνικής Οικονομίας θα πρέπει να ενισχυθεί μακροπρόθεσμα, με την αποτελεσματική αξιοποίηση των διαθεσίμων κεφαλαίων και των πόρων της Ε.Ε., αλλά και με τη διείσδυση της στις νέες αγορές της Ευρώπης μετά τις νέες ευκαιρίες που παρέχει η διεύρυνση της Ε.Ε. Η θετική επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, θα συνεχίσει να εκδηλώνεται και μετά τη λήξη τους, καθώς θα συμβάλλουν στη διεύρυνση των υποδομών και στην αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού, παράγοντες που μπορούν να συμβάλλουν σε μονιμότερη αύξηση του μεριδίου της Ελλάδας στην παγκόσμια τουριστική κίνηση (Παπαδήμος, 2002).

Επίσης θα πρέπει να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής παραγωγής. Οι εξαγωγές αγαθών ήταν μειωμένες τα τελευταία δύο χρόνια λόγω των δυσμενών καιρικών συνθηκών. Επιπλέον η ύφεση στις Ευρωπαϊκές αγορές, σε συνδυασμό με το υψηλό επίπεδο της εγχώριας ζήτησης, ασκεί αρνητική επίδραση στις Ελληνικές εξαγωγές. Παράλληλα οι Ελληνικές εξαγωγές έχουν να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό από τις αναπτυσσόμενες χώρες λόγω των μεγάλων υποτιμήσεων των νομισμάτων τους. Σύμφωνα με τους δείκτες του World Economic Forum η αναπτυξιακή ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας κατατάσσεται στην 38^η θέση σε σύνολο 75 χωρών (Επιλογή, 2003).

1.1.4. Η Ελληνική Βιομηχανία - Μεταποίηση

Η Βιομηχανία περιλαμβάνει τους τομείς των Ορυχείων - Λατομείων, τη Μεταποίηση, τον Ηλεκτρισμό – Φυσικό Αέριο – Νερό και τις Κατασκευές. Η Μεταποίηση αντιπροσωπεύει τον κύριο όγκο της Βιομηχανίας.

Τελευταία η Ελληνική Βιομηχανία παρουσιάζει τάσεις σύγκλισης με την Ευρωπαϊκή. Ωστόσο η διατήρηση αυτής της πορείας σύγκλισης προϋποθέτει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Έχει ξεκινήσει η διαδικασία της βιομηχανικής αναδιάρθρωσης, η οποία πρέπει να συνεχιστεί, με τη μεταφορά παραγωγικών συντελεστών από τον παραδοσιακό (χαμηλού επιχειρηματικού μεγέθους, υψηλής έντασης εργασίας και χαμηλής παραγωγικότητας) στον σύγχρονο τεχνολογικά τομέα προκειμένου να προσαρμοστεί η βιομηχανία στα νέα ανταγωνιστικά δεδομένα της ενιαίας Ευρώπης (Καλλωνιάτης, 2002).

Ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό της Ελληνικής Βιομηχανίας είναι η διευρυνόμενη μεγέθυνση της, μετά από μια περίοδο σταθερότητας. Το 2000 η Ελληνική Βιομηχανία σημείωσε εκπληκτικές αυξήσεις του όγκου της παραγωγής κατά 6% και του όγκου της προστιθέμενης αξίας κατά 3,2%. Οι επιδόσεις αυτές ήταν αποτέλεσμα της βελτίωσης κατά 3,1% της παραγωγικότητας της και της κατά 4,9% μείωσης του πραγματικού μοναδιαίου κόστους εργασίας της (Επιλογή, 2003). Η ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων τόσο στην εγχώρια όσο και στις διεθνείς αγορές το 2001, έμεινε αμετάβλητη.

Το 2001 ο ρυθμός επέκτασης της μεταποίησης επιβραδύνθηκε γύρω στο 2%. Η κάμψη αποδίδεται σε μια σειρά δυσμενών παραγόντων, σύμφωνα με τα αποτελέσματα δειγματοληπτικής έρευνας που διενέργησε η ICAP σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών (ICAP-ΣΕΒ, 2002). Οι παράγοντες αυτοί αφορούν στη γενικότερη επιβράδυνση της οικονομικής δραστηριότητας σε ΗΠΑ και Ε.Ε. το 2001, στους υψηλούς ρυθμούς των προηγούμενων ετών (με αποτέλεσμα αυτή η επιβράδυνση να είναι φυσιολογική στα πλαίσια του μακροχρόνιου επιχειρηματικού κύκλου), στα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου που δημιούργησαν ένα κλίμα αβεβαιότητας, καθώς και στην σημαντική επιβράδυνση της ανόδου των τιμών χονδρικής η οποία οφείλεται κυρίως στη μείωση των τιμών του πετρελαίου αλλά και στις ανταγωνιστικές πιέσεις που δέχεται η μεταποίηση μετά την είσοδο της Ελλάδας στην ΟΝΕ. Στη συνέχεια γίνεται εκτενέστερη ανάλυση των εξελίξεων των βασικών μεγεθών της ελληνικής μεταποίησης.

Παραγωγή και απασχόληση

Ο δείκτης παραγωγής της μεταποίησης καταρτίζεται από την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.) και απεικονίζει τη μεταβολή της προστιθέμενης αξίας της παραγωγής όλων των κλάδων της μεταποίησης. Στον Πίνακα 1.4 που ακολουθεί παρουσιάζεται η εξέλιξη του δείκτη παραγωγής μεταποίησης την περίοδο 1998-2002 για όλους τους κλάδους της μεταποίησης (ΣΤΑΚΟΔ 2003 : 15-37).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4 - Δείκτης Παραγωγής Μεταποίησης

(1995=100.0)

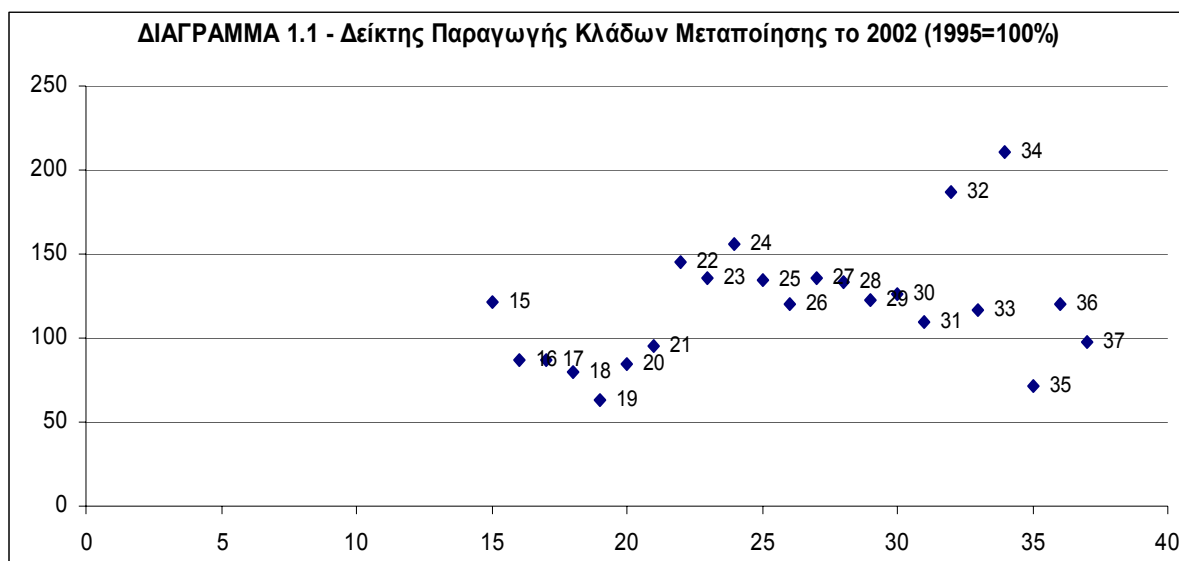
ΣΤΑ-ΚΟΔ		1998	1999	2000	2001	2002
	Γενικός Δείκτης	112.0	114.2	122.5	123.7	125.9
	Δείκτης Παραγωγής Μεταποίησης	110.2	109.2	114.8	116.8	118.2
15	Τροφίμων - Ποτών	114.1	114.4	116.6	119.1	121.7
16	Καπνού	79.4	85.1	83.9	85.3	86.9
17	Κλωστοϋφαντουργικών υλών	104.2	87.7	100.0	93.4	86.4
18	Ειδών ενδυμασίας	89.1	88.5	83.4	81.5	79.5
19	Δέρματος - ειδών υποδήσεως	70.2	67.3	68.8	65.4	62.6
20	Ξύλου και φελλού	68.2	67.7	94.3	92.4	84.3
21	Χαρτιού και προϊόντων από χαρτί	119.7	123.5	102.9	98.5	95.1
22	Εκτυπώσεων - Εκδόσεων	126.6	104.4	105.2	111.2	145.7
23	Παραγωγή πετρελαίου και άνθρακα	137.1	115.1	135.2	132.7	135.8
24	Χημικών προϊόντων	118.2	121.2	128.2	140.6	155.9
25	Προϊόντων από ελαστική και πλαστική ύλη	125.6	131.7	133.2	137.4	134.2
26	Μη μεταλλικών ορυκτών	109.3	110.2	112.7	115.9	120.3
27	Βασικών μετάλλων	98.9	110.1	125.8	127.6	135.3
28	Κατασκευή τελικών προϊόντων εκ μετάλλου	109.7	129.4	130.6	132.6	133.6
29	Μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού	109.3	101.9	117.2	121.3	123.2
30	Μηχανών γραφείου - ηλεκτρονικών υπολογιστών	66.4	61.1	111.3	85.9	125.7
31	Ηλεκτρικών μηχανών, συσκευών, κλπ	104.6	108.2	121.9	124.6	110.0
32	Συσκευών ραδιοφωνίας, τηλεόρασης και επικοινωνιών	187.6	168.2	222.8	243.6	187.3
33	Ιατρικών οργάνων και οργάνων ακριβείας	101.5	101.1	105.4	102.9	116.1
34	Μεταφορικών μέσων	164.4	201.5	204.1	231.5	211.2
35	Λοιπού εξοπλισμού μεταφορών	81.6	75.9	72.2	72.9	71.7
36	Επίπλων - λοιπών βιομηχανιών	124.1	133.7	146.4	140.3	120.2
37	Ανακύκλωση	82.3	74.2	78.8	77.9	97.3

ΠΗΓΗ: Η Ελλάδα με αριθμούς, ΕΣΥΕ 2003.

Οι κλάδοι με την μεγαλύτερη παραγωγή, ανάπτυξη και δυναμικότητα την περίοδο αυτή ήταν τα μεταφορικά μέσα, συσκευές ραδιοφωνίας, τηλεόρασης και επικοινωνιών, χημικά προϊόντα, εκδόσεις – εκτυπώσεις, παράγωγα πετρελαίου, προϊόντα από ελαστική και πλαστική ύλη, κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, μηχανήματα και τρόφιμα – ποτά.

Στον αντίποδα, οι κλάδοι δέρματος και ειδών υπόδησης, λοιπού εξοπλισμού μεταφορών, ειδών ενδυμασίας, ξύλου και φελλού, κλωστοϋφαντουργικών υλών, καπνού, χαρτιού και ανακύκλωσης βρίσκονται σε φθίνουσα πορεία.

Είναι φανερό ότι η μεταποίηση στρέφεται σε κλάδους με μεγαλύτερη κεφαλαιοποίηση και χρήση νέων τεχνολογιών, στα πλαίσια της διαδικασίας βιομηχανικής αναδιάρθρωσης και της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της.



ΠΙΝΑΚΑΣ 1.5 - Το Προφίλ της Ελληνικής Μεταποίησης

Μεγάλη Βιομηχανία (> 10 ατόμων, αξίες σε χιλιάδες ευρώ)

Έτος	Αριθμός καταστημάτων	Μέση ετήσια απασχ/ση	Μέση ετήσια απασχ/ση ανά κατάστημα	Σύνολο αμοιβών	Ακαθ. Αξία παραγωγής	Προστιθέμενη Αξία	Προστ. Αξία / Ακαθ. Αξία παραγωγής	Ακαθ. Επενδύσεις
1994	5,945	261,933	44	2,541,021	16,443,369	6,292,704	38.3%	924,217
1995	5,814	255,014	44	2,780,737	18,695,480	6,824,458	36.5%	1,083,797
1996	5,604	243,110	43	2,947,498	19,680,205	7,260,534	36.9%	1,126,233
1997	5,407	235,261	44	3,069,247	20,909,505	7,968,783	38.1%	1,337,048
1998	5,344	235,740	44	3,211,956	21,639,375	8,586,556	39.7%	1,712,713
1999	5,022	228,118	45	3,318,767	22,692,578	9,182,315	40.5%	2,071,345
2000	5,016	233,608	47	3,570,788	28,579,568	10,141,802	35.5%	2,493,969
ΜΕΡΜ 2000/94	-2.8%	-1.9%	0.9%	5.8%	9.7%	8.3%	-1.3%	18.0%

ΠΗΓΗ: ΕΠΙΛΟΓΗ - ΤΑΣΕΙΣ Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Ελληνική Οικονομία 2003

Η μέση ετήσια απασχόληση, ανά παραγωγική μονάδα το 2000 (47 άτομα), σημειώνει οριακή αύξηση σε σχέση με το 1999. Αντίθετα μειώνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων που απασχολούν περισσότερα από 10 άτομα. Η μέση αμοιβή των απασχολούμενων αυξάνεται. Επίσης σημαντική είναι η άνοδος των επενδύσεων την ίδια περίοδο (1999-2000) κατά 20,4% (βλ. Πίνακα 1.5).

Ζήτηση, εξωτερικό εμπόριο και ανταγωνιστικότητα

Η φαινομενική κατανάλωση του συνόλου της μεταποίησης διαγράφει μια ανοδική τάση, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 1,5% την περίοδο 1994-2000. Το μεγαλύτερο μέρος αυτής της αύξησης και γενικά της εγχώριας ζήτησης της ελληνικής βιομηχανίας, καλύπτουν οι εισαγωγές οι οποίες σημείωσαν αύξηση 1,9% την ίδια περίοδο. Η αύξηση αυτή των εισαγωγών διεύρυνε το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου κατά 7,2%, σε σταθερές τιμές, από 5 σε 7,7 δισ. ευρώ (βλ. Πίνακα 1.6).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.6 - Βασικά Μεγέθη Ελληνικής Μεταποίησης (αξίες σε εκατ.ευρώ)

Έτος	Δείκτης τιμών χονδρικής (1990=100)	Παραγωγή (τιμές 1990)	Εξαγωγές (τιμές 1990)	Εισαγωγές (τιμές 1990)	Εμπορικό Ισοζύγιο	Φαινομενική Κατανάλωση	Εισαγωγική Διείσδυση (%)	Βαθμός Εξωστρέφειας (%)	Βαθμός Αυτάρκειας (%)
1994	154.1	9,303.8	4,261.8	9,352.9	-5,091.0	14,394.8	65.0%	45.8%	64.6%
1995	166.7	8,710.9	4,394.5	9,899.5	-5,504.9	14,215.8	69.6%	50.4%	61.3%
1996	180.0	7,935.5	4,253.9	10,525.4	-6,271.5	14,207.0	74.1%	53.6%	55.9%
1997	187.2	8,113.2	4,557.3	11,381.0	-6,823.6	14,936.8	76.2%	56.2%	54.3%
1998	192.5	7,807.3	4,379.5	12,226.5	-7,847.0	15,654.3	78.1%	56.1%	49.9%
1999	199.7	8,350.9	4,456.8	13,280.0	-8,823.2	17,174.1	77.3%	53.4%	48.6%
2000	216.5	8,038.3	2,720.0	10,467.6	-7,747.6	15,785.9	66.3%	33.8%	50.9%
2001	223.2	-	-	-	-	-	-	-	-
ΜΕΡΜ 2000/94	5.4%	-2.4%	-7.2%	1.9%	7.2%	1.5%	0.3%	-4.9%	-3.9%

ΠΗΓΗ: ΕΠΙΛΟΓΗ - ΤΑΣΕΙΣ Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Ελληνική Οικονομία 2003

Οι δυσμενείς εξελίξεις του εμπορικού ισοζυγίου αποτυπώνονται στους δείκτες ανταγωνιστικότητας (βαθμός αυτάρκειας) από 64,6% το 1994 σε 50,9% το 2000 και στη σημαντική συρρίκνωση του βαθμού εξωστρέφειας (από 45,8% το 1994 σε 33,8% το 2000).

Χρηματοοικονομικά στοιχεία

Η συνολική ροή νέων κεφαλαίων (ιδίων, ξένων και αποσβέσεων) ανήλθε το 2001 σε 2.895 εκατομμύρια ευρώ. Βασική πηγή των νέων κεφαλαίων ήταν τα νέα ίδια κεφάλαια (30,4% της συνολικής ροής κεφαλαίων).

Ο νέος καθαρός δανεισμός (βραχυπρόθεσμος και μεσο-μακροπρόθεσμος) ανήλθε στα σε 791 εκατομμύρια ευρώ, συνιστώντας το 27% της συνολικής ροής κεφαλαίων. Αξίζει να σημειωθεί η μεταστροφή που παρατηρείται προς τον μεσο-μακροπρόθεσμο δανεισμό την διετία 2000-2001 ενώ μέχρι το 1999 κυριαρχούσε ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός (βλ. Πίνακα 1.7).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.7 - Πηγές και Χρήσεις Κεφαλαίων στην Ελληνική Μεταποίηση

	ποσά σε εκ.ευρώ				
	1997	1998	1999	2000	2001
A. Πηγές Νέων Κεφαλαίων					
1. Νέα Ίδια Κεφάλαια	853.0	426.1	1,229.1	1,726.5	879.9
2. Νέος Καθαρός Δανεισμός	556.2	584.5	835.6	1,538.5	791.0
- Βραχυπρόθεσμος	418.3	463.3	616.7	666.8	176.4
- Μ/Μακροπρόθεσμος	137.9	121.2	218.9	871.7	614.6
3. Ετήσιες Αποσβέσεις	224.4	394.7	375.0	464.1	1,223.9
Συνολική Ροή Νέων Κεφαλαίων	1,633.6	1,405.3	2,439.7	3,729.1	2,894.8
B. Χρήσεις Νέων Κεφαλαίων					
1. Πάγιες Επενδύσεις	852.2	1,069.6	1,168.6	2,668.5	2,517.0
2. Νέο Κυκλοφορούν	781.4	335.6	1,271.2	1,060.6	377.8
- Αύξηση Αποθεμάτων	163.8	176.0	157.9	456.9	114.4
- Αύξηση Απαιτήσεων	562.2	67.8	941.7	529.3	186.5
- Αύξηση Διαθεσίμων	55.4	91.8	171.7	74.4	76.8
Συνολική Χρήση Νέων Κεφαλαίων	1,633.6	1,405.3	2,439.7	3,729.1	2,894.8

ΠΗΓΗ: Η Ελληνική Βιομηχανία το 2001, 2002, Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών

Σημαντικό μέρος των ιδίων και δανειακών κεφαλαίων χρηματοδότησαν το 2001 πάγιες επενδύσεις ύψους 2.517 εκατομμυρίων ευρώ. Το νέο κυκλοφορούν ανήλθε σε 378 εκατομμύρια ευρώ αποτελώντας το 13,1% του συνόλου. Μεγάλη βαρύτητα στη σύνθεση του κυκλοφορούντος έχουν οι απαιτήσεις (6,4%), λιγότερο σημαντική ήταν η συμβολή των αποθεμάτων (4%) ενώ τα διαθέσιμα κάλυψαν μόνο το 2,7%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.8 - Βασικά Οικονομικά Μεγέθη Μεταποίησης - Αποτελέσματα (σε εκατομμύρια €)

Έτος	Αριθμός Επιχ.	Ετήσιο % Μεταβολής	Πωλήσεις	Ετήσιο % Μεταβολής	Μικτά Κέρδη	Ετήσιο % Μεταβολής	Καθαρά Κέρδη	Ετήσιο % Μεταβολής
1995	5,358	-	21,209	-	6,118	-	1,040	-
1996	5,368	0.2%	22,709	7.1%	6,766	10.6%	1,153	10.9%
1997	5,475	2.0%	25,928	14.2%	7,405	9.4%	1,181	2.4%
1998	5,580	1.9%	27,583	6.4%	8,718	17.7%	1,548	31.1%
1999	5,638	1.0%	29,737	7.8%	9,952	14.2%	2,193	41.7%
2000	5,748	2.0%	36,313	22.1%	11,123	11.8%	2,348	7.1%
2001	5,772	0.4%	37,237	2.5%	10,971	-1.4%	1,935	-17.6%

ΠΗΓΗ: Η Ελληνική Βιομηχανία το 2002, ΣΕΒ (2003)

Από τον ενοποιημένο λογαριασμό των 5.772 επιχειρήσεων, που είναι καταγεγραμμένες στη βάση δεδομένων του ΣΕΒ, φαίνεται μια αύξηση των πωλήσεων κατά 2,5% το 2001 έναντι 22,1% το 2000 (βλ. Πίνακα 1.8). Η επιβράδυνση αυτή αποδίδεται σε ένα συγκυριακό παράγοντα, τη μείωση των διεθνών τιμών πετρελαίου, δεδομένου ότι οι πωλήσεις του κλάδου επεξεργασίας πετρελαίου αποτελούν σημαντικό τμήμα του συνόλου της μεταποίησης.

Τα μικτά κέρδη μειώθηκαν το 2001 κατά -1,4%, έναντι αύξησης 11,8% τον προηγούμενο χρόνο. Τα καθαρά κέρδη μειώθηκαν κατά -17,6% σε σχέση με το 2000.

Η σημαντική αύξηση των καθαρών κερδών της μεταποίησης έγινε αισθητή κυρίως το 1999 και οφείλεται σε σημαντικό βαθμό στις ευνοϊκές συνθήκες της κεφαλαιαγοράς για την αξιοποίηση των διαθέσιμων των εταιριών. Ο παράγοντας αυτός όμως υπήρξε συγκυριακός όπως έδειξαν οι εξελίξεις το 2000. Η ανάλυση των στοιχείων της διετίας 2000-2001 δείχνει αύξηση των κερδοφόρων επιχειρήσεων και μείωση των ζημιολόγων. Συγκεκριμένα το 2001 υπήρχαν 4.315 (σε σύνολο 5.772) κερδοφόρες επιχειρήσεις έναντι 4.279 (σε σύνολο 5.748) το 2000. Αν και αυξήθηκε ο αριθμός των κερδοφόρων επιχειρήσεων, μειώθηκαν ωστόσο τα κέρδη τους κατά -15%, για αυτό το λόγο παρατηρήθηκε και η μείωση των καθαρών κερδών της μεταποίησης.

Το κυκλοφορούν και διαθέσιμο κεφάλαιο των μεταποιητικών επιχειρήσεων το 2001 ανήλθε στα 23.944,48 εκατομμύρια ευρώ αυξημένο κατά 1,6% σε σχέση με το 2000. Η σημαντική επιβράδυνση του ρυθμού αύξησης του κυκλοφορούντος και διαθέσιμου κεφαλαίου, οδήγησε σε αύξηση μικρότερη του πληθωρισμού, με άμεσες επιπτώσεις στη ρευστότητα των μεταποιητικών επιχειρήσεων. Από τα στοιχεία που συνθέτουν το κυκλοφορούν και διαθέσιμο ενεργητικό, τη μεγαλύτερη αύξηση σημειώνουν τα διαθέσιμα (3,5%), οι αυξήσεις των αποθεμάτων (1,6%) και των

απαιτήσεων (1,3%) ήταν μικρότερες. Αναφορικά με τη διάρθρωση του κυκλοφορούντος και διαθέσιμου ενεργητικού, συνίσταται κατά 59,7% σε απαιτήσεις, κατά 30,8% σε αποθέματα και κατά 10% σε διαθέσιμα (βλ. Πίνακα 1.9).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9 - Διάρθρωση Κυκλοφορούντος Ενεργητικού στη Μεταποίηση (σε εκατομμύρια €)

Έτος	Αποθέματα	Ποσοστό Συμμετοχής στο Σύνολο	Απαιτήσεις	Ποσοστό Συμμετοχής στο Σύνολο	Διαθέσιμα	Ποσοστό Συμμετοχής στο Σύνολο	Σύνολο Κυκλοφορούν & Διαθέσιμα
1995	4,151.44	33.6%	7,213.26	58.3%	998.27	8.1%	12,362.97
1996	4,465.69	36.1%	7,949.77	64.3%	1,029.53	8.3%	13,444.99
1997	4,946.34	40.0%	9,599.83	77.6%	1,192.19	9.6%	15,738.36
1998	5,462.94	44.2%	9,798.90	79.3%	1,461.56	11.8%	16,723.40
1999	5,926.59	47.9%	12,562.42	101.6%	1,965.41	15.9%	20,454.42
2000	7,267.44	58.8%	14,115.94	114.2%	2,183.32	17.7%	23,566.70
2001	7,381.85	59.7%	14,302.47	115.7%	2,260.16	18.3%	23,944.48

ΠΗΓΗ: Η Ελληνική Βιομηχανία το 2002, ΣΕΒ (2003)

Ενδεικτικό της προσέγγισης της κεφαλαιακής δομής των ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων, με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές, αποτελεί η σταθεροποίηση του λόγου ιδίων προς συνολικά κεφάλαια τα τελευταία χρόνια (βλ. Πίνακα 1.10). Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης (λόγος ξένων προς ίδια κεφάλαια) επιβεβαιώνει την ύπαρξη μιας αρμονικής αναλογίας μεταξύ δανεισμού και κεφαλαίων από άλλες πηγές (βλ. Πίνακα 1.11).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.10 - Σχέση Ιδίων, Ξένων και Συνολικών Κεφαλαίων στη Μεταποίηση

ποσά σε εκ. ευρώ

Έτος	Ίδια Κεφάλαια	Ξένα Κεφάλαια	Σύνολο Κεφαλαίων	Ίδια / Ξένα (%)	Ίδια / Συνολικά (%)	Δανειακή Επιβάρυνση (Ξένα / Ίδια)
1995	8,080.01	12,707.83	20,787.84	63.58%	38.87%	1.57
1996	10,304.81	13,419.11	23,723.92	76.79%	43.44%	1.30
1997	12,808.18	15,051.53	27,859.71	85.10%	45.97%	1.18
1998	14,058.57	16,766.79	30,825.36	83.85%	45.61%	1.19
1999	17,665.66	19,219.01	36,884.67	91.92%	47.89%	1.09
2000	22,732.29	23,139.21	45,871.50	98.24%	49.56%	1.02
2001	23,612.21	23,930.16	47,542.37	98.67%	49.67%	1.01

ΠΗΓΗ: Η Ελληνική Βιομηχανία το 2002, ΣΕΒ (2003)

Σημαντικός δείκτης είναι ο βαθμός παγιοποίησης του ενεργητικού, ο οποίος συνίσταται στο λόγο των καθαρών παγίων στοιχείων προς το σύνολο του ενεργητικού και φανερώνει τη συμβολή των παγίων στοιχείων στην παραγωγική διαδικασία. Ο βαθμός παγιοποίησης της ελληνικής μεταποίησης το 2001 ήταν

49,64%. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην ευρεία αντικατάσταση των αποσβεσθέντων παγίων του 2001 (48,63% έναντι 24,99% το 2000) αλλά και στο γεγονός ότι τα καθαρά πάγια αυξήθηκαν κατά 5,8% ενώ το κυκλοφορούν και τα διαθέσιμα αυξήθηκαν μόλις κατά 1,6%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.11 - Βασικοί Δείκτες

Έτος	Βαθμός Παγιοποίησης	Άμεση Ρευστότητα	Απόδοση Ιδίων Κεφαλαίων	Μικτό Περιθώριο Κέρδους	Καθαρό Περιθώριο Κέρδους	Δανειακή Επιβάρυνση (Ξένα / Ίδια)
1995	41.0%	0.68	12.9%	28.85%	4.90%	1.57
1996	43.0%	0.71	11.2%	29.80%	5.08%	1.30
1997	43.5%	0.78	9.8%	28.56%	4.55%	1.18
1998	45.8%	0.71	11.0%	31.61%	5.61%	1.19
1999	44.5%	0.81	12.4%	33.47%	7.37%	1.09
2000	48.6%	0.75	10.3%	30.63%	6.47%	1.02
2001	49.6%	0.90	8.2%	29.46%	5.20%	1.01

ΠΗΓΗ: Η Ελληνική Βιομηχανία το 2002, ΣΕΒ (2003)

Αισθητή κάμψη παρουσιάζει η ρευστότητα των μεταποιητικών επιχειρήσεων καθώς ο δείκτης άμεσης ρευστότητας, ο οποίος φανερώνει τη σχέση των άμεσα ρευστοποιήσιμων στοιχείων του κυκλοφορούντος ενεργητικού (πλην των αποθεμάτων) με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, είναι μικρότερος της μονάδας. Ο δείκτης γενικής ρευστότητας αντίθετα έχει τιμές 1,01 το 2000 και 1,02 το 2001.

Η αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων (λόγος καθαρών κερδών προς τα ίδια κεφάλαια) μειώθηκε στο 8,2% το 2001 έναντι 10,3% τον προηγούμενο χρόνο (βλ. Πίνακα 1.11).

Προσδοκίες για το μέλλον

Η ελληνική βιομηχανία βρίσκεται σε θετική τροχιά τα τελευταία χρόνια. Η συμμετοχή της Ελλάδας στην ευρωζώνη, η χρήση του ενιαίου νομίσματος, η σχετική σταθερότητα τιμών και η εξάλειψη σημαντικού μέρους από τα συναλλαγματικά κόστη (μεγάλο τμήμα των εμπορικών συναλλαγών είναι ενδοκοινοτικό), διαμορφώνουν ένα περιβάλλον, όπου η βιωσιμότητα των Ελληνικών επιχειρήσεων εξαρτάται σημαντικά από τη δυνατότητα τους να δημιουργήσουν συνθήκες παραγωγικής επέκτασης διεθνώς ανταγωνιστικών προϊόντων.

Από τη χρηματοοικονομική ανάλυση των μεγεθών των ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων, φαίνεται ότι ξεπερνούν το δυσμενές κλίμα του 2001, το

οποίο σημαδεύτηκε από σημαντικές διαταραχές στις ξένες αγορές. Η πορεία των μεταποιητικών επιχειρήσεων το 2002 είναι ικανοποιητική, καθώς αρκετές επιχειρήσεις επέκτειναν τις δραστηριότητες τους σε νέες αναδύμενες αγορές του εξωτερικού. Σημαντική κινητικότητα υπήρξε και στο επίπεδο των συνεργασιών και εξαγορών με ξένες εταιρείες, προκειμένου να αντιμετωπιστεί η ένταση του εσωτερικού ανταγωνισμού.

Στο μέλλον η πορεία της μεταποίησης θα επηρεαστεί σημαντικά από παράγοντες όπως το κόστος παραγωγής, η αύξηση της παραγωγικότητας, ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός και η ανάπτυξη του ανθρώπινου κεφαλαίου. Επίσης θα επηρεαστεί από την οικονομική πολιτική που θα ασκηθεί, την αναμόρφωση του θεσμικού και γραφειοκρατικού πλαισίου λειτουργίας του δημόσιου τομέα και την προώθηση διαρθρωτικών αλλαγών σε κρίσιμους τομείς της Ελληνικής οικονομίας.

1.2. ΟΙ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1.2.1. Ορισμός ΜΜΕ

Οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε πολύ μικρές, μικρές, μεσαίες και μεγάλες με βάση το μέγεθος τους. Η σαφής οριοθέτηση μεταξύ των κατηγοριών αυτών είναι δύσκολη, δεδομένου ότι τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό του μεγέθους μιας επιχείρησης ποικίλουν. Το μέγεθος μιας επιχείρησης ορίζεται διαφορετικά, τόσο μεταξύ διαφορετικών κλάδων δραστηριότητας, όσο και μεταξύ διαφορετικών χωρών. Η ανάγκη υιοθέτησης ενός ορισμού της ΜΜΕ, που θα χαίρει ευρείας αποδοχής, προέκυψε στην Ευρωπαϊκή Ένωση σαν αποτέλεσμα της ενιαίας αγοράς και της απαίτησης ίσης μεταχείρισης απέναντι στις επιχειρήσεις, αναφορικά με την εφαρμογή των κοινοτικών μέτρων υποστήριξης και της συνοχής και αποτελεσματικότητας των εφαρμοζόμενων πολιτικών.

Στα πλαίσια αυτά εφαρμόστηκε η σύσταση της Επιτροπής 96/280/ΕΚ σχετικά με τον ορισμό της ΜΜΕ. Λόγω των δυσκολιών που προέκυψαν, όσον αφορά την ερμηνεία κατά την εφαρμογή της σύστασης αυτής, αλλά και κατόπιν σχετικών παρατηρήσεων των επιχειρήσεων, κρίθηκε σκόπιμη η αντικατάσταση της με την σύσταση 2003/361/ΕΚ της 6^{ης} Μαΐου 2003 (Επίσημη Εφημερίδα Ε.Ε. L124/36, 2003). Σύμφωνα με την εν λόγω σύσταση ορίζονται, με βάση τα κριτήρια του αριθμού απασχολούμενων και του ετήσιου κύκλου εργασιών (ή του συνόλου ετήσιου Ισολογισμού), οι κατηγορίες επιχειρήσεων που παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.12.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.12 – Κατανομή Επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους

Κατηγορία Επιχειρήσεων	Αριθμός Απασχολούμενων	Ετήσιος Κύκλος Εργασιών ή σύνολο ετήσιου Ισολογισμού (σε εκατομμύρια ευρώ)
Πολύ μικρές	0-9	≤ 2
Μικρές	10-49	≤ 10
Μεσαίες	50-249	≤ 50 (ετήσιος Κύκλος Εργασιών) ≤ 43 (σύνολο ετήσιου Ισολογισμού)

Οι μεγάλες επιχειρήσεις απασχολούν 250 και περισσότερους εργαζόμενους.

Ως ΜΜΕ, σύμφωνα με τη σύσταση 2003/361/ΕΚ, ορίζεται η επιχείρηση που:

- ✓ Απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζόμενους
- ✓ Ο ετήσιος Κύκλος Εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου Ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ,
- ✓ Είναι Ανεξάρτητη, δηλαδή δεν ανήκει κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου, σε μια επιχείρηση ή από κοινού σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της ΜΜΕ ή της μικρής επιχείρησης.

Στην Ελλάδα ως ΜΜΕ, σύμφωνα με τον ορισμό του EOMMEX (1996), ορίζεται η επιχείρηση που απασχολεί μέχρι 100 εργαζομένους κατά μέσο όρο τα τελευταία 3 χρόνια και έχει ετήσιο κύκλο εργασιών έως 2,4 εκατομμύρια ευρώ, εκτός αν είναι εντάσεως κεφαλαίου οπότε ο μέγιστος αριθμός εργαζομένων μειώνεται στους 50 (www.eommex.gr/english/SME_in_Ellas/sme_sector).

1.2.2. Ο Ρόλος και η θέση των ΜΜΕ στην Ελληνική Οικονομία

Οι ΜΜΕ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην οικονομία της Ελλάδας. Χαρακτηρίζονται ως η «ραχοκοκαλιά» της Ελληνικής Οικονομίας (Κυριαζόπουλος και Τερζίδης, 2000). Το μέγεθος τους τις καθιστά ευέλικτες, με υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. Όπως αναφέρεται στη συνέχεια, οι ΜΜΕ συμμετέχουν με πολύ υψηλό ποσοστό στο σύνολο των επιχειρήσεων, συμβάλλοντας στην παραγωγικότητα, την απασχόληση και την ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας. Η μεγέθυνση της παραγωγικότητας και κατ' επέκταση η οικονομική μεγέθυνση, επηρεάζεται από τον ανταγωνισμό, που είναι εγγενής στη γέννηση και το θάνατο, την είσοδο και την έξοδο από την αγορά, των

ΜΜΕ. Αυτή η διαδικασία συνεπάγεται ανακατατάξεις στην αγορά εργασίας και υψηλό βαθμό εναλλαγών θέσεων εργασίας, που είναι σημαντικό μέρος της ανταγωνιστικής διαδικασίας και της δομικής αλλαγής (OECD Policy Brief, 2000). Στη δεκαετία 1988-1998 οι ΜΜΕ δημιούργησαν 50.000 νέες θέσεις εργασίας και στη διάρκεια της ίδιας περιόδου ο συνολικός αριθμός των επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά 19.000 (OECD SMEs Outlook, 2000).

Στην Ελλάδα η διαθεσιμότητα στατιστικών στοιχείων αναφορικά με τις ΜΜΕ, αλλά και τις επιχειρήσεις εν γένει, δεν είναι ικανοποιητική. Η τελευταία απογραφή του συνόλου των μεταποιητικών και εμπορικών επιχειρήσεων διενεργήθηκε από την Ε.Σ.Υ.Ε. το 1988. Σύμφωνα με αυτή, σε σύνολο 509.000 επιχειρήσεων, το 96,3% απασχολούσαν 0-9 εργαζόμενους, το 3,6% των επιχειρήσεων απασχολούσαν 10-99 εργαζόμενους και μόλις το 0,2% των επιχειρήσεων απασχολούσαν περισσότερους από 100 εργαζόμενους.

Πιο πρόσφατα επίσημα στοιχεία περιλαμβάνονται στο Μητρώο Επιχειρήσεων που διατηρεί η Ε.Σ.Υ.Ε. (1995), στο οποίο βρίσκονται εγγεγραμμένες 543.839 επιχειρήσεις συνολικά. Από αυτές το 93,73% δηλαδή 509.746 επιχειρήσεις απασχολούν από 0-99 άτομα και χαρακτηρίζονται ως ΜΜΕ, ενώ μόλις το 0,18% ή 988 επιχειρήσεις απασχολούν 100 ή περισσότερα άτομα και χαρακτηρίζονται ως μεγάλες. Για το υπόλοιπο 6,09% ή 33.105 επιχειρήσεις δεν είναι γνωστή η τάξη μεγέθους τους (βλ. Πίνακα 1.13).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.13 - Επιχειρήσεις ανάλογα με το μέγεθος τους 1995

Αριθμός Απασχολούμενων	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστά συμμετοχής στο σύνολο
Άγνωστος	33,105	6.09%
0-4	484,076	89.01%
5-9	13,905	2.56%
10-19	6,859	1.26%
20-39	2,168	0.40%
40-49	1,674	0.31%
50-99	1,064	0.20%
100-199	535	0.10%
200-499	309	0.06%
500-999	90	0.02%
1000+	54	0.01%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	543,839	100.00%
ΜΜΕ (0-99)	509,746	93.73%
ΜΕΓΑΛΕΣ (100+)	988	0.18%

ΠΗΓΗ: Μητρώο Επιχειρήσεων ΕΣΥΕ, 1995

1.2.3. Μεταποιητικές ΜΜΕ

Οι Ελληνικές Μεταποιητικές Επιχειρήσεις είναι στη συντριπτική πλειοψηφία τους Μικρομεσαίες. Σε σύνολο 144.717 μεταποιητικών επιχειρήσεων (Ε.Σ.Υ.Ε., 1988), το 99,53% απασχολούν 0-99 άτομα και μόλις το 0,47% απασχολούν 100 ή περισσότερα άτομα. Η μέση ετήσια απασχόληση του συνόλου των μεταποιητικών επιχειρήσεων ανέρχεται στα 705.819 άτομα (αναλυτικοί πίνακες ανά κλάδο μεταποίησης περιλαμβάνονται στο Παράρτημα).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.14- Κατανομή Μεταποιητικών μονάδων κατά μέγεθος

Μέγεθος Επιχειρήσεων (αριθμός απασχολούμενων)	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστιαία συμμετοχή
0-4	122,623	84.73%
5-9	12,704	8.78%
10-19	5,140	3.55%
20-29	1,622	1.12%
30-49	1,173	0.81%
50-99	775	0.54%
ΜΜΕ (0-99 άτομα)	144,037	99.53%
Μεγάλες επιχειρήσεις (100+)	680	0.47%
ΣΥΝΟΛΟ	144,717	100.00%

ΠΗΓΗ: Απογραφή ΕΣΥΕ 30ης Σεπτεμβρίου 1988

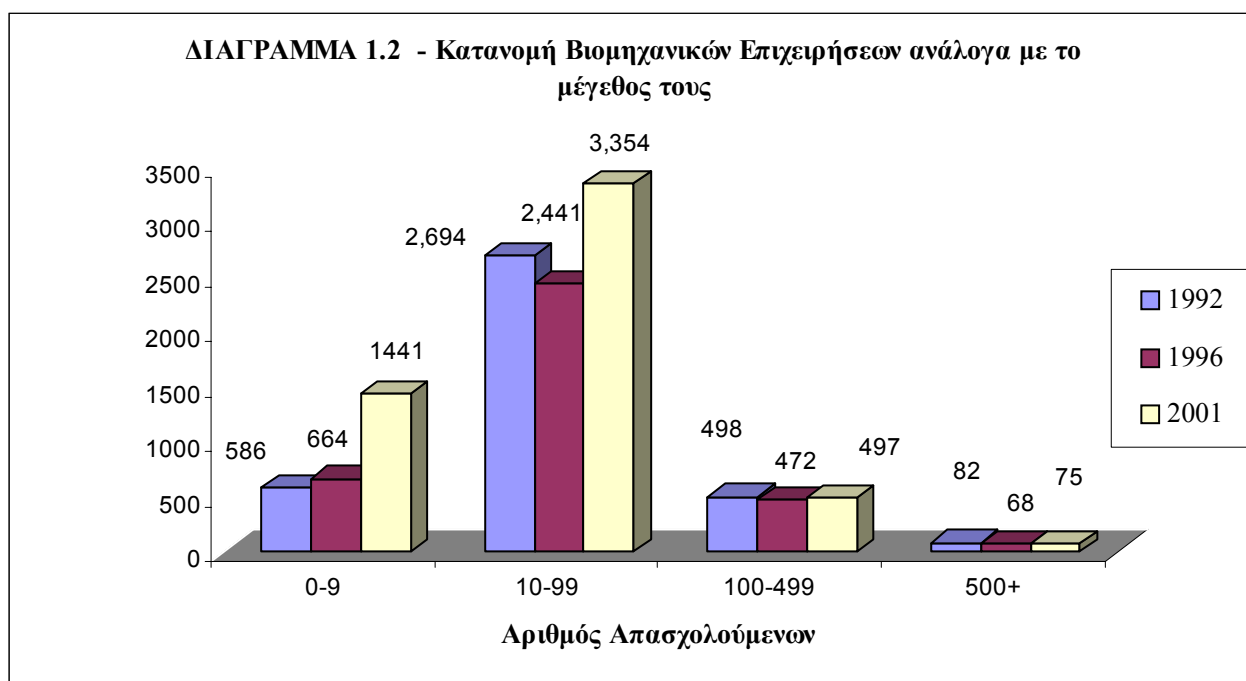
Ενδεικτικά της τάσης διαχρονικής εξέλιξης των μεταποιητικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, είναι τα στοιχεία του Ελληνικού Οικονομικού Οδηγού της ICAP. Το 2001 υπήρχαν 5.367 μεταποιητικές επιχειρήσεις καταγεγραμμένες οι οποίες απασχολούσαν 280.121 άτομα.

Οι ΜΜΕ αποτελούν το 89,3% του συνόλου, δηλαδή 4.795 επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούν το 38,65% του συνόλου των απασχολούμενων. Οι επιχειρήσεις που απασχολούν 100 ή περισσότερα άτομα αποτελούν το 10,7% του συνόλου επιχειρήσεων, δηλαδή 572 και συμβάλουν στο 61,35% της απασχόλησης. Στη διάρκεια της δεκαετίας 1992 – 2001 ο αριθμός των ΜΜΕ αυξάνει ενώ αντίστοιχα των μεγάλων επιχειρήσεων (100 και πλέον άτομα) μειώνεται (βλ. Πίνακα 1.15).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.15 - Βιομηχανικές Επιχειρήσεις ανάλογα με το μέγεθος τους (αριθμός απασχολούμενων)

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ									ΜΜΕ (0-9)	%	ΜΕΓΑΛΕΣ (100+)	%
	0-9	%	10-99	%	100-499	%	500+	%	ΣΥΝΟΛΟ				
1992	586	15.2%	2,694	69.8%	498	12.9%	82	2.1%	3,860	3,280	85.0%	580	15.0%
1993	471	13.6%	2,454	70.6%	474	13.6%	77	2.2%	3,476	2,925	84.1%	551	15.9%
1994	619	17.6%	2,373	67.3%	455	12.9%	77	2.2%	3,524	2,992	84.9%	532	15.1%
1995	636	17.7%	2,420	67.3%	471	13.1%	71	2.0%	3,598	3,056	84.9%	542	15.1%
1996	664	18.2%	2,441	67.0%	472	12.9%	68	1.9%	3,645	3,105	85.2%	540	14.8%
1997	787	20.1%	2,610	66.7%	447	11.4%	68	1.7%	3,912	3,397	86.8%	515	13.2%
1998	911	20.7%	2,973	67.5%	447	10.1%	73	1.7%	4,404	3,884	88.2%	520	11.8%
1999	1,236	24.5%	3,262	64.8%	472	9.4%	66	1.3%	5,036	4,498	89.3%	538	10.7%
2000	1,318	25.4%	3,323	64.0%	482	9.3%	73	1.4%	5,196	4,641	89.3%	555	10.7%
2001	1,441	26.8%	3,354	62.5%	497	9.3%	75	1.4%	5,367	4,795	89.3%	572	10.7%

ΠΗΓΗ: ICAP, Η Ελλάδα σε Αριθμούς 1993-2003



Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ετήσιας Βιομηχανικής Έρευνας που διενεργεί η Ε.Σ.Υ.Ε. απογραφικά στο σύνολο της χώρας, οι μονάδες με μέση ετήσια απασχόληση πάνω από 10 άτομα ανέρχονταν το 2000 στις 5.016 και απασχολούσαν 233.608 άτομα. Από την έρευνα αυτή λείπουν οι μικρές επιχειρήσεις (0 έως 9 απασχολούμενοι), οι οποίες και αποτελούν την πλειοψηφία των ΜΜΕ, ωστόσο απεικονίζει τις τάσεις εξέλιξης του αριθμού των μεταποιητικών επιχειρήσεων της Ελλάδας και των απασχολούμενων τους (αναλυτικοί πίνακες ανά κλάδο μεταποίησης περιλαμβάνονται στο Παράρτημα).

Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, η διαχρονική εξέλιξη του αριθμού των μεταποιητικών μονάδων παρουσιάζει συνεχή φθίνουσα πορεία. Ο ρυθμός ωστόσο

εμφανίζει διακυμάνσεις καθώς την περίοδο 1995-1998 μειωνόταν, τη διετία 1998-1999 παρουσίασε τη μεγαλύτερη πτώση (-6,03%), ενώ τη διετία 1999-2000 η μεταβολή του ήταν αμελητέα, μόλις 0,12% (βλ. Πίνακα 1.16).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.16 - Διαχρονική εξέλιξη αριθμού καταστημάτων (>10 ατόμων) και απασχολούμενων

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Σε απόλυτες τιμές</i>						
Αριθμός καταστημάτων	5,814	5,604	5,407	5,344	5,022	5,016
Σύνολο Απασχολούμενων	255,014	243,110	235,261	235,740	228,118	233,608
<i>Διαχρονική εξέλιξη (σε ποσοστιαίες τιμές)</i>						
		1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00
Αριθμός καταστημάτων		-3.61%	-3.52%	-1.17%	-6.03%	-0.12%
Σύνολο Απασχολούμενων		-4.67%	-3.23%	0.20%	-3.23%	2.41%

ΠΗΓΗ: Αποτελέσματα Ετήσιας Βιομηχανικής Έρευνας ΕΣΥΕ (www.statistics.gr)

Αναφορικά με τους απασχολούμενους στις μεταποιητικές επιχειρήσεις, με μέση ετήσια απασχόληση άνω των 10 ατόμων, η εξέλιξη εμφανίζει διακυμάνσεις, την περίοδο 1995-1997 οι ρυθμοί μείωσης του αριθμού των απασχολούμενων είναι -4,67% και -3,23%, τη διετία 1997-1998 εμφανίζεται μια μικρή αύξηση (+0,20%), στη συνέχεια ο ρυθμός μεταβολής γίνεται πάλι αρνητικός (1998-1999: -3,23%) και την περίοδο 1999-2000 αυξάνει κατά +2,41%.

1.3. ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα, στην Ε.Ε. και σε πολλές ακόμη χώρες του κόσμου, μεταξύ των οποίων και οι ανεπτυγμένες οικονομίες των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο, καθώς συμμετέχουν με πολύ υψηλά ποσοστά στο σύνολο των επιχειρήσεων και είναι πρωτοπόρες στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Στην Ελλάδα οι ΜΜΕ είναι συνήθως οικογενειακού χαρακτήρα. Η διοίκηση και διαχείριση τους γίνεται από τους ιδιοκτήτες τους, γεγονός που παρέχει στις επιχειρήσεις ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων, πολύ σημαντικά πλεονεκτήματα στο διαρκώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται (Storey 1994, McKiernan & Morris 1994, Gupta & Cawthorn 1996). Εξαιτίας της εγγύτητας τους στην αγορά και της οργανωτικής και λειτουργικής ευελιξίας τους, συχνά είναι πρωτοπόρες στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών (Roper, 1997).

Το μικρό μέγεθος τους καθώς και ο οικογενειακός χαρακτήρας των ΜΜΕ, τους δίνει την ευκαιρία της δημιουργίας στενών και προσωπικών σχέσεων με τους πελάτες, το προσωπικό και τους προμηθευτές τους, με αποτέλεσμα την καλύτερη ανταπόκριση στις εξειδικευμένες ανάγκες και προσδοκίες τους. Αυτό αποτελεί σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα τους έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων.

Εκτός όμως από τα πλεονεκτήματα που προσδίδει ο οικογενειακός χαρακτήρας στις ΜΜΕ, έχει συχνά αρνητικές συνέπειες στη διαχείριση τους, καθώς είναι απρόθυμες να εμπιστευτούν εξωτερικούς συμβούλους ή ακόμη και να προσλάβουν εξειδικευμένα διοικητικά στελέχη που δεν ανήκουν στο οικογενειακό τους περιβάλλον και να τους εμπιστευτούν τεχνογνωσία και επιχειρηματικά μυστικά.

Ακόμη όμως και όταν κάποιες ΜΜΕ αποφασίσουν να εμπιστευτούν εξειδικευμένα στελέχη, αντιμετωπίζουν προβλήματα στην εύρεση τους. Στην Ε.Ε. το 20% των ΜΜΕ αντιμετωπίζουν προβλήματα απουσίας εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού (ENSR Survey, 2002).

Από τα σημαντικότερα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι ΜΜΕ σήμερα είναι η δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδοτικούς πόρους, γεγονός που τις εμποδίζει να επεκταθούν, να γίνουν πιο ανταγωνιστικές και να διαδραματίσουν το ζωτικό ρόλο τους στην οικονομική ανάπτυξη. Το 13% των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ αντιμετωπίζει αδυναμία πρόσβασης σε χρηματοδότηση (ENSR Survey, 2002). Στην Ελλάδα το ποσοστό αυτό αυξάνει στο 15% και αφορά ιδιαίτερα τις ΜΜΕ που βρίσκονται στο ξεκίνημα τους. Οι περισσότερες ΜΜΕ στην Ελλάδα στρέφονται στον βραχυπρόθεσμο τραπεζικό δανεισμό, με αρνητικές συνέπειες στην αποδοτικότητα τους καθώς επιβαρύνονται από το υψηλό κόστος των χρηματοοικονομικών εξόδων.

Τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ε.Ε., σχεδιάζονται και εφαρμόζονται πολιτικές και προγράμματα προκειμένου να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα της ανεπάρκειας χρηματοδοτικών πόρων στις ΜΜΕ. Παράλληλα έχει πλέον κατοχυρωθεί η ευμενέστερη φορολογική μεταχείριση τους. Προκειμένου όμως οι ΜΜΕ να κάνουν χρήση των χρηματοδοτικών μέσων και προγραμμάτων θα πρέπει να ενημερωθούν αναφορικά με την ύπαρξη τους, οι διαδικασίες διαχείρισης τους να γίνουν απλούστερες και να εισακούονται οι απόψεις των επιχειρηματιών κατά την κατάρτιση των πολιτικών και προγραμμάτων που τους αφορούν.

Εκτός από τη γραφειοκρατία που συχνά λειτουργεί αποτρεπτικά στη χρήση των προγραμμάτων, οι ΜΜΕ έχουν να αντιμετωπίσουν γραφειοκρατικές διαδικασίες και στις συναλλαγές τους με το Δημόσιο. Ο πιο συνηθισμένος δείκτης μέτρησης του

βάρους της γραφειοκρατίας που επιβαρύνει μια επιχείρηση είναι ο χρόνος και το κόστος σύστασης της. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων της Ε.Ε., η Ελλάδα έχει μικρό χρόνο σύστασης αλλά σε επίπεδο κόστους έχει το δεύτερο υψηλότερο μετά την Αυστρία.

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και το άνοιγμα των συνόρων, έχουν δημιουργήσει ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, στο οποίο οι ΜΜΕ καλούνται να αντιμετωπίσουν μεγάλες σε μέγεθος επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν ισχυρά πλεονεκτήματα. Συγκεκριμένα έχουν στη διάθεση τους μεγάλου ύψους κεφάλαια, έχουν καλύτερη δανειοληπτική ικανότητα και κατ' επέκταση είναι σε θέση να χρησιμοποιούν σύγχρονους εξοπλισμούς. Εκμεταλλεύονται οικονομίες κλίμακας, βελτιώνοντας την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν και μειώνοντας το κόστος παραγωγής τους.

1.4. ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΜΕ

1.4.1. Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ

Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν σήμερα οι ΜΜΕ, είναι αυτό της εξεύρεσης των απαιτούμενων χρηματοδοτικών μέσων προκειμένου να επιτύχουν τους στόχους τους και να ανταποκριθούν στις προκλήσεις του έντονα ανταγωνιστικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται. Υπάρχουν διάφορα χρηματοδοτικά μέσα και εργαλεία και η επιλογή της κατάλληλης μορφής χρηματοδότησης εξαρτάται, τόσο από τον κίνδυνο που επιφέρει, όσο και από το στάδιο του κύκλου ζωής στο οποίο βρίσκεται η ΜΜΕ.

Στον Πίνακα 1.17 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι βασικότερες μορφές χρηματοδότησης ανάλογα με το στάδιο του κύκλου ζωής που διανύει η ΜΜΕ.

Βασική πηγή χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις είναι ο τραπεζικός δανεισμός. Θα πρέπει ωστόσο να βελτιωθεί η πρόσβαση των ΜΜΕ, ιδιαίτερα των νεοσύστατων και καινοτόμων επιχειρήσεων, στην τραπεζική χρηματοδότηση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.17 - Μορφές Χρηματοδότησης ΜΜΕ ανάλογα με το στάδιο του Κύκλου Ζωής της

Πηγή Χρηματοδότησης	ΣΤΑΔΙΑ ΚΥΚΛΟΥ ΖΩΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ					
	Προ-εκκίνηση	Εκκίνηση	Γρήγορη ανάπτυξη	Επέκταση	Διαδοχή	Ωρίμανση
Ίδια κεφάλαια						
Οικογένεια						
Τραπεζικός δανεισμός						
Δομές στήριξης ΜΜΕ						
Προμηθευτές άλλων μορφών πίστωσης						
Περιφερειακές Εταιρείες Ανάπτυξης						
Κρατικοί Οργανισμοί Χρηματοδότησης						
Κεφαλαιοποίηση Αποθεματικών						
Επιχειρηματικά Κεφάλαια Υψηλού Κινδύνου (Venture Capitals)						
Κεφάλαια Χρηματοδότησης Ανάπτυξης Προϊόντων (Seed Capitals)						
Χρηματαγορές						

ΠΗΓΗ: Οδηγός επιχειρηματικότητας σε θέματα καινοτόμων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων, Επιστημονικό & Τεχνολογικό Πάρκο Ηπείρου, Απρίλιος 2003.

Μέτρο – τομή στην κατεύθυνση αυτή αποτελεί η θεσμοθέτηση του **Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ)**, που έθεσε σε εφαρμογή το Υπουργείο Ανάπτυξης. Η σύσταση του ΤΕΜΠΜΕ έγινε με το Νόμο 3066 (ΦΕΚ, Τεύχος Α, Αρ. Φύλλου 252/18-10-2002) και με την Απόφαση Αρ. 12882/867 της 31/07/2003 (ΦΕΚ, Τεύχος Β', Αρ. Φύλλου 1065) εγκρίθηκαν οι κανονισμοί παροχής εγγυήσεων και λειτουργίας του.

Το ΤΕΜΠΜΕ αποτελεί Ανώνυμη Εταιρεία με σκοπό, βάσει του καταστατικού της, τη διευκόλυνση της πρόσβασης των μικρών επιχειρήσεων όλων των κλάδων, υφιστάμενων ή νεοϊδρυνόμενων στην αγορά κεφαλαίων, για την προώθηση του τεχνολογικού και οργανωτικού εκσυγχρονισμού, καθώς και την εισαγωγή καινοτομιών στην οργάνωση και λειτουργία τους. Το Ταμείο θα δίνει στις τράπεζες την εγγύηση που ζητούν προκειμένου να εγκρίνουν τη χορήγηση δανείου. Η εγγύηση θα παρέχεται σε οικονομικά βιώσιμες επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 30 εργαζόμενους, είναι προσωπικές, Ο.Ε., Ε.Π.Ε., Ε.Ε., Α.Ε., υπό σύσταση ή νέες ή

υφιστάμενες, που δεν είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο, εμπίπτουν στον ορισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις και έχουν έδρα τους την Ελλάδα για δραστηριότητες τους εγχώρια και στο εξωτερικό.

Το Ταμείο δίνει εγγυήσεις σε χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς για δάνεια προς ΜΜΕ και για ποσά από 10.000 έως 100.000 ευρώ, καλύπτει με εγγύηση από 40% έως 70% του δανείου που ζητά η ΜΜΕ χωρίς να απαιτείται προσημείωση, υποθήκευση ή άλλη εξασφάλιση προς την τράπεζα για το ποσό της εγγύησης. Το μετοχικό κεφάλαιο του Ταμείου είναι 100.000.000 ευρώ και συγχρηματοδοτείται από το Ελληνικό Δημόσιο (33%) και την Ευρωπαϊκή Ένωση (67%) στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ (Γιέτη, 2003).

Σημαντική πηγή χρηματοδότησης για νεοσύστατες, ταχέως εξελισσόμενες επιχειρήσεις, αποτελούν και τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού κινδύνου (venture capitals). Υπάρχουν ιδιωτικές εταιρείες οι οποίες διαχειρίζονται αυτά τα κεφάλαια που μπορεί να προέρχονται από διάφορες πηγές (ιδιώτες επενδυτές, ασφαλιστικά ταμεία, ιδρύματα, λοιπούς οργανισμούς).

1.4.2. Αναπτυξιακός Νόμος 2601/1998

Ο Νόμος 2601/1998 (ΦΕΚ δημοσίευσης 81/Α/15-04-98) αφορά την ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας (βρίσκεται σε φάση αναθεώρησης). Τα είδη ενισχύσεων που παρέχει αφορούν επιχορήγηση, επιδότηση τόκων, επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης και φορολογική απαλλαγή. Για την εφαρμογή των ενισχύσεων αυτών, οι επενδυτές διακρίνονται σε νέους (νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις ή εκείνες που δεν έχουν ξεπεράσει τα πέντε χρόνια λειτουργίας) και παλαιούς (επιχειρήσεις που έχουν ξεπεράσει τα πέντε χρόνια λειτουργίας από τη σύστασή τους). Στον αναπτυξιακό νόμο υπάγονται επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε όλους τους τομείς της οικονομίας (πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή). Για την εφαρμογή των ενισχύσεων η χώρα κατανέμεται σε τέσσερις περιοχές (Α, Β, Γ και Δ) για κάθε μια από τις οποίες ισχύουν διαφορετικά ποσοστά ενισχύσεων.

Το ποσοστό της επιχορήγησης συνδέεται με τις νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στα πλαίσια της αντιμετώπισης της ανεργίας. Το ανώτατο όριο επιχορήγησης ανά νέα μόνιμη θέση εργασίας είναι περίπου 44.000 ευρώ. Αυτή η σύνδεση της επιχορήγησης με τις δημιουργούμενες νέες θέσεις εργασίας κατευθύνει

σε μεγαλύτερο βαθμό τα κίνητρα προς την ενίσχυση των ΜΜΕ, για τις οποίες είναι δεδομένη η υψηλότερη σχέση θέσεων απασχόλησης προς τα επενδύόμενα κεφάλαια.

Ενισχύεται λοιπόν η διεθνής ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ με μέτρα όπως:

- ✓ Η προώθηση της κοινής επιχειρηματικής δράσης, με τη διασύνδεση των ενεργειών δύο τουλάχιστον μεταποιητικών ΜΜΕ με εμπορικές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, προκειμένου να δημιουργήσουν υποδομές κοινής εξυπηρέτησης.
- ✓ Η επιχορήγηση δαπανών, κοινών επενδύσεων τριών τουλάχιστον ΜΜΕ, που στοχεύουν στη μείωση του κόστους παραγωγής και διάθεσης παραγόμενων προϊόντων.
- ✓ Οι φορολογικές απαλλαγές για κοινές δράσεις εμπορικών ΜΜΕ για δαπάνες κατασκευής αποθηκών, ψυκτικών θαλάμων, συστημάτων ποιοτικού ελέγχου και συστημάτων λογισμικού.
- ✓ Ο ορισμός κατώτατου ορίου για υπαγωγή επενδύσεων νέων μονάδων στα 132.000 ευρώ περίπου (73.367 ευρώ περίπου στα νησιά).

1.4.3. Το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ)

Στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ υλοποιούνται στην Ελλάδα 25 Προγράμματα και 4 Κοινοτικές Πρωτοβουλίες, με τη συνδρομή των διαρθρωτικών ταμείων της Ε.Ε. Οι συνολικοί πόροι του Γ' ΚΠΣ και του Ταμείου Συνοχής ανέρχονται στα 47,75 δις ευρώ. Σημαντικοί είναι και οι πόροι (συνολική κοινοτική συμμετοχή ύψους 25 δις ευρώ) που αντλούνται από τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες INTERREG, LEADER, EQUAL, URBAN (βλ. § 2.4).

Η υλοποίηση του Γ' ΚΠΣ γίνεται μέσω 25 επιμέρους Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Το περιφερειακό σκέλος υλοποιείται κυρίως μέσω των 13 Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΠΕΠ), που αφορούν συγκεκριμένους αναπτυξιακούς στόχους για κάθε μια από τις 13 Περιφέρειες της χώρας.

Παράλληλα με τα ΠΕΠ, υλοποιούνται και 11 Τομεακά Επιχειρησιακά Προγράμματα και ένα Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Τεχνικής Βοήθειας. Τα Επιχειρησιακά Προγράμματα αφορούν συγκεκριμένους τομείς της κοινωνικο-οικονομικής ζωής της χώρας (Κοινωνία της Πληροφορίας, Ανταγωνιστικότητα, Υγεία – Πρόνοια, Οδικοί Άξονες – Λιμένες – Αστική Ανάπτυξη, Σιδηρόδρομοι –

Αστικές Συγκοινωνίες – Αεροδρόμια, Πολιτισμός, Περιβάλλον, Εκπαίδευση και Αρχική Επαγγελματική Κατάρτιση, Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση, Αγροτική Ανάπτυξη και Αλιεία).

1.4.4.Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας «ΕΠΑΝ»

Το Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (ΚΠΣ) περιλαμβάνει προγράμματα για τη Βιομηχανία, την Έρευνα και την Τεχνολογία, την Περιφερειακή Ανάπτυξη, την Επιχειρηματικότητα, συμπεριλαμβανομένων ειδικών προγραμμάτων για τις ΜΜΕ. Το ΕΠΑΝ περιλαμβάνει 9 άξονες προτεραιότητας τους οποίους συνθέτουν 37 μέτρα. Το 80% των Δράσεων του Προγράμματος απευθύνεται στις ΜΜΕ. Από τα σημαντικότερα μέτρα για την ενίσχυση των ΜΜΕ είναι τα εξής:

- ✓ *Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ)*, με στόχο την παροχή υπηρεσιών πληροφόρησης και συμβουλών προς τις επιχειρήσεις και κυρίως τις ΜΜΕ, τα οποία θα λειτουργούν σε 13 περιφέρειες της χώρας.
- ✓ *Κέντρα Υποδοχής Επενδύσεων* σε 52 Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις της χώρας, σε διασύνδεση με το Υπουργείο Ανάπτυξης και στόχο την απλούστευση των διαδικασιών αδειοδότησης των επιχειρησιακών διαδικασιών και τη μείωση του χρόνου έκδοσης αδειών.
- ✓ *Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων* (βλ. § 1.4.1).
- ✓ *Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών Υψηλής Τεχνολογίας* για την ενίσχυση νέων επιχειρήσεων έντασης τεχνολογίας και γνώσης.
- ✓ *Τεχνολογικός Εκσυγχρονισμός Επιχειρήσεων*, μέτρο συνολικού προϋπολογισμού 293 εκατομμυρίων ευρώ περίπου, που απευθύνεται σε μεταποιητικές επιχειρήσεις που απασχολούν έως και 250 εργαζόμενους.
- ✓ *Βελτίωση ανταγωνιστικής θέσης μικρών μεταποιητικών επιχειρήσεων* έως 50 εργαζομένων, μέσω τεχνολογικού εκσυγχρονισμού (εισαγωγή νέων τεχνολογιών, πιστοποίηση συστημάτων διαχείρισης ποιότητας και ενσωμάτωση τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον). Συνολικός προϋπολογισμός 183 εκατομμυρίων ευρώ περίπου.
- ✓ *Πρόγραμμα «Πιστοποιηθείτε»* συνολικού προϋπολογισμού 11,7 εκατομμυρίων ευρώ περίπου, για την εφαρμογή προτύπων ISO 9001:2000, ISO 14001, EMAS, BS-OSHAS-10001.

- ✓ Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε», συνολικού προϋπολογισμού 117 εκατομμυρίων ευρώ περίπου, για την εισαγωγή της πληροφορικής και τη χρήση του διαδικτύου στις πολύ μικρές επιχειρήσεις.
- ✓ Προγράμματα *e-marketplaces* και *e-clusters* για τη δικτύωση των επιχειρήσεων και την ανάπτυξη projects της Νέας Οικονομίας, συνολικού προϋπολογισμού 29 εκατομμυρίων ευρώ περίπου.
- ✓ Πρόγραμμα «Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά» συνολικού προϋπολογισμού 146,7 εκατομμυρίων ευρώ περίπου.
- ✓ Εθνικό Παρατηρητήριο ΜΜΕ, προϋπολογισμού 2,9 εκατομμυρίων ευρώ.
- ✓ Χρηματοδότηση ΒΙΠΕ – ΒΕΠΕ, συνολικού προϋπολογισμού 105,6 εκατομμυρίων ευρώ περίπου.
- ✓ Προγράμματα για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων επιχειρήσεων, προϋπολογισμού 50 εκατομμυρίων ευρώ περίπου.

1.5. ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΜΕ – Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ

Εκτός από τη χρηματοδότηση των επιχειρηματικών σχεδίων από τα προγράμματα που προαναφέρθηκαν, οι ΜΜΕ θα πρέπει να τύχουν της στήριξης του κράτους με την εφαρμογή πολιτικών, οι οποίες θα στοχεύουν στη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται και στη δημιουργία των απαραίτητων δομών στήριξης της ανάπτυξης τους. Επίσης να ενθαρρύνονται ώστε να αξιοποιούν όσο το δυνατόν περισσότερο τις ευκαιρίες που τους προσφέρονται (νέες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, καινοτομία, γνώση και κατάρτιση, πληροφόρηση, κ.λ.π.). Στη συνέχεια αναπτύσσονται συνοπτικά μερικές από τις κατευθύνσεις δράσεων που αναλαμβάνονται και η πρόοδος που έχει συντελεστεί σε καθεμιά από αυτές, σύμφωνα με την Έκθεση Προόδου 2002, στα πλαίσια εναρμόνισης με τα όσα προβλέπει ο Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις Μικρές Επιχειρήσεις (Υπουργείο Ανάπτυξης, 2002).

- ✓ Η ανάληψη ενεργειών για την απλοποίηση και τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού και επιχειρησιακού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται οι ΜΜΕ, αφορούν στη μείωση των διαδικασιών σύστασης μιας νέας εταιρείας, μείωση αριθμού συνοδευτικών εγγράφων, μείωση χρόνου και κόστους εγγραφής. Έχουν γίνει σημαντικές παρεμβάσεις, με τη μείωση των

διαδικασιών σύστασης των Α.Ε. (από 13 σε 9 σημεία επαφής) και των ΕΠΕ (από 10 σε 9), τη μείωση των συνοδευτικών εγγράφων κατά 25%, επίτευξη εγγραφής εντός μιας ημέρας (για μικρές εταιρείες με μετοχικό κεφάλαιο έως 300.000 ευρώ). Η ψήφιση του Ν.3010/2002 μειώνει το χρόνο και το κόστος εγγραφής των μικρών επιχειρήσεων επιτρέποντας την ταχύτερη απόκτηση της άδειας εγκατάστασης. Παράλληλα γίνεται προσπάθεια απλούστευσης των διαδικασιών και μείωσης των διοικητικών εμποδίων για τις επιχειρήσεις. Για την πληροφόρηση και εξυπηρέτηση επιχειρήσεων (και πολιτών) έχουν δημιουργηθεί Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ) σε όλη τη χώρα.

- ✓ Προώθηση των εφαρμογών Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης (E-Government) και ιδιαίτερα του σκέλους G2B (Government to Business), δηλαδή της ηλεκτρονικής επικοινωνίας κυβέρνησης – επιχειρήσεων. Ήδη έχουν εφαρμοστεί διαδικασίες υποβολής αιτήσεων, κατάθεσης φορολογικών δηλώσεων (TAXISnet), ηλεκτρονική υποβολή Αναλυτικής Περιοδικής Δήλωσης στο ΙΚΑ μέσω της ιστοσελίδας του ιδρύματος, παροχής πληροφόρησης, κοινωνικής ασφάλισης υπαλλήλων, διάφορες άδειες, δημόσιες προμήθειες, κ.λ.π. Οι εφαρμογές G2B εξασφαλίζουν οφέλη όπως η μεγαλύτερη διαφάνεια διαδικασιών, άμεση πληροφόρηση και διεκπεραίωση και η μείωση κόστους.
- ✓ Η βελτίωση της πρόσβασης των επιχειρήσεων (ιδιαίτερα μικρού μεγέθους επιχειρήσεων που βρίσκονται στα αρχικά στάδια λειτουργίας τους) σε κεφάλαια και βελτίωση των συνθηκών λειτουργίας των κεφαλαιαγορών, είναι ενέργειες ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη των ΜΜΕ. Όπως προαναφέρθηκε άμεσα θα ξεκινήσει να λειτουργεί το ΤΕΜΠΜΕ, ενώ θα δημιουργηθεί το Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών Υψηλής Τεχνολογίας (ΚΕΣΥΤ) με σκοπό την ενθάρρυνση επιστημόνων και νέων επιχειρηματιών στην ανάπτυξη αντίστοιχης επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- ✓ Βελτίωση και απλούστευση νομοθετικών ρυθμίσεων, εξαίρεση μικρών επιχειρήσεων από ορισμένες υποχρεώσεις κανονιστικού χαρακτήρα, επανεξέταση των νόμων περί χρεοκοπίας και ανταγωνισμού. Το Υπουργείο Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης έχει ήδη συγκροτήσει την Επιτροπή Κανονιστικής Μεταρρύθμισης, η οποία εισηγείται προτάσεις βελτίωσης της ποιότητας των ρυθμίσεων στα πλαίσια της προώθησης της «Κανονιστικής Μεταρρύθμισης».

- ✓ Διενέργεια φορολογικής μεταρρύθμισης, προκειμένου να γίνει ευνοϊκότερη η φορολογική μεταχείριση τους, με την φορολογική ελάφρυνση των επιχειρήσεων και την απλούστευση του νομοθετικού πλαισίου φορολόγησης. Στην κατεύθυνση αυτή ανήκουν μέτρα όπως η κατάργηση της υποχρεωτικής υποβολής μηδενικών και πιστωτικών δηλώσεων ΦΠΑ, η κατάργηση της θεώρησης μιας σειράς μηχανογραφικών στοιχείων (ο στόχος της μείωσης του όγκου θεωρούμενων βιβλίων φθάνει το 80%), η μείωση της συχνότητας θεωρήσεων βιβλίων, κ.ά.
- ✓ Δημιουργία των δομών και μηχανισμών για τη βελτίωση και παρακολούθηση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ (δημιουργία του Εθνικού Συμβουλίου Ανταγωνιστικότητας, του Παρατηρητηρίου για τις ΜΜΕ, E-business forum, Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης).
- ✓ Ενίσχυση των επιχειρήσεων νέας τεχνολογίας και γνώσης (τεχνοβλαστοί ή spin off), ενθάρρυνση επενδύσεων σε έρευνα και ανάπτυξη με την βελτίωση του φορολογικού πλαισίου κινήτρων. Με το Νόμο 2843/2000 και την Υπουργική Απόφαση Αρ. 17/31-01-2001 έχει ξεκινήσει η εφαρμογή του προγράμματος εμπορικής αξιοποίησης των ερευνητικών αποτελεσμάτων μέσω της δημιουργίας spin offs. Παράλληλα δημιουργούνται Επιστημονικά και Τεχνολογικά Πάρκα και Θερμοκοιτίδες (Ν. 2919/2001) για τη στήριξη καινοτόμων ΜΜΕ σε τεχνολογίες αιχμής.
- ✓ Παροχή πληροφόρησης για τα οφέλη της ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών, της ανάπτυξης καινοτομικών προϊόντων, της εισόδου σε νέες αγορές, της ύπαρξης προγραμμάτων χρηματοδότησης επενδύσεων, κ.λ.π.
- ✓ Ανάπτυξη δικτύων ΜΜΕ (μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και με άλλους φορείς όπως τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, τα ερευνητικά ινστιτούτα, κ.λ.π.), προκειμένου να ωφεληθούν από οικονομίες κλίμακας, εξειδικευμένες γνώσεις, εξοικονόμηση δαπανών E&A, ανταλλαγές βέλτιστων πρακτικών.
- ✓ Δημιουργία επιχειρηματικής κουλτούρας με την καλλιέργεια του επιχειρηματικού τρόπου σκέψης από την εκπαίδευση σε όλες τις βαθμίδες της (μαθήματα επιχειρηματικότητας σε ΤΕΕ και ΙΕΚ, επιχειρηματικές δράσεις στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, γραφεία διασύνδεσης, δημιουργία Κέντρων Συμβουλευτικής και Επαγγελματικού Προσανατολισμού, πρακτική άσκηση φοιτητών και σπουδαστών σε επιχειρήσεις, κ.ά.).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΙ ΜΜΕ ΣΕ Ε.Ε. – Η.Π.Α. – ΙΑΠΩΝΙΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ΜΜΕ αποτελούν την κινητήρια δύναμη πολλών ανεπτυγμένων οικονομιών του κόσμου. Συμμετέχουν με εξαιρετικά υψηλά ποσοστά στο σύνολο των επιχειρήσεων και συμβάλουν σημαντικά στην απασχόληση.

Τα στοιχεία που παρατίθενται στη συνέχεια, αφορούν στο προφίλ των ΜΜΕ στις χώρες του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.) και ιδιαίτερα στις ανεπτυγμένες οικονομίες της Ε.Ε., των Η.Π.Α. και της Ιαπωνίας.

Βασική πηγή άντλησης των στοιχείων για τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ, αποτέλεσαν οι ετήσιες εκθέσεις του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου για τις ΜΜΕ (www.europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory). Το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ ιδρύθηκε το 1992 με σκοπό τη βελτίωση της παρακολούθησης της οικονομικής απόδοσης των ΜΜΕ στην Ευρώπη. Στην ανάλυση που ακολουθεί γίνεται διάκριση μεταξύ της Ε.Ε. -19 και των 13 υποψήφιων για ένταξη χωρών (Βουλγαρία, Κύπρος, Τσεχία, Εσθονία, Ουγγαρία, Λετονία, Λιθουανία, Μάλτα, Πολωνία, Ρουμανία, Σλοβακία, Σλοβενία και Τουρκία). Αποκαλούνται έτσι καθώς περιλαμβάνουν και χώρες οι οποίες τελικά δεν εντάχθηκαν στην Ε.Ε. (Βουλγαρία, Ρουμανία και Τουρκία), στα πλαίσια της πρόσφατης διεύρυνσης

Τα στοιχεία για τις ΜΜΕ στις ΗΠΑ και την Ιαπωνία προέρχονται κυρίως από τις πιο πρόσφατες εκθέσεις του ΟΟΣΑ (OECD SMEs Outlook, 2002), την στατιστική υπηρεσία των ΗΠΑ (www.census.gov) και την έκθεση του Ιαπωνικού Ερευνητικού Ινστιτούτου για τις ΜΜΕ (Japan SMEs Research Institute, 2003).

2.1. ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΟΟΣΑ

Ο ρόλος των ΜΜΕ στις οικονομίες των χωρών του ΟΟΣΑ συνεχίζει να είναι κρίσιμος αναφορικά με την ενίσχυση της απόδοσης της οικονομίας, ιδιαίτερα εν όψει της πρόσφατης επιβράδυνσης της οικονομικής ανάπτυξης. Οι ΜΜΕ αντιπροσωπεύουν το 96% - 99% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων στις περισσότερες οικονομίες των χωρών του ΟΟΣΑ. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (0-9 απασχολούμενοι) αντιπροσωπεύουν ποσοστά που κυμαίνονται μεταξύ 70% - 90%, ενώ οι επιχειρήσεις που απασχολούν από 0 έως 49 άτομα αντιπροσωπεύουν τουλάχιστον το 95% του συνόλου. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι ΜΜΕ είναι οι περισσότερες νέες επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια. Στις ΗΠΑ για παράδειγμα, οι ΜΜΕ αποτέλεσαν το 90% των νέων επιχειρήσεων τη δεκαετία του 1990. Στην Ε.Ε.-19 οι νέες ΜΜΕ την ίδια δεκαετία ανήλθαν τουλάχιστον στα 2,5 εκατομμύρια.

Οι ΜΜΕ έχουν σημαντική συμμετοχή και στη συνολική απασχόληση, συνεισφέρουν με ποσοστά 60% - 70% στο σύνολο της απασχόλησης στη μεταποίηση στις περισσότερες χώρες του ΟΟΣΑ και οι μικρές επιχειρήσεις παρέχουν τη συντριπτική πλειοψηφία των θέσεων εργασίας στον τομέα των υπηρεσιών. Στη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, οι μικρές επιχειρήσεις ήταν υπεύθυνες για τα τρία τέταρτα της αύξησης της απασχόλησης στις ΗΠΑ και επιχειρήσεις με λιγότερους από 20 απασχολούμενους δημιουργούν τις μισές νέες θέσεις εργασίας. Στην Κορέα, οι ΜΜΕ έχουν αυξήσει τη συμμετοχή τους στην απασχόληση στον τομέα της μεταποίησης από το 63,5% του 1991 στο 74% του 2000. Στην Αυστραλία η συμμετοχή των μικρών επιχειρήσεων στη συνολική απασχόληση αυξάνεται από τις αρχές της δεκαετίας του 1980, με ετήσιο ρυθμό 3,1% έναντι 2,5% των μεγάλων επιχειρήσεων και οι ΜΜΕ είναι υπεύθυνες για παραπάνω από τις μισές νέες θέσεις εργασίας την ίδια περίοδο.

Οι ΜΜΕ των χωρών του ΟΟΣΑ αποτελούν σημαντική πηγή καινοτομίας. Το 30% -60% των μεταποιητικών ΜΜΕ χαρακτηρίζονται ως καινοτόμες. Επίσης είναι περισσότερο ευέλικτες από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Ωστόσο τους λείπουν πόροι που θα επενδυθούν σε οργανωτικές αλλαγές.

Στην παγκόσμια αγορά, η διεθνοποίηση είναι ζωτικής σημασίας για τις ΜΜΕ. Παρόλο που οι περισσότερες συνεχίζουν να επικεντρώνουν στις τοπικές αγορές, ένα σημαντικό ποσοστό διεθνοποιούνται και σχεδιάζουν προϊόντα και υπηρεσίες για

διεθνείς αγορές. Σχεδόν το ένα τρίτο όλων των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ, αναφέρουν αύξηση του αριθμού των διεθνών επιχειρηματικών συμβολαίων τα τελευταία πέντε χρόνια. Οι ΜΜΕ συμβάλλουν έως και τα δύο πέμπτα των παγκόσμιων εξαγωγών του τομέα της μεταποίησης. Στις ΗΠΑ την περίοδο 1992 – 1997 ο αριθμός των εξαγωγικών ΜΜΕ αυξήθηκε κατά 107%. Στην Κορέα οι ΜΜΕ συμβάλουν κατά 40% στις εξαγωγές του τομέα της μεταποίησης και το μερίδιο τους στις επενδύσεις στον τομέα της μεταποίησης στο εξωτερικό, αυξήθηκε από 8% το 1998 στο 65% το 2000.

Αναφορικά με την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων που τους παρέχονται μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι ΜΜΕ δεν έχουν ακόμη πειστεί ότι τα οφέλη υπερβαίνουν το κόστος της απαιτούμενης επένδυσης. Ενώ πολλές μικρές επιχειρήσεις έχουν την υποδομή (H/Y, πρόσβαση στο διαδίκτυο, ιστοσελίδες), είναι διστακτικές απέναντι στις on line συναλλαγές.

Οι ΜΜΕ των χωρών του ΟΟΣΑ συνεχίζουν να έχουν δυσκολίες στην πρόσβαση τους σε πηγές χρηματοδότησης. Η αντιμετώπιση αυτών των δυσκολιών συνεχίζει να έχει προτεραιότητα στις πολιτικές των κυβερνήσεων. Ιδιαίτερη δυσκολία στην εξεύρεση χρηματοδοτικών πόρων, αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ που βρίσκονται στο στάδιο εκκίνησης των δραστηριοτήτων τους, οι οποίες στρέφονται σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης (εταιρείες leasing, άτομα του φιλικού και συγγενικού περιβάλλοντος, κλπ). Η άλλη συνήθης πηγή χρηματοδότησης, για τις πιο ώριμες ΜΜΕ, είναι ο τραπεζικός δανεισμός.

2.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΜΜΕ

2.2.1. Αριθμός επιχειρήσεων και Απασχόληση

Η Ευρώπη των 19

Στη Δυτική Ευρώπη το 2000 δραστηριοποιούνταν 20 εκατομμύρια επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούσαν πάνω από 120 εκατομμύρια άτομα. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων αυτών είναι ΜΜΕ (απασχολούν μέχρι 250 άτομα). Περισσότερες από 19 εκατομμύρια ΜΜΕ (93% του συνόλου των επιχειρήσεων), χαρακτηρίζονται ως πολύ μικρές καθώς απασχολούν 1-10 άτομα. Κατά μέσο όρο μια ευρωπαϊκή επιχείρηση απασχολεί 6 άτομα. Το μέγεθος μιας επιχείρησης μετράται και από τον κύκλο εργασιών της. Μια πολύ μικρή επιχείρηση

έχει τζίρο 200.000 ευρώ, ενώ μια μεγάλη 255 εκατομμύρια ευρώ. Κατά μέσο όρο μια επιχείρηση εξάγει το 17% του τζίρου της, ενώ μια ΜΜΕ το 13%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 - Βασικοί Δείκτες Ιδιωτικών Επιχειρήσεων, Ευρώπη - 19, 2000

ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ	ΜΜΕ				ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ
	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο		
Αριθμός επιχειρήσεων (σε χιλιάδες)	19,040	1,200	170	20,410	40	20,450
Απασχόληση (χιλιάδες)	41,750	23,080	15,960	80,790	40,960	121,750
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση	2	20	95	4	1020	6
Κύκλος Εργασιών ανά επιχείρηση (σε εκατ.€)	0.2	3	24	0.6	255	1.1
Ποσοστό εξαγωγών στον κύκλο εργασιών (%)	7	14	17	13	21	17
Προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο (χιλιάδες €)	40	75	105	65	115	80
Ποσοστό κόστους εργασίας στην προστιθέμενη αξία	66	66	58	63	49	56

ΠΗΓΗ: Eurostat SME Database & OECD Economic Outlook, 2001

Οι διαφορές στο μέγεθος των επιχειρήσεων μεταξύ των κρατών – μελών της Ε.Ε. φαίνεται να συνδέονται με δομικούς, παραδοσιακούς ακόμη και ιστορικούς παράγοντες, καθώς και με το ύψος του κατά κεφαλή εισοδήματος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2 - Μέγεθος, Παραγωγικότητα Εργασίας & Κερδοφορία επιχειρήσεων ανά χώρα, 2000

	Επιχειρήσεις (σε χιλιάδες)	Μέσο μέγεθος επιχείρησης	Κυρίαρχο μέγεθος	Παραγωγικότητα εργασίας		Κερδοφορία	
				ΜΜΕ	Μεγάλες	ΜΜΕ	Μεγάλες
Αυστρία	225	10	ΜΜΕ	78	142	-9	10
Βέλγιο	545	6	Πολύ μικρές	94	114	16	-28
Δανία	180	9	ΜΜΕ	85	132	-18	25
Φινλανδία	210	6	Μεγάλες	75	136	-19	15
Γαλλία	2,490	7	Πολύ μικρές	68	164	-17	15
Γερμανία	3,550	8	Μεγάλες	101	99	-4	5
Ελλάδα	800	2	Πολύ μικρές	96	129	-1	3
Ιρλανδία	95	10	ΜΜΕ	47	220	2	-1
Ιταλία	4,125	3	Πολύ μικρές	89	146	-1	2
Λουξεμβούργο	20	10	ΜΜΕ	103	93	2	-5
Ολλανδία	555	10	ΜΜΕ	90	117	1	-1
Πορτογαλία	685	5	ΜΜΕ	85	157	0	0
Ισπανία	2,700	5	Πολύ μικρές	70	218	-6	7
Σουηδία	270	8	Μεγάλες	84	126	-5	5
ΗΒ	3,490	6	Μεγάλες	69	138	-11	7
Ε.Ε.	19,930	6	Πολύ μικρές	78	143	-11	12
Ισλανδία	25	4	Μεγάλες	23	186	-54	8
Λιχτενστάιν	3	6	Πολύ μικρές	89	133	0	0
Νορβηγία	175	6	ΜΜΕ	73	164	-12	13
Ελβετία	320	8	ΜΜΕ	72	157	-10	9
Εκτός Ε.Ε.	525	7	ΜΜΕ	68	166	-14	12
Ευρώπη-19	20,455	6	Πολύ μικρές	78	144	-11	12

ΠΗΓΗ: Eurostat SME Database & OECD Economic Outlook, 2001

Χώρες με χαμηλό κατά κεφαλή εισόδημα (όπως οι Ελλάδα, Πορτογαλία και Ισπανία) τείνουν να έχουν χαμηλό μέσο μέγεθος επιχείρησης. Όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο ευημερίας σε μια χώρα, τόσο μεγαλύτερο τείνει να είναι το μέγεθος των επιχειρήσεων. Στον αντίποδα, οι Αυστρία, Ιρλανδία, Λουξεμβούργο και Ολλανδία εμφανίζουν το μεγαλύτερο μέσο μέγεθος σε όρους απασχόλησης (10 άτομα).

Στην Ευρώπη-19 η παραγωγικότητα εργασίας και η κερδοφορία τείνουν να είναι χαμηλότερες στις ΜΜΕ (βλ. Πίνακα 2.2), γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τα δεδομένα σε επίπεδο χωρών. Μόνο στη Γερμανία και το Λουξεμβούργο η παραγωγικότητα εργασίας είναι ελαφρά υψηλότερη από το μέσο όρο. Μόνο στο Βέλγιο, Ιρλανδία, Λουξεμβούργο και Ολλανδία, η κερδοφορία των ΜΜΕ ξεπερνά τις μεγάλες επιχειρήσεις και σε όλες τις χώρες (εκτός του Βελγίου) η διαφορά είναι πολύ μικρή. Οι διαφορές ΜΜΕ και μεγάλων επιχειρήσεων, όσον αφορά την κερδοφορία και την παραγωγικότητα εργασίας, ερμηνεύονται σε ένα βαθμό από διαφορές στη δομή των κλάδων των ΜΜΕ και των μεγάλων επιχειρήσεων.

Οι υποψήφιες προς ένταξη χώρες

Οι εξελίξεις στις οικονομίες των νέων κρατών – μελών επηρεάζουν σημαντικά την Ευρώπη των 19 και είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη. Οι χώρες αυτές αριθμούν περίπου 6 εκατομμύρια επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν περίπου 30 εκατομμύρια άτομα. Το κυρίαρχο μέγεθος είναι οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (βλ. Πίνακα 2.3). Οι ΜΜΕ συνεισφέρουν κατά 72% στη συνολική απασχόληση, έναντι 66% στην Ευρώπη –19. Η διαφορά αυτή αφορά τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες συμβάλλουν κατά 40% στη συνολική απασχόληση των προς ένταξη χωρών, έναντι 34% των πολύ μικρών επιχειρήσεων της Ευρώπης – 19 αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3 - Δομή των ιδιωτικών επιχειρήσεων, σύνολο Υποψήφιων Χωρών και Ευρώπη-19, 1999

	ΜΜΕ				ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ
	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο		
Σύνολο Υποψήφιων Χωρών						
Επιχειρήσεις (χιλιάδες)	5,540	205	45	5,795	10	5,805
Συνολική απασχόληση (χιλιάδες)	11,760	4,430	4,890	21,075	8,210	29,290
Απασχολούμενοι / επιχείρηση	2	21	107	4	837	5
Κυρίαρχο μέγεθος επιχείρησης						Πολύ μικρές
Ευρώπη - 19						
Επιχειρήσεις (χιλιάδες)	18,710	1,185	165	20,060	40	20,100
Συνολική απασχόληση (χιλιάδες)	41,040	22,755	15,765	79,555	40,445	120,000
Απασχολούμενοι / επιχείρηση	2	19	94	4	1,019	6
Κυρίαρχο μέγεθος επιχείρησης						Πολύ μικρές

ΠΗΓΗ: Εκτίμηση από το EIM Business & Policy Research από διάφορες εθνικές και διεθνικές πηγές.

Στις Κεντρικές και Ανατολικές χώρες, ιδιαίτερα στις χώρες της Βαλτικής, το μέσο μέγεθος επιχείρησης τείνει να είναι πολύ πάνω από το μέσο όρο των υποψήφιων χωρών και της Ευρώπης-19. Οι Μεσογειακές χώρες (Κύπρος, Μάλτα και Τουρκία), δείχνουν μεγάλη ομοιότητα με τις Νότιες Ευρωπαϊκές χώρες της Ε.Ε. (Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία και Πορτογαλία), καθώς και οι δύο ομάδες χωρών χαρακτηρίζονται από μεγάλη παρουσία των ΜΜΕ.

Οι περισσότερες ΜΜΕ έχουν ως αντικείμενο τη λιανική πώληση. Οι μεταποιητικές ΜΜΕ δεν επενδύουν σε καινοτομία και νέες τεχνολογίες και είναι λιγότερο έμπειρες και ώριμες σε σχέση με τις ΜΜΕ της Ε.Ε.-19. Είναι κυρίως οικογενειακές με μικρό αριθμό απασχολούμενων. Ωστόσο οι ΜΜΕ των υποψήφιων χωρών έχουν να επιδείξουν μια ραγδαία αύξηση των εξαγωγών (από 2% το 1999 στο 18% το 2000), καθώς αποκτούν πρόσβαση στις δυτικές αγορές της Ε.Ε.

Επίσης παρουσιάζουν υψηλότερους ρυθμούς αύξησης απασχόλησης (4%) σε σχέση με την Ε.Ε. (1,1%) την περίοδο 1995-1999. Οι μεγάλες επιχειρήσεις των υποψήφιων χωρών παρουσιάζουν μείωση απασχόλησης κατά -12,5%, αντίθετα με τις μεγάλες επιχειρήσεις της Ε.Ε. που σημείωσαν αύξηση 0,7% την ίδια περίοδο.

Οι ΜΜΕ των υποψήφιων χωρών (κυρίως σε Πολωνία, Ουγγαρία και Δημοκρατία της Τσεχίας) συνέβαλαν τα μέγιστα στην ανάπτυξη των οικονομιών τους και συνεισφέρουν με σημαντικά μερίδια στο ΑΕΠ. Ωστόσο αυτή η εξέλιξη οφείλεται κυρίως στην αλλαγή στην παραγωγή των πρώην κρατικά ελεγχόμενων επιχειρήσεων και όχι στην υγιή ανάπτυξη του τομέα των ΜΜΕ. Τα μέτρα και οι δομικές αλλαγές που υιοθετούν, προκειμένου να ενταχθούν στην Ε.Ε., προσδίδουν στις υποψήφιες χώρες μια εσωτερική δυναμική μεγέθυνσης που καθιστά τις αποδόσεις των οικονομιών τους λιγότερο ευάλωτες στις εξελίξεις του διεθνούς περιβάλλοντος.

2.2.2. Σημαντικά Μεγέθη των ΜΜΕ της Ε.Ε.-19

Κύκλος Εργασιών

Οι εξαγωγές την περίοδο 1988-2001 ήταν η κινητήριος δύναμη πίσω από την αύξηση του κύκλου εργασιών. Οι εγχώριες πωλήσεις αυξήθηκαν κατά μέσο όρο 1,8% ετήσια, ενώ οι εξαγωγές αυξήθηκαν 6,1% ετήσια (βλ. Πίνακα 2.4).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4 - Αύξηση κύκλου εργασιών στις ιδιωτικές επιχειρήσεις, Ε.Ε.-19, 1988-2001

	ΜΜΕ				ΜΕΓΑΛΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο	ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ	
	Μέση ετήσια μεταβολή σε %					
Εγχώριες πωλήσεις						
Καταναλωτικά αγαθά	1.4	0.9	0.3	0.9	0	0.6
Επενδυτικά αγαθά	2.1	2.2	0.8	1.7	0.6	1.3
Ενδιάμεσα αγαθά	2.6	2.6	2.6	2.6	2.7	2.7
Σύνολο	2	1.8	1.7	1.8	1.7	1.8
Εξαγωγές	5.8	6.1	6.4	6.1	6.2	6.2
Σύνολο	2.2	2.3	2.3	2.3	2.6	2.4

ΠΗΓΗ: Eurostat SME Database & OECD Economic Outlook, 2001

Η αύξηση του κύκλου εργασιών ΜΜΕ και μεγάλων επιχειρήσεων, αναφορικά με τις εξαγωγές και τις πωλήσεις ενδιάμεσων αγαθών και υπηρεσιών, δεν διαφέρει πολύ, ενώ όσον αφορά τα καταναλωτικά και επενδυτικά αγαθά και υπηρεσίες, οι ΜΜΕ ξεπέρασαν τις μεγάλες επιχειρήσεις σε πωλήσεις.

Το γεγονός ότι στις ΜΜΕ η κλίση στις εξαγωγές είναι πολύ χαμηλότερη (εξάγουν το 13% του κύκλου εργασιών τους), από ότι στις μεγάλες επιχειρήσεις (εξάγουν το 21% του κύκλου εργασιών τους), συνέβαλε στην αρνητική διαφοροποίηση αύξησης της πραγματικής προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι ΜΜΕ ωφελούνται περισσότερο από τις εξαγωγές, καθώς προμηθεύουν ενδιάμεσα αγαθά και υπηρεσίες σε εξαγωγικές μεγάλες επιχειρήσεις.

Προστιθέμενη αξία, παραγωγικότητα εργασίας, απασχόληση, κερδοφορία

Τόσο οι ΜΜΕ όσο και οι μεγάλες επιχειρήσεις (σε μεγαλύτερο βαθμό) συνέβαλαν στην αύξηση της παραγωγικότητας. Η αύξηση της προστιθέμενης αξίας στις ΜΜΕ υστερούσε έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων, σε όλη τη διάρκεια της περιόδου 1988-2001, αλλά μετά το 1993 η απόσταση μεγάλωσε (βλ. Πίνακα 2.5).

Η παραγωγικότητα της εργασίας συσχετίζεται θετικά με το μέγεθος της επιχείρησης. Οι ΜΜΕ έχουν μια αύξηση 1,7% την περίοδο 1988-2001, έναντι 2,8% των μεγάλων επιχειρήσεων. Η παραγωγικότητα τη δεκαετία του 1990 επιταχύνθηκε σε σχέση με την προηγούμενη δεκαετία, εξέλιξη η οποία οφείλεται στις μεγάλες επιχειρήσεις. Στις μεγάλες επιχειρήσεις η απασχόληση μειώθηκε την περίοδο 1988-2001, αντίθετα στις ΜΜΕ αυξήθηκε. Οι επισημάνσεις αυτές επιβεβαιώνονται εξετάζοντας τα παραπάνω μεγέθη σε κάθε χώρα της Ε.Ε. (βλ. Πίνακα 2.6).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.5 - Προστιθέμενη αξία, παραγωγικότητα εργασίας και απασχόληση, Ε.Ε.-19, 1988-2001

	1988-1990	1990-1993	1993-2001	1988-2001
<i>Μέση ετήσια μεταβολή σε %</i>				
Πραγματική προστιθέμενη αξία				
MME	2.2	0.6	2.6	2.1
Μεγάλες επιχειρήσεις	2.5	0.9	3.3	2.6
Όλες οι επιχειρήσεις	2.3	0.7	2.9	2.3
Παραγωγικότητα εργασίας				
MME	1.6	1.8	1.7	1.7
Μεγάλες επιχειρήσεις	2.4	3	2.7	2.8
Όλες οι επιχειρήσεις	1.9	2.3	2.2	2.2
Απασχόληση				
MME	0.6	-1.2	0.8	0.3
Μεγάλες επιχειρήσεις	0.1	-2	0.5	-0.1
Όλες οι επιχειρήσεις	0.4	-1.5	0.7	0.2

ΠΗΓΗ: Eurostat SME Database & OECD Economic Outlook, 2001

Υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ μεγέθους επιχείρησης και αύξησης της πραγματικής προστιθέμενης αξίας. Η τάση αυτή δεν ισχύει για την Αυστρία, Ελλάδα, Λουξεμβούργο, Σουηδία, ΗΒ και Ισλανδία, όπου οι ΜΜΕ υπερτερούν σε αύξηση προστιθέμενης αξίας σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.6 - Πραγματική προστιθέμενη αξία και κερδοφορία, Ευρώπη-19, 1988-2001

	Πραγματική προστιθέμενη αξία		Απασχόληση		Κερδοφορία	
	MME	ΜΕΓΑΛΕΣ	MME	ΜΕΓΑΛΕΣ	MME	ΜΕΓΑΛΕΣ
<i>Μέση ετήσια μεταβολή σε %</i>			<i>Μέση ετήσια μεταβολή σε %</i>			
Αυστρία	2.2	1.9	0.0	0.2	0.1	-0.1
Βέλγιο	1.9	2.2	0.2	0.0	0.1	0.4
Δανία	2.6	2.8	0.1	0.2	0.6	0.7
Φινλανδία	-0.1	0.1	-1.7	-1.6	-1.3	-1.2
Γαλλία	1.3	2.4	0.3	0.7	-0.1	0.2
Γερμανία	2.5	3.2	0.3	-0.3	0.3	0.6
Ελλάδα	3.3	2.3	2.1	1.0	-0.6	-3.0
Ιρλανδία	7.7	9.5	2.8	3.1	2.1	0.9
Ιταλία	1.3	1.3	-0.3	-0.4	1.1	1.5
Λουξεμβούργο	5.4	4.8	2.6	1.1	0.0	0.4
Ολλανδία	2.1	2.5	1.1	0.9	0.0	0.3
Πορτογαλία	3.0	3.3	0.2	0.4	2.6	0.7
Ισπανία	2.7	2.9	1.2	1.3	0.4	0.4
Σουηδία	1.6	0.8	-1.2	-1.4	0.1	-0.9
ΗΒ	2.4	2.3	-0.1	-0.9	0.2	0.2
Ε.Ε.	2.0	2.5	-0.3	-0.1	0.5	0.3
Ισλανδία	1.6	0.0	1.3	0.5	-0.6	2.7
Νορβηγία	3.2	3.9	1.5	1.5	0.2	1.1
Ελβετία	1.6	1.7	0.4	0.1	0.5	2.1
Εκτός Ε.Ε.	2.2	2.5	0.7	0.4	0.3	2.0
Σύνολο	2.1	2.6	0.3	-0.1	0.5	0.3

ΠΗΓΗ: Eurostat SME Database & OECD Economic Outlook, 2001

Η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας είναι μεγαλύτερη στις μεγάλες επιχειρήσεις για τις περισσότερες χώρες. Αναφορικά με την κερδοφορία, τα αποτελέσματα ποικίλουν, καθώς σε εννέα χώρες εμφανίζεται μεγαλύτερη αύξηση κερδοφορίας στις μεγάλες επιχειρήσεις.

2.3. ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΜΜΕ

Οι Ευρωπαϊκές ΜΜΕ δραστηριοποιούνται σε ένα περιβάλλον όπου οι κανονιστικές μεταρρυθμίσεις μπορούν να περιορίσουν την ευελιξία τους και να οδηγήσουν σε δυσανάλογες διοικητικές επιβαρύνσεις για αυτές. Όταν χαλαρώνουν οι προϋποθέσεις εισόδου στην αγορά, οι ΜΜΕ προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό ωθούνται σε αυτορυθμίσεις και εξαγορές – συγχωνεύσεις.

Μια πρόσφατη ρύθμιση που επηρεάζει σημαντικά τις ΜΜΕ είναι το άνοιγμα της αγοράς για δημόσιες προμήθειες. Όπως αποκαλύπτει σχετική έρευνα του ENSR του 1999, μόλις το ένα τρίτο των επιχειρήσεων είναι ενήμερες σχετικά με τη δυνατότητα τους να υποβάλλουν προσφορές για δημόσιες προμήθειες σε τοπικούς, εθνικούς, ευρωπαϊκούς και δημόσιους φορείς. Εκτός όμως από την έλλειψη πληροφόρησης, οι ΜΜΕ δυσκολεύονται στη συμμετοχή τους σε δημόσιες προμήθειες εξαιτίας των μεγάλων μεγεθών των προμηθειών και του κόστους και των διοικητικών επιβαρύνσεων που συνεπάγεται η προετοιμασία μιας προσφοράς.

Σε σχέση με την αγορά εργασίας, οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν σε σημαντικό βαθμό το πρόβλημα εξεύρεσης εξειδικευμένου προσωπικού. Η σημασία του προβλήματος αυτού αυξάνεται όσο μεγαλύτερη είναι η επιχείρηση σε όρους απασχόλησης. Για την αντιμετώπιση του προβλήματος η πλέον διαδεδομένη πρακτική είναι αυτή της κατάρτισης του ήδη απασχολούμενου προσωπικού. Η πρακτική αυτή εφαρμόζεται κυρίως στις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις. Η δυνατότητα κάλυψης των κενών θέσεων με προσωπικό από άλλες δυτικές ευρωπαϊκές χώρες δεν έχει γίνει αντικείμενο εκμετάλλευσης, λόγω των εμποδίων που περιορίζουν την κινητικότητα του εργατικού δυναμικού (διοικητικές επιβαρύνσεις, έκδοση αδειών εργασίας, κ.ά.). Ένα μέτρο αύξησης της απασχόλησης που θα μπορούσαν να εφαρμόσουν οι ευρωπαϊκές χώρες, είναι αυτό της μειωμένης φορολογίας, που όμως δεν εκμεταλλεύονται εξαιτίας των περιορισμών στους προϋπολογισμούς αλλά και της αμφισβήτησης της αποτελεσματικότητάς του.

Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, σχεδόν σε όλες τις χώρες της Ευρώπης, είναι η πρόσβαση στις πηγές χρηματοδότησης. Το πρόβλημα αυτό εντείνεται στις επιχειρήσεις μικρού μεγέθους. Από τις πλέον συνήθεις πηγές χρηματοδότησης είναι οι τραπεζικές πιστώσεις οι οποίες όμως δεν επαρκούν αλλά επιφέρουν και ασύμφορους όρους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.7 - Πρόσβαση στη χρηματοδότηση, τραπεζικές πιστώσεις, Ε.Ε.-19, 1999

	Αρχικό στάδιο	Μικρές ώριμες	Υψηλής καινοτομίας	Επεκτει- νόμενες	Όλες οι επιχειρήσεις
Επιχειρήσεις με πρόσβαση στη χρηματοδότηση	22%	8%	16%	19%	15%
Επιχειρήσεις με τραπεζικές πιστώσεις	40%	40%	44%	48%	40%
Επιχειρήσεις με τραπεζικές πιστώσεις εγγυημένες συμπληρωματικά με:					
(α) την περιουσία συγγενών του ιδιοκτήτη	25%	26%	36%	39%	28%
(β) τα πάγια περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης	4%	5%	5%	7%	5%

ΠΗΓΗ: Έρευνα επιχειρήσεων ENSR, 1999

Εκτός από το μέγεθος, σημαντικό ρόλο στην δυνατότητα εξεύρεσης χρηματοδοτικών πόρων διαδραματίζει και το στάδιο του κύκλου ζωής της επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στο αρχικό στάδιο αντιμετωπίζουν όπως είναι αναμενόμενο και τα περισσότερα προβλήματα όσον αφορά την πρόσβαση τους στη χρηματοδότηση. Στον αντίποδα, οι καινοτόμες και επεκτεινόμενες επιχειρήσεις έχουν καλύτερη πρόσβαση στις τραπεζικές πιστώσεις (βλ. Πίνακα 2.7).

Μια σημαντική πηγή άντλησης πόρων για τις ΜΜΕ είναι τα κοινοτικά προγράμματα (βλ. § 2.4). Ωστόσο μόλις το ένα δέκατο των ΜΜΕ έχουν υποβάλλει αίτηση σε κοινοτικά προγράμματα (αποτελέσματα έρευνας ENSR, 1999). Η κυριότερη αιτία, μη συμμετοχής των επιχειρήσεων στα προγράμματα, είναι η έλλειψη πληροφόρησης και δευτερευόντως η πολυπλοκότητα των διαδικασιών συμμετοχής σε αυτά. Αλλά και ΜΜΕ που έχουν συμμετάσχει, θεωρούν ότι υπάρχει μεγάλη χρονική καθυστέρηση μεταξύ της αίτησης και της έναρξης του προγράμματος και οι διαδικασίες είναι πολύπλοκες, ιδιαίτερα όσον αφορά τις πολυάριθμες διαχειριστικές εκθέσεις που πρέπει να υποβάλλουν.

Στα πλαίσια της προώθησης της επιχειρηματικότητας και της βελτίωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, οι αρχηγοί των κρατών και κυβερνήσεων υπέγραψαν

τον **Ευρωπαϊκό Χάρτη για τις μικρές επιχειρήσεις** στη Santa Maria de Feira (Πορτογαλία) τον Ιούνιο του 2000 (Ετήσια Έκθεση Εφαρμογής, 2002/68/EK). Ο Χάρτης είναι μια δήλωση των λόγων που δίνεται μεγάλη σημασία στις ΜΜΕ, αλλά και της δέσμευσης των κρατών – μελών της Ε.Ε. να τις υποστηρίζουν. Ο Χάρτης έγινε ο ακρογωνιαίος λίθος της πολιτικής στα κράτη μέλη. Οι δεσμεύσεις του Χάρτη περιλαμβάνουν την αρχή της προτεραιότητας στις μικρές επιχειρήσεις («Σκέψου πρώτα σε μικρή κλίματα» ή “Think Small First”) και περιλαμβάνουν δέκα κατευθυντήριες γραμμές δράσης:

- ✓ Εκπαίδευση και κατάρτιση στο επιχειρηματικό πνεύμα,
- ✓ Ταχύτερη και με χαμηλότερο κόστος καταχώρηση (on line πληροφορική),
- ✓ Βελτίωση νομοθεσίας και κανονιστικών ρυθμίσεων,
- ✓ Προσπελασιμότητα των δεξιοτήτων (υπηρεσίες κατάρτισης και συμβουλευτικές υπηρεσίες),
- ✓ Βελτίωση της πρόσβασης στην απευθείας σύνδεση (εφαρμογές ηλεκτρονικής κυβέρνησης),
- ✓ Καλύτερη αξιοποίηση της ενιαίας αγοράς,
- ✓ Φορολογικά και δημοσιονομικά θέματα (βελτίωση δραστηριότητας και πρόσβασης στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων),
- ✓ Ενίσχυση της τεχνολογικής ικανότητας των μικρών επιχειρήσεων (προώθηση νέων τεχνολογιών, πρόσβαση σε προγράμματα έρευνας, συνεργασία επιχειρήσεων με ερευνητικά κέντρα, εκπαιδευτικά ιδρύματα, κ.λ.π.),
- ✓ Πρότυπα ηλεκτρονικού εμπορίου που έχουν αποδεδειγμένη αξία και παρέχουν υψηλής ποιότητας υποστήριξη στις επιχειρήσεις,
- ✓ Ανάπτυξη, ενίσχυση και πρόσδοση μεγαλύτερης αποτελεσματικότητας στην εκπροσώπηση των συμφερόντων των ΜΜΕ, σε Ευρωπαϊκό και Εθνικό επίπεδο.

Σε καθεμιά από τις παραπάνω κατευθυντήριες γραμμές, αναλαμβάνονται ενέργειες μέσω μιας ποικιλίας διαφορετικών μέτρων. Αυτά περιλαμβάνουν το **Πολυετές Πρόγραμμα για τις Επιχειρήσεις και την Επιχειρηματικότητα** (2000/819/EK) καθώς και ένα αριθμό προγραμμάτων που εκπονούνται από κοινού με τα κράτη – μέλη. Το Πολυετές Πρόγραμμα περιλαμβάνει πέντε τομείς δράσεις και τέσσερα χρηματοδοτικά μέσα (Ενισχύσεις εκκίνησης EMT, Μηχανισμός εγγυήσεων υπέρ ΜΜΕ, αρχικά ίδια κεφάλαια και Joint European Venture). Ο προϋπολογισμός

του Προγράμματος ανέρχεται σε 450 εκατομμύρια ευρώ, για χρονικό διάστημα πέντε ετών (2001-2005). Στα πλαίσια του Προγράμματος υιοθετούνται μέτρα υπέρ των επιχειρήσεων που αφορούν:

- ✓ Ενίσχυση της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, στο πλαίσιο της διεθνοποιημένης οικονομίας που βασίζεται στη γνώση (ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών, ανάπτυξη καινοτομίας),
- ✓ Προώθηση της επιχειρηματικότητας,
- ✓ Απλούστευση και βελτίωση του διοικητικού και κανονιστικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων,
- ✓ Βελτίωση του χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων, ιδίως των ΜΜΕ (ανάπτυξη δικτύων «business angels», διοργάνωση συναντήσεων Στρογγυλής Τράπεζας τραπεζιτών και ΜΜΕ, κ.λ.π.),
- ✓ Διευκόλυνση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στις υπηρεσίες υποστήριξης, στα κοινοτικά προγράμματα και στα δίκτυα και βελτίωση του συντονισμού τους (Euro Info Centres, διοργάνωση εκδηλώσεων συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων).

2.4. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ Ε.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχει υποστήριξη στις ΜΜΕ των κρατών – μελών της, μέσω των εξής τεσσάρων κατηγοριών δράσεων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003):

2.4.1. Άμεση δυνατότητα χρηματοδότησης ΜΜΕ

Η χρηματοδότηση των ΜΜΕ γίνεται μέσω υποβολής από μέρους τους προτάσεων, για βιώσιμα και διεθνικά σχέδια, με προστιθέμενη αξία στους τομείς του περιβάλλοντος, έρευνας, εκπαίδευσης. Η υποστήριξη της Ε.Ε. έχει τη μορφή των επιδοτήσεων. Συγκεκριμένα:

- ✓ Περιβάλλον και Ενέργεια: Το Πρόγραμμα **LIFE** αποτελεί ένα από τα βασικά εργαλεία της περιβαλλοντικής πολιτικής της Ε.Ε. Το νέο πολυετές πρόγραμμα **Έξυπνη Ενέργεια για την Ευρώπη (2003 – 2006)**, παρέχει χρηματοοικονομική υποστήριξη σε πρωτοβουλίες στον τομέα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

- ✓ Καινοτομία και Έρευνα: Το Έκτο Πρόγραμμα – Πλαίσιο για την Έρευνα και την Τεχνολογική Ανάπτυξη (2002 – 2006), για την υποστήριξη της έρευνας και καινοτομίας για τις ΜΜΕ. Το πανευρωπαϊκό δίκτυο **EUREKA**, προωθεί διεθνείς συνεργασίες δημιουργώντας συνδέσμους και δίκτυα καινοτομίας σε 34 χώρες. Το πολυετές πρόγραμμα **E-Content (2002 – 2005)**, έχει ως στόχο την ενθάρρυνση της ανάπτυξης του ευρωπαϊκού ψηφιακού περιεχομένου στα παγκόσμια δίκτυα και την προώθηση της γλωσσικής πολυμορφίας στην κοινωνία των πληροφοριών.
- ✓ Εκπαίδευση και Κατάρτιση: Τα προγράμματα **SOCRATES** (2000 – 2006), περιλαμβάνουν ευρωπαϊκή συνεργασία στον τομέα της σχολικής εκπαίδευσης (**COMENIUS**), της ανώτατης εκπαίδευσης (**ERASMUS**), εκπαίδευση ενηλίκων (**GRUNDTVIG**), προώθηση διδασκαλίας εκμάθησης γλωσσών (**LINGUA**) και στον τομέα της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης (**MINERVA**). Το πρόγραμμα **LEONARDO DA VINCI** υποστηρίζει διεθνικές πρωτοβουλίες προώθησης των απαραίτητων γνώσεων, ικανοτήτων και δεξιοτήτων για την ένταξη στον επαγγελματικό βίο.
- ✓ Υγεία και Ασφάλεια: ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός για την Ασφάλεια και Υγεία στην Εργασία υποστηρίζει δράσεις για την εφαρμογή προτύπων υγείας και ασφάλειας στις ΜΜΕ.

2.4.2.Διαρθρωτικά Ταμεία

Στόχος των διαρθρωτικών ταμείων είναι η μείωση των διαφορών αναφορικά με το επίπεδο ανάπτυξης των περιφερειών, ώστε να προωθήσουν την οικονομική και κοινωνική συνοχή της Ε.Ε., προσφέροντας άμεση χρηματοδότηση επενδυτικών σχεδίων, στους τομείς της γεωργίας, περιφερειακής πολιτικής, απασχόλησης και κοινωνικών υποθέσεων.

Τα διαρθρωτικά ταμεία περιλαμβάνουν:

- ✓ Τα Ευρωπαϊκά Ταμεία Περιφερειακής Ανάπτυξης (Ε.Τ.Π.Α.),
- ✓ Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ.),
- ✓ Το Χρηματοδοτικό Μέσο Προσανατολισμού της Αλιείας (ΧΜΠΑ),
- ✓ Το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ).

Τα διαρθρωτικά ταμεία χρηματοδοτούν τα εξής προγράμματα:

- ✓ **INTERREG III**, προωθεί τη διασυνοριακή, διεθνική και διαπεριφερειακή συνεργασία και χρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ,
- ✓ **URBAN II**, προωθεί την βιώσιμη ανάπτυξη των αστικών περιοχών και χρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ,
- ✓ **EQUAL**, με στόχο την εξάλειψη των ανισοτήτων και διακρίσεων στην αγορά εργασίας και χρηματοδοτείται από το ΕΚΤ,
- ✓ **LEADER+**, με στόχο την προώθηση επαφών μεταξύ εκείνων που δραστηριοποιούνται σε αγροτικές κοινωνίες και οικονομίες και χρηματοδοτείται μέσω του ΕΓΤΠΕ.

2.4.3. Χρηματοπιστωτικά μέσα

Είναι έμμεσα διαθέσιμα με την μεσολάβηση εθνικών ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών φορέων.

- ✓ Το **Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (Ε.Τ.Ε.)**, διενεργεί επενδύσεις μετοχικού κεφαλαίου σε επιχειρηματικά κεφάλαια και φυτώρια επιχειρήσεων, προς υποστήριξη των ΜΜΕ (ιδιαίτερα των νεοσυσταθέντων και τεχνολογικά προσανατολισμένων) και παρέχει εγγυήσεις σε χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς που καλύπτουν πιστώσεις προς τις ΜΜΕ.
- ✓ Η **Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (Ε.Τ.Επ.)**, χρηματοδοτεί μεγάλα έργα από τα οποία οι ΜΜΕ μπορούν να αποκομίσουν έμμεσα οφέλη (π.χ. Πρωτοβουλία για την Καινοτομία 2000).
- ✓ Η **Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης (Ε.Τ.Α.Α.)**, παρέχει χρηματοδοτήσεις έργων σε τράπεζες και έμμεσα σε βιομηχανίες και επιχειρήσεις.
- ✓ Η **Πρωτοβουλία Gate2Growth με τίτλο “Access to Finance” (Πρόσβαση σε χρηματοδότηση)**, έχει ως στόχο την υποστήριξη των καινοτόμων Ευρωπαίων επιχειρηματιών.

2.4.4. Άλλες μορφές υποστήριξης

Αφορούν τη χρηματοοικονομική υποστήριξη κατά κύριο λόγο στο πεδίο της διεθνοποίησης.

- ✓ Το **AL Invest**, είναι ένα δίκτυο φορέων από την Ευρώπη και τη Λατινική Αμερική, οι οποίοι διοργανώνουν συναντήσεις μεταξύ εταιρειών, προκειμένου να αναπτύξουν εμπορικούς συνδέσμους και στρατηγικές συμμαχίες.
- ✓ Η Πρωτοβουλία **Asia Invest** της Ε.Ε., έχει ως στόχο την προώθηση και υποστήριξη της επιχειρηματικής συνεργασίας μεταξύ των ΜΜΕ της Ε.Ε. και της Ασίας.
- ✓ Το Πρόγραμμα **Asia IT&C**, επίσης έχει ως στόχο τη βελτίωση των εταιρικών σχέσεων Ευρώπης – Ασίας, αναζητώντας καινοτόμες και συμβατές λύσεις και πρότυπα στις τεχνολογίες πληροφορικής και στις επικοινωνίες.
- ✓ Το **Πρόγραμμα κατάρτισης επιχειρηματικών στελεχών (ETP) στην Ιαπωνία και την Κορέα**, στόχο έχει να βοηθήσει τα διευθυντικά στελέχη των ευρωπαϊκών εταιρειών να προσεγγίσουν τις αγορές της Ιαπωνίας και της Κορέας.
- ✓ Το Πρόγραμμα **Gateway to Japan**, υποστηρίζει την εισαγωγή ευρωπαϊκών προϊόντων στην Ιαπωνική αγορά.

2.5. ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

2.5.1. Αριθμός επιχειρήσεων και Απασχόληση

Οι ΜΜΕ στις ΗΠΑ είναι εξαιρετικά δυναμικές. Σύμφωνα με τα στοιχεία της τελευταίας έκθεσης του ΟΟΣΑ (2002), αντιπροσωπεύουν το 40% περίπου της συνολικής οικονομικής δραστηριότητας. Είναι ζωτικό τμήμα της Αμερικάνικης οικονομίας και μεταξύ των πιο έμπειρων επιχειρήσεων. Οι ΜΜΕ έχουν ετήσια παραγωγή περίπου 4 τρισεκατομμυρίων δολαρίων, δημιουργούν 68 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, συμβάλουν το ένα τρίτο του ξένου εμπορίου και το μισό των καινοτομιών. Οι περισσότερες νέες θέσεις εργασίας στις ΗΠΑ δημιουργούνται από μικρές επιχειρήσεις. Τη διετία 1997-1998 η απασχόληση στις ΗΠΑ αυξήθηκε κατά 2,8 εκατομμύρια. Από αυτά 1,7 εκατομμύρια δημιουργήθηκαν σε επιχειρήσεις με λιγότερους από 500 απασχολούμενους (ΜΜΕ) και 1,4 εκατομμύρια σε επιχειρήσεις με λιγότερους από 20 απασχολούμενους.

Σύμφωνα με την Απογραφή του 1997, στις Η.Π.Α. δραστηριοποιούνται 20.981.527 επιχειρήσεις. Σχεδόν τα τρία τέταρτα (73,6% του συνόλου) από αυτές δεν απασχολούν προσωπικό (αυτοαπασχόληση ιδιοκτητών). Οι επιχειρήσεις που απασχολούν προσωπικό ανέρχονται στις 5.541.918 το 1997 και αποτελούν το 26,4% του συνόλου (βλ. Πίνακα 2.8).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.8 - Επιχειρήσεις ανάλογα με το αν απασχολούν προσωπικό ή όχι, 1997

	Αριθμός Επιχειρήσεων	Αριθμός καταστημάτων
Σύνολο Επιχειρήσεων	20,981,527	22,334,478
Δεν απασχολούν προσωπικό	15,439,609	15,439,609
Απασχολούν προσωπικό	5,541,918	6,894,869

ΠΗΓΗ: US Economic Census 1997 (www.census.gov)

Οι επιχειρήσεις που απασχολούν προσωπικό, σχεδόν στο σύνολο τους (99,7%) είναι ΜΜΕ (1 – 499 άτομα σύμφωνα με τον ορισμό ΜΜΕ που ισχύει στις Η.Π.Α.) και συνεισφέρουν σχεδόν το 50% της συνολικής απασχόλησης (57.383.449 άτομα). Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (έως 20 άτομα) αποτελούν το 89% του συνόλου και συνεισφέρουν το 17,9% της συνολικής απασχόλησης (βλ. Πίνακα 2.9).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.9 - Μέγεθος Επιχειρήσεων που απασχολούν προσωπικό, 2001

	Αριθμός επιχειρήσεων	% συμμετοχής στο σύνολο	Απασχολούμενοι	% συμμετοχής στο σύνολο
1-19	5,036,845	89.0%	20,602,635	17.9%
20-99	518,258	9.2%	20,370,447	17.7%
100-499	85,304	1.5%	16,410,367	14.3%
500+	17,367	0.3%	57,677,735	50.1%
Σύνολο	5,657,774	100.0%	115,061,184	100.0%

ΠΗΓΗ: Statistics of US Business (www.census.gov)

Την περίοδο 1997 – 2001 δεν υπήρξαν σημαντικές μεταβολές αναφορικά με τον αριθμό των επιχειρήσεων που απασχολούν προσωπικό, ο οποίος αυξήθηκε μόλις κατά 2,09%. Την ίδια περίοδο ο αριθμός των ΜΜΕ αυξήθηκε κατά 2,07% ενώ μεγαλύτερη ήταν η αύξηση του αριθμού των μεγάλων επιχειρήσεων κατά 8,01% (βλ. Πίνακα 2.10).

Ο αριθμός των απασχολούμενων την περίοδο 1997-2001 αυξήθηκε κατά 9,27%. Σημαντική ήταν η αύξηση των απασχολούμενων στις μεγάλες επιχειρήσεις (500+ άτομα) που ανήλθε στο 13,6%, έναντι 5,2% των ΜΜΕ. Το 1997 οι ΜΜΕ υπερτερούσαν στη συμβολή τους στην απασχόληση με 51,8%, έναντι 48,2% των

μεγάλων επιχειρήσεων. Το 2001 οι μεγάλες επιχειρήσεις ξεπέρασαν τις ΜΜΕ με 50,1% έναντι 49,9% (βλ. Πίνακα 2.11).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.10 - Μέγεθος Επιχειρήσεων που απασχολούν προσωπικό 1997-2001

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΑΡΙΘΜΟ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ				
	Σύνολο	1-19	20-99	100-499	500+
2001	5,657,774	5,036,845	518,258	85,304	17,367
2000	5,652,544	5,035,029	515,977	84,385	17,153
1999	5,607,743	5,007,808	501,848	81,347	16,740
1998	5,579,177	4,988,367	494,357	80,075	16,378
1997	5,541,918	4,958,641	487,491	79,707	16,079

ΠΗΓΗ: Statistics of US Business (www.census.gov)

Το 2001 η συμβολή των ΜΜΕ και των μεγάλων επιχειρήσεων στην απασχόληση είναι σχεδόν ίση, καθώς η διαφορά των 3,6 έχει γίνει μόλις 0,2 ποσοστιαίες μονάδες. Η παραπάνω τάση έρχεται σε αντίθεση με την Ε.Ε., όπου το μέγεθος της επιχείρησης και της αύξησης της απασχόλησης συσχετίζονται αρνητικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.11 - Αριθμός απασχολούμενων ανά μέγεθος επιχείρησης 1997-2001

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΑΡΙΘΜΟ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ				
	Σύνολο	1-19	20-99	100-499	500+
2001	115,061,184	20,602,635	20,370,447	16,410,367	57,677,735
2000	114,064,976	20,587,385	20,276,634	16,260,025	56,940,932
1999	110,705,661	20,388,287	19,703,162	15,637,643	54,976,569
1998	108,117,731	20,275,405	19,377,614	15,411,390	53,053,322
1997	105,299,123	20,118,816	19,109,691	15,316,863	50,753,753

ΠΗΓΗ: Statistics of US Business (www.census.gov)

Ο μέσος αριθμός απασχολούμενων ανά επιχείρηση στις Η.Π.Α. είναι 20 άτομα. Μια ΜΜΕ κατά μέσο όρο απασχολεί 10 άτομα (βλ. Πίνακα 2.12).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.12 - Μέσο Μέγεθος Επιχειρήσεων με βάση τον αριθμό απασχολούμενων 1997-2001

	ΜΕΣΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ					
	Σύνολο	1-19	20-99	100-499	ΜΜΕ (1-499)	500+
2001	20	4	39	192	10	3,321
2000	20	4	39	193	10	3,320
1999	20	4	39	192	10	3,284
1998	19	4	39	192	10	3,239
1997	19	4	39	192	10	3,157

ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων Statistics of US Business (www.census.gov)

2.5.2. Επιχειρηματικό περιβάλλον

Βασικό όργανο της κυβέρνησης των ΗΠΑ, που χρησιμοποιείται για το σχεδιασμό και την εφαρμογή πολιτικών για τις ΜΜΕ από το 1953, είναι η Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων (Small Business Administration, SBA), η οποία συνεργάζεται με άλλες υπηρεσίες όπως η Τράπεζα Εξαγωγών – Εισαγωγών (Exim Bank), το Τμήμα Εμπορίου και η Υπηρεσία Εμπορίου και Ανάπτυξης.

Μεταξύ των μέτρων στήριξης των ΜΜΕ στις ΗΠΑ συγκαταλέγονται και τα εξής:

- ✓ Φορολογική μεταρρύθμιση,
- ✓ Προγράμματα υποστήριξης (επιχορηγήσεις, δάνεια, εγγυήσεις δανείων) των ΜΜΕ που είχαν επηρεαστεί από τις τρομοκρατικές επιθέσεις στη Νέα Υόρκη και την Ουάσιγκτον στις 11 Σεπτεμβρίου του 2001,
- ✓ Τα 1000 περίπου Κέντρα Ανάπτυξης Μικρών Επιχειρήσεων (Small Business Development Centres) τα οποία λειτουργούν σε συνεργασία με τα τοπικά πανεπιστήμια και τις σχολές,
- ✓ Τα Κέντρα Πληροφόρησης Μικρών Επιχειρήσεων (Small Business Information Centres, BICs),
- ✓ Το Pro-Net, μια ηλεκτρονική πύλη πληροφοριών για κυβερνητικές προμήθειες για τις ΜΜΕ.

Πολλές Αμερικανικές ΜΜΕ είναι αυτοχρηματοδοτούμενες ή δανείζονται από άτομα του οικογενειακού και φιλικού περιβάλλοντος τους. Όσες ΜΜΕ μπαίνουν στις χρηματοδοτικές αγορές, στρέφονται κυρίως στις τράπεζες (οι τραπεζικές πιστώσεις αποτελούν το 54% του συνόλου των πιστώσεων που χρησιμοποίησαν οι ΜΜΕ το 1993). Άλλες μορφές χρηματοδότησης που χρησιμοποιούν οι Αμερικανικές ΜΜΕ, είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού κινδύνου (venture capitals) και τα δανειακά προγράμματα του SBA.

Οι Αμερικανικές ΜΜΕ παρουσιάζουν ένα συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ραγδαία εισαγωγή νέων, καινοτόμων προϊόντων στην αγορά, αντιμετωπίζουν όμως προβλήματα αναφορικά με την συγκέντρωση κεφαλαίου. Η κυβέρνηση επιχειρεί να αντιμετωπίσει αυτό το πρόβλημα με μια σειρά προγραμμάτων, όπως το Πρόγραμμα Προηγμένης Τεχνολογίας του Αμερικάνικου Τμήματος Εμπορίου και το Πρόγραμμα Καινοτόμας Έρευνας ΜΜΕ του SBA.

Έρευνες που έχουν διενεργηθεί στις ΗΠΑ, για την εκμετάλλευση του ηλεκτρονικού εμπορίου από τις ΜΜΕ, δείχνουν ότι ενώ σχεδόν όλες οι ΜΜΕ

διαθέτουν Η/Υ αλλά μόνο 40% αυτών τους χρησιμοποιούν για επιχειρηματικούς σκοπούς (απόκτηση πληροφοριών, χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και λιγότερο για λήψη παραγγελιών). Το 17% των ΜΜΕ που διαθέτουν ιστοσελίδες, αποδίδουν περισσότερο του 10% των πωλήσεων τους στην επιχειρηματική ιστοσελίδα τους. Για την υποστήριξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στις ΜΜΕ, η κυβέρνηση των ΗΠΑ έχει αναπτύξει πολλά εργαλεία (on line έρευνες αγοράς, ενημερωτικά σεμινάρια για θέματα σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο, on line εκπαιδευτικά εργαλεία).

Οι εξαγωγικές ΜΜΕ αυξήθηκαν κατά 107% την περίοδο 1992 – 1999, από 108.000 σε περισσότερες από 224.000 εταιρείες. Το 1999, οι ΜΜΕ αποτελούσαν το 97% των εξαγωγικών εταιρειών. Τα δύο τρίτα των εξαγωγικών εταιρειών το 1999 απασχολούσαν λιγότερα από 20 άτομα. Οι εξαγωγές των ΜΜΕ αναλογούσαν σε 300 δισεκατομμύρια δολάρια. Η κυβέρνηση υποστηρίζει τις ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στο διεθνές εμπόριο, μέσω του Τμήματος Εμπορίου, της Τράπεζας Εξαγωγών – Εισαγωγών και του SBA (Κέντρα Υποστήριξης Εξαγωγών, Πρόγραμμα Εγγύησης Δανειοδότησης Διεθνούς Εμπορίου, παροχή κεφαλαίου κίνησης εξαγωγών, εκπαιδευτικά προγράμματα, κ.λ.π.).

2.6. ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΙΑΠΩΝΙΑ

2.6.1. Αριθμός επιχειρήσεων και απασχόληση

Οι ΜΜΕ διαδραματίζουν ένα εξαιρετικά σημαντικό ρόλο στην Ιαπωνική οικονομία, εξαιτίας τόσο του αριθμού τους όσο και του μεριδίου συμβολής τους στην απασχόληση. Παράλληλα, αποτελούν την κινητήρια δύναμη για την αναζωογόνηση της Ιαπωνικής οικονομίας.

Στην Ιαπωνία, ως ΜΜΕ χαρακτηρίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 300 εργαζόμενους ή έχουν επενδεδυμένα κεφάλαια ύψους μικρότερου των 100 εκατομμυρίων γιέν, για τους κλάδους των ορυχείων, μεταποίησης, μεταφορών και κατασκευών (JSBRI, 2003).

Σύμφωνα με την τελευταία έκθεση του Ιαπωνικού Ερευνητικού Ινστιτούτου για τις ΜΜΕ (Japan Small Business Research Institute, 2003) οι επιχειρήσεις που απασχολούν από 1 έως 299 άτομα (ΜΜΕ), το 2001 ανέρχονταν στα 1,6 εκατομμύρια (99,3% του συνόλου).

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 2.13, οι επιχειρήσεις που απασχολούν από 1 έως 49 άτομα συμμετέχουν με εξαιρετικά υψηλά ποσοστά στο σύνολο των επιχειρήσεων. Διαχρονικά η ποσοστιαία συμμετοχή τους αυξάνεται (από 88,7% το 1981 σε 90,2% το 2001). Την περίοδο 1981-2001 ο αριθμός των ΜΜΕ (1-299 άτομα) αυξήθηκε κατά 36,5% (427.000).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.13 - Αριθμός επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους, 1981-2001

(ποσά σε 10.000)

Αριθμός απασχο- λούμενων	1981	% στο σύνολο	1991	% στο σύνολο	2001	% στο σύνολο
1-49	104.6	88.7%	139.7	89.9%	145.2	90.2%
50-99	9.9	8.4%	11.5	7.4%	11.4	7.1%
100-299	2.5	2.1%	3	2.0%	3.1	1.9%
300+	0.9	0.8%	1.1	0.7%	1.2	0.7%
Σύνολο	117.9	100.0%	155.3	100.0%	160.9	100.0%
<i>Διαχρονική Μεταβολή (σε απόλυτες τιμές και ποσοστά)</i>						
	1981-1991		1991-2001		1981-2001	
1-49	35.1	33.6%	5.5	3.9%	40.6	38.8%
50-99	1.6	16.2%	-0.1	-0.9%	1.5	15.2%
100-299	0.5	20.0%	0.1	3.3%	0.6	24.0%
300+	0.2	22.2%	0.1	9.1%	0.3	33.3%
Σύνολο	37.4	31.7%	5.6	3.6%	43	36.5%

ΠΗΓΗ: White Paper on SMEs in Japan, Small Business Research Institute, 2003

Οι ΜΜΕ απασχολούν το 2001, 48,3 εκατομμύρια άτομα (88,3% του συνόλου απασχολούμενων). Την περίοδο 1981-2001 η αύξηση των απασχολούμενων στις ΜΜΕ ήταν 19,53%, ελάχιστα μικρότερη από την αύξηση απασχολούμενων στις μεγάλες επιχειρήσεις με 300 ή περισσότερους εργαζόμενους (19,89%). Οι μικρές επιχειρήσεις (1-49 άτομα) συμμετέχουν με τα μεγαλύτερα ποσοστά απασχολούμενων στο σύνολο (βλ. Πίνακα 2.14).

Εξαιτίας της ευελιξίας και της δημιουργικότητας τους, οι ΜΜΕ έχουν αντέξει στη διάρκεια δύσκολων καιρών για την Ιαπωνική οικονομία. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια το ποσοστό των επιχειρήσεων που κλείνουν έχει υπερβεί το αντίστοιχο των νέων επιχειρήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.14 - Αριθμός απασχολούμενων ανάλογα με το μέγεθος επιχείρησης, 1981-2001

(ποσά σε 10.000)

Αριθμός απασχολούμενων	1981	% στο σύνολο	1991	% στο σύνολο	2001	% στο σύνολο
1-49	3,053	66.8%	3,562	65.0%	3,508	64.2%
50-99	473	10.3%	593	10.8%	619	11.3%
100-299	514	11.2%	665	12.1%	702	12.8%
300+	533	11.7%	660	12.0%	639	11.7%
Σύνολο	4,573	100.0%	5,480	100.0%	5,468	100.0%
<i>Διαχρονική Μεταβολή (σε απόλυτες και ποσοστά)</i>						
	1981-1991		1991-2001		1981-2001	
1-49	509	16.7%	-54	-1.5%	455	14.9%
50-99	120	25.4%	26	4.4%	146	30.9%
100-299	151	29.4%	37	5.6%	188	36.6%
300+	127	23.8%	-21	-3.2%	106	19.9%
Σύνολο	907	19.8%	-12	-0.2%	895	19.6%

ΠΗΓΗ: White Paper on SMEs in Japan, Small Business Research Institute, 2003

Οι πτωχεύσεις των ΜΜΕ το 2002 ανήλθαν στις 18.687. Αν και διαχρονικά μειώνεται ο αριθμός τους, μετά την αύξηση του 22,2% τη διετία 1999-2000, ωστόσο συνεχίζει να βρίσκεται σε εξαιρετικά υψηλά επίπεδα (βλ. Πίνακα 2.15).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.15 - Τάσεις στον αριθμό πτωχεύσεων επιχειρήσεων, 1999-2002

	1999	2000	1999-00	2001	2000-01	2002	2001-02	1999-02
MME	15,135	18,497	22.2%	18,819	1.7%	18,687	-0.7%	23.5%
% στο σύνολο	98.6%	98.6%	0.0%	98.2%	-0.4%	97.9%	-0.3%	-0.7%
Σύνολο επιχειρήσεων	15,352	18,769	22.3%	19,164	2.1%	19,087	-0.4%	24.3%

ΠΗΓΗ: White Paper on SMEs in Japan, Small Business Research Institute, 2003

2.6.2. Επιχειρηματικό περιβάλλον

Η Ιαπωνική οικονομία αναπτυσσόταν με πολύ αργούς ρυθμούς την προηγούμενη δεκαετία. Οι ρυθμοί αυτοί χειροτέρευσαν ακόμη περισσότερο στην διάρκεια της τρέχουσας δεκαετίας. Η ανεργία είναι η υψηλότερη που σημειώθηκε στη διάρκεια του τελευταίου μισού του αιώνα. Οι Ιαπωνικές ΜΜΕ έχουν να αντιμετωπίσουν εξαιρετικά δύσκολες συνθήκες. Οι αριθμοί των επιχειρήσεων που πτωχεύουν είναι υψηλοί, ιδιαίτερα στον κατασκευαστικό και τον μεταποιητικό τομέα.

Στον αντίποδα, έχουν λάβει χώρα αλλαγές που καθιστούν πιο εύκολη την εκμετάλλευση ευκαιριών από τις ΜΜΕ, οι οποίες ανταποκρίνονται θετικά στην επανάσταση των τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας και στην καινοτομία.

Οι προτεραιότητες των πολιτικών για τις ΜΜΕ, είναι η προώθηση της καινοτομίας στη διοίκηση, η ενθάρρυνση της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, η ενίσχυση της εκπαίδευσης και επιμόρφωσης των διοικητικών στελεχών των ΜΜΕ και η διευκόλυνση της προσαρμογής τους στις κοινωνικές και οικονομικές μεταβολές. Υπεύθυνη αρχή για την εφαρμογή των πολιτικών για τις ΜΜΕ, είναι η Υπηρεσία ΜΜΕ που λειτουργεί στα πλαίσια του Υπουργείου Οικονομίας, Εμπορίου και Βιομηχανίας. Ο Νόμος για τις ΜΜΕ που τέθηκε σε ισχύ το 1999, δίνει μεγάλη έμφαση στην ανάγκη δημιουργίας και διατήρησης ενός καλύτερου επιχειρηματικού κλίματος, αλλά και της ενθάρρυνσης της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων. Έχουν γίνει προσπάθειες στην κατεύθυνση της διεύρυνσης των χορηγούμενων κεφαλαίων, της παροχής εκπαιδευτικών ευκαιριών, της υποστήριξης της τεχνολογικής ανάπτυξης (χρηματοδότηση μοντέλων ανάπτυξης πρωτοτύπων), της παροχής εμπειρίας, συμβουλών και γενικότερης διοικητικής υποστήριξης μέσω κατάλληλων κέντρων.

Τα κυβερνητικά χρηματοδοτικά ινστιτούτα που υποστηρίζουν τις ΜΜΕ, καταβάλλουν φιλότιμες προσπάθειες για να διασφαλίσουν την ομαλή πρόσβαση τους στα κεφάλαια. Ειδικότερα:

- ✓ Ο Ιαπωνικός Χρηματοδοτικός Οργανισμός για ΜΜΕ παρέχει μακροπρόθεσμα κεφάλαια με ευνοϊκούς όρους (χαμηλού ύψους σταθερά επιτόκια), σε ΜΜΕ που προσπαθούν να αναπτυχθούν.
- ✓ Ο Εθνικός Οργανισμός Χρηματοδότησης προσφέρει κυρίως μικρού ύψους δάνεια, χωρίς εγγυήσεις, σε πολύ μικρές επιχειρήσεις.
- ✓ Η Τράπεζα Shoko Chukin είναι ένας χρηματοπιστωτικός οργανισμός που διαχειρίζεται κυβερνητικούς πόρους αλλά και πόρους από συνεργαζόμενες ΜΜΕ, τα μέλη τους και τους πελάτες τους.
- ✓ Ο Συνεταιρισμός Εγγύησης Πιστώσεων βοηθά στην επιτάχυνση της χρηματοδότησης των ΜΜΕ, καθώς λειτουργεί ως εγγυητής τους. Αυτό το σύστημα λειτουργεί εδώ και 60 χρόνια.
- ✓ Το 1963 ιδρύθηκε η Επενδυτική Εταιρεία Μικρών Επιχειρήσεων. Πρόκειται για κυβερνητικό οργανισμό ο οποίος επενδύει σε ΜΜΕ, αγοράζοντας μετοχές τους, προκειμένου να τις βοηθήσει στο αρχικό στάδιο ανάπτυξης τους, να χρηματοδοτήσει την έρευνα και ανάπτυξη τους και να τους παρέχει

συμβουλευτικές υπηρεσίες ώστε να αναπτύξουν περαιτέρω τις δραστηριότητές τους.

Η τεχνική ανάπτυξη των ΜΜΕ είναι πολύ σημαντική για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων και την προώθηση της καινοτομίας. Για την υποστήριξη των ΜΜΕ στους νέους αυτούς τομείς, η κυβέρνηση παρέχει υποστήριξη στην έρευνα και ανάπτυξη μέσω άμεσων επιχορηγήσεων, ευνοϊκής φορολογικής μεταχείρισης και της παροχής διαφόρων άλλων κινήτρων.

Ο Νόμος για την Υποστήριξη της Επιχειρηματικής Καινοτομίας των ΜΜΕ, εγκρίνει καινοτόμα σχέδια τα οποία επιχορηγεί, προσφέρει χαμηλότοκα δάνεια και ευνοϊκή φορολογική μεταχείριση (χαμηλού ύψους φορολόγηση επενδύσεων). Ο Νόμος αυτός τέθηκε σε ισχύ το 1999 και έχει εγκρίνει περίπου 5.000 επιχειρηματικά καινοτόμα σχέδια μέχρι τον Οκτώβριο του 2001.

Τα Κέντρα Υποστήριξης ΜΜΕ (8 εθνικά, 54 περιφερειακά και 251 τοπικά), υποστηρίζουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και την επιχειρηματική καινοτομία, παρέχοντας συμβουλευτικές υπηρεσίες (αξιολόγηση βιωσιμότητας επιχείρησης, εκπόνηση στρατηγικής, προώθησης πωλήσεων, λογιστική υποστήριξη, κ.ά.).

Το Ινστιτούτο Διοίκησης ΜΜΕ και Τεχνολογίας, παρέχει εκπαίδευση σε 14.000 περίπου διοικητικά στελέχη ΜΜΕ ετήσια, μέσω των εννέα εκπαιδευτικών κέντρων σε όλη τη χώρα. Από το 2001 έχει ξεκινήσει και προγράμματα εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης.

Στα πλαίσια της υποστήριξης των εξαγωγικών ΜΜΕ, παρέχονται συμβουλές και πληροφόρηση, ενώ παράλληλα έχουν εγγραφεί επιχειρήσεις από την Ιαπωνία και άλλες χώρες του εξωτερικού σε κοινές βάσεις δεδομένων στο διαδίκτυο, προκειμένου να έρχονται σε επαφή με σκοπό τη σύναψη επιχειρηματικών συμφωνιών και στρατηγικών συμμαχιών.

2.7. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕ Ε.Ε., ΗΠΑ, ΙΑΠΩΝΙΑ

Πριν επιχειρηθεί οποιαδήποτε σύγκριση των ΜΜΕ μεταξύ διαφορετικών χωρών, θα πρέπει να τονιστεί ότι η έννοια της ΜΜΕ σε κάθε χώρα διαφέρει. Το κριτήριο ορισμού τους συνήθως είναι ένα ανώτατο όριο αριθμού απασχολούμενων. Για την Ελλάδα αυτό το όριο είναι τα 100 άτομα, για την Ε.Ε. τα 250, για τις ΗΠΑ τα 500 ενώ για την Ιαπωνία τα 300 άτομα. Παράλληλα θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα

διαθέσιμα στοιχεία για τις παραπάνω χώρες δεν ανήκουν στις ίδιες χρονικές περιόδους.

Σε όλες τις προαναφερθείσες οικονομίες, οι ΜΜΕ διαδραματίζουν ένα ζωτικό ρόλο στην ανάπτυξη. Συμμετέχουν με εξαιρετικά υψηλά ποσοστά στο σύνολο των επιχειρήσεων των χωρών (99,8% στην Ελλάδα¹ και στην Ε.Ε.-19², 99,7% στις ΗΠΑ³, 99,7% στην Ιαπωνία⁴). Συμβάλλουν με επίσης σημαντικά ποσοστά στην απασχόληση. Στην Ελλάδα κατά 79%, στην Ε.Ε. -19 συνεισφέρουν κατά τα δύο τρίτα (66%) ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά στις ΗΠΑ είναι 46% και στην Ιαπωνία 33% (βλ. Πίνακα 2.16).

Εκτός από τις διαφορές στον ορισμό της ΜΜΕ, επίσης διαφέρουν το μέγεθος και η δομή τους. Το μέσο μέγεθος της Ελληνικής επιχείρησης είναι 2 άτομα, της Ευρωπαϊκής είναι 6, ενώ μεγαλύτερα μεγέθη επιχειρήσεων έχουν οι ΗΠΑ, όπου ο μέσος αριθμός απασχολούμενων ανά επιχείρηση είναι 19 άτομα και η Ιαπωνία με 10 άτομα (Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο, 2002).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.16 - Απασχόληση στις ιδιωτικές επιχειρήσεις, Ε.Ε.-19, ΗΠΑ και Ιαπωνία

	Ευρώπη-19	ΗΠΑ	Ιαπωνία (1996)
ΜΜΕ			
Πολύ μικρές	34%	11%	
Μικρές	19%	19%	
Μεσαίες	13%	16%	
Σύνολο	66%	46%	33%
ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ	34%	54%	67%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ (σε χιλιάδες)	118,310	108,120	57,350
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση	6	19	10

ΠΗΓΗ: Eurostat SME Database & OECD Economic Outlook, 2001

Έρευνες έχουν δείξει ότι οι διαφορές του μέσου μεγέθους επιχειρήσεων στην Ευρώπη, συσχετίζονται με το κατά κεφαλή ΑΕΠ. Το συμπέρασμα αυτό επιβεβαιώνεται και αναφορικά με την Ελλάδα, η οποία μαζί με την Πορτογαλία και την Ισπανία έχουν σχετικά χαμηλό κατά κεφαλή ΑΕΠ και τείνουν να έχουν επίσης χαμηλότερο μέσο μέγεθος επιχειρήσεων. Η τάση αυτή ωστόσο δεν εξηγεί διαφορές μεταξύ της Ευρώπης των 19, των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας. Πρέπει να ληφθούν υπόψη πολιτιστικοί, κοινωνικοί και ιστορικοί παράγοντες. Ένας τέτοιος παράγοντας είναι η παρουσία μεγάλης εγχώριας αγοράς στις ΗΠΑ και Ιαπωνία στην οποία η κοινωνική

¹ ΕΣΥΕ, 1988

² Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ, 2002

³ Οικονομική Απογραφή Ηνωμένων Πολιτειών, 1997

⁴ Ετήσια Έκθεση ΟΟΣΑ, 2002

και πολιτιστική διαφοροποίηση είναι πολύ μικρότερη από ότι στην Ευρώπη. Ένα παράδειγμα είναι η έλλειψη των γλωσσικών εμποδίων. Επιπλέον, οι Ευρωπαϊκές κεφαλαιαγορές είναι περισσότερο κατακερματισμένες από τις Αμερικανικές και τις Ιαπωνικές. Επίσης, στην Ευρώπη υπάρχουν περισσότερα εμπόδια ενάντια σε εξαγωγές και συγχωνεύσεις καθώς σε πολλές χώρες οι επιχειρήσεις έχουν διάφορους τρόπους προστασίας από τις εχθρικές εξαγωγές (Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ, 2002).

Ο Πίνακας 2.17 που ακολουθεί συγκρίνει το πρότυπο απασχόλησης ανά μέγεθος επιχείρησης σε Ευρώπη -19 και ΗΠΑ. Υπάρχουν μερικές αξιοσημείωτες διαφορές.

Πρώτα τόσο στη διάρκεια 1990-1993 και στη διάρκεια 1993-1998, οι ΗΠΑ τα πήγαν καλύτερα όσον αφορά την αύξηση θέσεων εργασίας συνολικά. Δεύτερον, ενώ στην Ευρώπη-19 το μέγεθος των επιχειρήσεων και η αύξηση απασχόλησης συσχετίζονται αρνητικά, στις ΗΠΑ η αύξηση απασχόλησης είναι μικρότερη στις πολύ μικρές επιχειρήσεις και μεγαλύτερη στις μεγάλες. Έτσι, ο ρυθμός της αύξησης της απασχόλησης και το πρότυπο του μεγέθους των επιχειρήσεων διαφέρουν σημαντικά μεταξύ των ΗΠΑ και της Ευρώπης-19.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.17 - Αύξηση απασχόλησης κατά μέγεθος επιχείρησης, Ε.Ε.-19 & ΗΠΑ

	1990-1993		1993-1998	
	Ευρώπη-19	ΗΠΑ	Ευρώπη-19	ΗΠΑ
ΜΜΕ				
Πολύ μικρές	-0.8	0.6	0.6	1.1
Μικρές	-1.4	-0.4	0.4	1.9
Μεσαίες	-2	-0.1	0.3	2.2
Σύνολο	-1.2	0	0.5	1.8
ΜΕΓΑΛΕΣ	-2	0.9	0.3	3.5
ΣΥΝΟΛΟ	-1.5	0.5	0.4	2.7

ΠΗΓΗ: Eurostat SME Database & OECD Economic Outlook, 2001

Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα, Ε.Ε., ΗΠΑ και Ιαπωνία αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα αναφορικά με την πρόσβαση σε χρηματοδοτικούς πόρους. Οι κυβερνήσεις τους, αναγνωρίζοντας ότι η δυσκολία αυτή αποτελεί εμπόδιο στην ανάπτυξη τους και στο ζωτικό ρόλο που έχουν να διαδραματίσουν, έχουν αναλάβει ένα αριθμό μέτρων αντιμετώπισης. Αξίζει να σημειωθεί ότι έχει συντελεστεί πολύ μεγαλύτερη πρόοδος σε αυτό τον τομέα στις ΗΠΑ και Ιαπωνία, με την πληθώρα των χρηματοδοτικών ινστιτούτων που έχουν τεθεί σε λειτουργία.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών και την προώθηση της καινοτομίας στις ΜΜΕ. Όπως στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα, έτσι και στις ΗΠΑ, οι ΜΜΕ δεν εκμεταλλεύονται σε ικανοποιητικό βαθμό τις ευκαιρίες που τους παρέχει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ενώ σημαντικά ποσοστά ΜΜΕ διαθέτουν τους απαραίτητους εξοπλισμούς, φαίνεται να διστάζουν να εμπλακούν σε on line αγοραπωλησίες.

Σημαντική στήριξη παρέχουν οι κυβερνήσεις των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας, αλλά και η Ε.Ε., στις εξαγωγικές επιχειρήσεις, με την παροχή κεφαλαίων, ενημέρωσης και εκπαίδευσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΜΜΕ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πρόσφατες μελέτες έχουν δείξει την ύπαρξη ενός πυρήνα επιτυχημένων Ελληνικών ΜΜΕ, οι οποίες έχουν υιοθετήσει συγκεκριμένες στρατηγικές προκειμένου να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα τους, στις ραγδαία μεταβαλλόμενες αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται (Spanos et.al., 2001). Συγκεκριμένα, οι παράγοντες επιτυχίας τους αφορούν τον εκσυγχρονισμό των διαδικασιών τους, μέσω των διαθέσιμων νέων τεχνολογιών, την αλλαγή κουλτούρας στη διοίκηση με την εφαρμογή διοίκησης ολικής ποιότητας και σύγχρονων μεθόδων management, την προώθηση της καινοτομίας, τις συνεργασίες – δικτύωση καθώς και την επέκταση σε νέες αγορές. Η εφαρμογή των παραπάνω στρατηγικών οδηγεί στη δημιουργία μιας κρίσιμης μάζας πρωτοπόρων – υψηλής ανάπτυξης και βελτιωμένης ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ.

3.1. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ (ΤΠΕ)

Η επανάσταση που έφερε το διαδίκτυο δημιούργησε την έκρηξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν και του ηλεκτρονικού εμπορίου, που άνοιξαν νέους δρόμους στις επιχειρήσεις προς την διεθνή επιχειρηματικότητα και τις διεθνείς αγορές. Οι ΜΜΕ έχουν το πλεονέκτημα της ευελιξίας στην εσωτερική τους οργάνωση λόγω του μεγέθους και του οικογενειακού χαρακτήρα τους. Το πλεονέκτημα αυτό ενισχύεται με τη χρήση των ΤΠΕ, αρκεί να υπάρχει μια λειτουργική οργανωτική δομή, το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό (στελέχη με γνώσεις στις τεχνολογίες) και καλλιέργεια της κουλτούρας της συνεχούς μάθησης (Levy & Powell, 1998).

Οι ΜΜΕ ωστόσο δεν έχουν ακόμη εκμεταλλευτεί σε σημαντικό βαθμό τις ευκαιρίες που τους δίνονται αναφορικά με τις ΤΠΕ. Η καθυστέρηση αυτή οφείλεται στον προσανατολισμό των ΜΜΕ στην επιβίωση και την κερδοφορία, στο γεγονός ότι δεν αφιερώνουν χρόνο για την χάραξη στρατηγικής, δεν έχουν συνειδητοποιήσει ακόμη τα οφέλη από την εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών και είναι απρόθυμες να επενδύσουν τους περιορισμένους πόρους τους σε αυτές.

3.1.1.Χρήση ΤΠΕ στις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ

Ολοένα και περισσότερες ΜΜΕ αποκτούν πρόσβαση στο διαδίκτυο, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής έρευνας ENSR του 2002 (Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο, 2002). Οι ΜΜΕ χρησιμοποιούν τους εξής τύπους ΤΠΕ: κινητά τηλέφωνα το 83%, το διαδίκτυο 74%, e-mail και EDI το 71%, H/Y το 69%, δίκτυο H/Y το 52%, προσωπική διεύθυνση (Website) το 43% και τηλεφωνικές κάρτες το 34% των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ (βλ. Πίνακα 3.1). Η Ελλάδα υστερεί σε σχέση με τη χρήση των H/Y (55%) και την παρουσία στο Web (35%) από το μέσο όρο των ευρωπαϊκών χωρών. Αντίθετα υπερτερεί στη χρήση κινητών τηλεφώνων (90%), δικτύου H/Y (71%), e-mail και EDI (81%) και σύνδεση με Internet (83%).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1 - ΤΠΕ και Ηλεκτρονικό Εμπόριο (% ΜΜΕ)

Είδη ΤΠΕ	Τηλεφωνικές κάρτες	Κινητά τηλέφωνα	H/Y	Δίκτυο H/Y	E-mail / EDI	Intranet	Σύνδεση με Internet	Παρουσία στο WEB
Αυστρία	43%	92%	72%	69%	91%	39%	90%	59%
Βέλγιο	50%	84%	69%	54%	77%	15%	77%	39%
Δανία	42%	86%	83%	67%	82%	29%	86%	65%
Γερμανία	31%	83%	79%	67%	84%	13%	85%	62%
Ελλάδα	38%	90%	55%	71%	81%	25%	83%	35%
Ισπανία	52%	85%	67%	64%	74%	34%	77%	38%
Γαλλία	46%	77%	70%	31%	44%	22%	45%	23%
Φινλανδία	36%	95%	77%	55%	83%	26%	87%	40%
Ιρλανδία	28%	89%	68%	42%	78%	32%	78%	48%
Ιταλία	29%	74%	58%	55%	71%	11%	77%	43%
Λουξεμβούργο	49%	81%	76%	59%	72%	38%	69%	38%
Ολλανδία	24%	81%	68%	40%	75%	18%	81%	40%
Πορτογαλία	18%	90%	38%	46%	38%	10%	43%	11%
Σουηδία	20%	94%	88%	54%	77%	27%	82%	52%
Βασίλειο	22%	88%	78%	38%	75%	27%	75%	50%
Ισλανδία	44%	93%	36%	86%	85%	42%	91%	53%
Λιχτενστάιν	23%	84%	67%	67%	86%	28%	86%	40%
Νορβηγία	28%	91%	85%	46%	78%	22%	83%	43%
Ελβετία	24%	81%	72%	55%	74%	17%	73%	41%
Σύνολο	34%	83%	69%	52%	71%	20%	74%	43%

ΠΗΓΗ: Έρευνα ENSR 2002 (Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο ΜΜΕ)

Σύμφωνα με την πρόσφατη Ευρωπαϊκή Έκθεση για το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν (E-business watch, 2003), η υποδομή και πρόσβαση στις ΤΠΕ δεν αποτελεί πλέον εμπόδιο στην επέκταση του ηλεκτρονικού επιχειρείν, καθώς ακόμη και οι μικρές επιχειρήσεις (0-49 απασχολούμενοι) διαθέτουν κατά 94% H/Y και 83% έχουν πρόσβαση στο Internet. Οι on line αγορές φαίνεται να επεκτείνονται με ταχείς

ρυθμούς, καθώς το 34% των μικρών επιχειρήσεων και το 49% των μεγάλων αγοράζουν αγαθά on line (βλ. Πίνακα 3.2).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2 - Υποδομές ΤΠΕ ανάλογα με το μέγεθος επιχείρησης στην Ευρώπη

	ποσοστά (%)		
Μέγεθος επιχείρησης	0-49	50-249	250+
Χρήση Η/Υ	94	99	100
Πρόσβαση στο Internet	83	96	99
Ύπαρξη Intranet	29	56	75
Ύπαρξη website	52	78	88
Πωλήσεις on line	13	14	22
Αγορές on line	34	48	49

ΠΗΓΗ: European E-business report, 2003

Η πραγματική πρόκληση ωστόσο, για την επανάσταση του ηλεκτρονικού επιχειρείν, βρίσκεται στην ενσωμάτωση των ηλεκτρονικών δραστηριοτήτων στις επιχειρηματικές διαδικασίες, αντί για την προσέγγιση του ηλεκτρονικού εμπορίου σαν μια ξεχωριστή δραστηριότητα. Αυτή η εξέλιξη απαιτεί πιο προηγμένες λύσεις όπως αυτές των ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management) ή του SCM (Supply Chain Management), η εφαρμογή των οποίων απαιτεί κεφάλαια και υψηλά επίπεδα διαχειριστικών ικανοτήτων, προϋποθέσεις που διαθέτουν κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις.

3.1.2. Χρήση ΤΠΕ στις Ελληνικές ΜΜΕ

Η πανελλήνια έρευνα που σχεδιάστηκε από το Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ) και διενεργήθηκε σε δείγμα 1.800 ΜΜΕ (E-business forum, 2003), καταλήγει σε πιο απαισιόδοξες εκτιμήσεις σχετικά με ενσωμάτωση των ΤΠΕ στις Ελληνικές ΜΜΕ, σε σχέση με την Ευρωπαϊκή Έρευνα που παρατέθηκε παραπάνω.

Οι Ελληνικές ΜΜΕ παρουσιάζουν χαμηλό βαθμό ετοιμότητας έναντι άλλων χωρών στην Ευρώπη και διεθνώς, αναφορικά με την ανάπτυξη ενός δυναμικού περιβάλλοντος ηλεκτρονικού επιχειρείν. Χρήση Η/Υ γίνεται από το 35,7% των ΜΜΕ, χρήση του Internet από το 19,8%, ενώ μόλις 4,3% των ΜΜΕ διαθέτουν παρουσία στο διαδίκτυο (βλ. Πίνακα 3.3). Τα ποσοστά χρήσης του διαδικτύου για συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως οι προμήθειες (1,5%) και η διάθεση προϊόντων (1,2%) είναι εξαιρετικά χαμηλά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3 - Εκτιμώμενος αριθμός επιχειρήσεων στους βασικούς δείκτες χρήσης ΤΠΕ, 2002

Βασικοί Δείκτες Χρήσης ΤΠΕ	Απόλυτες τιμές	% συμμετοχής στο σύνολο
Επιχειρήσεις με Η/Υ	182,129	35.7%
Επιχειρήσεις με σύνδεση σε Δίκτυο Η/Υ	48,225	9.5%
Επιχειρήσεις με σύνδεση Internet	100,900	19.8%
Επιχειρήσεις με σύνδεση ISDN	59,637	11.7%
Επιχειρήσεις με e-mail	86,183	16.9%
Επιχειρήσεις με παρουσία στο WEB	21,835	4.3%
Επιχειρήσεις με εταιρικά κινητά	41,833	8.2%
Πραγματικός πληθυσμός (ΕΣΥΕ, 1995)	509,837	100.0%

ΠΗΓΗ: Δειγματοληπτική Έρευνα e-business forum, 2003

Παρατηρείται η ύπαρξη ψηφιακού χάσματος μεταξύ επιχειρήσεων που απασχολούν 1-5 άτομα και επιχειρήσεων με περισσότερα από 11 άτομα. Οι πρώτες παρουσιάζουν σημαντική υστέρηση στην εισαγωγή και χρήση ΤΠΕ ενώ ικανοποιητική είναι η χρήση τους στις επιχειρήσεις που απασχολούν περισσότερα από 11 άτομα οι οποίες παρουσιάζουν τάσεις σύγκλισης με τις Ευρωπαϊκές (βλ. Πίνακα 3.4).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4 - Εκτιμώμενος αριθμός επιχειρήσεων στους βασικούς δείκτες ΤΠΕ, 2002

Βασικοί Δείκτες Χρήσης ΤΠΕ	1-5	%	6-10	%	11+	%
Επιχειρήσεις με Η/Υ	165,361	33.9%	6,740	62.8%	10,028	91.7%
Επιχειρήσεις με σύνδεση σε δίκτυο Η/Υ	40,479	8.3%	1,771	16.5%	5,975	54.6%
Επιχειρήσεις με σύνδεση στο Internet	88,714	18.2%	4,012	37.4%	8,174	74.7%
Επιχειρήσεις με σύνδεση ISDN	52,053	10.7%	1,990	18.5%	5,594	51.1%
Επιχειρήσεις με e-mail	74,971	15.4%	3,801	35.4%	7,411	67.7%
Επιχειρήσεις με παρουσία στο WEB	16,597	3.4%	1,256	11.7%	3,643	33.3%
Επιχειρήσεις με εταιρικά κινητά	34,645	7.1%	2,189	20.4%	5,049	46.1%
Πραγματικός Πληθυσμός (ΕΣΥΕ, 1995)	488,158		10,738		10,941	

ΠΗΓΗ: Δειγματοληπτική Έρευνα e-business forum, 2003

Οι αιτίες της υστέρησης που παρουσιάζει η εφαρμογή των ΤΠΕ στις Ελληνικές ΜΜΕ, εντοπίζονται στις ελλείψεις γνώσεων και ενημέρωσης σχετικά με τις νέες ΤΠΕ. Οι κυριότεροι λόγοι χρήσης Η/Υ από τις ΜΜΕ, είναι οι εφαρμογές λογιστηρίου και ο αυτοματισμός γραφείου. Αντίστοιχα, η χρήση του Internet επικεντρώνεται στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, την ενημέρωση και σε μικρότερο βαθμό σε συναλλαγές με το δημόσιο (TAXIS, ΙΚΑ) και σε τραπεζικές συναλλαγές.

3.1.3. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ΗΕ) είναι ο συνδυασμός σύγχρονων τεχνολογιών και επιχειρηματικών μεθόδων που επιτρέπουν την ανταλλαγή και εκμετάλλευση της πληροφορίας μεταξύ επιχειρήσεων, προκειμένου να αποκομίσουν μεγαλύτερη αξία από την επαγγελματική τους σχέση (Παπασταματίου, 1999).

Οι βασικές κατηγορίες τεχνολογιών και μεθοδολογιών του ΗΕ είναι οι εξής:

- ✓ *Τεχνολογίες συλλογής δεδομένων:* επιτρέπουν την συλλογή πρωτογενών δεδομένων στο σημείο παραγωγής τους (π.χ. scanners, Point of Sales).
- ✓ *Μέθοδοι εξασφάλισης ποιότητας της πληροφορίας:* οι μέθοδοι αυτές είναι απαραίτητες για την ηλεκτρονική επικοινωνία καθιστώντας την πληροφορία επεξεργάσιμη από υπολογιστικά συστήματα.
- ✓ *Προηγμένες τεχνολογίες πληροφοριών:* επιτρέπουν την αποτελεσματική ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των συναλλασσόμενων και ενισχύουν την αυτοματοποίηση των διαδικασιών της επιχείρησης (Electronic Data Interchange, VANs).
- ✓ *Μεθοδολογίες ανασχεδιασμού των διαδικασιών (Business Process Re-engineering, BPR):* προετοιμάζουν την επιχείρηση να εναρμονιστεί με τις αρχές του ΗΕ.

Το ΗΕ παρέχει μια σειρά σημαντικών ωφελειών στις ΜΜΕ, όπως:

- ✓ Επέκταση δραστηριοτήτων πέρα των ορίων των τοπικών αγορών, ανεξάρτητα από το μέγεθος και τις οικονομικές τους δυνατότητες,
- ✓ Ελαχιστοποίηση κόστους παραγωγής, κόστους διατήρησης αποθεμάτων και εξασφάλιση καλύτερων τιμών για τους πελάτες,
- ✓ Βελτίωση ανταγωνιστικότητας και ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών (ελαχιστοποίηση χρόνων παράδοσης προϊόντων, παροχή υπηρεσιών υποστήριξης στον πελάτη, ενημέρωση, παρακολούθηση προτιμήσεων πελατών κ.ά.),
- ✓ Σμίκρυνση προμηθευτικής αλυσίδας με εξάλειψη μεσαζόντων και άμεση επικοινωνία προμηθευτή – πελάτη,
- ✓ Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες καθώς δημιουργείται μια νέα γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών (π.χ. παροχή δικτυακών υπηρεσιών, ηλεκτρονικών καταλόγων, ηλεκτρονικές επιχειρήσεις – virtual enterprises).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5 - Αγορές και Πωλήσεις στο Internet ανάλογα με το μέγεθος επιχείρησης, 2000

			ποσοστά (%)	
	Πωλήσεις	Αγορές	Πωλήσεις	Αγορές
Αυστραλία			Ιαπωνία	
0-4	7	19	50-99	14
5-9	9	19	100+	25
10-19	12	23	Λουξεμβούργο	
20-49	14	28	10-49	5
50-99	12	28	50-249	10
100+	17	34	250+	22
Αυστρία			Ολλανδία	
10-49	10	12	5-9	17
50-249	14	19	10-49	22
250+	20	25	50+	31
0	2	5	Νέα Ζηλανδία	
1-9	4	15	10-49	9
10-19	6	20	50-249	11
Καναδάς			250+	15
20-49	9	22	Νορβηγία	
50-99	10	26	10-49	16
100-299	9	34	50-249	24
300-499	8	44	250+	27
500+	13	40	Πορτογαλία	
Δανία			10-49	3
10-49	24	31	50+	7
50-249	23	47	Ισπανία	
250+	29	62	1-4	0
Φινλανδία			5-9	5
5-9	10	26	10-49	4
10-49	13	33	50-249	6
50-249	17	42	250+	11
250+	26	45	Σουηδία	
Ελλάδα			10-49	16
10-49	4	5	50-249	25
50-249	10	10	250+	26
250+	9	6	Ηνωμένο Βασίλειο	
Ιταλία			10-49	15
10-49	2	7	50-249	20
50-249	3	13	250-999	33
250+	5	17	1000+	45

ΠΗΓΗ: OECD SMEs Outlook, 2002, Eurostat, E-commerce Pilot Survey, 2001.

Όπως προαναφέρθηκε, παρόλο που οι ΜΜΕ διαθέτουν Η/Υ και έχουν πρόσβαση στο Internet, ακόμη και παρουσία σε αυτό με ιστοσελίδες, είναι λιγότερο ενεργά εμπλεκόμενες σε on line συναλλαγές, ιδιαίτερα στις πωλήσεις και αγορές. Τα ποσοστά διενέργειας αγοραπωλησιών στο Internet τείνουν να αυξάνουν καθώς αυξάνει το μέγεθος των επιχειρήσεων.

Τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής ΜΜΕ σε on line αγοραπωλησίες (με λιγότερους από 250 απασχολούμενους), παρουσιάζουν το Ηνωμένο Βασίλειο, Σουηδία, Νορβηγία, Δανία, Φινλανδία, Αυστραλία. Αντίθετα τα μικρότερα ποσοστά συμμετοχής, παρουσιάζουν η Ελλάδα και Πορτογαλία (βλ. Πίνακα 3.5).

3.1.4. Προγράμματα ενίσχυσης Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

Η Ε.Ε. στην προσπάθεια της να ωθήσει τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ να κάνουν χρήση των ΤΠΕ και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες της «ηλεκτρονικής οικονομίας» (e-economy), εισήγαγε τη δράση GoDigital (COM2001, 136 final). Πρόκειται για μια δέσμη πρωτοβουλιών με στόχο τον εντοπισμό των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, την πρόταση ειδικών δράσεων, την εξασφάλιση συνοχής και συντονισμού των δράσεων που αναλαμβάνονται σε κοινοτικό, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο και την άντληση διδαγμάτων από τις υπάρχουσες βέλτιστες πρακτικές (<http://www.europa.eu.int>).

Στην Ελλάδα η Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης ανέλαβε την πρωτοβουλία δημιουργίας του «E-business Forum» (<http://www.ebusinessforum.gr>) σε συνεργασία με το Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ). Πρόκειται για ένα ανοικτό, ευρύ και συνεχή μηχανισμό διαβούλευσης, στον οποίο συμμετέχουν εκπρόσωποι του επιχειρηματικού, ακαδημαϊκού κόσμου, της πολιτείας και των μέσων μαζικής ενημέρωσης, με σκοπό την ενημέρωση των ΜΜΕ για τις πρωτοβουλίες ηλεκτρονικού επιχειρείν και τον τρόπο εκμετάλλευσής τους. Παράλληλα προτείνει σε αυτούς που διαμορφώνουν τις πολιτικές, μέτρα και δράσεις που θα βοηθήσουν τις ΜΜΕ να εκμεταλλευτούν τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Τα επιχειρησιακά προγράμματα «Κοινωνία της Πληροφορίας» και «Ανταγωνιστικότητα» (Προγράμματα «Δικτυωθείτε» και «Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά») έχουν ως στόχο την υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να συνδεθούν με το διαδίκτυο και να πληροφορηθούν σχετικά με τα οφέλη της χρήσης του.

Το ΕΔΕΤ οργανώνει το πρόγραμμα «e-TRAIN – Awareness, Guidance and Training support for the Greek SMEs», το οποίο υπάγεται στα πλαίσια της πρωτοβουλίας της Ε.Ε., «GoDigital». Στόχος του προγράμματος είναι να ενημερώσει και υποστηρίξει τις ΜΜΕ στην πρακτική εφαρμογή του ηλεκτρονικού επιχειρείν, να συμβάλλει στη δημιουργία ενός «πρότυπου» συνόλου ΜΜΕ που θα παρακινήσει και τις υπόλοιπες επιχειρήσεις και στην ανταλλαγή παρόμοιων εμπειριών με άλλα κράτη – μέλη της Ε.Ε. (Υπουργείο Ανάπτυξης, 2002).

3.2. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΜΜΕ

Η καινοτομία μπορεί να οριστεί ως η «επιτυχής παραγωγή, αφομοίωση και αξιοποίηση νεωτερισμών στον οικονομικό και κοινωνικό τομέα» (COM2003, 112 τελικό) ή «η χρήση της γνώσης για τη δημιουργία νέων ή βελτιωμένων προϊόντων / υπηρεσιών που είναι ανταγωνιστικά στην αγορά» (Σοφούλη, 2000). Ο έντονος ανταγωνισμός ωθεί τις ΜΜΕ στην καινοτομία, η οποία μπορεί να προκύψει με τρόπους όπως οι ακόλουθοι:

- ✓ Μπορεί να έχει τη μορφή εφεύρεσης και να προκύπτει από το ερευνητικό εργαστήριο.
- ✓ Αξιοποίηση μιας ιδέας που προέρχεται από ένα άλλο επιχειρηματικό τομέα, αφού πρώτα προσαρμοστεί κατάλληλα ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην οικεία παραγωγική διαδικασία ή αγορά.
- ✓ Επέκταση δραστηριότητας επιχείρησης σε ένα νέο, αναξιοποίητο εμπορικό χώρο (προστιθέμενη αξία καινοτομίας: όταν μέσω τεχνολογικής καινοτομίας ή ανασυνδυασμού υπαρχόντων προϊόντων / υπηρεσιών προκύπτει μια ριζική αλλαγή).
- ✓ Εισαγωγή μιας εντελώς νέας επιχειρηματικής προσέγγισης, με σκοπό τη δημιουργία ενός νέου εμπορικού χώρου ή την αύξηση κερδοφορίας μιας υπάρχουσας αγοράς.

Η καινοτομία μπορεί να είναι *τεχνολογική* (καινοτομία που προέρχεται από την έρευνα), *οργανωτική* (νέοι τρόποι οργάνωσης της εργασίας) ή *καινοτομία σε θέματα παρουσίασης των προϊόντων* (presentation innovation).

Για την προώθηση της καινοτομίας, εκτός από την αύξηση των δαπανών σε Ε&Α, οι κυβερνήσεις θα πρέπει να προάγουν την επιχειρηματική συμπεριφορά μέσω παροχής ειδικών μορφών κατάρτισης, στήριξη ομάδων επιχειρήσεων (clusters),

εύρυθμη λειτουργία των κεφαλαιαγορών, φορολογικές ελαφρύνσεις για τις δαπάνες E&A, υποστηρικτικό ρυθμιστικό περιβάλλον και ευέλικτο, κινητικό και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Οι δεξιότητες των ανθρώπινων πόρων (δεξιότητες σε ΤΠΕ, επιχειρηματικές δεξιότητες) των ΜΜΕ, επηρεάζουν σημαντικά την ικανότητα τους να αποκτούν γνώσεις και να τις χρησιμοποιούν για να καινοτομούν. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις συμβάλλουν στην αύξηση της ζήτησης εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Πρόσφατες έρευνες έδειξαν ότι περισσότερο καινοτόμες είναι οι ΜΜΕ (10 – 249 απασχολούμενοι) από ότι οι πολύ μικρές (0-9 απασχολούμενοι) και οι μεγάλες επιχειρήσεις (250+ απασχολούμενοι).

Ιδιαίτερα σημαντική για την προώθηση της καινοτομίας είναι η συνεργασία μεταξύ ερευνητών (ερευνητικά ινστιτούτα E&A, πανεπιστήμια) και βιομηχανικού τομέα, προκειμένου να γεννηθούν νέες ιδέες που θα εξελιχθούν σε νέα προϊόντα / υπηρεσίες.

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας προώθησης της καινοτομίας, είναι η δημιουργία ενός καλύτερου περιβάλλοντος χρηματοδότησης, ιδιαίτερα για τις νέες εταιρείες υψηλής τεχνολογίας οι οποίες αντιμετωπίζουν προβλήματα ρευστότητας. Οι εταιρείες αυτές στρέφονται κυρίως στον εσωτερικό δανεισμό (από τους ίδιους τους επιχειρηματίες, άτομα του συγγενικού και φιλικού περιβάλλοντος τους). Εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης στα αρχικά στάδια λειτουργίας αυτών των εταιρειών αποτελούν οι λεγόμενοι «business angels» (ανεξάρτητοι ιδιωτικοί επιχειρηματίες). Στα μετέπειτα στάδια οι ώριμες πλέον εταιρείες υψηλής τεχνολογίας χρηματοδοτούνται από θεσμικούς επενδυτές (venture capitalists). Παράλληλα δημιουργούνται συνεργασίες και δίκτυα εταιρειών (business networks) μεταξύ των επιχειρηματιών και εταιρειών επιχειρηματικών κεφαλαίων.

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο στη Λισσαβόνα το 2000 θεσμοθέτησε ένα πρόγραμμα ώστε να εξελιχθεί η Ε.Ε. στην «πιο ανταγωνιστική και δυναμική knowledge – based οικονομία του κόσμου». Έπειτα από αίτημα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισσαβόνας, διαμορφώθηκε ο ευρωπαϊκός πίνακας αποτελεσμάτων για την καινοτομία, προκειμένου να παρακολουθείται η πρόοδος και τα αποτελέσματα της πολιτικής για την καινοτομία.

Ο πίνακας αυτός περιλαμβάνει 17 δείκτες οι οποίοι καλύπτουν τομείς όπως οι ανθρώπινοι πόροι (απόφοιτοι σχολών, συμμετέχοντες στη δια βίου μάθηση), η απασχόληση σε τομείς υψηλής τεχνολογίας, η δημιουργία γνώσης μέσω E&A

(διπλώματα ευρεσιτεχνίας), η μετάδοση και εφαρμογή της γνώσης καθώς και χρηματοδότηση της καινοτομίας (βλ. Πίνακα 3.6).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6 - Δείκτες Καινοτομίας, Ελλάδα - Ε.Ε. (2002)

A/A	Δείκτες Καινοτομίας	Ελλάδα	Μέσος όρος Ε.Ε.	% Μεταβολή Ελλάδα	% Μεταβολή Ε.Ε.
1	Απόφοιτοι ΘΕ&Π	3.8	10.3		13.7
2	Πληθυσμός με γνώσεις 3βάθμιας εκπαίδευσης	17.1	21.2	4.0	17.9
3	Συμμετοχή στη διά βίου μάθηση	1.4	8.5	35.5	21.4
4	Απασχόληση στη βιομηχανία μέσης / υψηλής τεχνολογίας	2.2	7.6	-2.3	-2.1
5	Απασχόληση σε υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας	1.7	3.6	14.6	18.3
6	Δημόσια Ε&Α / ΑΕΠ	0.5	0.7	34.0	-2.0
7	Επιχειρηματική Ε&Α / ΑΕΠ	0.2	1.3	46.0	5.4
8	Διπλώματα ευρεσιτεχνίας υψηλής τεχνολογίας του ΕΡΟ / πληθυσμό	0.6	27.8	43.7	97.2
9	Διπλώματα ευρεσιτεχνίας υψηλής τεχνολογίας του USPTO / πληθυσμό	0.4	12.4	-8.2	43.9
10	Διπλώματα ευρεσιτεχνίας υψηλής τεχνολογίας (μέσος όρος)	0.5	20.1	17.8	70.6
11	Καινοτομία ΜΜΕ	20.1	44.0		
12	Καινοτομία συνεργαζόμενων ΜΜΕ	6.5	11.2		
13	Δαπάνες καινοτομίας	1.6	3.7		
14	Επιχειρηματικά κεφάλαια στον τομέα υψηλής τεχνολογίας / ΑΕΠ	0.2	0.2		
15	Άντληση νέων κεφαλαίων / ΑΕΠ	1.6	1.7		
16	Πρόσβαση νοικοκυριών στο Internet	9.9	37.7	96.0	271.4
17	Δαπάνες ΤΠΕ / ΑΕΠ	5.1	6.9	20.9	14.8

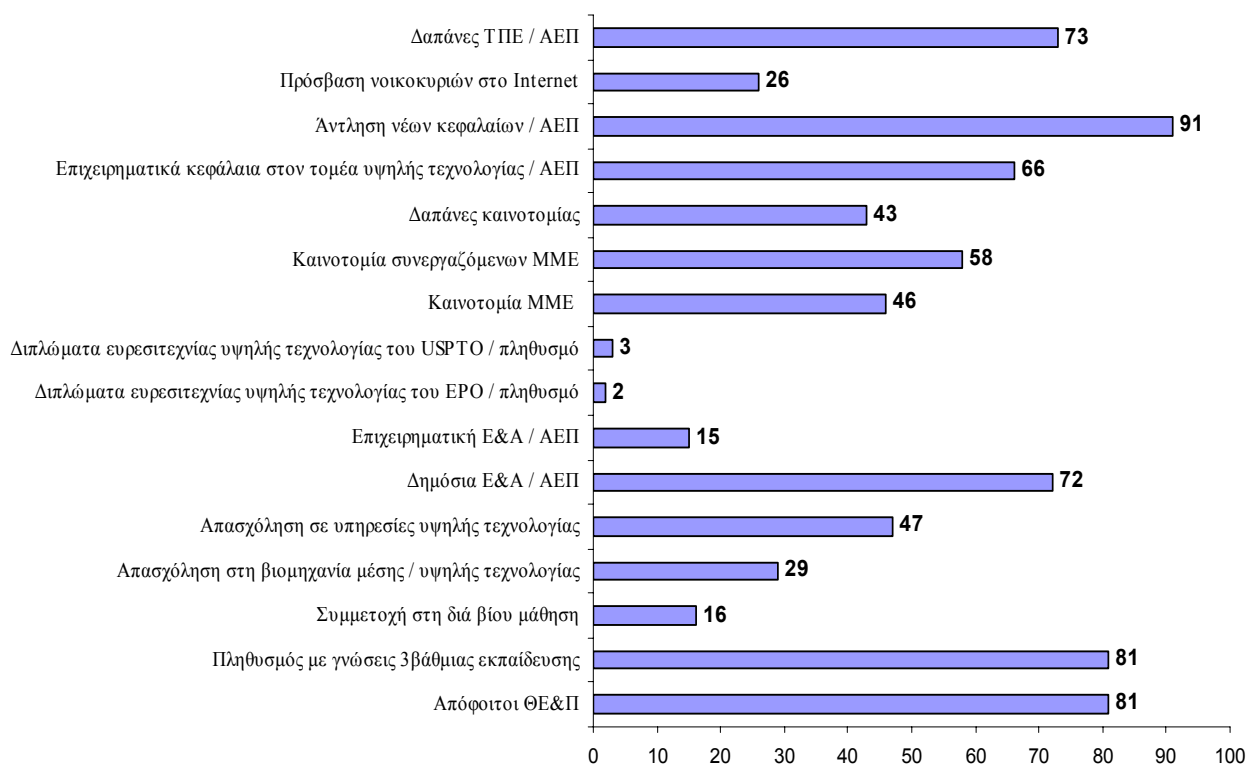
ΠΗΓΗ: <http://www.cordis.lu>

Οι καινοτομικές επιδόσεις της Ε.Ε. είναι χαμηλές έναντι των βασικών ανταγωνιστών της (ΗΠΑ και Ιαπωνία), ωστόσο οι τάσεις των δεικτών (ποσοστιαίες μεταβολές κάθε δείκτη σε σχέση με το προηγούμενο έτος) είναι ενθαρρυντικές καθώς η Ε.Ε. δείχνει να μειώνει το χάσμα. Οι χώρες της Ε.Ε. με προβάδισμα στην καινοτομία είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Φινλανδία, Σουηδία, Δανία και οι Κάτω Χώρες.

Όλοι οι δείκτες καινοτομίας της Ελλάδας βρίσκονται κάτω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, αν και αυξάνονται διαχρονικά. Το επίπεδο των αποφοίτων από την ανώτατη εκπαίδευση αλλά και των συμμετεχόντων στη δια βίου εκπαίδευση είναι πολύ χαμηλότερα των αντίστοιχων ευρωπαϊκών. Παράλληλα, έχει χαμηλά επίπεδα Έρευνας και Ανάπτυξης (Ε&Α), συμμετοχή απασχόλησης σε μεσαίας και υψηλής

τεχνολογίας μεταποίηση και υπηρεσίες, και σε εφαρμογές ευρεσιτεχνιών υψηλής τεχνολογίας (βλ. Πίνακα 3.6).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1 - Δείκτες Καινοτομίας Ελλάδας, 2002 (Ε.Ε.=100)



Είναι αξιοσημείωτο ότι η Ελλάδα και η Πορτογαλία, αν και είναι δύο από τις λιγότερο καινοτόμες χώρες της Ε.Ε., έχουν το προβάδισμα στις τάσεις σε μερικούς από τους δείκτες (όπως η τάση για Ε&Α). Αλλά η αύξηση των δαπανών Ε&Α δεν έχει ακόμη οδηγήσει σε παρόμοια αύξηση στις ευρεσιτεχνίες υψηλής τεχνολογίας. Οι συνδέσεις νοικοκυριών στο Internet είναι σε χαμηλά επίπεδα και η Ελλάδα είναι η μόνη ευρωπαϊκή χώρα που σημείωσε μείωση των συνδέσεων των νοικοκυριών τη διετία 2000-2001.

Ο Ευρωπαϊκός Πίνακας Αποτελεσμάτων Καινοτομίας αξιολογεί και τις επιδόσεις των περιφερειών των κρατών μελών της Ε.Ε. Οι επιδόσεις αυτές φανερώνουν μεγάλη συγκέντρωση καινοτομικών δραστηριοτήτων σε περιφέρειες όπου λειτουργούν μεγάλα ερευνητικά και πανεπιστημιακά ιδρύματα. Για την Ελλάδα, οι πιο ανεπτυγμένες καινοτομικά περιφέρειες, είναι η Αττική και η Κρήτη, όπου βρίσκονται τα δύο μεγαλύτερα ερευνητικά ιδρύματα (ο Δημόκριτος και το Ίδρυμα

Τεχνολογίας και Έρευνας, αντίστοιχα). Το επιχειρησιακό σχέδιο της Κοινωνίας της Πληροφορίας, που ξεκίνησε το 2002, στοχεύει στην αναστροφή της κατάστασης αυτής. Οι δαπάνες σε ΤΠΕ, τόσο αναφορικά με το μέγεθος τους όσο και με την τάση εξέλιξης τους, βρίσκονται κοντά στον μέσο ευρωπαϊκό όρο. Οι επερχόμενοι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 έδωσαν μια επιπλέον ώθηση στην Ελληνική αγορά ΤΠΕ.

Η Ε.Ε. μέσω των προγραμμάτων – πλαισίων για την Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη (ΕΤΑ), έχει αναλάβει μια σειρά ενεργειών για την προώθηση της καινοτομίας στην Ευρώπη:

- ✓ *Διάγραμμα τάσεων καινοτομίας στην Ευρώπη*: συλλογή, επικαιροποίηση, ανάλυση και διάδοση πληροφοριών αναφορικά με τις πολιτικές καινοτομίας σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο. Σημαντικό συστατικό στοιχείο του Διαγράμματος είναι ο *Ευρωπαϊκός Πίνακας Αποτελεσμάτων Καινοτομίας*. Πρόκειται για μια παρουσίαση ποσοτικών στοιχείων για την συμπεριφορά των επιχειρήσεων σε θέματα καινοτομίας μεταξύ άλλων.
- ✓ *Κοινοτική έρευνα για την καινοτομία*, διεξάγεται από την Eurostat και τις εθνικές στατιστικές υπηρεσίες.
- ✓ *Βαρόμετρο Καινοτομίας*: χρησιμοποιεί το σύστημα δημοσκοπήσης του Ευρωβαρόμετρου προκειμένου να εξετάσει τη στάση των επιχειρήσεων αναφορικά με την καινοτομία.
- ✓ *Μηχανισμοί στήριξης νεοϊδρυνόμενων επιχειρήσεων και ανάπτυξη τους*, δικτύωση οικονομικών τομέων με θετικά επιχειρηματικά αποτελέσματα (*πρωτοβουλία PAXIS*), δίκτυα μεταξύ φορέων χρηματοδότησης καινοτομίας και γραφείων βιομηχανικών επαφών των δημόσιων ερευνητικών οργανισμών (*πρωτοβουλία Gate2growth*).
- ✓ *Δίκτυο Καινοτόμων Περιφερειών στην Ευρώπη*: μηχανισμός διάδοσης εμπειρίας σχετικά με την ανάπτυξη στρατηγικών για την καινοτομία.
- ✓ *Δίκτυο Κέντρων Αναδιάδοσης Καινοτομίας*: βοηθά τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν διεθνική συνεργασία σε θέματα τεχνολογίας και μεταφοράς της.
- ✓ *Σχέδια Καινοτομίας* : εξετάζουν τα εμπόδια που τίθενται στην καινοτομία που προσανατολίζεται στην αγορά και στοχεύουν στο άμεσο περιβάλλον της επιχείρησης.
- ✓ *CORDIS*: κοινοτική υπηρεσία πληροφοριών για θέματα Ε&Α και καινοτομίας στο διαδίκτυο (<http://www.cordis.lu>) .

Στην Ελλάδα, προγράμματα προώθησης της καινοτομίας στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητας (Ε.Π.ΑΝ.) είναι τα εξής (Σοφούλη, 2000):

- ✓ *ΠΡΑΞΕ Α & Β* : Ενίσχυση Ελληνικού συστήματος καινοτομίας, με τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που έχουν ως αντικείμενο την εκμετάλλευση ενός προϊόντος / υπηρεσίας που σχετίζεται με ένα ερευνητικό αποτέλεσμα και όπου συμμετέχουν ως ιδρυτικά μέλη οι εμπλεκόμενοι ερευνητές.
- ✓ *ΕΛΕΥΘΩ* : πρόγραμμα επιστημονικών πάρκων και θερμοκοιτίδων.
- ✓ *Γραφεία Διαμεσολάβησης* : ενίσχυση γραφείων διαμεσολάβησης στα ΑΕΙ, ΤΕΙ και ερευνητικά κέντρα.
- ✓ *Τεχνομεσιτεία*: δημιουργία ή επέκταση υπηρεσιών μεταφοράς τεχνολογίας και καινοτομίας, από το εξωτερικό προς τη χώρα, στήριξη δράσεων δικτύωσης για διευκόλυνση εφαρμογής αποτελεσμάτων έρευνας.
- ✓ *ΑΚΜΩΝ*: ανάπτυξη υποδομών και δημιουργία ανθρώπινου κεφαλαίου για εκτέλεση έργων Ε&Α.
- ✓ *Τεχνομάθεια*: επαφή μαθητών με την έρευνα και τεχνολογία με την παράλληλη ανάπτυξη πνεύματος δημιουργικότητας, επιχειρηματικότητας και συνεργασίας.

3.3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΑΡΧΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΜΜΕ

Στο έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον της εποχής, οι ΜΜΕ θα πρέπει να εφαρμόσουν στρατηγικές διαφοροποίησης από τους ανταγωνιστές προκειμένου να επιβιώσουν και επεκταθούν. Είναι γεγονός ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται, εύκολα αντιγράφονται, αυτό όμως δεν ισχύει για την ποιότητα. Η παροχή ποιοτικών προϊόντων / υπηρεσιών από τις ΜΜΕ ωστόσο προϋποθέτει την εδραίωση μιας νέας κουλτούρας στην επιχείρηση, μιας «*ποιοτικής νοοτροπίας*».

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (ΔΟΠ) είναι «το σύνολο των δραστηριοτήτων και μεθόδων που εφαρμόζονται από την επιχείρηση, με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και την ταυτόχρονη ενεργοποίηση όλου του δυναμικού (έμψυχου και άψυχου) της επιχείρησης με το μικρότερο δυνατό κόστος» (Σπανός, 1995). Για την

αποτελεσματική εφαρμογή της ΔΟΠ πρέπει να συντρέχουν κάποιες βασικές προϋποθέσεις.

Θα πρέπει να υπάρχει η θέληση από τη διοίκηση για την εφαρμογή της στρατηγικής ποιότητας και δέσμευση για τη διατήρηση και συνεχή βελτίωση της μέσω της παροχής των αναγκών πόρων, της ενημέρωσης όλου του προσωπικού για τη σημασία που έχει η εργασία τους στην επίτευξη της.

Η στρατηγική ποιότητας μπορεί να εφαρμοστεί μόνο αν το προσωπικό της επιχείρησης κατανοήσει την αναγκαιότητα της και συμμετέχει στην προσπάθεια. Οι ενέργειες που μπορεί να αναλάβει η επιχείρηση σε αυτή την κατεύθυνση, αφορούν την παροχή της απαραίτητης πληροφόρησης, εκπαίδευση – επιμόρφωση του προσωπικού, παροχή κινήτρων που θα ενθαρρύνουν τη συμμετοχή του (παρακίνηση προσωπικού να υποβάλλει προτάσεις βελτίωσης της εργασίας του, ενίσχυση του αισθήματος της συνιδιοκτησίας στις επιτυχίες της επιχείρησης, ανάληψη ευθυνών, βραβεία, κ.λ.π.).

Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία στην ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη, ο οποίος αποτελεί το επίκεντρο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Ο βαθμός ικανοποίησης του θα πρέπει να παρακολουθείται, να μετράται (π.χ. χρήση ερωτηματολογίων, νέοι πελάτες, μακροχρόνιες σχέσεις με πελάτες, χαμένες παραγγελίες, κ.λ.π.) και οι σχετικές πληροφορίες να ανατροφοδοτούνται στη διοίκηση της επιχείρησης προκειμένου να αναλαμβάνονται ενέργειες βελτίωσης του.

Πελάτες της επιχείρησης δεν είναι μόνο αυτοί που καταναλώνουν το προϊόν που παράγει ή γίνονται αποδέκτες των υπηρεσιών που παρέχει. Πελάτες της είναι και το προσωπικό της (εσωτερικοί πελάτες). Η λειτουργία της επιχείρησης βασίζεται σε ένα σύνολο διεργασιών, αλληλεξαρτώμενων και αλληλεπιδρόντων, η καθεμιά από τις οποίες προσφέρει δεδομένα (εισροές) στην άλλη (προσέγγιση με βάση τη διεργασία). Για αυτό το λόγο είναι πολύ σημαντικό οι εσωτερικοί πελάτες να αντλούν ικανοποίηση από την εργασία τους και να αισθάνονται υπερήφανοι για την επιχείρηση στην οποία απασχολούνται. Επίσης σημαντική για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης, είναι η ύπαρξη αμοιβαίως επωφελών σχέσεων με τους προμηθευτές της.

Σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας της επιχείρησης θα πρέπει να εντοπίζονται ευκαιρίες βελτίωσης, να προλαμβάνονται λάθη μάλλον, παρά να διορθώνονται αφού εκδηλωθούν και να προάγεται η συνεχής βελτίωση της ποιότητας.

Όλες οι παραπάνω αρχές στηρίζουν τη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, η εφαρμογή της οποίας συμβάλλει στην οικοδόμηση της εμπιστοσύνης του πελάτη προς την επιχείρηση. Ο συνδυασμός της οργάνωσης της επιχείρησης, των μέσων που έχει στη διάθεση της (εξοπλισμός, προσωπικό) και των διεργασιών που εφαρμόζει, συνιστούν ένα Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας.

Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (International Standards Organization – ISO) έχει καθιερώσει μια σειρά προτύπων που βοηθούν την επιχείρηση, εφόσον έχει αποφασίσει και έχει δεσμευτεί στην εφαρμογή της παραπάνω κουλτούρας Ολικής Ποιότητας, να την επιτύχει και να την διατηρήσει. Η σειρά αυτή των προτύπων ISO 9000:2000, περιλαμβάνει πρότυπο για τις βασικές αρχές για την εφαρμογή της (ISO 9004), ένα γλωσσάριο (ISO 9000) ώστε να διασφαλίζεται η ύπαρξη κοινής γλώσσας επικοινωνίας και φυσικά τις απαιτήσεις (ISO 9001) με τις οποίες θα πρέπει να συμμορφώνεται μια επιχείρηση προκειμένου να πιστοποιηθεί.

Υπάρχει ένας έντονος σκεπτικισμός και διστακτικότητα στις Ελληνικές ΜΜΕ, αναφορικά με τις ωφέλειες που μπορεί να τους αποδώσει η εφαρμογή των αρχών της Ολικής Ποιότητας. Αν και τα οφέλη της ποιότητας γίνονται περισσότερο αντιληπτά με την πάροδο του χρόνου, η έλλειψη της στοιχίζει πολύ. Μερικά από τα οφέλη που έχει η εφαρμογή της στρατηγικής ποιότητας σε μια ΜΜΕ είναι τα εξής:

- ✓ Η επιχείρηση κερδίζει την εμπιστοσύνη του πελάτη με την προσφορά ποιοτικών προϊόντων / υπηρεσιών,
- ✓ Ενισχύεται η ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης,
- ✓ Βελτιώνεται η οργάνωση της επιχείρησης,
- ✓ Ενισχύεται η φήμη της στην αγορά,
- ✓ Παρέχεται στην επιχείρηση η δυνατότητα εισόδου σε αγορές όπου υπάρχει απαίτηση για ποιότητα,
- ✓ Αυξάνεται το μερίδιο αγοράς και κατ' επέκταση οι πωλήσεις και τα κέρδη της,
- ✓ Αυξάνεται η αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων της, κ.ά.

3.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΜΜΑΧΙΕΣ ΜΜΕ

Στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης, των έντονων τεχνολογικών αλλαγών και του εντεινόμενου ανταγωνισμού, οι ΜΜΕ έχουν γίνει πιο ενεργοί συμμετέχοντες σε διεθνικές στρατηγικές συμμαχίες, προκειμένου να ξεπεράσουν το πρόβλημα της στενότητας των πόρων που διαθέτουν αλλά και να βελτιώσουν τη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα τους. Με τον όρο «στρατηγικές συμμαχίες» νοούνται οι συμφωνίες συνεργασίας μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων που βασίζονται σε επιχειρηματικά συμβόλαια, προκειμένου να διευρύνουν τις ανταγωνιστικές στρατηγικές των συμμετεχόντων επιχειρήσεων (ΟΟΣΑ, 2002).

Οι ΜΜΕ μπορούν να ωφεληθούν σημαντικά μέσω στρατηγικών συμμαχιών με μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς αποκτούν πρόσβαση σε χρηματοοικονομικούς πόρους, ευρύτερα κανάλια διανομής, γνωστά εταιρικά ονόματα, κ.λ.π. Και οι μεγάλες επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν ραγδαίες τεχνολογικές αλλαγές, αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών, μικρότερους κύκλους ζωής προϊόντων, δεν μπορούν να καλύψουν όλες τις δραστηριότητες ανάπτυξης προϊόντος και επιζητούν συμμαχίες με τις ΜΜΕ για να καλύψουν ειδικές ανάγκες. Οι πλέον κατάλληλες ΜΜΕ για συνεργασία με τις μεγάλες επιχειρήσεις, είναι αυτές που κατέχουν κάποια νέα τεχνολογία ή αποκλειστικά δικαιώματα προώθησης των προηγμένων τεχνολογιών τους ή των νέων προϊόντων τους (καινοτόμες). Οι μεγάλες επιχειρήσεις μέσω αυτών των συμμαχιών, εξοικονομούν πόρους από Ε&Α, μειώνουν το χρόνο εισαγωγής νέων προϊόντων στην αγορά, επεκτείνονται σε αναδυόμενες αγορές και εξειδικευμένα τμήματα αγορών (niche markets).

Σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας στρατηγικών συνεργασιών μεταξύ των επιχειρήσεων, είναι ο κατάλληλος οργανωτικός σχεδιασμός, προσδιορισμός του πλαισίου και του περιεχομένου της συνεργασίας, το χτίσιμο μιας σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, αλλά και η στρατηγική συμβατότητα τους (Hoffmann & Schlosser, 2001).

Στη διαμόρφωση στρατηγικών συμμαχιών και συνεργασιών, οι ΜΜΕ έχουν ένα ισχυρό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστικών μεγάλων επιχειρήσεων, την ευελιξία και την ικανότητα τους να ανταποκρίνονται ταχύτερα στις μεταβολές του περιβάλλοντος τους (Narula, 2002).

Οι διεθνικές συνεργασίες των ΜΜΕ έχουν αυξηθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία, ιδιαίτερα στον τομέα των υπηρεσιών. Οι συμμαχίες που περιλαμβάνουν

ΜΜΕ, στις χώρες του ΟΟΣΑ, τη δεκαετία του 1990 ανέρχονταν στις 2.400, δηλαδή 5% στο σύνολο των διεθνών συμμαχιών της δεκαετίας (42.000). Οι περισσότερες συνεργασίες ΜΜΕ έλαβαν χώρα το δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1990. Συγκεκριμένα την περίοδο 1995-2000, επιχειρήσεις με 1-49 απασχολούμενους εσύναψαν 440 συμφωνίες συνεργασίας ενώ μεσαίες επιχειρήσεις (50-249 απασχολούμενους) συμμετείχαν σε 1.360 συμφωνίες συνεργασίας (ΟΟΣΑ, 2002).

Τα δίκτυα BC-NET και BRE υποστηρίζουν τις ΜΜΕ στην προσπάθεια τους να βρουν συνεργάτες σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Εντοπίζουν τους εν δυνάμει συνεργάτες, ανάλογα με την μορφή συνεργασίας καλύπτοντας όλους τους τομείς δραστηριότητας και όλα τα είδη συνεργασιών (οικονομικά, εμπορικά, βιομηχανικά και τεχνολογικά).

Το Europartenariat είναι μια επιχειρηματική συνάντηση με στόχο την προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης. Ενθαρρύνει την ανάπτυξη των λιγότερο ευνοούμενων περιφερειών της Ε.Ε. Μια ακόμη επιχειρηματική συνάντηση είναι το πρόγραμμα Interprise που φέρνει σε επαφή επιχειρηματίες με σκοπό την ανάπτυξη συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ των ΜΜΕ. Έχει τους ίδιους σκοπούς με το Europartenariat, αλλά καλύπτει μεγαλύτερη κλίμακα συμπεριλαμβάνοντας βιομηχανικές και ανεπτυγμένες περιφέρειες.

3.5. ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ – ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΜΜΕ

Για πολλά χρόνια επικρατούσε η αντίληψη ότι η επιτυχία στις ξένες αγορές εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης (Gomes - Casseres, 1997).

Ωστόσο, συγκρινόμενες με τις μεγάλες πολυεθνικές, οι ΜΜΕ έχουν απλούστερη οργανωτική δομή, είναι περισσότερο ευέλικτες, ανταποκρίνονται ταχύτερα στην εφαρμογή νέων τεχνολογιών, είναι καινοτόμες και μπορούν να ικανοποιούν εξειδικευμένες αγοραστικές ανάγκες καθώς στοχεύουν συχνά σε μικρά τμήματα αγοράς (niche markets) προσφέροντας εξειδικευμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Αυτή η εξειδίκευση λειτουργεί σαν «εφαλτήριο» για την επέκτασή τους σε σχετικές ξένες αγορές (Voudouris, et.al., 2000).

Η ραγδαία εξέλιξη των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας καθιστούν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ πιο βιώσιμη και αποδοτική σε όρους κόστους τα τελευταία χρόνια. Παράλληλα η κατάργηση των εμποδίων στο εμπόριο και τις

επενδύσεις, η παγκοσμιοποίηση και ο εθνικός ανταγωνισμός ωθούν τις ΜΜΕ να διεθνοποιηθούν.

Δεδομένου όμως ότι οι διεθνείς αγορές χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα και αστάθμητους παράγοντες είναι σημαντικό, για μια ΜΜΕ που διαθέτει περιορισμένους πόρους, να προετοιμάσει σωστά την επέκταση της και να κάνει πολύ προσεκτικούς χειρισμούς. Για την προετοιμασία της διεθνοποίησης της μια ΜΜΕ μπορεί να αναλάβει ενέργειες όπως η διενέργεια ερευνών αγοράς, προσαρμογή των προϊόντων ώστε να ταιριάζουν με τις συνθήκες που επικρατούν στις ξένες αγορές, επιδέξιες δραστηριότητες προώθησης προϊόντων, έρευνα και ανάπτυξη, προώθηση καινοτομίας και απόκτηση τεχνολογίας (Knight, 2001).

Το προσεκτικό μάρκετινγκ επιτρέπει στις επιχειρήσεις να παρακολουθούν την αγορά και να ανταποκρίνονται σε αυτή με τρόπους που παρέχουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Επιπλέον, η απόκτηση τεχνολογίας μέσω της έρευνας και ανάπτυξης επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αναπτύσσουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες και να αντιμετωπίζουν τις απαιτήσεις της αγοράς και τις ανταγωνιστικές απειλές. Επίσης μέσω της βελτίωσης των παραγωγικών διαδικασιών, μειώνονται τα κόστη και διευρύνεται η παραγωγικότητα. Η τεχνολογία παρέχει τα μέσα στις επιχειρήσεις για να καινοτομήσουν και να βελτιώσουν την ποιότητα του προϊόντος.

Η έρευνα και ανάπτυξη είναι άλλος ένας σημαντικός παράγοντας για την επιδίωξη των ξένων αγορών, γιατί κάνει δυνατή την καλύτερη κατανόηση των αγοραστών και την ανάπτυξη ή προσαρμογή των προϊόντων ώστε να καλύπτουν καλύτερα τις ανάγκες των ντόπιων αγοραστών. Μπορεί να είναι δαπανηρή και βραχυπρόθεσμα να μειώνει την κερδοφορία των ξένων εγχειρημάτων, ωστόσο είναι απαραίτητη στο βαθμό που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να ικανοποιούν τις ιδιαίτερες ανάγκες των ξένων αγοραστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό διενεργείται στατιστική ανάλυση σε δείγμα ογδόντα μεταποιητικών ΜΜΕ από διάφορους τομείς δραστηριότητας. Περιγράφονται οι μέθοδοι επιλογής του δείγματος των επιχειρήσεων και των μεταβλητών αξιολόγησης τους. Στη συνέχεια γίνεται μια συνοπτική περιγραφή της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς τους, με αναφορά σε βασικά οικονομικά μεγέθη τους. Διενεργείται Παραγοντική Ανάλυση (Factor Analysis) και Ανάλυση Ομαδοποίησης (Cluster Analysis) για κάθε έτος της περιόδου 1999 – 2002.

4.1. ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Το δείγμα προέρχεται από τον πληθυσμό των Ελληνικών Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων όλων των κλάδων παραγωγής. Συγκεκριμένα αποτελείται από επιχειρήσεις, νομικής μορφής Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε.), οι οποίες δημοσιεύουν τις οικονομικές τους καταστάσεις (ισολογισμούς και καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης). Η χρονική περίοδος ανάλυσης αφορά την τετραετία 1999 – 2002. Οι οικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων λήφθηκαν από τη βάση δεδομένων της ICAP.

Βασικό κριτήριο για την επιλογή των επιχειρήσεων και το χαρακτηρισμό τους ως ΜΜΕ, αποτέλεσε ο αριθμός απασχολούμενων. Έτσι ως ΜΜΕ χαρακτηρίστηκαν οι επιχειρήσεις που απασχολούν 1 – 99 άτομα. Έγινε η υπόθεση ότι η κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων του δείγματος, με βάση τον αριθμό απασχολούμενων, παραμένει αμετάβλητη κατά τη χρονική περίοδο ανάλυσης καθώς επίσης ότι τα αποτελέσματα της ανάλυσης δεν θα διαφοροποιούνταν σημαντικά αν η κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων συμπεριλάμβανε και άλλα κριτήρια (π.χ. κύκλος εργασιών).

Καταμετρήθηκαν οι ΜΜΕ που περιλαμβάνονταν στον κατάλογο της ICAP το 1999 και αναλύθηκε η κλαδική κατανομή τους. Το δείγμα κατασκευάστηκε έτσι ώστε να διέπεται από την ίδια κλαδική κατανομή. Αυτή η μέθοδος είναι η πλέον ενδεδειγμένη, καθώς επιτρέπει τη μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων που θα εξεταστούν, χωρίς μεροληπτικές επιπτώσεις στο δείγμα. Από το σύνολο των 4.958 ΜΜΕ που ήταν εγγεγραμμένες στον κατάλογο της ICAP το 1999, επιλέχθηκαν 80 επιχειρήσεις. Λήφθηκε μέριμνα ώστε στο δείγμα να μην συμπεριληφθούν επιχειρήσεις που εμφάνιζαν αρνητικά ίδια κεφάλαια. Η κατανομή του δείγματος στους βιομηχανικούς κλάδους παρουσιάζεται στον Πίνακα 4.1.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 - Κατανομή Δείγματος ΜΜΕ στους Βιομηχανικούς Κλάδους

ΚΛΑΔΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Είδη διατροφής	12
Αγροτικά προϊόντα	5
Ποτά	2
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα	4
Λευκά είδη, είδη από ύφασμα	1
Ενδύματα, εσώρουχα, αξεσουάρ	8
Υποδήματα	1
Ξύλο, φελλός	2
Έπιπλα	3
Χαρτί και προϊόντα	2
Εφημερίδες, περιοδικά	2
Εκδόσεις, εκτυπώσεις, γραφικές τέχνες	5
Ελαστικό, πλαστικά	4
Χημικά, αέρια, χρώματα και εκρηκτικά	2
Φάρμακα, καλλυντικά, απορρυπαντικά	1
Προϊόντα μη μεταλλικών ορυκτών	7
Μεταλλικά προϊόντα και κατασκευές	7
Μηχανήματα	3
Ηλεκτρολογικός εξοπλισμός	2
Ηλεκτρικές συσκευές, φωτιστικά	2
Μεταφορικά μέσα	1
Διάφορα βιομηχανικά προϊόντα	4
ΣΥΝΟΛΟ	80

Οι επιχειρήσεις που συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα επιλέχθηκαν τυχαία από κάθε κλάδο παραγωγής, προκειμένου να εξασφαλιστεί η συμμετοχή διαφορετικών επιχειρήσεων όσον αφορά τη χρηματοοικονομική τους κατάσταση, τη γεωγραφική τους θέση, τον αριθμό των απασχολούμενων, κ.λ.π.

Όσον αφορά την ηλικία των επιχειρήσεων του δείγματος, 23,8% έχουν 10 ή λιγότερα έτη λειτουργίας (19 επιχειρήσεις), το 46,3% (37 επιχειρήσεις) από 11 έως 30

έτη και το 30% (24 επιχειρήσεις) αριθμούν από 31 και άνω έτη λειτουργίας. Οι νεότερες επιχειρήσεις λειτουργούν για μια εξαετία ενώ η παλαιότερη επιχείρηση αριθμεί 92 έτη λειτουργίας.

Σχετικά με τον αριθμό των απασχολούμενων το 15% των επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές καθώς απασχολούν 1-10 άτομα (12 επιχειρήσεις), το 42,5% (34 επιχειρήσεις) απασχολούν από 11 έως 30 άτομα, 22,5% (18 επιχειρήσεις) απασχολούν από 31 έως 50 άτομα και το 20% (16 επιχειρήσεις) από 51 άτομα και άνω.

Σχεδόν οι μισές από τις επιχειρήσεις του δείγματος είναι εγκατεστημένες στην Αττική και τα προάστια της (48,75% ή 39 επιχειρήσεις), 17,5% στη Θεσσαλονίκη (14), ενώ σημαντικό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που είναι εγκατεστημένες στην υπόλοιπη Ελλάδα (32,5% ή 26 επιχειρήσεις).

Παραπάνω από τις μισές επιχειρήσεις του δείγματος είναι εξαγωγικές (55% ή 44 επιχειρήσεις), ενώ το 45% ή 36 επιχειρήσεις δεν έχουν εξαγωγικό προσανατολισμό.

Αναλυτικός κατάλογος των επιχειρήσεων του δείγματος καθώς και διαγράμματα που απεικονίζουν την κατανομή των επιχειρήσεων βάσει των παραπάνω στοιχείων (έτη λειτουργίας, αριθμός απασχολούμενων, γεωγραφική τοποθεσία και εξαγωγικός χαρακτήρας), περιλαμβάνονται στο Παράρτημα.

4.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

Οι μεταβλητές για την αξιολόγηση του δείγματος των μεταποιητικών ΜΜΕ είναι 25 χρηματοοικονομικοί δείκτες οι οποίοι παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.2 που ακολουθεί.

Καλύπτουν βασικές περιοχές της χρηματοοικονομικής θέσης των επιχειρήσεων, όπως είναι η ρευστότητα, η ικανότητα δηλαδή της επιχείρησης να καλύπτει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της, δείκτες κεφαλαιακής δομής που μετρούν το βαθμό που η επιχείρηση έχει χρηματοδοτηθεί με δανειακά κεφάλαια, δείκτες δραστηριότητας που μετρούν το βαθμό αποτελεσματικής χρήσης των πόρων της επιχείρησης, δείκτες αποδοτικότητας που μετρούν την αποτελεσματικότητα της διοίκησης όπως εμφανίζεται από τις αποδόσεις των πωλήσεων και δείκτες ανάπτυξης που μετρούν την ικανότητα της επιχείρησης να διατηρήσει την οικονομική της θέση μέσα σε μια αναπτυσσόμενη οικονομία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2 - Χρηματοοικονομικοί Δείκτες

Περιοχή	Σύμβολο	Δείκτης
1. Φερεγγυότητα		
Γενική Ρευστότητα	X1	Κυκλοφορούν Ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις
Άμεση Ρευστότητα	X2	(Κυκλοφορούν Ενεργητικό-Αποθέματα) / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις
	X3	Κεφάλαιο Κίνησης / Σύνολο Ενεργητικού
Κεφάλαιο Κίνησης	X5	(Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις + Ίδια Κεφάλαια) / Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό
Κεφαλαιακή Δομή	X4	Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό / Σύνολο Ενεργητικού
	X6	Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις / Σύνολο Υποχρεώσεων
	X7	Σύνολο Υποχρεώσεων / Σύνολο Ενεργητικού
	X8	Μακροπρόθεσμα Κεφάλαια / Ίδια Κεφάλαια
	X9	Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις / Σύνολο Ενεργητικού
2. Επίδοση Διαχείρισης		
Αποθέματα	X10	(Αποθέματα X 360) / Πωλήσεις
Πιστωτική Πολιτική	X11	(Απαιτήσεις & Γραμμάτια Εισπρακτέα X 360) / Πωλήσεις
	X12	(Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις X 360) / Πωλήσεις
Διαχείριση	X18	Πωλήσεις / Αριθμός Απασχολούμενων
3. Αποδοτικότητα		
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Κεφαλαίου	X13	Πωλήσεις / Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό
	X14	Πωλήσεις / Κεφάλαιο Κίνησης
	X15	Πωλήσεις / Σύνολο Ενεργητικού
	X16	Πωλήσεις / Ίδια Κεφάλαια
Περιθώριο Κέρδους	X17	Καθαρά Κέρδη / Μικτά Κέρδη
	X19	Καθαρά Κέρδη / Πωλήσεις
	X20	Μικτά Κέρδη / Πωλήσεις
Απόδοση Επένδυσης	X21	Καθαρά Κέρδη / Ίδια Κεφάλαια
	X22	Καθαρά Κέρδη / Σύνολο Ενεργητικού
4. Ανάπτυξη		
	X23	Ποσοστό Μεταβολής Πωλήσεων
	X24	Ποσοστό Μεταβολής Συνόλου Ενεργητικού
	X25	Ποσοστό Μεταβολής Καθαρών Κερδών

4.3. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

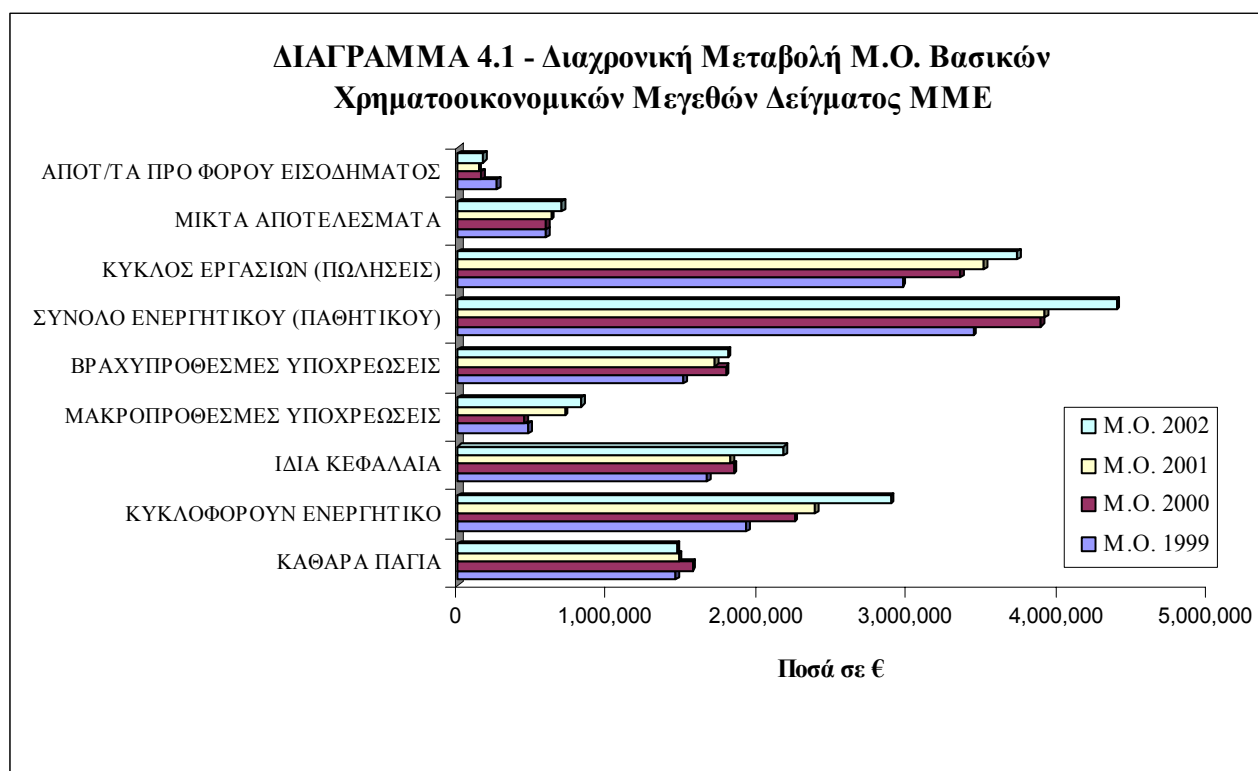
Προκειμένου να περιγραφεί η χρηματοοικονομική συμπεριφορά του συνόλου των επιχειρήσεων που απαρτίζουν το δείγμα που θα μελετηθεί, εκτιμήθηκαν οι μέσοι όροι (Μ.Ο.) μερικών βασικών χρηματοοικονομικών μεγεθών τους (βλ. Πίνακα 4.3).

Τα καθαρά πάγια αυξάνονται την πρώτη διετία (1999-2000) και στη συνέχεια παρουσιάζουν μείωση με επιβράδυνση του ρυθμού τη διετία 2001-2002. Το κυκλοφορούν όπως και το σύνολο του Ενεργητικού διαχρονικά εμφανίζει αύξηση με μια επιβράδυνση της τάσης την περίοδο 2000-2001.

Τα ίδια κεφάλαια αυξάνονται, με μόνη εξαίρεση την περίοδο 2000-2001 που εμφανίζουν μικρή μείωση -0,84%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3 - Μέσος Όρος Χρηματοοικονομικών Στοιχείων Δείγματος ΜΜΕ

	Μ.Ο. 1999	Μ.Ο. 2000	Μ.Ο. 2001	Μ.Ο. 2002	1999-00	2000-01	2001-02
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	1,453,621	1,564,720	1,472,523	1,459,421	7.64%	-5.89%	-0.89%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	1,924,437	2,244,034	2,381,130	2,882,930	16.61%	6.11%	21.07%
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,663,060	1,837,212	1,821,765	2,175,416	10.47%	-0.84%	19.41%
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	469,273	447,316	711,752	825,641	-4.68%	59.12%	16.00%
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1,504,294	1,786,876	1,713,787	1,798,078	18.79%	-4.09%	4.92%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ)	3,435,535	3,888,443	3,913,724	4,390,730	13.18%	0.65%	12.19%
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	2,962,564	3,349,321	3,507,153	3,726,685	13.05%	4.71%	6.26%
ΜΙΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	592,763	589,244	624,692	694,031	-0.59%	6.02%	11.10%
ΑΠΟΤ/ΤΑ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	259,724	160,536	141,138	174,729	-38.19%	-12.08%	23.80%



Οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις μετά τη μείωση της περιόδου 1999-2000 εμφανίζουν αύξηση, με φθίνοντες όμως ρυθμούς. Οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις παρουσιάζουν αυξομειώσεις.

Ο κύκλος εργασιών διαχρονικά αυξάνεται και ο ρυθμός αύξησης παρουσιάζει διακυμάνσεις. Τα αποτελέσματα προ φόρων μέχρι το 2001 μειώνονται με φθίνοντα ρυθμό και το 2002 παρουσιάζουν σημαντική αύξηση +23,8%.

Εκτός όμως από την διαχρονική ανάλυση των μεταβολών στους μέσους όρους βασικών χρηματοοικονομικών μεγεθών, εξάγονται χρήσιμα συμπεράσματα από την στατιστική επεξεργασία μέσων όρων και διαμέσων των χρηματοοικονομικών δεικτών

για τις εταιρείες του δείγματος. Η διάμεσος αποδεικνύεται πιο σταθερό μέσο από τον μέσο όρο στην περίπτωση δεδομένων που παρουσιάζουν μεγάλες αποκλίσεις.

Ρευστότητα (X1, X2, X3): Η ρευστότητα των επιχειρήσεων του δείγματος είναι καλή και εξελίσσεται ιδιαίτερα ικανοποιητικά στη διάρκεια της τετραετίας 1999-2002. Φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα στην κάλυψη των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων τους, ακόμη και όταν δεν στηρίζονται στην πώληση των αποθεμάτων τους (δείκτης άμεσης ρευστότητας).

Κεφαλαιακή δομή: Η παγιοποίηση των επιχειρήσεων διαχρονικά ελαττώνεται (δείκτης X4). Η δανειακή επιβάρυνση σε βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα κεφάλαια (δείκτης X7) κυμαίνεται σχεδόν στα ίδια επίπεδα με μια ελαφρά αυξητική τάση στη διάρκεια της τετραετίας 1999-2002. Οι ΜΜΕ φαίνεται να εξαρτώνται περισσότερο από βραχυπρόθεσμα κεφάλαια (δείκτης X9). Ο δείκτης μακροπρόθεσμου δανεισμού (X6) κυμαίνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα σε όλη τη διάρκεια της τετραετίας χωρίς σημαντικές διακυμάνσεις. Δεδομένου του χαμηλού επιπέδου μακροπρόθεσμου δανεισμού, η σημαντική αύξηση του δείκτη X8 το 2002 είναι ενδεικτική της αύξησης της συμμετοχής των ιδίων κεφαλαίων στη μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση των ΜΜΕ.

Επίδοση διαχείρισης: Οι ΜΜΕ φαίνεται ότι δεσμεύουν σημαντικά κεφάλαια σε αποθέματα (δείκτης X10), ενδεχομένως λόγω κακής διαχείρισης των αποθεμάτων τους. Κεφάλαια όμως φαίνεται να δεσμεύουν και σε απαιτήσεις (δείκτης X11). Οι ευνοϊκοί όροι πίστωσης που επιτυγχάνουν από τους προμηθευτές τους (δείκτης X12) φαίνεται ότι καλύπτουν σημαντικό μέρος των αναγκών σε κεφάλαιο κίνησης λόγω της δέσμευσης κεφαλαίων. Η παραγωγικότητα της εργασίας (δείκτης X18) βελτιώνεται διαχρονικά.

Αποδοτικότητα : Η εκμετάλλευση των παγίων των ΜΜΕ (δείκτης X13) φαίνεται να γίνεται πιο αποδοτική στη διάρκεια της τετραετίας 1999-2002 (βλ. διάμεσους Πίνακα 4.4). Οι ΜΜΕ εμφανίζουν σχετική σταθερότητα στη διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης που κυμαίνεται σχεδόν στα ίδια επίπεδα (δείκτης X14). Το ίδιο ισχύει και για το δείκτη ανακύκλωσης κεφαλαίων (X15).

Περιθώριο κέρδους : Ο λόγος καθαρά κέρδη προς μικτά κέρδη εμφανίζει αυξομειώσεις (X17) όπως και ο δείκτης καθαρών κερδών προς πωλήσεις (X19). Ο δείκτης μικτού κέρδους (X20) μετά από μια μείωση στη διετία 1999-2000, εμφανίζεται σταθερός.

Απόδοση Επενδυμένων Κεφαλαίων: Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων φαίνεται να μειώνεται διαχρονικά (δείκτης X21), ενώ του συνόλου ενεργητικού (δείκτης X22) αρχικά μειώνεται και τη διετία 2001-2002 σταθεροποιείται σε χαμηλά ωστόσο επίπεδα.

Ανάπτυξη: Οι πωλήσεις διαχρονικά μειώνονται (δείκτης X23), το ίδιο και η δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων – ενεργητικό (δείκτης X24), με εξαίρεση μια ελαφρά αύξηση το 2002. Τα καθαρά κέρδη μειώνονται διαχρονικά με εξαίρεση το 2002 οπότε εμφανίζουν μικρή αύξηση (+2,12%).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4 - Μέσοι όροι, διάμεσοι και τυπικές αποκλίσεις αριθμοδεικτών του δείγματος ΜΜΕ

	Μέσος όρος				Διαμέσος				Τυπική Απόκλιση			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
X1	1.67	1.95	2.19	2.22	1.22	1.34	1.33	1.35	1.26	2.20	2.85	2.80
X2	1.17	1.36	1.52	1.59	0.87	0.98	0.98	1.02	1.03	1.75	2.49	2.44
X3	0.14	0.17	0.19	0.21	0.14	0.16	0.16	0.19	0.24	0.22	0.24	0.24
X4	0.39	0.37	0.36	0.32	0.35	0.33	0.34	0.30	0.21	0.21	0.21	0.19
X5	2.21	2.53	2.88	2.98	1.39	1.47	1.59	1.76	4.52	5.67	5.55	5.63
X6	0.10	0.10	0.12	0.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.16	0.16	0.19	0.19
X7	0.51	0.51	0.52	0.53	0.52	0.52	0.53	0.55	0.20	0.20	0.21	0.21
X8	0.11	0.17	0.18	0.56	0.00	0.00	0.00	0.00	0.19	0.48	0.41	3.26
X9	0.47	0.46	0.46	0.46	0.47	0.44	0.46	0.46	0.21	0.20	0.22	0.22
X10	108	101	103	112	60	60	67	70	220	140	122	190
X11	136	154	150	168	123	131	128	140	88	91	95	126
X12	232	216	208	212	175	174	179	173	273	147	143	150
X13	4.95	5.85	7.07	7.02	2.49	2.26	2.50	3.11	8.60	13.94	15.01	12.96
X14	4.66	3.85	-6.65	20.71	3.25	3.65	3.15	3.90	20.74	29.31	93.71	130.67
X15	0.99	0.96	1.00	0.99	0.91	0.90	0.90	0.91	0.50	0.51	0.59	0.52
X16	2.82	2.57	2.70	10.74	1.89	1.90	1.82	2.13	3.35	2.32	2.30	72.56
X17	-0.17	0.08	-0.20	0.16	0.24	0.19	0.14	0.15	3.31	1.68	1.83	1.10
X18	97,308	105,031	110,112	115,446	59,024	65,833	73,314	70,071	90,401	97,598	100,344	120,856
X19	0.07	0.04	0.03	0.04	0.05	0.04	0.02	0.03	0.09	0.10	0.08	0.07
X20	0.22	0.19	0.20	0.20	0.21	0.19	0.19	0.19	0.13	0.11	0.12	0.11
X21	0.17	0.12	0.10	-1.08	0.12	0.08	0.04	0.06	0.28	0.18	0.25	10.60
X22	0.07	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.02	0.03	0.09	0.08	0.09	0.08
X23	0.24	0.15	0.11	0.05	0.06	0.04	0.05	0.04	1.12	0.51	0.29	0.26
X24	0.17	0.15	0.05	0.07	0.12	0.09	0.01	0.03	0.39	0.27	0.22	0.37
X25	0.63	-0.07	-4.64	2.12	0.09	-0.21	-0.31	-0.13	5.32	7.00	38.82	23.43

4.4. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΜΕ

4.4.1. Ανάλυση Συσχετίσεων

Υπολογίστηκε ο πίνακας συσχέτισης μεταξύ των 25 μεταβλητών (χρηματοοικονομικοί δείκτες), για καθένα από τα τέσσερα χρόνια της περιόδου ανάλυσης, προκειμένου να διαπιστωθεί η ύπαρξη ή έλλειψη γραμμικής συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών. Προκειμένου να ληφθεί μια ξεκάθαρη εικόνα αναφορικά με τις στατιστικά σημαντικές σχέσεις στην ανάλυση που ακολουθεί, λαμβάνονται υπόψη οι σημαντικές συσχετίσεις, δηλαδή συσχετίσεις που είναι μεγαλύτερες από μια τιμή πρακτικής σημαντικότητας, όπως η τιμή συντελεστή συσχέτισης Pearson 0,70 που προτείνουν οι Chatfield & Collins (1992).

Υψηλό βαθμό γραμμικής συμμεταβολής, που διατηρείται σε όλη τη διάρκεια της τετραετίας 1999-2002, εμφανίζουν μεταβλητές που ανήκουν στην ίδια περιοχή, δηλαδή μεταξύ των δεικτών ρευστότητας, γενικής και άμεσης (δείκτες X1, X2), μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης (δείκτες X6-X8), κεφαλαιακής δομής (δείκτες X7-X9), διαχείρισης (δείκτες X10-X12), απόδοσης επενδυμένων κεφαλαίων (δείκτες X21-X22), αποδοτικότητας (X16-X17).

Οι Πίνακες συσχέτισης των 25 δεικτών του δείγματος των ΜΜΕ για κάθε έτος περιλαμβάνονται στο Παράρτημα.

4.4.2. Παραγοντική Ανάλυση (Factor Analysis)

Γενικά

Σκοπός της παραγοντικής ανάλυσης είναι η εύρεση κοινών παραγόντων σε μια ομάδα μεταβλητών. Τα πλεονεκτήματα της εφαρμογής της παραγοντικής ανάλυσης αφορούν:

- ✓ Τη μείωση του αριθμού των αρχικών μεταβλητών,
- ✓ Τη δημιουργία παραγόντων οι οποίοι διατηρούν όσο γίνεται την πληροφορία που υπάρχει στις αρχικές μεταβλητές,
- ✓ Αντιμετωπίζει το πρόβλημα της πολυσυγγραμμικότητας

Η παραγοντική ανάλυση έχει δεχθεί πολλές κριτικές όσον αφορά στο ότι στηρίζεται σε υποθέσεις που δεν είναι απαραίτητα ρεαλιστικές, δεν έχει μοναδική λύση, οι παράγοντες που προκύπτουν υπόκεινται σε πολλές ερμηνείες που συχνά είναι

αντικρουόμενες, κ.ά. Παρόλα αυτά όμως η παραγοντική ανάλυση αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο.

Οι μεταβλητές αντιπροσωπεύονται με τη χρήση παραγόντων F σύμφωνα με τη σχέση:

$$F_i = \sum_{j=1}^p w_{ij} z_{ij} = w_{i1} z_1 + w_{i2} z_2 + \dots + w_{ip} z_p \quad (i = 1, 2, \dots, m \text{ και } j = 1, 2, \dots, p)$$

όπου w είναι οι συντελεστές των παραγοντικών βαθμών και p ο αριθμός των μεταβλητών που χρησιμοποιούνται.

Η παραγοντική ανάλυση περιλαμβάνει τέσσερα στάδια:

1. Υπολογισμός της μήτρας συντελεστών συσχέτισης R των μεταβλητών και αξιολόγηση καταλληλότητας του χρησιμοποιούμενου υποδείγματος,
2. Εξαγωγή παραγόντων, δηλαδή προσδιορίζεται ο αριθμός των παραγόντων που είναι απαραίτητοι για την εκπροσώπηση των δεδομένων και προσδιορίζεται ο τρόπος υπολογισμού τους,
3. Γίνεται η περιστροφή (rotation) των παραγόντων για την διευκόλυνση της ερμηνείας τους,
4. Υπολογίζονται παραγοντικοί βαθμοί για κάθε παράγοντα.

Εφαρμογή Παραγοντικής Ανάλυσης

Διενεργήθηκε παραγοντική ανάλυση σε κάθε έτος της περιόδου ανάλυσης του δείγματος. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος των κύριων συνιστωσών (Principal Components Analysis).

Εξήχθησαν οκτώ παράγοντες οι οποίοι σε όλη τη διάρκεια της τετραετίας ερμηνεύουν πάνω από το 76% της συνολικής διακύμανσης. Η εξαγωγή των παραγόντων έγινε σύμφωνα με το κριτήριο που προτάθηκε από τον Kaiser (1960) και αφορά τους παράγοντες που έχουν ιδιοτιμή (eigenvalue) μεγαλύτερη από τη μονάδα. Συγκεκριμένα ανά έτος η συνολική διακύμανση που ερμηνεύεται παρουσιάζεται στον Πίνακα 4.5. Στο Παράρτημα παρατίθενται πίνακες των ιδιοτιμών καθώς και των ποσοστών των διακυμάνσεων που ερμηνεύουν για κάθε παράγοντα και για όλα τα έτη

της ανάλυσης καθώς και τα Scree Plots τα οποία αποτελούν τη γραφική μέθοδο παράθεσης των εξαγόμενων παραγόντων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5 – Συνολική διακύμανση που ερμηνεύουν οι παράγοντες

ΕΤΟΣ	Ποσοστό συνολικής διακύμανσης
1999	79,77%
2000	77,36%
2001	76,04%
2002	80,29%

Υπολογίστηκε και η μήτρα των επιβαρύνσεων για κάθε παράγοντα. Ωστόσο κρίνεται σκόπιμο να γίνει περιστροφή των παραγόντων, προκειμένου να βελτιωθεί η ερμηνευτική ικανότητα τους. Αν και η περιστροφή δεν μεταβάλλει την προσαρμοστικότητα του μοντέλου, ούτε και το ποσοστό της συνολικής διακύμανσης που ερμηνεύει, ωστόσο αλλάζει τις τιμές των επιβαρύνσεων. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος ορθογωνικής περιστροφής (varimax rotation), η οποία προσπαθεί να ελαχιστοποιήσει τον αριθμό των μεταβλητών που έχουν μεγάλες επιβαρύνσεις για κάθε παράγοντα. Μετά την περιστροφή εξάγεται ο πίνακας επιβαρύνσεων (rotated component matrix, βλ. Παράρτημα) με τις επιβαρύνσεις κάθε παράγοντα (factor loadings) που δείχνουν πόσο βάρος έχει κάθε παράγοντας. Παράγοντες με μεγάλους συντελεστές (τιμές κοντά στο ± 1) είναι πιο στενά συνδεδεμένοι με αυτή τη μεταβλητή.

Ο Πίνακας 4.6 που ακολουθεί παρουσιάζει τους παράγοντες και τους χρηματοοικονομικούς δείκτες (μεταβλητές) που συσχετίζονται με αυτούς. Στη συνέχεια προσδιορίζουμε, δίνοντας τους ονόματα, τους παράγοντες με βάση τις μεταβλητές που συσχετίζονται με τις μεγαλύτερες επιβαρύνσεις με αυτούς στη διάρκεια της τετραετίας 1999-2002.

Στις περιπτώσεις των παραγόντων Ρευστότητας / Φερεγγυότητας, Επίδοσης Διαχείρισης Παγίων, Κεφαλαιακής Δομής και Ανάπτυξης η εικόνα είναι ξεκάθαρη καθώς υπάρχουν μεγάλες συσχετίσεις μεταβλητών με τους προαναφερθέντες παράγοντες και σχετική σταθερότητα στη διάρκεια της τετραετίας. Αντίθετα δυσκολία προσδιορισμού υπήρξε σχετικά με τον παράγοντα Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Κεφαλαίου καθώς την περίοδο 2001-2002 ο παράγοντας εμφάνιζε

μεγαλύτερες συσχετίσεις με τους δείκτες αποδοτικότητας (X19, X21, X22). Επίσης δυσκολία υπήρξε στην απόδοση ονομασίας στον τελευταίο παράγοντα καθώς δύο διαφορετικοί μεταξύ τους δείκτες συσχετίζονταν με αυτόν (X11, X14).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6 - Συσχετίσεις δεικτών με τους παράγοντες που εξήχθησαν από την Παραγοντική Ανάλυση

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ		ΔΕΙΚΤΗΣ	1999	2000	2001	2002
1	ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ / ΦΕΡΕΓΓΥΟΤΗΤΑ	X1 Κυκλοφορούν ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	0.857	0.920	0.905	0.892
		X2 (Κυκλοφορούν ενεργητικό - Αποθέματα) / Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	0.787	0.887	0.826	0.802
		X3 Κεφάλαιο κίνησης / Σύνολο ενεργητικού	0.767	0.822	0.807	0.826
		X7 Σύνολο Υποχρεώσεων / Σύνολο Ενεργητικού	-0.913	-0.579	-0.810	-0.864
		X9 Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις / Σύνολο Ενεργητικού	-0.888	-0.598	-0.797	-0.821
2	ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ	X19 Καθαρά κέρδη / Πωλήσεις	0.804	0.847		
		X21 Καθαρά κέρδη / Ίδια Κεφάλαια	0.875	0.781		0.981
		X22 Καθαρά κέρδη / Σύνολο Ενεργητικού	0.880	0.850		
3	ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	X15 Πωλήσεις / Σύνολο Ενεργητικού			0.831	
		X16 Πωλήσεις / Ίδια κεφάλαια			0.608	-0.981
4	ΕΠΙΛΟΣΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΑΓΙΩΝ	X5 (Μακρ.υποχρ. + Ίδια κεφάλαια) / Καθαρά Πάγιο ενεργητικό		0.969	0.929	0.926
		X13 Πωλήσεις / Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό		0.949	0.883	0.932
5	ΕΠΙΛΟΣΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	X10 (Αποθέματα X 360) / Πωλήσεις		-0.780		0.835
		X12 (Βραχ.υποχρ. X 360) / Πωλήσεις		-0.551		0.676
6	ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗ ΔΟΜΗ	X6 Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις / Σύνολο Υποχρεώσεων		0.901	0.861	-0.832
		X8 Μακροπρόθεσμα Κεφάλαια / Ίδια Κεφάλαια		0.883	0.901	
7	ΑΝΑΠΤΥΞΗ	X23 Ποσοστό μεταβολής πωλήσεων	0.752	0.772		
		X24 Ποσοστό μεταβολής συνόλου ενεργητικού		0.777		0.712
8	ΠΙΣΤΩΣΗ / ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	X11 (Απαιτήσεις & γραμμ.εισπρ. X 360) / Πωλήσεις		0.882		
		X14 Πωλήσεις / Κεφάλαιο Κίνησης	0.792			0.924

Οι επιλεγέντες δείκτες (Πίνακας 4.7), αν και χαρακτηρίζονται από κάποια συγγραμμικότητα (βλ. Πίνακες Συσχέτισης στο Παράρτημα), δίνουν επαρκή πληροφόρηση για την χρηματοοικονομική συμπεριφορά των επιχειρήσεων καθώς προέρχονται από τις πιο σημαντικές περιοχές της επιχειρηματικής δραστηριότητας (φερεγγυότητα, κεφαλαιακή δομή, δανειακή επιβάρυνση, επίδοση διαχείρισης και αποδοτικότητα). Ο σκοπός της μελέτης είναι να αξιολογήσει τη χρηματοοικονομική επίδοση των επιχειρήσεων του δείγματος, για αυτό το λόγο προτιμάται ένας μεγαλύτερος αριθμός μεταβλητών εις βάρος κάποιας πολυσυγγραμμικότητας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7 - Δείκτες που επιλέχθηκαν από την Παραγοντική Ανάλυση

Κωδικός	Περιγραφή
X1	Κυκλοφορούν Ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις
X2	(Κυκλοφορούν Ενεργητικό - Αποθέματα) / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις
X3	Κεφάλαιο Κίνησης / Σύνολο Ενεργητικού
X5	(Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις + Ίδια Κεφάλαια) / Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό
X6	Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις / Σύνολο Υποχρεώσεων
X7	Σύνολο Υποχρεώσεων / Σύνολο Ενεργητικού
X8	Μακροπρόθεσμα Κεφάλαια / Ίδια Κεφάλαια
X9	Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις / Σύνολο Ενεργητικού
X13	Πωλήσεις / Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό
X19	Καθαρά Κέρδη / Πωλήσεις
X21	Καθαρά Κέρδη / Ίδια Κεφάλαια
X22	Καθαρά Κέρδη / Σύνολο Ενεργητικού

Οι επιλεχθέντες δείκτες χρησιμοποιούνται ως μεταβλητές στη μέθοδο ομαδοποίησης που εφαρμόζεται στο δείγμα των ΜΜΕ στη συνέχεια.

4.4.3. Ανάλυση Ομαδοποίησης (Cluster Analysis)

Γενικά

Η ανάλυση (Cluster Analysis) που ακολουθεί είναι μια μέθοδος ομαδοποίησης δεδομένων η οποία κατατάσσει σε ομάδες, παρατηρήσεις, χρησιμοποιώντας την πληροφορία που υπάρχει σε κάποιες μεταβλητές, με σκοπό κάθε ομάδα να περιλαμβάνει όσο γίνεται πιο ομοιογενείς μεταξύ τους παρατηρήσεις. Υπάρχουν διάφορες μέθοδοι ομαδοποίησης. Οι Ιεραρχικές Μέθοδοι Ομαδοποίησης (Hierarchical clustering techniques) είναι οι πλέον δημοφιλείς. Ξεκινάει με κάθε παρατήρηση να είναι από μόνη της μια ομάδα. Σε κάθε βήμα ενώνονται οι δύο

παρατηρήσεις που έχουν τη μικρότερη απόσταση. Αν δύο παρατηρήσεις έχουν ενωθεί σε προηγούμενο βήμα ενώνουμε μια προϋπάρχουσα ομάδα με μια παρατήρηση μέχρι να φτιαχτεί μια ομάδα. Με βάση τα αποτελέσματα επιλέγεται στις πόσες ομάδες θα σταματήσει η ανάλυση.

Η μέθοδος Ward είναι δημοφιλής μέθοδος ομαδοποίησης δεδομένου ότι παράγει ομάδες με τη μεγαλύτερη συνοχή. Είναι σχεδιασμένη να ελαχιστοποιεί τη διακύμανση μέσα στις ομάδες. Σύμφωνα με αυτή υπολογίζονται οι μέσοι όροι όλων των μεταβλητών για κάθε ομάδα και στη συνέχεια το τετράγωνο της απόστασης καθεμιάς παρατήρησης από τους μέσους της ομάδας και οι αποστάσεις αυτές αθροίζονται για όλες τις παρατηρήσεις. Σε κάθε στάδιο οι δύο ομάδες που συγχωνεύονται είναι εκείνες που δίνουν τη μικρότερη αύξηση στο συνολικό άθροισμα των τετραγώνων των αποστάσεων εντός της ομάδας.

Η απόσταση μετρά πόσο απέχουν δύο παρατηρήσεις, ποσοτικοποιεί δηλαδή το αν μοιάζουν ή όχι οι παρατηρήσεις. Το μέτρο ομοιότητας (απόστασης) το οποίο θα χρησιμοποιηθεί στην ομαδοποίηση είναι το Manhattan City Block, το οποίο ισούται με το άθροισμα των απόλυτων διαφορών των τιμών για το σύνολο των μεταβλητών. Η σχέση είναι η εξής:

$$\text{ΑπόστασηManhat tan} = \sum_i |X_i - Y_i|$$

Το Manhattan City Block δεν εξαρτάται πολύ από ακραίες τιμές και δημιουργεί πιο ομοιογενείς ομάδες στην περίπτωση απομακρυσμένων παρατηρήσεων.

Εφαρμογή της Μεθόδου Ομαδοποίησης

Λόγω που οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν στην ανάλυση ομαδοποίησης παρουσιάζουν μεγάλες τυπικές αποκλίσεις κρίθηκε σκόπιμο να τυποποιηθούν ώστε να εξομαλυνθούν οι διαφορές. Είναι σαφές ότι η μεταβλητή με την μεγαλύτερη τυπική απόκλιση θα έχει μεγαλύτερο βάρος, αλλοιώνοντας τα αποτελέσματα. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την τυποποίηση των τιμών των μεταβλητών είναι η μετατροπή τους σε τυπικούς βαθμούς z σύμφωνα με την ακόλουθη σχέση:

$$z = \frac{X_i - \bar{X}_i}{s}$$

όπου \bar{X}_i είναι ο αριθμητικός μέσος των τιμών των παρατηρήσεων της μεταβλητής και s η τυπική απόκλιση τους.

Στη συνέχεια οι τρεις ομάδες των επιχειρήσεων αναλύθηκαν όσον αφορά τους μέσους όρους, διάμεσους, τυπικές αποκλίσεις και συντελεστές μεταβλητότητας τους (πηλίκο τυπικής απόκλισης προς μέσο όρο) προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με την χρηματοοικονομική τους κατάσταση.

Από την εφαρμογή της Μεθόδου Ομαδοποίησης προέκυψαν τρεις ομάδες για όλα τα έτη ανάλυσης (βλ. Πίνακα 4.8).

Όλες οι ομάδες επιχειρήσεων εμφανίζουν καλά στοιχεία τόσο σε όρους αποδοτικότητας όσο και σε όρους ρευστότητας. Επίσης δείχνουν να βασίζονται κυρίως στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό, ενδεικτικό ίσως της δυσκολίας πρόσβασης στον μακροπρόθεσμο δανεισμό που έχουν οι ΜΜΕ, αλλά και του υψηλότερου κινδύνου που αντιμετωπίζουν δεδομένης της υποχρέωσης τους για απόδοση κεφαλαίων σε σύντομο χρονικό διάστημα. Ο μέσος όρος μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων στη διάρκεια της περιόδου 1999-2002 κυμαίνεται από 469 χιλιάδες ευρώ έως 826 χιλιάδες ευρώ. Ο αντίστοιχος μέσος όρος βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της ίδιας περιόδου είναι υπερδιπλάσιος και κυμαίνεται μεταξύ 1,5 εκατομμυρίων και 1,8 εκατομμυρίων ευρώ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.8 - Αριθμός Επιχειρήσεων ανά Ομάδα

ΟΜΑΔΑ	1999		2000		2001		2002	
	Αριθμός Επιχ/σεων	%	Αριθμός Επιχ/σεων	%	Αριθμός Επιχ/σεων	%	Αριθμός Επιχ/σεων	%
ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ	28	35%	22	27.50%	19	23.75%	31	38.75%
ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΙΣ	28	35%	41	51.25%	39	48.75%	28	35%
ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΕΣ	24	30%	17	21.25%	22	27.50%	21	26.25%
ΣΥΝΟΛΟ	80	100%	80	100%	80	100%	80	100%

Με βάση τα παραπάνω κρίνεται σκόπιμος ο χαρακτηρισμός των τριών ομάδων με βάση τη στάση τους όσον αφορά τη διαχείριση και κυρίως τη δανειακή επιβάρυνση τους που αποτελεί και το βασικότερο στοιχείο διαφοροποίησης τους.

Σύμφωνα με την ανάλυση αυτή οι τρεις ομάδες χαρακτηρίστηκαν ως επιθετικές / ριψοκίνδυνες, μετριοπαθείς και πιο συντηρητικές (βλ. Πίνακα 4.9).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.9 - Διάμεσος, Μέσος Όρος, Τυπική Απόκλιση, Συν/στής Μεταβλητότητας για τους επιλεγμένους Δείκτες

	1999											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	1.21	0.97	0.13	1.73	0.00	0.60	0.00	0.58	6.12	0.08	0.32	0.12
Μέσος όρος	1.42	1.13	0.17	3.48	0.05	0.62	0.11	0.59	10.41	0.09	0.35	0.11
Τυπική απόκλιση	0.71	0.71	0.20	7.32	0.11	0.16	0.23	0.17	12.57	0.10	0.37	0.12
Συν/στής μεταβλ.	0.50	0.63	1.20	2.11	2.26	0.26	2.15	0.29	1.21	1.10	1.07	1.09
ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΙΣ												
Διάμεσος	1.20	0.81	0.10	1.27	0.00	0.52	0.00	0.47	2.39	0.05	0.10	0.04
Μέσος όρος	1.72	1.19	0.12	1.67	0.07	0.50	0.09	0.46	2.82	0.05	0.07	0.05
Τυπική απόκλιση	1.50	1.29	0.29	1.17	0.12	0.18	0.15	0.18	1.74	0.08	0.17	0.07
Συν/στής μεταβλ.	0.87	1.08	2.36	0.70	1.71	0.37	1.69	0.40	0.62	1.78	2.29	1.46
ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	1.46	0.88	0.16	1.28	0.12	0.41	0.07	0.30	1.05	0.04	0.03	0.02
Μέσος όρος	1.92	1.19	0.14	1.36	0.19	0.40	0.15	0.32	1.07	0.06	0.06	0.04
Τυπική απόκλιση	1.36	0.98	0.19	0.45	0.21	0.17	0.17	0.17	0.56	0.10	0.09	0.06
Συν/στής μεταβλ.	0.71	0.82	1.33	0.33	1.09	0.43	1.15	0.53	0.52	1.57	1.47	1.46

	2000											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	1.26	0.93	0.17	2.00	0.00	0.67	0.00	0.64	8.54	0.05	0.27	0.08
Μέσος όρος	1.31	1.03	0.17	4.41	0.03	0.67	0.11	0.65	15.03	0.07	0.30	0.09
Τυπική απόκλιση	0.32	0.34	0.14	10.19	0.07	0.12	0.27	0.12	23.75	0.04	0.17	0.07
Συν/στής μεταβλ.	0.24	0.33	0.85	2.31	2.17	0.18	2.37	0.19	1.58	0.66	0.56	0.71
ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΙΣ												
Διάμεσος	1.16	0.84	0.07	1.23	0.06	0.52	0.10	0.42	1.89	0.02	0.05	0.02
Μέσος όρος	1.34	0.94	0.10	1.76	0.13	0.53	0.25	0.45	2.61	0.03	0.06	0.03
Τυπική απόκλιση	0.70	0.61	0.24	1.79	0.16	0.14	0.61	0.13	2.78	0.09	0.13	0.06
Συν/στής μεταβλ.	0.53	0.65	2.26	1.02	1.23	0.27	2.48	0.29	1.06	3.06	2.20	1.89
ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	2.12	1.24	0.31	1.60	0.01	0.28	0.00	0.23	1.13	0.02	0.00	0.00
Μέσος όρος	4.25	2.80	0.33	1.95	0.10	0.25	0.07	0.21	1.80	0.01	0.03	0.03
Τυπική απόκλιση	3.80	3.24	0.19	0.97	0.21	0.13	0.21	0.12	1.72	0.16	0.11	0.09
Συν/στής μεταβλ.	0.89	1.16	0.59	0.50	2.05	0.53	3.13	0.56	0.95	10.76	3.84	3.26

	2001											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	1.23	1.03	0.13	2.20	0.00	0.67	0.00	0.66	10.45	0.05	0.23	0.06
Μέσος όρος	1.30	1.01	0.18	4.70	0.02	0.68	0.06	0.66	19.74	0.06	0.32	0.10
Τυπική απόκλιση	0.24	0.26	0.12	9.04	0.06	0.14	0.16	0.14	25.54	0.05	0.28	0.10
Συν/στής μεταβλ.	0.18	0.26	0.68	1.92	2.50	0.21	2.43	0.22	1.29	0.80	0.86	1.02
ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΙΣ												
Διάμεσος	1.27	0.94	0.15	1.47	0.01	0.54	0.01	0.48	2.34	0.02	0.02	0.01
Μέσος όρος	1.46	1.02	0.13	2.56	0.09	0.54	0.14	0.49	3.88	0.03	0.03	0.03
Τυπική απόκλιση	0.89	0.80	0.25	4.44	0.15	0.16	0.23	0.16	5.66	0.09	0.23	0.09
Συν/στής μεταβλ.	0.61	0.78	1.93	1.73	1.65	0.29	1.66	0.33	1.46	2.82	8.09	3.00
ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	2.23	1.08	0.29	1.48	0.29	0.31	0.15	0.22	1.10	0.02	0.02	0.01
Μέσος όρος	4.24	2.84	0.29	1.87	0.26	0.35	0.36	0.22	1.80	0.02	0.02	0.02
Τυπική απόκλιση	4.68	4.31	0.25	0.96	0.25	0.21	0.66	0.12	2.03	0.09	0.07	0.04
Συν/στής μεταβλ.	1.11	1.52	0.85	0.51	0.95	0.61	1.82	0.52	1.13	5.39	3.83	2.47

	2002											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	1.34	1.04	0.21	2.20	0.00	0.61	0.00	0.60	7.45	0.04	0.11	0.05
Μέσος όρος	1.50	1.19	0.23	4.73	0.04	0.63	0.09	0.60	14.49	0.03	0.16	0.05
Τυπική απόκλιση	0.62	0.69	0.15	8.51	0.12	0.14	0.24	0.16	18.16	0.07	0.37	0.10
Συν/στής μεταβλ.	0.41	0.58	0.66	1.80	2.85	0.22	2.65	0.26	1.25	2.27	2.31	1.85
ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΙΣ												
Διάμεσος	1.19	0.75	0.09	1.20	0.00	0.54	0.00	0.45	1.94	0.03	0.06	0.03
Μέσος όρος	1.39	0.86	0.11	1.58	0.10	0.53	0.14	0.47	2.28	0.04	0.07	0.03
Τυπική απόκλιση	0.70	0.48	0.23	1.11	0.15	0.14	0.21	0.14	1.14	0.07	0.13	0.06
Συν/στής μεταβλ.	0.50	0.56	2.10	0.70	1.44	0.26	1.44	0.30	0.50	2.10	1.70	1.90
ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΕΣ												
Διάμεσος	2.59	1.50	0.27	1.53	0.09	0.26	0.08	0.19	1.06	0.03	0.03	0.03
Μέσος όρος	4.39	3.14	0.32	2.24	0.23	0.37	1.80	0.25	2.30	0.04	-4.46	0.03
Τυπική απόκλιση	4.67	4.25	0.28	1.67	0.24	0.27	6.14	0.20	2.90	0.07	20.17	0.05
Συν/στής μεταβλ.	1.07	1.35	0.86	0.74	1.08	0.74	3.41	0.79	1.26	1.76	-4.52	1.87

Από το συντελεστή μεταβλητότητας φαίνεται ότι για τους περισσότερους δείκτες (X1, X2, X3, X5, X6, X8, X13, X19, X21, X22) υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις από το μέσο όρο, σχεδόν σε όλες τις ομάδες (τιμές συντελεστή κοντά ή μεγαλύτερες της μονάδας), εξαιτίας της συμμετοχής στο δείγμα επιχειρήσεων από όλους τους βιομηχανικούς κλάδους, οι οποίες εμφανίζουν διαφορές στα οικονομικά τους στοιχεία.

Από την ανάλυση των μέσων όρων και των διαμέσων (οι διάμεσοι δίνουν καλύτερα αποτελέσματα στην περίπτωση μεγάλων τυπικών αποκλίσεων), μπορούν να εξαχθούν τα εξής συμπεράσματα σχετικά με την χρηματοοικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων.

Οι «*επιθετικές ή ριψοκίνδυνες*» επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από:

- ✓ Μεγαλύτερη αποδοτικότητα από τις άλλες ομάδες (υψηλότερες τιμές δεικτών X19, X21, X22)
- ✓ Μεγαλύτερη κυκλοφοριακή ταχύτητα παγίων κεφαλαίων καθώς οι τιμές του δείκτη X13 είναι πολύ υψηλότερες από τις αντίστοιχες τιμές του δείκτη των άλλων ομάδων
- ✓ Ικανοποιητική ρευστότητα καθώς ο δείκτης γενικής ρευστότητας (X1) είναι σε όλη τη διάρκεια της τετραετίας μεγαλύτερος της μονάδας και ο δείκτης άμεσης ρευστότητας (X2) έχει τιμές κοντά ή πάνω από τη μονάδα
- ✓ Πολύ μικρή συμμετοχή των μακροπρόθεσμων στο σύνολο των υποχρεώσεων (X6) καθώς η τιμή του δείκτη δεν υπερβαίνει το 5%.

- ✓ Μεγαλύτερη δανειακή επιβάρυνση καθώς οι τιμές του δείκτη X7 στη διάρκεια της τετραετίας 1999-2002 κυμαίνεται μεταξύ 62%-68%. Δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις βασίζονται βασικά στον βραχυπρόθεσμο δανεισμό, η στάση τους να δανείζονται περισσότερο ενέχει κίνδυνο καθώς η απόδοση των δανειακών κεφαλαίων πρέπει να γίνει σε σύντομο χρονικό διάστημα. Η στάση αυτή των επιχειρήσεων ίσως να οφείλεται στην επιθυμία τους να διογκώνουν τα κέρδη τους, ισχυρισμός που ενισχύεται από το γεγονός ότι αυτές οι επιχειρήσεις έχουν και τις μεγαλύτερες τιμές στους δείκτες αποδοτικότητας.
- ✓ Η παραπάνω συμπεριφορά επιβεβαιώνεται και από τις τιμές του δείκτη X9 που δείχνει χρήση βραχυπρόθεσμου δανεισμού για χρηματοδότηση περιουσιακών στοιχείων (τιμές δείκτη μεταξύ 59%-66%).

Στον αντίποδα η ομάδα των «**πιο συντηρητικών**» επιχειρήσεων χαρακτηρίζεται από:

- ✓ Χαμηλότερες τιμές δεικτών αποδοτικότητας (X19, X20, X21) από τις άλλες ομάδες
- ✓ Χαμηλότερες τιμές δείκτη κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίων (X13) από τις άλλες δύο ομάδες, ωστόσο μεγαλύτερες της μονάδας
- ✓ Μεγάλες τιμές δεικτών ρευστότητας. Οι τιμές του δείκτη γενικής ρευστότητας (X1) κυμαίνονται μεταξύ 1,46 έως 2,59 και του δείκτη άμεσης ρευστότητας (X2) μεγαλύτερες της μονάδας
- ✓ Μεγαλύτερη συμμετοχή μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων στο σύνολο, ωστόσο δεν μπορεί να χαρακτηριστεί σημαντική (10% - 26%)
- ✓ Μικρότερη δανειακή επιβάρυνση από τις άλλες δύο ομάδες (X7) καθώς οι τιμές του δείκτη κυμαίνονται μεταξύ 25% - 40%. Οι επιχειρήσεις αυτές τηρούν μια πιο συντηρητική στάση σε σχέση με τις άλλες ομάδες, μικρότερης δανειακής επιβάρυνσης και μικρότερου κινδύνου διαχείρισης
- ✓ Μικρότερη χρήση βραχυπρόθεσμου δανεισμού (X9) για χρηματοδότηση περιουσιακών στοιχείων (τιμές δείκτη μεταξύ 21% και 32%)

Οι «μετριοπαθείς» επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από μέτριες επιδόσεις σε όλους τους δείκτες, γεγονός που τις τοποθετεί σε μια πιο καλή θέση έναντι των άλλων ομάδων καθώς δεν είναι πολύ επιβαρυνμένες δανειακά αλλά εκμεταλλεύονται και τα πλεονεκτήματα δανεισμού. Έχουν καλή ρευστότητα όπως και αποδοτικότητα.

Στη συνέχεια διενεργήθηκε έλεγχος σημαντικότητας (t-test) προκειμένου να διαπιστωθεί αν και κατά πόσο υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ των ομάδων σύμφωνα με τους μέσους όρους τους.

Το F –test συγκρίνει τις διακυμάνσεις μεταξύ των ομάδων ($p > 0,05$: ίσες διακυμάνσεις) και το t-test για τιμές $p < 0.05$ δείχνει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων των ομάδων (διάστημα εμπιστοσύνης 95%).

Οι δείκτες που διαχωρίζουν σημαντικά τις ομάδες των επιθετικών και μετριοπαθών επιχειρήσεων είναι κυρίως οι δείκτες κεφαλαιακής δομές (X7, X9), κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίων (X13), αποδοτικότητας (X21, X22).

Οι δείκτες που διαχωρίζουν σημαντικά τις ομάδες των μετριοπαθών και πιο συντηρητικών επιχειρήσεων είναι ρευστότητας (X1,X2,X3) κυρίως.

Οι ομάδες επιθετικών και συντηρητικών επιχειρήσεων διαχωρίζονται βάσει σχεδόν όλων των δεικτών (X1, X6, X7, X9, X13, X21, X22). Οι Πίνακες περιλαμβάνονται στο Παράρτημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ

ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΜΕ,

ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ PROMETHEE

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό αρχικά θα γίνει μια θεωρητική παρουσίαση της πολυκριτήριας μεθόδου PROMETHEE (Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluations), η οποία θα χρησιμοποιηθεί προκειμένου να γίνει η κατάταξη των μεταποιητικών ΜΜΕ του δείγματος. Η μέθοδος αυτή προτάθηκε για πρώτη φορά από τον Brans (1982). Προτείνονται δύο μέθοδοι PROMETHEE οι οποίες βασίζονται στη θεωρία των σχέσεων υπεροχής (Roy, 1996) και διαφοροποιούνται μόνο στη φάση της εκμετάλλευσης της σχέσης που αναπτύσσεται. Η μέθοδος PROMETHEE I πραγματοποιεί μια μερική κατάταξη, ενώ η μέθοδος PROMETHEE II, πραγματοποιεί μια πλήρη κατάταξη των εναλλακτικών λύσεων (επιχειρήσεων).

Στο δείγμα των μεταποιητικών ΜΜΕ θα εφαρμοστεί η πολυκριτήρια μέθοδος PROMETHEE II για την κατάταξη των επιχειρήσεων με βάση τις επιδόσεις τους, όπως αυτές εκφράζονται από τις τιμές των χρηματοοικονομικών δεικτών που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Στη συνέχεια συγκρίνονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης PROMETHEE II με αυτά της Ανάλυσης Ομαδοποίησης (Cluster Analysis) που διενεργήθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο.

5.1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ PROMETHEE

Η πολυκριτήρια μέθοδος PROMETHEE βασίζεται στη σύγκριση ανά δύο, όλων των προς κατάταξη δραστηριοτήτων, με βάση τα διάφορα κριτήρια αξιολόγησης.

Έστω ότι πρέπει να επιλυθεί το πολυκριτήριο πρόβλημα:

$$\text{Max } \{f_1(\alpha), \dots, f_k(\alpha) / \alpha \in A\}$$

Όπου:

A είναι ένα ορισμένο σύνολο εναλλακτικών δραστηριοτήτων (στην συγκεκριμένη περίπτωση επιχειρήσεων), οι οποίες θα πρέπει να αξιολογηθούν και καταταχθούν, και $f_i \quad i = 1, \dots, k$, είναι τα κριτήρια εκτίμησης των εναλλακτικών δραστηριοτήτων που θα πρέπει να βελτιστοποιηθούν.

Η μέθοδος περιλαμβάνει δύο φάσεις:

1. Την ανάπτυξη μιας σχέσης υπεροχής στο σύνολο A των εναλλακτικών δραστηριοτήτων.
2. Την εκμετάλλευση της σχέσης που αναπτύσσεται, ώστε να επιλυθεί το πολυκριτήριο πρόβλημα.

Η μέθοδος PROMETHEE συγκρίνει ανά δύο όλες τις προς κατάταξη εναλλακτικές δραστηριότητες με βάση τα διάφορα κριτήρια αξιολόγησης. Η σύγκριση αυτή βασίζεται στον υπολογισμό των διαφορών $d = f(\alpha) - f(\beta)$, όπου $f(\alpha)$, $f(\beta)$, είναι οι εκτιμήσεις των δραστηριοτήτων στο κριτήριο f . Στην συνέχεια ορίζεται η συνάρτηση προτίμησης $P(\alpha, \beta)$, η οποία εκφράζει την ένταση της προτίμησης του αποφασίζοντα για την εναλλακτική α έναντι της β και παίρνει τιμές από 0 έως 1, ως εξής:

- ✓ $P(\alpha, \beta) = 0$: Αδιαφορία μεταξύ των δραστηριοτήτων α και β
- ✓ $P(\alpha, \beta) \sim 0$: Ελαφρά προτίμηση της α έναντι της β
- ✓ $P(\alpha, \beta) \sim 1$: Ισχυρή προτίμηση της α έναντι της β
- ✓ $P(\alpha, \beta) = 1$: Σαφής προτίμηση της α έναντι της β

Προκειμένου η συνάρτηση προτίμησης να λαμβάνει υπόψη και την υπεροχή της β εναλλακτικής έναντι της α , ορίζεται η συνάρτηση H , ως εξής:

$$H(d) = \begin{cases} P(\alpha, \beta), d \geq 0 \\ P(\beta, \alpha), d \leq 0 \end{cases}$$

Σύμφωνα με την παραπάνω συνάρτηση, όταν η διαφορά d λαμβάνει θετικές τιμές, τότε η συνάρτηση $H(d)$ φανερώνει την ένταση της προτίμησης της

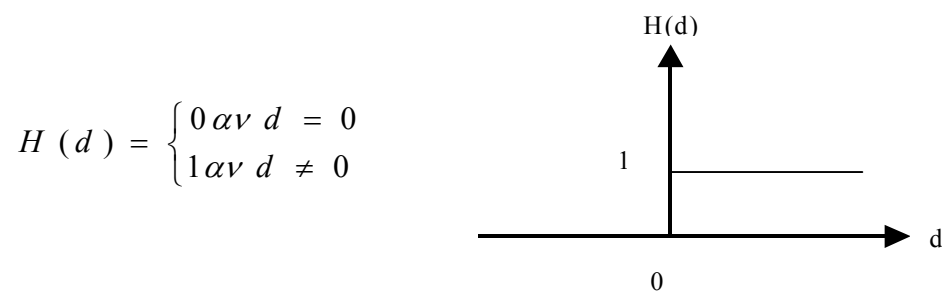
εναλλακτικής α έναντι της β . Αντίθετα, όταν η διαφορά d λαμβάνει αρνητικές τιμές, η συνάρτηση $H(d)$ φανερώνει την ένταση της προτίμησης της β έναντι της α .

Για τον καθορισμό της μορφής της συνάρτησης προτίμησης, χρησιμοποιούνται έξι γενικευμένα κριτήρια.

1. Το σύνηθες κριτήριο (usual criterion)

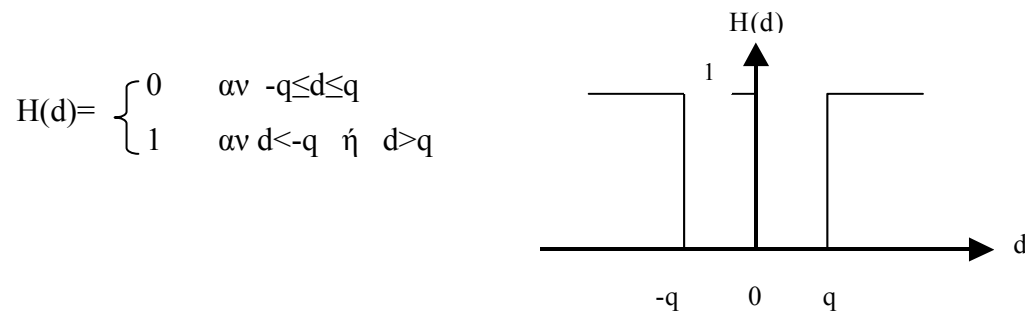
Σύμφωνα με αυτό το κριτήριο ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει αδιαφορία μεταξύ των δύο εναλλακτικών δραστηριοτήτων α και β , μόνο και μόνο αν $f(\alpha) = f(\beta)$. Σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση, ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει σαφής προτίμηση για τη δραστηριότητα με τη μεγαλύτερη εκτίμηση.

Η συνάρτηση $H(d)$ ορίζεται ως εξής:



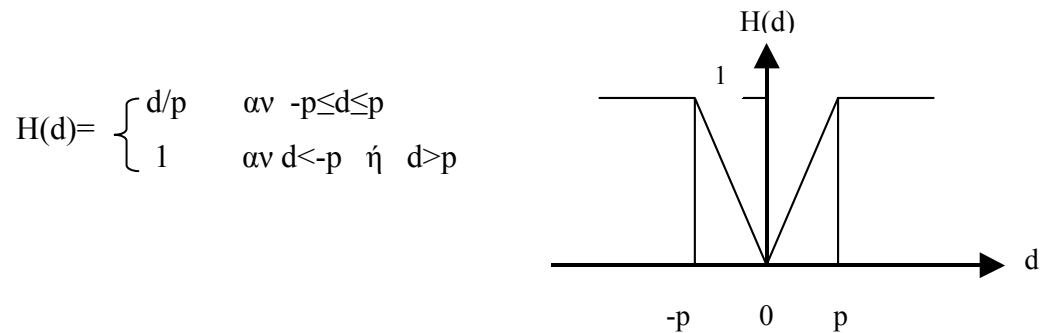
2. Το σχεδόν κριτήριο (quasi criterion)

Σύμφωνα με το γενικευμένο αυτό κριτήριο ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει αδιαφορία μεταξύ δύο εναλλακτικών δραστηριοτήτων, όταν η διαφορά των εκτιμήσεων τους δεν υπερβαίνει ένα όριο αδιαφορίας q . Διαφορετικά υπάρχει σαφής προτίμηση. Για τη χρήση αυτού του γενικευμένου κριτηρίου, θα πρέπει να καθοριστεί το όριο αδιαφορίας. Η συνάρτηση $H(d)$, σε αυτή την περίπτωση, ορίζεται ως εξής:



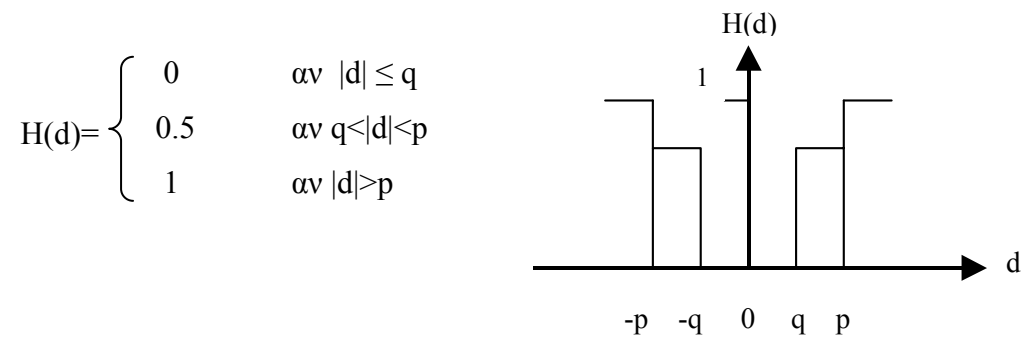
3. Κριτήριο με γραμμική προτίμηση (criterion with linear preference)

Ο αποφασίζων χρησιμοποιώντας το γενικευμένο αυτό κριτήριο θεωρεί ότι εφόσον η διαφορά d είναι μικρότερη από ένα όριο προτίμησης p , τότε η προτίμηση του αυξάνει γραμμικά με το d . Αν η διαφορά d γίνει μεγαλύτερη από ένα όριο προτίμησης p , τότε υπάρχει σαφής προτίμηση. Για τη χρήση του κριτηρίου αυτού θα πρέπει να καθοριστεί ένα όριο προτίμησης p . Η συνάρτηση $H(d)$, σε αυτή την περίπτωση, ορίζεται ως εξής:



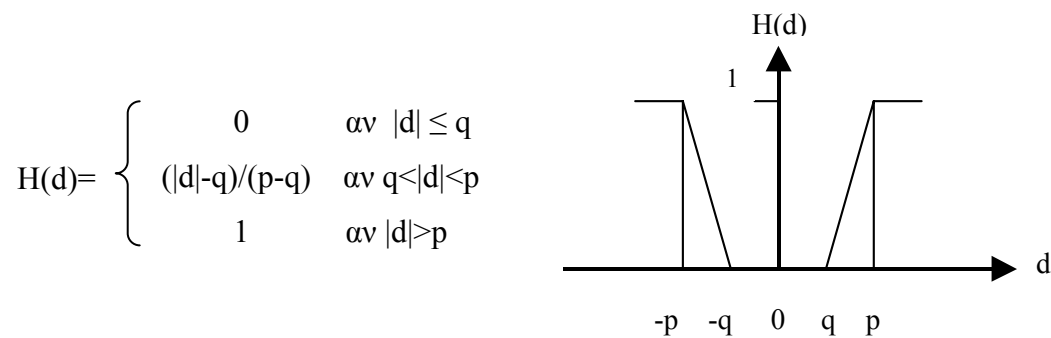
4. Κριτήριο επιπέδου (level criterion)

Στο κριτήριο αυτό εφόσον η τιμή της διαφοράς d βρίσκεται μεταξύ του ορίου αδιαφορίας q και του ορίου προτίμησης p , τότε υπάρχει ελαφρά προτίμηση [$H(d) = 0,5$]. Στις υπόλοιπες περιπτώσεις ισχύουν οι παρατηρήσεις που έγιναν στα δύο προηγούμενα γενικευμένα κριτήρια. Η συνάρτηση $H(d)$, σε αυτή την περίπτωση, ορίζεται ως εξής:



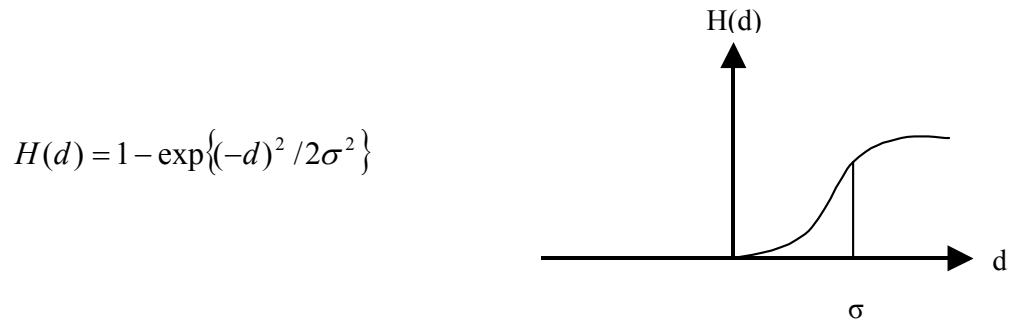
5. Κριτήριο γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας (criterion with linear preference and indifference area)

Ο αποφασίζων σε αυτή την περίπτωση θεωρεί ότι η προτίμηση του αυξάνει γραμμικά από την αδιαφορία στη σαφή προτίμηση, όταν η διαφορά d βρίσκεται μεταξύ του ορίου αδιαφορίας q και του ορίου προτίμησης p . Η συνάρτηση $H(d)$, σε αυτή την περίπτωση, ορίζεται ως εξής:



6. Κριτήριο του Gauss (Gaussian criterion)

Σύμφωνα με το γενικευμένο αυτό κριτήριο, οι προτιμήσεις του αποφασίζοντα περιγράφονται από την παρακάτω σχέση:



Η παράμετρος σ καθορίζει το σημείο αλλαγής στην καμπή της συνάρτησης.

Με τον καθορισμό της συνάρτησης $H(d)$ για κάθε κριτήριο, είναι δυνατός ο υπολογισμός του δείκτη προτίμησης για κάθε ζευγάρι εναλλακτικών δραστηριοτήτων, εξετάζοντας όλα τα κριτήρια εκτίμησης ταυτόχρονα.

$$\Pi(\alpha, \beta) = \frac{\sum_{i=1}^k \pi_i P_i(\alpha, \beta)}{\sum_{i=1}^k \pi_i}$$

Όπου:

π_i είναι το βάρος κάθε κριτηρίου f_i ($i=1, \dots, k$),

$\Pi(\alpha, \beta)$ αντιπροσωπεύει την ένταση προτίμησης του αποφασίζοντα για την εναλλακτική δραστηριότητα α έναντι της β . Ο δείκτης παίρνει τιμές από το διάστημα $[0,1]$, έτσι ώστε:

- ✓ $\Pi(\alpha, \beta) \approx 0$: Σημαίνει αδύνατη προτίμηση της εναλλακτικής δραστηριότητας α έναντι της β , για όλα τα κριτήρια,
- ✓ $\Pi(\alpha, \beta) \approx 1$: Σημαίνει ισχυρή προτίμηση της εναλλακτικής λύσης α έναντι της β , για όλα τα κριτήρια.

Μέσω του δείκτη προτίμησης αναπτύσσεται μια σχέση υπεροχής στο σύνολο A των εναλλακτικών δραστηριοτήτων.

Αναφορικά με την εκμετάλλευση αυτής της σχέσης, υπολογίζονται τα ακόλουθα μεγέθη για κάθε εναλλακτική δραστηριότητα:

$$\text{Ροή Εισόδου :} \quad \phi^{-}(\alpha) = \sum_{\beta \in k} \Pi(\beta, \alpha)$$

$$\text{Ροή Εξόδου :} \quad \phi^{+}(\alpha) = \sum_{\beta \in k} \Pi(\alpha, \beta)$$

Η ροή εξόδου δείχνει την υπεροχή της εναλλακτικής δραστηριότητας α έναντι όλων των υπολοίπων εναλλακτικών δραστηριοτήτων, εξετάζοντας ταυτόχρονα όλα τα κριτήρια, ενώ η ροή εισόδου δείχνει την υπεροχή όλων των υπολοίπων εναλλακτικών δραστηριοτήτων έναντι της δραστηριότητας α . Αφαιρώντας τη ροή εισόδου από τη ροή εξόδου, υπολογίζεται η καθαρή ροή, $\varphi(\alpha) = \phi^{+}(\alpha) - \phi^{-}(\alpha)$, η οποία αποτελεί ένα συνολικό μέγεθος αξιολόγησης της εναλλακτικής α έναντι όλων των υπολοίπων εξεταζόμενων εναλλακτικών.

Με βάση τις παραπάνω ροές, στη μέθοδο PROMETHEE I, αναπτύσσονται δύο κατατάξεις, μια βάσει των ροών εισόδου και μια βάσει των ροών εξόδου. Η τελική κατάταξη προκύπτει ως η τομή τους.

Στη μέθοδο PROMETHEE II, γίνεται πλήρης κατάταξη των εναλλακτικών δραστηριοτήτων (από την καλύτερη προς τη χειρότερη), με βάση τις καθαρές τους ροές. Με τη χρήση αυτής της μεθόδου αποφεύγονται οι μη συγκρισιμότητες μεταξύ των εναλλακτικών που μπορούν να προκύψουν με τη χρήση της PROMETHEE I.

$$\alpha P \beta \quad (\text{η } \alpha \text{ υπερέχει της } \beta) \quad \text{αν } \varphi(\alpha) > \varphi(\beta)$$

$$\alpha I \beta \quad (\text{υπάρχει αδιαφορία μεταξύ } \alpha, \beta) \quad \text{αν } \varphi(\alpha) = \varphi(\beta)$$

5.2. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ PROMETHEE II ΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΜΜΕ

Στην εφαρμογή της μεθόδου PROMETHEE II στο δείγμα των μεταποιητικών ΜΜΕ, οι οποίες αποτελούν τις εναλλακτικές δραστηριότητες προς κατάταξη, χρησιμοποιούνται ως κριτήρια αξιολόγησης οι 12 χρηματοοικονομικοί δείκτες που επιλέχθηκαν ως περισσότερο σημαντικοί από την παραγοντική ανάλυση. Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιήθηκαν και στην εφαρμογή της ανάλυσης ομαδοποίησης, η οποία είχε ως αποτέλεσμα τη διάκριση τριών ομάδων επιχειρήσεων ανάλογα με τη χρηματοοικονομική τους συμπεριφορά (βλ. Κεφάλαιο 4).

Όπως έχει προαναφερθεί, παρόλο που κάποιοι από τους παρακάτω δείκτες εμφανίζουν συγγραμμικότητα, κρίθηκε σκόπιμο να συμπεριληφθούν δεδομένου ότι σκοπός της μελέτης είναι η αξιολόγηση της χρηματοοικονομικής επίδοσης των επιχειρήσεων και για αυτό το λόγο απαιτείται επαρκής πληροφόρηση σχετικά με τη χρηματοοικονομική συμπεριφορά τους σε σημαντικούς τομείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας (φερεγγυότητα, κεφαλαιακή δομή, δανειακή επιβάρυνση, επίδοση διαχείρισης και αποδοτικότητα). Έτσι προτιμήθηκε ένας μεγαλύτερος αριθμός δεικτών εις βάρος κάποιας πολυσυγγραμμικότητας.

Τα κριτήρια αξιολόγησης, ανάλογα με το αν αποτελούν κριτήρια μεγιστοποίησης ή ελαχιστοποίησης, παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.1 που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 - Φύση Κριτηρίων Εκτίμησης

Κωδικός	Περιγραφή	MIN/MAX
X1	Κυκλοφορούν Ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	MAX
X2	(Κυκλοφορούν Ενεργητικό - Αποθέματα) / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	MAX
X3	Κεφάλαιο Κίνησης / Σύνολο Ενεργητικού	MAX
X5	(Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις + Ίδια Κεφάλαια) / Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό	MAX
X6	Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις / Σύνολο Υποχρεώσεων	MAX
X7	Σύνολο Υποχρεώσεων / Σύνολο Ενεργητικού	MIN
X8	Μακροπρόθεσμα Κεφάλαια / Ίδια Κεφάλαια	MIN
X9	Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις / Σύνολο Ενεργητικού	MIN
X13	Πωλήσεις / Καθαρά Πάγιο Ενεργητικό	MAX
X19	Καθαρά Κέρδη / Πωλήσεις	MAX
X21	Καθαρά Κέρδη / Ίδια Κεφάλαια	MAX
X22	Καθαρά Κέρδη / Σύνολο Ενεργητικού	MAX

Σαν κριτήριο σύγκρισης των εταιρειών του δείγματος επιλέχθηκε το κριτήριο Gauss διότι δίνει μια πιο ρεαλιστική συνάρτηση προτίμησης. Για παράδειγμα, μικρές μεταβολές στη διαφορά d , για μεγάλες τιμές του d , δίνουν μικρές μεταβολές στην τιμή της συνάρτησης $H(d)$, ενώ για μεσαίες τιμές του d , η συνάρτηση $H(d)$ μεταβάλλεται σημαντικά.

Χρησιμοποιήθηκαν 50 διαφορετικά σενάρια βαρών, τα οποία παρήχθησαν τυχαία. Αυτά τα σενάρια καθορίζουν τη σημαντικότητα κάθε κριτηρίου εκτίμησης (χρηματοοικονομικού δείκτη). Για το κριτήριο του Gauss, επιλέχθηκαν 10 διαφορετικές τιμές, ξεκινώντας από το $0,25 \times s$ έως το $2,5 \times s$, με βήμα $0,25 \times s$. Η παράμετρος s είναι η τυπική απόκλιση όλων των διαφορών των επιχειρήσεων ανά δύο, σε κάθε κριτήριο εκτίμησης (χρηματοοικονομικό δείκτη). Ο συνδυασμός των 10 σεναρίων της παραμέτρου s με τα 50 σενάρια βαρών, έχει σαν αποτέλεσμα 500

διαφορετικά σενάρια, σε καθένα από τα οποία κατατάσσονται οι επιχειρήσεις, από τις καλύτερες προς τις χειρότερες, με βάση τις καθαρές ροές τους, κατά φθίνουσα σειρά. Στη συνέχεια υπολογίστηκε η ελάχιστη και η μέγιστη τιμή κατάταξης, για κάθε επιχείρηση και το ποσοστό των σεναρίων που η επιχείρηση είχε τιμή κατάταξης μέσα σε κάποια όρια. Για παράδειγμα, κατάταξη μέσα στις δεκαπέντε καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος, θεωρείται ότι έχει μια επιχείρηση όταν στο 75% (τουλάχιστον) των εξεταζόμενων σεναρίων εμφανίζει τιμή μέχρι και δεκαπέντε.

Στον Πίνακα 5.2 που ακολουθεί παρουσιάζεται, για κάθε επιχείρηση του δείγματος το ποσοστό, στο σύνολο των εξεταζόμενων σεναρίων, για το οποίο η επιχείρηση είχε θέση κατάταξης εντός των συγκεκριμένων ορίων:

- α) θέση κατάταξης μικρότερη ή ίση του 15 (15 καλύτερες επιχειρήσεις)
- β) θέση κατάταξης μικρότερη ή ίση του 30 (30 καλύτερες επιχειρήσεις)
- γ) θέση κατάταξης μεγαλύτερη ή ίση του 50 (30 χειρότερες επιχειρήσεις)
- δ) θέση κατάταξης μεγαλύτερη ή ίση του 65 (15 χειρότερες επιχειρήσεις)

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 - Αποτελέσματα PROMETHEE II 1999 - 2002 (ποσοστά στο σύνολο εξεταζόμενων σεναρίων με θέσεις κατάταξης εντός συγκεκριμένων ορίων)

Α/Α	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	1999				2000				2001				2002			
		≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65
1	ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	0	0	100	0	0	0	100	82.8	0	0	100	88	0	0	100	89
2	ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	0	0	100	100	0	0	100	99.8	0	0	100	100	0	0	100	72.4
3	ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	0	37.2	0	0	0.4	69.2	0	0	0	0	34	0	0	0	50.2	0
4	ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	0	5.6	0	0	0	46.2	0	0	0	0	40.6	0	0	4.2	1.2	0
5	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	0	3	80.6	43.6	2.2	30.6	13.4	1	0	0	46	9	0	37.4	25.2	2.6
6	ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	100	0	0	0	71	98	0	0	34.4	97.8	0	0	0	45	20	0.4
7	ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	98.8	1.2	0	0	96	99.8	0	0	99.6	100	0	0	20.8	93	0	0
8	ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	69.8	30.2	0	0	100	0	0	0	100	100	0	0	99.2	100	0	0
9	ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	0	28.2	16.2	0.6	0	0	82.2	27	0	0	90.4	63.6	0	0	100	100
10	ΒΙΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	0	0	100	27.8	0	0	100	100	0	0	100	53.8	0	0	100	68.4
11	ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	46.4	89.8	1.4	0	75.6	92.6	0.2	0	76.4	96.8	0	0	29	69.6	7	0
12	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	0	0	9.2	0	0	0	73.6	9	0	0.2	19.4	0	0	0.4	7.8	0
13	DANCO ΑΕ	0	0	75	2.8	0	0	56.6	0	0	0	83	0	0	0	97	0.4
14	ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	100	0	0	0	95.6	100	0	0	66.2	100	0	0	100	100	0	0
15	ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	100	0	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	78.8	100	0	0
16	ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	2.8	96.8	0	0	4.6	89.2	0	0	0	6	8.8	0	0	0	100	93
17	ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ	0	6.2	0	0	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100	100
18	ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	0	0	52	2.4	0	2	29.2	0	0	4.2	12.4	0	0	0	89.2	5.4
19	ΟΛΙΒΑ ΑΕ	100	0	0	0	100	100	0	0	98.8	100	0	0	100	100	0	0
20	ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	0	26.4	0	0	0	4.4	4	0	0	22.4	0	0	0	2.6	10.6	0
21	CIBUS Α.Ε.	0	0	99.6	71	1.8	67.4	0	0	0	0	80.4	0.8	0	0	98.8	7.2
22	NEXT Α.Ε.	0	0	39.6	0.4	20.6	49	21	0	15	69.2	0.8	0	0	46.8	0	0
23	ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	1.4	87.6	0	0	4.8	89	0	0	0	0	58.2	13	0	0	91.6	44.8
24	Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	10.2	54.6	11.2	0.8	0	11.2	40.6	9.8	0	12.2	12.8	0.8	24.8	98.4	0	0
25	Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	100	0	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0
26	DATA PRINT ΑΕΒΕ	0	0	78	52	0	5.4	69	42.6	0	12.4	40.4	17	0	8.8	47.8	22.2
27	ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	0	0	0	99.6	1	7.4	73.8	51.8	0	0	91.8	78.6	0	8.8	60.4	34.6
28	ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	0	0	90	31.6	0	0.2	70.4	27.8	0	0.6	63.6	24.2	0	30.2	23	1.8
29	ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	84.4	100	0	0	76.4	100	0	0	82.4	99.8	0	0	90.8	100	0	0
30	BLOW PACK ΑΒΕΕ	0	4	0	0	0	0.4	45.8	0	0	0	40.2	0	0	33.4	0	0

Α/Α	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	1999				2000				2001				2002			
		≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65
31	KESS BY GATTOS A.E.	0.8	28	18	2.4	3.6	61	3.6	0	23.4	75.2	3.4	0	8.6	71.4	0	0
32	PENTYKOT AE	0	0	84.2	26.4	0	0	100	92.8	0	0	75.6	1.8	0	0	52	6.2
33	ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	0	0	33	0	0	4.8	63.8	18.8	0	1.6	43.6	12.4	0	34	30.2	7.8
34	ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	0	36.6	0	0	0	0	97.4	1.4	0	0	95.6	1	0	0	82	0
35	ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	2.6	98.6	0	0	0	81	0	0	0	13.6	0	0	0	37.4	0	0
36	ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	6.8	67.4	0	0	17	66.6	1.6	0	32.4	68.2	6.2	0	0	1.8	60.2	27.6
37	ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	21.8	98.8	0	0	100	100	0	0	0	0	81.4	22.6	1.8	88.8	0	0
38	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	0	0	82	0.6	0	0	30.6	0	7.2	97.2	0	0	0	1.8	0.4	0
39	Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	0	52	0.4	0	0	33.6	4.2	0	0	24.4	0	0	0	2	38	6
40	ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	4.8	100	0	0	17.2	100	0	0	20.4	100	0	0	76.2	100	0	0
41	DILANI ΕΠΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	0	0	99.6	93.2	20.6	74	5.2	0	0.4	9.8	20.2	3.6	0	1	58.4	15.8
42	ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	0	0	0.8	0	0	0	99	0	0	0	97.6	7.6	0	0	100	21.6
43	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	97.8	99.4	0	0	99.2	100	0	0	27.2	60.8	19.6	10.8	98.2	100	0	0
44	ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	0	72.6	0	0	5	100	0	0	0.4	84	0	0	1	93.4	0	0
45	ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	100	0	0	0	100	100	0	0	97.2	100	0	0	93.8	100	0	0
46	ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	7	26.4	35.2	16	0	14	37.8	4.8	0	0.2	90.4	64.6	0	3.8	55.6	29.6
47	ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	0	22.2	0	0	0	1.2	55.4	15.2	0	10.6	4.2	0	0.2	70.6	0	0
48	Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. ΕΧΡΟΦΙΛ	0	0	0	100	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100	100
49	ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΨΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	98.6	100	0	0	0	20	6.6	0	0	0	100	35.8	0	0	100	100
50	ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	0	0	86.6	1	0	8.8	9.8	0	0	0	86.4	17.4	0	0	14.2	0
51	ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	16.8	66.4	9	5.2	16.2	71.2	0	0	12.6	82.6	0	0	70.4	100	0	0
52	ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	34.2	100	0	0	62	100	0	0	21.6	99.8	0	0	70	100	0	0
53	ΚΕΜ Α.Ε.	23.2	82.6	2.4	0	0	1.4	1.6	0	64.8	100	0	0	5.8	90.4	0	0
54	ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	0	3.2	0	0	0	4.6	12.8	0	1	84.4	0	0	0	23	22.8	0.2
55	"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	0	0	95.8	48.6	0	0	96.4	29	0	0	100	84	0	0	72.4	29
56	KMS BUILDINGS Α.Ε.	41.2	92.6	0	0	0	0	44.8	0	0	0	51.4	1	0	0	52.2	1
57	ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	0	24	9.2	0	53.6	94.6	0	0	77.6	98.8	0	0	11.6	77.8	0.4	0
58	METRAL ΑΕ	0	0	100	70.4	0	0	98.8	72	0	0	100	95.6	0	17.8	39	17.8
59	D.S. STEEL ΑΕ	0	34.6	8.8	0	5.8	94.8	0	0	8.4	100	0	0	4.2	90.2	0	0
60	WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	0	0	85	28.6	0	4.6	27.6	0	97.8	100	0	0	0	0	100	96

Α/Α	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	1999				2000				2001				2002			
		≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65	≤15	≤30	≥50	≥65
61	Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	0	0	100	98.8	16.8	99.6	0	0	9	98.2	0	0	59.6	100	0	0
62	ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	0	55.2	1.2	0	0	0	77.4	42.2	82.6	100	0	0	0	0	94.6	61.6
63	Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	0	0	94	0	0	0	100	17.4	0	0	100	100	0	0	100	100
64	ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	50.2	100	0	0	96	100	0	0	62.4	100	0	0	100	100	0	0
65	ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	0	0	98.2	74.2	0	0	100	100	0	0	86	78.4	27	68	12.4	0.8
66	ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	0	0	100	13.2	0	0	100	73.6	0	0	100	89.6	0	0	97.8	0.8
67	ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	84.6	100	0	0	34	84.4	0	0	0	28.4	0.2	0	0	0	56.2	23.2
68	ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	40	100	0	0	0	25.8	3.2	0	0	0	62	1.2	0	6	12	0
69	ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	0	0	100	53.4	0	0	92.2	19.8	0	0	83.8	17.2	0	0	62.2	11.4
70	Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	0	0	64.4	9.6	3	45	1	0	0	2	25.4	2.6	0.4	83.6	0	0
71	ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	0	0	49	0.2	0	0	63.8	0	0	0	2.2	0	0	0	100	48.6
72	ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	52.2	100	0	0	0	1.6	89.2	72.6	0.8	82.6	0	0	96.8	100	0	0
73	ΕΠΚΟ Α.Ε.	0	0	100	93.6	0	0	100	98.4	1.8	78.6	0.2	0	100	100	0	0
74	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	0	0	19.4	0	0	45.4	0	0	0	69	0	0	0	87.4	0	0
75	Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	25	0
76	ΜΕΝΤΙΧΡΩΜ Α.Ε.	0	0	97.6	8.2	0	0	99.8	9.2	78.2	97.6	0	0	31	69.8	11	3.2
77	Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	0	0	100	94.6	0	0	100	71.2	0	0	99.2	47.8	0	0	100	90
78	Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	0	0	73.4	11.8	0	0	43.6	0	0	10.8	46	16	0	0	84.4	59.8
79	ΝΕΟΚΕΜ Α.Ε.	0	0	100	93.2	0	0	53	10	0	0	96.6	40.2	0	1.4	36.8	0
80	ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100	99.8

5.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ PROMETHEE II

5.3.1. Κατάταξη επιχειρήσεων δείγματος

Μεταξύ των 15 καλύτερων σε επιδόσεις επιχειρήσεων του δείγματος, σε όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου 1999 – 2002, βρίσκονται οι επιχειρήσεις GTH Γενική Τηλεφωνική Ελλάδος Α.Ε., Αφοί Μάτη Α.Ε., Ε. Σταθάτος Α.Ε.Β.Ε., Ολίβα Α.Ε., Λ. Παπαγεωργίου Α.Ε., Κιβωπλάστ Α.Ε. και Γλάρος Β. Ρόκας & Υιοί Α.Β.Ε.Ε. Η Εργομπετόν Α.Ε. επίσης εμφανίζει σταθερά καλές επιδόσεις, από την 13^η θέση κατάταξης το 1999, κατατάσσεται το 2000 στην 8^η θέση και συνεχίζει και την επόμενη διετία να βρίσκεται μεταξύ των 15 καλύτερων επιχειρήσεων του δείγματος. Η εταιρεία Κεφάλαιο Εκδοτική Α.Ε. βρίσκεται τα έτη 1999, 2000 και 2002 στις 15 πρώτες αλλά το 2001 κατατάσσεται στην 31^η θέση. Η εταιρεία Ελληνικοί Πλωτήρες Α.Ε. βγαίνει εκτός δεκαπεντάδας το 2002 και κατατάσσεται στη 17^η θέση. Η Κουβαλιάς Παιχνίδια Α.Ε. επιδεινώνει τη θέση της ολοένα και περισσότερο και βρίσκεται από την 8^η θέση το 1999 στην 33^η θέση το 2002. Οι εταιρείες Ολυμπιακή Κλωστοϋφαντουργία Α.Ε., Κεραμοποιία Αφοί Αναγνωσταρά Α.Ε. και ΒΕΞ Δράμας Α.Ε. σημείωσαν τις πλέον θεαματικές ανακατατάξεις. Συγκεκριμένα η Ολυμπιακή Κλωστοϋφαντουργία Α.Ε., από την 7^η θέση το 1999 καταλήγει στην προτελευταία θέση το 2002. Η Κεραμοποιία Αφοί Αναγνωσταρά Α.Ε., από την 10^η θέση βρίσκεται στην 57^η θέση το 2002. Η ΒΕΞ Δράμας Α.Ε. από τη 14^η θέση το 1999 καταλήγει στην 71^η το 2000 ενώ την επόμενη διετία βελτιώνει θεαματικά τη θέση της και φθάνει το 2002 στην 10^η. Η ΕΠΚΟ Α.Ε. η οποία βρισκόταν τη διετία 1999-2000 στις τελευταίες 15 θέσεις κατάταξης βελτιώνει σημαντικά τη θέση της το 2001 (28^η) και καταλήγει στην 1^η θέση το 2002.

Στις τελευταίες 15 θέσεις κατάταξης σταθερά στη διάρκεια της περιόδου 1999-2002 βρίσκονται οι εταιρείες Ιχθυοτροφεία Μαρτίνου Α.Ε., Πίττας Α.Ε.Β.Ε. και Λούπας Α.Ε. Οι εταιρείες Θράκων Κονιάματα Α.Ε.Β.Ε., METRAL Α.Ε. και Α. Παυλόπουλος Α.Β.Ε.Ε. βρίσκονταν στις τελευταίες 15 θέσεις κατάταξης την τριετία 1999-2001 και το 2002 βελτιώνουν τη θέση της φθάνοντας στην 28^η, 46^η και 47^η θέση αντίστοιχα. Εξαιρετικά θεαματική βελτίωση παρουσιάζει η Κ. Αντωνίου & Σία Α.Ε. από την προτελευταία θέση το 1999 στην 15^η το 2002. Η εταιρεία Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος Α.Ε. από την 36^η θέση το 1999 χειροτέρευσε τη θέση της καταλήγοντας τελευταία το 2000 και παραμένοντας στις τελευταίες θέσεις

κατάταξης και την επόμενη διετία 2001-2002. Ο Πίνακας 5.3 που ακολουθεί παρουσιάζει τους μέσους όρους κατάταξης για κάθε εταιρεία κατά την περίοδο ανάλυσης 1999 – 2002 και απεικονίζει την τάση βελτίωσης ή χειροτέρευσης της θέσης των εταιρειών διαχρονικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 - Μέσοι Όροι Κατάταξης Επιχειρήσεων 1999 - 2002

Α/Α	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ			
		1999	2000	2001	2002
1	ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	61.48	67.04	67.75	67.82
2	ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	74.16	71.73	76.79	67.54
3	ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	33.52	27.03	46.66	48.98
4	ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	36.13	31.16	47.77	37.99
5	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	60.70	35.80	49.52	37.65
6	ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	7.89	14.44	18.99	35.05
7	ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	5.13	5.93	4.10	20.98
8	ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	14.28	3.11	3.15	7.32
9	ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	37.71	58.25	64.06	75.20
10	ΒΙΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	61.63	73.95	64.66	66.33
11	ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	18.40	12.36	11.65	25.18
12	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	43.65	53.82	43.13	41.39
13	DANCO ΑΕ	53.21	49.92	52.38	56.59
14	ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	2.63	10.60	13.35	3.23
15	ΔΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	9.08	5.61	7.17	12.52
16	ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	21.40	23.11	39.22	70.78
17	ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	36.13	79.02	78.75	75.96
18	ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	50.33	45.08	41.74	56.46
19	ΟΛΙΒΑ ΑΕ	6.44	3.08	3.26	2.35
20	ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	33.34	40.20	33.94	43.57
21	CIBUS Α.Ε.	65.82	26.74	53.15	58.61
22	NEXT Α.Ε.	48.05	32.48	25.61	30.42
23	ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	25.30	24.31	52.56	61.67
24	Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	31.21	45.99	39.21	18.00
25	Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	3.85	5.31	7.01	8.70
26	DATA PRINT ΑΕΒΕ	62.93	57.60	48.04	49.96
27	ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	74.03	60.89	70.42	54.09
28	ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	59.66	56.11	54.49	40.02
29	ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	12.27	13.85	12.31	10.17
30	BLOW PACK ΑΒΕΕ	37.83	47.91	48.06	33.16
31	KESS BY GATTOS Α.Ε.	38.44	29.08	23.33	25.63
32	PENTYKOT ΑΕ	58.17	69.36	54.38	49.76
33	ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	48.33	52.77	49.28	39.79
34	ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	31.62	58.29	56.95	53.01
35	ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	24.20	27.67	34.76	30.69
36	ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	27.15	25.96	24.40	53.52
37	ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	20.31	9.65	57.97	24.68
38	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	53.45	47.33	20.98	40.04
39	Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	30.48	34.36	33.92	45.82
40	ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	20.40	17.89	18.25	12.94

Α/Α	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ			
		1999	2000	2001	2002
41	DILANI ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	74.44	25.47	42.24	52.65
42	ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	42.38	56.13	58.42	61.91
43	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	4.34	6.12	30.02	6.40
44	ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	28.74	21.25	26.76	25.15
45	ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	1.45	2.36	4.07	5.44
46	ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	43.56	44.95	64.62	53.45
47	ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	34.27	51.36	37.88	27.04
48	Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	79.93	77.13	79.82	80.00
49	ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΨΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	7.77	36.92	63.15	78.92
50	ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	56.83	40.80	57.95	43.31
51	ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	28.75	25.21	24.19	13.63
52	ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	18.14	15.26	18.92	14.09
53	ΚΕΜ Α.Ε.	22.87	40.11	14.12	22.84
54	ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	38.56	41.74	27.25	39.73
55	"ΑΤΛΑΣ ΣΑΝ" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	62.66	61.49	68.90	57.53
56	KMS BUILDINGS Α.Ε.	18.57	48.73	49.85	50.33
57	ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	37.53	16.79	11.90	24.35
58	METRAL ΑΕ	66.54	67.72	72.29	46.32
59	D.S. STEEL ΑΕ	35.36	23.02	20.80	22.99
60	WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	58.98	43.23	7.45	69.72
61	Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	76.90	19.73	22.09	15.31
62	ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	30.21	59.47	11.16	65.26
63	Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	56.39	62.18	73.53	78.00
64	ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	15.42	9.41	14.18	6.37
65	ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	68.38	77.71	69.28	26.20
66	ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	59.68	65.97	67.69	56.98
67	ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΘ. ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	12.03	21.02	34.21	53.74
68	ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	17.47	35.78	51.50	42.28
69	ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	64.46	58.55	57.11	52.32
70	Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	52.95	31.26	44.51	25.05
71	ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	49.75	51.51	42.06	63.60
72	ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	15.46	69.34	26.56	10.45
73	ΕΠΚΟ Α.Ε.	71.97	72.94	26.94	2.09
74	ΟΙΝΟΠΟΪΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	44.86	30.46	28.51	24.82
75	Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	75.78	74.37	76.72	47.29
76	MENTIXROM Α.Ε.	57.73	59.89	10.95	25.80
77	Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	69.36	66.64	64.21	69.88
78	Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	54.17	48.25	48.80	63.56
79	ΝΕΟΚΕΜ Α.Ε.	68.08	49.82	62.07	46.31
80	ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	76.51	75.12	74.14	75.33

5.3.2. Στατιστική ανάλυση αποτελεσμάτων PROMETHEE II

Υπολογίζοντας τις διάμεσους των δεικτών, ανάλογα με την ομάδα ορίων κατάταξης του Πίνακα 5.2, εξάγονται σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με το χρηματοοικονομικό προφίλ των καλύτερων (μέσος όρος κατάταξης ≤ 15 και ≤ 30) και χειρότερων επιχειρήσεων (μέσος όρος κατάταξης ≥ 50 και ≥ 65) του δείγματος καθώς και αυτών που κατατάσσονται στις ενδιάμεσες θέσεις (μέσος όρος κατάταξης από 31 έως 49). Προτιμήθηκε η χρήση της διαμέσου καθώς οι ακραίες τιμές μερικών δεικτών αλλοιώνουν σημαντικά τον μέσο όρο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4 - Διάμεσοι Δεικτών Επιχειρήσεων ανάλογα με τους Μέσους Όρους Κατάταξης PROMETHEE II

Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	1999											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
≤ 15	3.76	2.90	0.49	3.15	0.00	0.21	0.00	0.20	4.55	0.11	0.17	0.14
≤ 30	2.58	1.58	0.37	2.10	0.03	0.41	0.04	0.27	4.28	0.13	0.19	0.14
31-49	1.22	0.86	0.14	1.31	0.00	0.48	0.00	0.47	2.45	0.05	0.11	0.05
≥ 50	0.98	0.57	-0.01	0.97	0.00	0.63	0.00	0.59	1.64	0.02	0.04	0.01
≥ 65	0.78	0.40	-0.12	0.84	0.00	0.72	0.00	0.67	1.53	0.02	0.03	0.01

Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	2000											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
≤ 15	4.12	3.39	0.48	3.23	0.00	0.26	0.00	0.18	3.92	0.08	0.15	0.09
≤ 30	2.22	1.44	0.36	2.07	0.01	0.40	0.00	0.32	3.92	0.08	0.18	0.09
31-49	1.28	0.84	0.16	1.47	0.04	0.49	0.03	0.44	2.31	0.05	0.08	0.04
≥ 50	1.10	0.76	0.07	1.19	0.00	0.63	0.00	0.61	1.59	0.01	0.02	0.00
≥ 65	0.99	0.47	-0.01	0.96	0.00	0.66	0.00	0.64	1.54	-0.01	-0.02	-0.01

Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	2001											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
≤ 15	3.87	2.33	0.44	2.41	0.00	0.38	0.00	0.15	3.84	0.07	0.10	0.09
≤ 30	2.03	1.42	0.32	2.18	0.00	0.38	0.00	0.30	3.08	0.10	0.12	0.08
31-49	1.44	0.98	0.18	1.54	0.05	0.55	0.11	0.39	2.22	0.02	0.02	0.01
≥ 50	1.09	0.64	0.04	1.15	0.00	0.66	0.00	0.62	2.38	0.01	0.02	0.01
≥ 65	0.88	0.57	-0.08	0.99	0.05	0.73	0.20	0.69	1.79	0.00	-0.01	0.00

Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	2002											
	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X8	X9	X13	X19	X21	X22
≤ 15	3.96	2.95	0.59	3.95	0.00	0.22	0.00	0.15	4.45	0.05	0.06	0.05
≤ 30	2.54	1.52	0.33	1.96	0.02	0.37	0.02	0.26	2.46	0.06	0.07	0.05
31-49	1.29	1.01	0.17	1.99	0.00	0.58	0.00	0.52	4.72	0.05	0.11	0.05
≥ 50	1.14	0.77	0.09	1.28	0.00	0.61	0.00	0.61	2.51	0.01	0.04	0.01
≥ 65	1.06	0.52	0.04	1.21	0.00	0.76	0.00	0.64	2.48	0.01	0.03	0.01

Οι καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος, σύμφωνα με τον Πίνακα 5.4, χαρακτηρίζονται από υψηλή ρευστότητα, γενική και άμεση, καθώς οι διάμεσοι των δεικτών X1 (κυμαίνεται περίπου στο 4% για τις 15 καλύτερες και περίπου στο 2% -

2,5% για τις 30 καλύτερες) και X2 (κυμαίνεται περίπου στο 3% για τις 15 καλύτερες και περίπου στο 1,5% για τις 30 καλύτερες) υπερβαίνουν σημαντικά τη μονάδα σε όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Επίσης παρουσιάζουν σημαντική αποδοτικότητα, με τάσεις μείωσης διαχρονικά. Οι διάμεσοι των δεικτών X19, X21 και X22 για τις 15 καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος το 1999 ήταν 11%, 17% και 14% αντίστοιχα (για τις 30 καλύτερες επιχειρήσεις ήταν 13%, 19% και 14%). Το 2002 οι δείκτες αποδοτικότητας κυμαίνονται μεταξύ του 5% - 7%. Έχουν μεγάλη κυκλοφοριακή ταχύτητα παγίων (δείκτης X13), μικρότερη δανειακή επιβάρυνση, ιδιαίτερα μεταξύ των 15 καλύτερων επιχειρήσεων (η διάμεσος του δείκτη X7 κυμαίνεται μεταξύ του 21% - 38%) καθώς και μικρότερη χρήση βραχυπρόθεσμου δανεισμού για τη χρηματοδότηση των περιουσιακών στοιχείων (ο δείκτης X9 από το 20% το 1999 μειώνεται στο 15% τη διετία 2001-2002).

Στον αντίποδα οι χειρότερες επιχειρήσεις του δείγματος εμφανίζουν χαμηλότερη ρευστότητα, με τάσεις αύξησης. Η διάμεσος του δείκτη γενικής ρευστότητας, για τις 15 χειρότερες επιχειρήσεις (μέσος όρος θέσης κατάταξης μεγαλύτερος ή ίσος του 65) βρίσκεται κάτω από τη μονάδα την περίοδο 1999-2001 και μόνο το 2002 την υπερβαίνει ελαφρά (1,06). Η διάμεσος του δείκτη άμεσης ρευστότητας βρίσκεται συνέχεια κάτω από τη μονάδα. Ομοίως και μικρότερη αποδοτικότητα καθώς η διάμεσος των δεικτών X19, X21 και X22 το 1999 κυμαίνεται μεταξύ 1% - 3%, το 2000 - 2001 λαμβάνει τιμές κοντά στο μηδέν ακόμη και αρνητικές για τις 15 χειρότερες επιχειρήσεις και επανέρχεται το 2002 στα επίπεδα του 1999. Οι τελευταίες στην κατάταξη επιχειρήσεις είναι επιβαρημένες δανειακά σε μεγάλο βαθμό (κατά βάση βραχυπρόθεσμο δανεισμό), καθώς η διάμεσος του δείκτη X7 παίρνει τιμές από 72% το 1999 έως 76% το 2002, για τις 15 χειρότερες επιχειρήσεις και από 63% το 1999 σε 66% το 2001 και 61% το 2002 για τις 30 χειρότερες επιχειρήσεις.

Οι επιχειρήσεις που κατατάσσονται μεταξύ των θέσεων 31 και 49, έχουν ενδιάμεσες των δύο παραπάνω κατηγοριών επιχειρήσεων επιδόσεις, σε όλους τους δείκτες. Στο Παράρτημα περιλαμβάνονται διαγράμματα των διαμέσων των δεικτών που κάνουν πιο αισθητή την απόσταση μεταξύ των επιδόσεων των καλύτερων και χειρότερων επιχειρήσεων του δείγματος.

5.3.3. Σύγκριση αποτελεσμάτων PROMETHEE II και Ανάλυσης Ομαδοποίησης

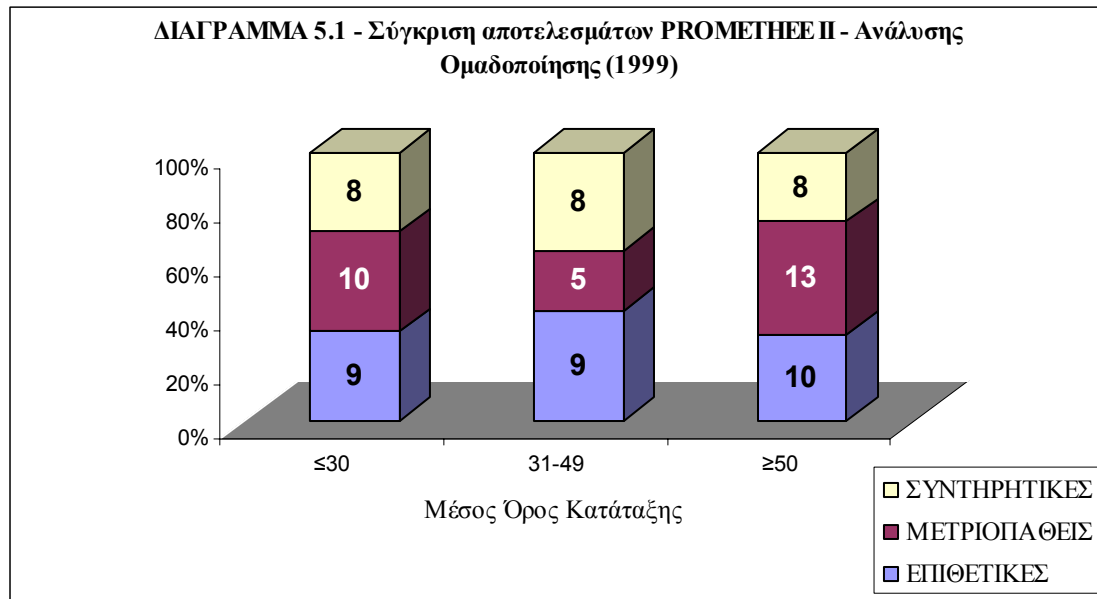
Η κατάταξη των επιχειρήσεων με βάση τα αποτελέσματα της PROMETHEE II, συγκρίνεται με την ομαδοποίηση των επιχειρήσεων που έγινε στα πλαίσια του προηγούμενου κεφαλαίου. Η Ανάλυση Ομαδοποίησης (Cluster Analysis) ανέδειξε τρεις ομάδες επιχειρήσεων, οι οποίες χαρακτηρίστηκαν ως επιθετικές (ή ριψοκίνδυνες), μετριοπαθείς και συντηρητικές με βάση τη χρηματοοικονομική τους συμπεριφορά, όπως αυτή εκδηλώνεται από τις επιδόσεις των χρηματοοικονομικών δεικτών που επιλέχθηκαν ως πιο σημαντικοί από την Παραγοντική Ανάλυση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5 - Σύγκριση αποτελεσμάτων PROMETHEE II - Ανάλυσης Ομαδοποίησης 1999 - 2002

	Μ.Ο. Κατάταξης 1999			Μ.Ο. Κατάταξης 2000			Μ.Ο. Κατάταξης 2001			Μ.Ο. Κατάταξης 2002		
	≤30	31-49	≥50	≤30	31-49	≥50	≤30	31-49	≥50	≤30	31-49	≥50
ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ	9	9	10	7	7	8	6	6	7	6	12	13
	33.3%	40.9%	32.3%	24.1%	31.8%	27.6%	20.0%	28.6%	24.1%	20.7%	57.1%	43.3%
ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΙΣ	10	5	13	12	12	17	12	8	19	8	5	15
	37.0%	22.7%	41.9%	41.4%	54.5%	58.6%	40.0%	38.1%	65.5%	27.6%	23.8%	50.0%
ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΕΣ	8	8	8	10	3	4	12	7	3	15	4	2
	29.6%	36.4%	25.8%	34.5%	13.6%	13.8%	40.0%	33.3%	10.3%	51.7%	19.0%	6.7%
ΣΥΝΟΛΟ	27	22	31	29	22	29	30	21	29	29	21	30

Εξετάστηκε η συμμετοχή των επιθετικών, μετριοπαθών και συντηρητικών επιχειρήσεων στις τρεις ομάδες επιχειρήσεων που κατατάσσονται μεταξύ συγκεκριμένων ορίων κατάταξης (μέσος όρος κατάταξης μικρότερος ή ίσος του 30, μεγαλύτερος ή ίσος του 50 και μεταξύ του 31 και 49).

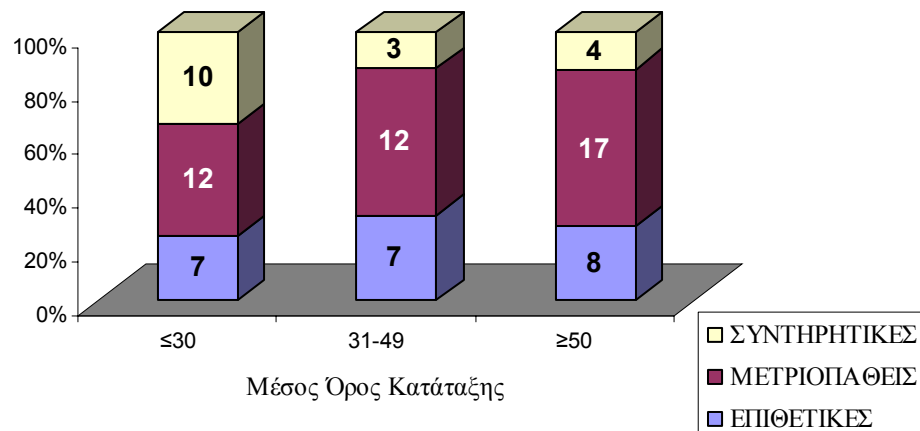
Τα αποτελέσματα της σύγκρισης (βλ. Πίνακα 5.5) φανερώνουν την τάση μεγαλύτερης συμμετοχής συντηρητικών και μετριοπαθών επιχειρήσεων και μικρότερη συμμετοχή επιθετικών επιχειρήσεων, στις καλύτερες και ενδιάμεσες θέσεις κατάταξης. Το χρηματοοικονομικό προφίλ των καλύτερων επιχειρήσεων, όπως περιγράφηκε παραπάνω, μοιάζει σε σημαντικό βαθμό με το προφίλ των συντηρητικών και μετριοπαθών επιχειρήσεων. Τα διαγράμματα που παρατίθενται στη συνέχεια διευκολύνουν την εξαγωγή των σχετικών συμπερασμάτων.



Το 1999 οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίστηκαν ως επιθετικές συμμετέχουν περισσότερο στις ενδιάμεσες θέσεις κατάταξης (31-49: 40,9%). Σημαντική είναι και η συμμετοχή των συντηρητικών επιχειρήσεων (36,4%). Στην ομάδα των καλύτερων επιχειρήσεων (μέσος όρος κατάταξης ≤ 30) συμμετέχουν σε μεγαλύτερο ποσοστό μετριοπαθείς επιχειρήσεις (37%) ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό συμμετοχής των συντηρητικών (29,6%). Στην ομάδα των χειρότερων επιχειρήσεων (μέσος όρος κατάταξης ≥ 50) συμμετέχουν με μεγαλύτερα ποσοστά οι μετριοπαθείς (41,9%) και οι επιθετικές επιχειρήσεις (32,3%). Αξίζει να υπενθυμίσουμε σε αυτό το σημείο ότι οι επιθετικές επιχειρήσεις, στην ανάλυση ομαδοποίησης, χαρακτηρίζονται από μεγάλη δανειακή επιβάρυνση και χρήση βραχυπρόθεσμου δανεισμού για χρηματοδότηση περιουσιακών στοιχείων καθώς και καλή ρευστότητα, απόρροια του βραχυπρόθεσμου δανεισμού. Τα χαρακτηριστικά αυτά βρίσκονται και στις επιχειρήσεις που κατατάσσονται στις τελευταίες θέσεις. Είναι λογικό να συμπεράνουμε ότι η ριψοκίνδυνη αυτή συμπεριφορά των επιχειρήσεων, έχει άσχημες συνέπειες στη χρηματοοικονομική τους κατάσταση η οποία, σύμφωνα με την ανάλυση της PROMETHEE II, είναι από τις χειρότερες του δείγματος.

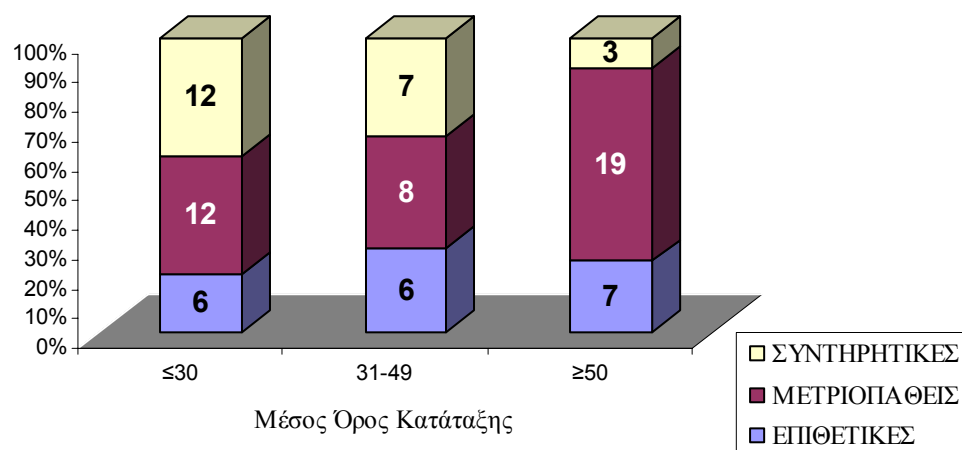
Το 2000 η ανάλυση ομαδοποίησης είχε κατατάξει παραπάνω από τις μισές επιχειρήσεις (51,25% ή 41) στην ομάδα των μετριοπαθών, για αυτό το λόγο συμμετέχουν με τα μεγαλύτερα ποσοστά σε όλες τις ομάδες μέσων όρων κατάταξης. Ωστόσο είναι φανερό η τάση μεγαλύτερης συμμετοχής των συντηρητικών επιχειρήσεων στις καλύτερες του δείγματος (34,5%).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.2 - Σύγκριση αποτελεσμάτων PROMETHEE II - Ανάλυσης Ομαδοποίησης (2000)



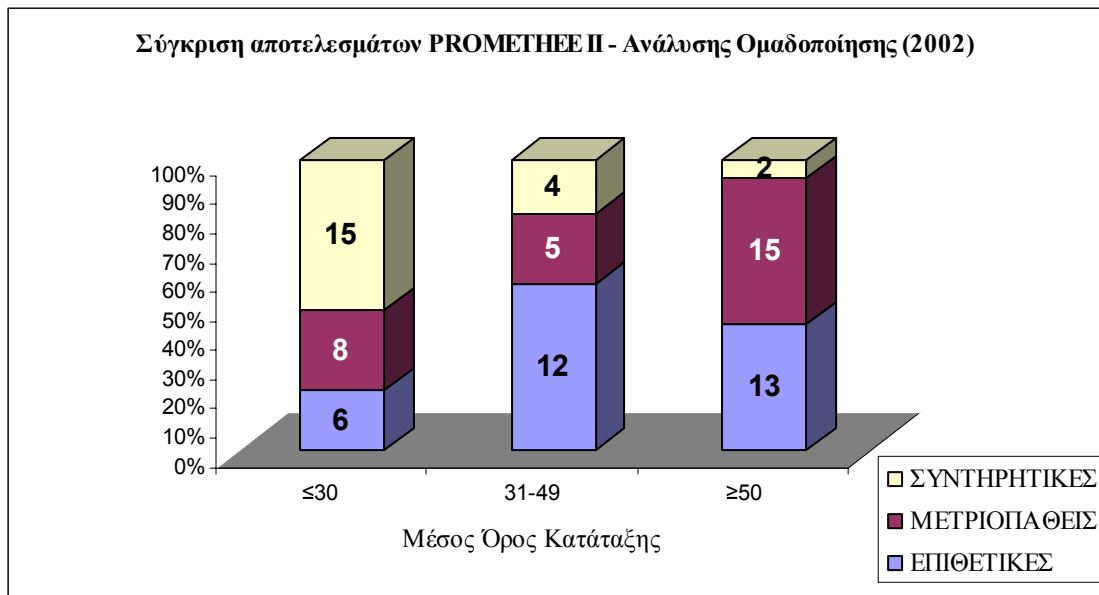
Οι συντηρητικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από υψηλή ρευστότητα, μικρότερη δανειακή επιβάρυνση και κατ' επέκταση χρήση βραχυπρόθεσμου δανεισμού. Τα χαρακτηριστικά αυτά βρίσκονται στις καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος όπως έχουν προκύψει από την ανάλυση PROMETHEE II. Οι επιθετικές αντίθετα συμμετέχουν περισσότερο στις ενδιάμεσες θέσεις κατάταξης (31-49: 31,8%) και στις χειρότερες θέσεις κατάταξης (≥ 50 : 27,6%).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.3 - Σύγκριση αποτελεσμάτων PROMETHEE II - Ανάλυσης Ομαδοποίησης (2001)



Το 2001 το 80% των 30 καλύτερων επιχειρήσεων είναι συντηρητικές και μετριοπαθείς. Οι μετριοπαθείς επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από καλές επιδόσεις σε όλους τους δείκτες (έχουν καλή ρευστότητα και αποδοτικότητα, δεν είναι πολύ

επιβαρημένες δανειακά). Το 2001 το 46,25% των επιχειρήσεων του δείγματος ανήκαν στην ομάδα των επιχειρήσεων με μέτριες χρηματοοικονομικές επιδόσεις.



Τα παραπάνω συμπεράσματα ενισχύονται από την εικόνα που παρουσιάζει η σύγκριση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης PROMETHEE II και της ανάλυσης ομαδοποίησης για το έτος 2002. Οι συντηρητικές επιχειρήσεις συμμετέχουν με ποσοστό που φθάνει το 51,7% στις 30 καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος. Από την άλλη μεριά, το 43,3% των επιχειρήσεων που κατατάσσονται στις 30 χειρότερες επιχειρήσεις του δείγματος είναι επιθετικές, ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό συμμετοχής τους στις ενδιάμεσες θέσεις κατάταξης (31-49: 57,1%).

5.3.4. Λοιπά Πληροφοριακά Στοιχεία Επιχειρήσεων ανά Ομάδα Ορίων Κατάταξης

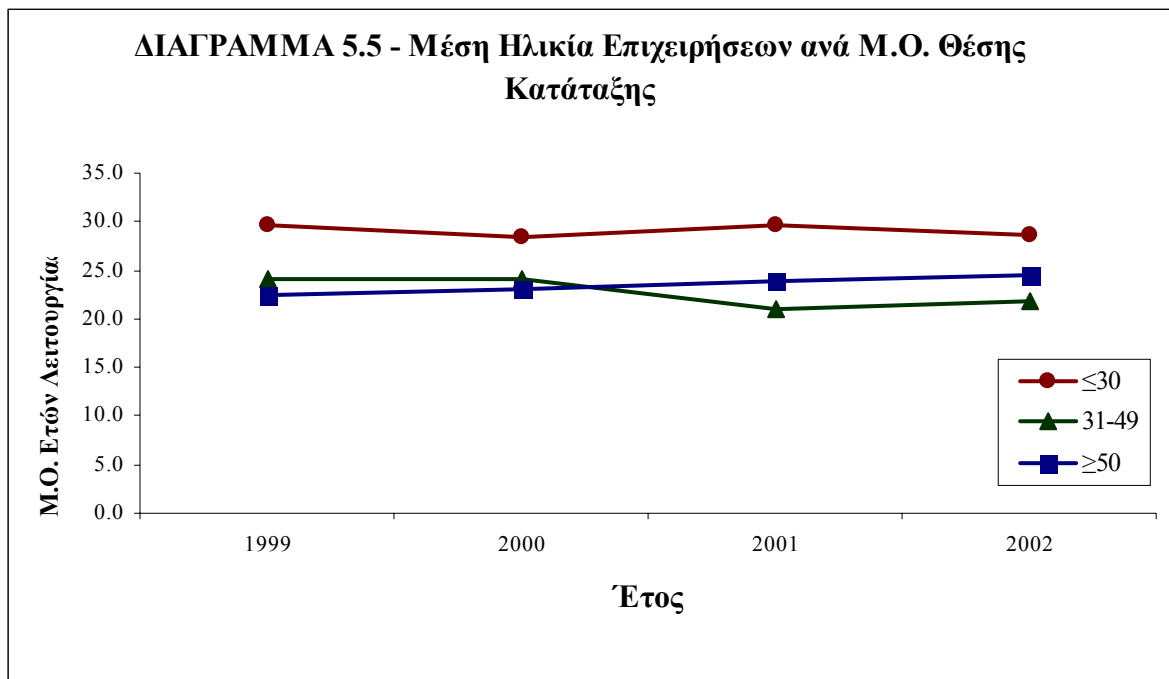
Ιδιαίτερα ενδιαφέροντα συμπεράσματα εξάγονται από την ανάλυση διαφόρων πληροφοριακών στοιχείων που αφορούν την ηλικία, αριθμό απασχολούμενων, και εξαγωγικό προσανατολισμό ανάλογα με τη θέση κατάταξης τους, όσον αφορά τις χρηματοοικονομικές τους επιδόσεις.

Υπολογίστηκε ο μέσος όρος ετών λειτουργίας των επιχειρήσεων ανάλογα με τη θέση κατάταξης στην οποία βρίσκονται με βάση τα αποτελέσματα της PROMETHEE II. Έτσι οι επιχειρήσεις με μεγαλύτερο μέσο όρο ετών λειτουργίας

(παλαιότερες) κατατάσσονται στις 30 καλύτερες επιχειρήσεις, σε όλα τα χρόνια της ανάλυσης (1999 – 2002).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6 - Μέση Ηλικία Επιχειρήσεων ανά Μ.Ο. Θέσης Κατάταξης

Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	Μ.Ο. ΕΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ			
	1999	2000	2001	2002
≤30	29.7	28.5	29.7	28.7
31-49	24.1	24.0	21.0	21.8
≥50	22.4	23.1	23.9	24.5

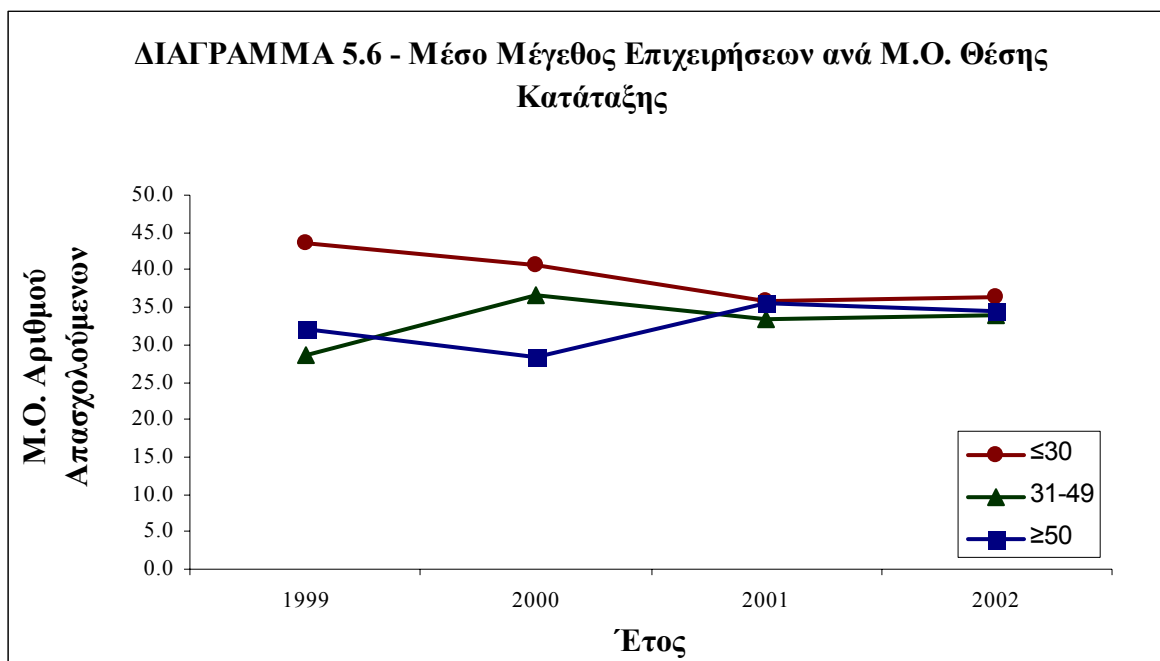


Ωστόσο και στις υπόλοιπες ομάδες κατάταξης οι επιχειρήσεις έχουν αρκετά μεγάλους μέσους όρους ετών λειτουργίας. Η τάση που κυριαρχεί είναι οι παλαιότερες επιχειρήσεις να έχουν καλύτερες επιδόσεις καθώς έχουν δοκιμαστεί και έχουν αναπτύξει σημαντική εμπειρία από την πολύχρονη παρουσία τους στην αγορά.

Αναφορικά με τον μέσο όρο απασχολούμενων η τάση, σε όλη την περίοδο της ανάλυσης, είναι μεγαλύτερες επιχειρήσεις, σε όρους απασχόλησης, να καταλαμβάνουν τις καλύτερες θέσεις κατάταξης. Την διετία 1999-2000 η διαφορά σε όρους απασχόλησης μεταξύ των καλύτερων και χειρότερων επιχειρήσεων του δείγματος είναι εμφανής (1999: 43,6 έναντι 32,2 και 2000: 40,7 έναντι 28,3). Την επόμενη διετία η διαφορά αυτή μειώνεται (2001: 35,8 έναντι 35,6 και 2002: 36,4 έναντι 34,5).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7 - Μέσο Μέγεθος Επιχειρήσεων ανά Μ.Ο. Θέσης Κατάταξης

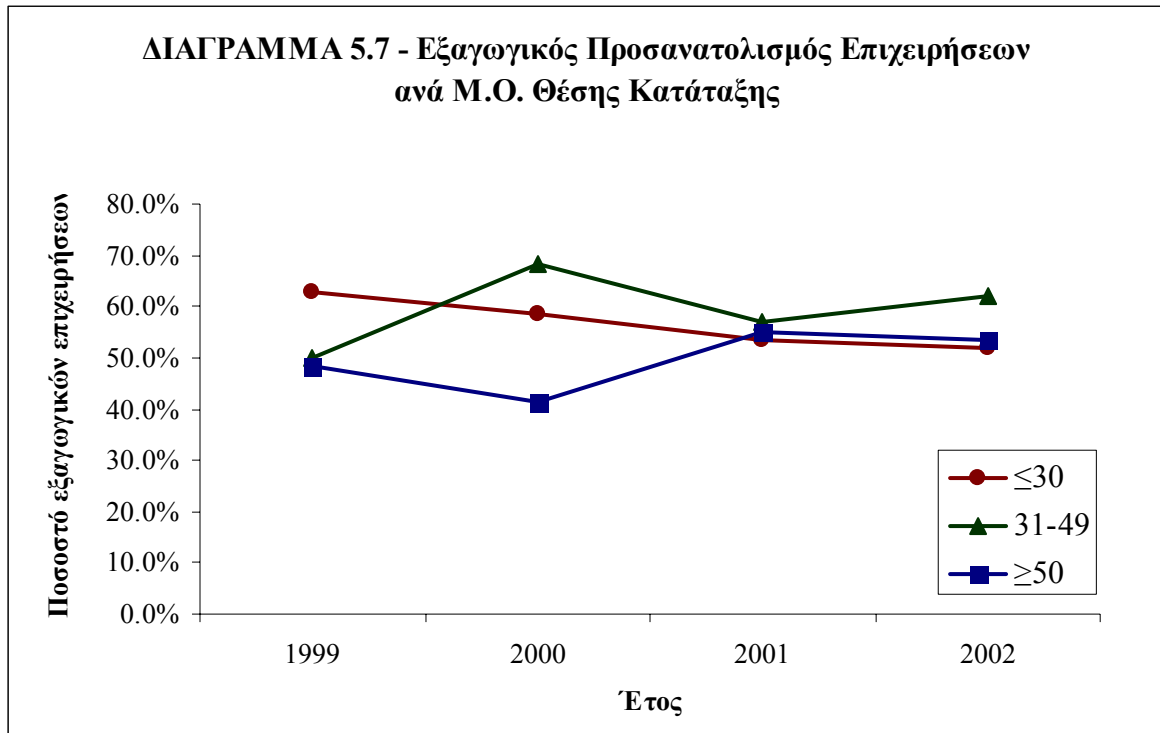
Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	Μ.Ο. ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ			
	1999	2000	2001	2002
≤30	43.6	40.7	35.8	36.4
31-49	28.7	36.6	33.3	34.0
≥50	32.2	28.3	35.6	34.5



Από τον Πίνακα 5.8 που ακολουθεί γίνεται φανερό ότι οι εξαγωγικές επιχειρήσεις, παρουσιάζουν δυναμισμό και καλύτερες επιδόσεις καθώς συμμετέχουν με μεγαλύτερα ποσοστά στις καλύτερες και ενδιάμεσες θέσεις κατάταξης. Η τάση αυτή είναι περισσότερο έντονη την πρώτη διετία 1999 – 2000 στη διάρκεια της οποίας τα ποσοστά συμμετοχής εξαγωγικών επιχειρήσεων στις 30 καλύτερες κυμαίνονται από 63% έως 58,6% και στις ενδιάμεσες θέσεις κατάταξης (31 έως 49) από 50% έως 68,2%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8 - Εξαγωγικός Προσανατολισμός Επιχειρήσεων ανά Μ.Ο. Θέσης Κατάταξης

Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	% ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ			
	1999	2000	2001	2002
≤30	63.0%	58.6%	53.3%	51.7%
31-49	50.0%	68.2%	57.1%	61.9%
≥50	48.4%	41.4%	55.2%	53.3%



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

6.1. ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην Ελληνική Οικονομία, καθώς συμμετέχουν με εξαιρετικά υψηλά ποσοστά στο σύνολο των επιχειρήσεων και η συμβολή τους στην παραγωγικότητα, την αύξηση της απασχόλησης και την οικονομική ανάπτυξη εν γένει είναι σημαντική.

Ο οικογενειακός χαρακτήρας των ΜΜΕ στην Ελλάδα (η διοίκηση και διαχείριση ασκείται από τους ιδιοκτήτες τους και τα μέλη των οικογενειών τους) τους προσδίδει ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων, σημαντικά πλεονεκτήματα στο διαρκώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται. Παράλληλα οι προσωπικές σχέσεις που αναπτύσσονται με τους πελάτες έχουν ως αποτέλεσμα την καλύτερη ανταπόκριση της επιχείρησης στις ανάγκες τους. Ο οικογενειακός χαρακτήρας τους συχνά τις εμποδίζει να αξιοποιήσουν τις ικανότητες επαγγελματιών διοικητικών στελεχών.

Ωστόσο οι ΜΜΕ και εν γένει οι Ελληνικές επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν σημαντικά προβλήματα μεταξύ των οποίων είναι η δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδοτικούς πόρους (ιδιαίτερα των επιχειρήσεων που βρίσκονται στα πρώτα στάδια λειτουργίας τους), η χαμηλή ανταγωνιστικότητα τους, προβλήματα πληροφόρησης σε σχέση με τις δομές στήριξης τους, προβλήματα γραφειοκρατίας στις σχέσεις τους με το Δημόσιο αλλά και στη διαχείριση προγραμμάτων χρηματοδότησης τους. Παράλληλα έχουν να αντιμετωπίσουν τον έντονο ανταγωνισμό των μεγάλων επιχειρήσεων οι οποίες διαθέτουν ισχυρά πλεονεκτήματα (μεγάλου ύψους κεφάλαια, εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας, καλύτερη δανειοληπτική ικανότητα).

Για τη στήριξη των ΜΜΕ στην προσπάθεια τους να αναπτυχθούν, εκσυγχρονιστούν και να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους, υλοποιούνται μια σειρά από προγράμματα της Ε.Ε. στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ, παρέχονται ενισχύσεις από τον Εθνικό Νόμο 2601/98 ενώ μέτρο – τομή στην κατεύθυνση της βελτίωσης της πρόσβασης των ΜΜΕ στον τραπεζικό δανεισμό αποτελεί η πρόσφατη θεσμοθέτηση του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ). Το

ΤΕΜΠΜΕ θα λειτουργεί ως εγγυητής των ΜΜΕ προς τις τράπεζες για την χορήγηση δανείων και αναμένεται να λειτουργήσει άμεσα. Παράλληλα το Κράτος έχει αναλάβει την εφαρμογή μιας σειράς δράσεων στήριξης των ΜΜΕ και βελτίωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται. Ενδεικτικά αναφέρονται η ευνοϊκή φορολογική μεταχείριση, βελτίωση πρόσβασης στη χρηματοδότηση, απλούστευση διοικητικών δομών, προώθηση δικτύωσης ΜΜΕ, ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών και ανάπτυξης καινοτομιών, δημιουργία κέντρων πληροφόρησης και στήριξης ΜΜΕ, κ.λ.π.).

6.2. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΜΕ ΕΛΛΑΔΑΣ – Ε.Ε. – ΗΠΑ - ΙΑΠΩΝΙΑΣ

Διενεργήθηκε βιβλιογραφική έρευνα αναφορικά με τη συμπεριφορά των ΜΜΕ τόσο στην Ελλάδα όσο και στις χώρες της Ε.Ε., των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας. Στις οικονομίες των προαναφερθέντων χωρών οι ΜΜΕ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο καθώς συμμετέχουν με εξαιρετικά υψηλά ποσοστά στο σύνολο των επιχειρήσεων αλλά και συμβάλουν σημαντικά στην παραγωγικότητα, την αύξηση της απασχόλησης και την οικονομική ανάπτυξη εν γένει. Θα πρέπει ωστόσο να επισημανθεί στο σημείο αυτό ότι η έννοια της ΜΜΕ διαφέρει μεταξύ των χωρών. Με κριτήριο ορισμού τους το ανώτατο όριο απασχολούμενων, στην Ελλάδα είναι τα 100 άτομα, στην Ε.Ε. τα 250, στις ΗΠΑ τα 500 και στην Ιαπωνία τα 300 άτομα. Εκτός από τον ορισμό, οι ΜΜΕ διαφέρουν αναφορικά με το μέγεθος και τη δομή τους. Τα μεγαλύτερα μεγέθη επιχειρήσεων (σε όρους απασχόλησης) συναντώνται στις ΗΠΑ (μέσος αριθμός απασχολούμενων είναι τα 19 άτομα) και στην Ιαπωνία (10 άτομα) και τα μικρότερα στην Ε.Ε. (6 άτομα) και Ελλάδα (2 άτομα). Οι διαφορές στο μέγεθος των επιχειρήσεων στις χώρες της Ε.Ε. σχετίζονται με το κατά κεφαλή ΑΕΠ. Οι Ελλάδα, Πορτογαλία και Ισπανία έχουν σχετικά χαμηλό κατά κεφαλή ΑΕΠ και τείνουν να έχουν επίσης χαμηλό μέσο μέγεθος επιχειρήσεων. Στις ΗΠΑ και Ιαπωνία ωστόσο η διαφορά του μεγέθους των επιχειρήσεων σχετίζεται με παράγοντες όπως η ύπαρξη μεγάλων αγορών με μικρές κοινωνικο-πολιτιστικές διαφοροποιήσεις, λιγότερο κατακερματισμένες κεφαλαιαγορές όπως και λιγότερα εμπόδια ενάντια σε εξαγορές και συγχωνεύσεις.

6.3. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΜΕ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Η παρούσα διατριβή είχε ως σκοπό τη χρηματοοικονομική ανάλυση της συμπεριφοράς των μεταποιητικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Αναλύθηκε δείγμα 80 ΜΜΕ για την χρονική περίοδο 1999 – 2002. Ως κριτήριο προσδιορισμού του μεγέθους τους χρησιμοποιήθηκε ο αριθμός απασχολούμενων (μέχρι 100 άτομα). Ως κριτήρια αξιολόγησης της χρηματοοικονομικής κατάστασης των επιλεγέντων επιχειρήσεων, χρησιμοποιήθηκαν αρχικά 25 δείκτες που καλύπτουν όλες τις βασικές περιοχές επιχειρηματικής δραστηριότητας, δηλαδή τη ρευστότητα, κεφαλαιακή δομή, δανειακή επιβάρυνση, επίδοση διαχείρισης και αποδοτικότητα.

Εφαρμόστηκε η Παραγοντική Ανάλυση προκειμένου να μειωθεί ο αριθμός των χρησιμοποιούμενων δεικτών, σε ένα μικρότερο και πιο σημαντικό σύνολο 12 δεικτών, οι οποίοι δίνουν επαρκή πληροφόρηση καθώς προέρχονται από όλες τις βασικές περιοχές επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η χρησιμοποίηση αυτών των δεικτών στην Ανάλυση Ομαδοποίησης των επιχειρήσεων που ακολούθησε, ανέδειξε τρεις διακριτές ομάδες επιχειρήσεων ανάλογα με το χρηματοοικονομικό τους προφίλ, όπως αυτό εκδηλώνεται από τις επιδόσεις τους στους παραπάνω δείκτες. Οι επιδόσεις όλων των ομάδων κρίνονται σε γενικές γραμμές καλές (ιδιαίτερα όσον αφορά τη ρευστότητα και την αποδοτικότητα), αυτό που φάνηκε να διαφοροποιεί τις επιχειρήσεις είναι η στάση τους αναφορικά με τη διαχείριση και ειδικότερα την ανάληψη δανειακών υποχρεώσεων. Για αυτό το λόγο κρίθηκε σκόπιμος ο χαρακτηρισμός των ομάδων ως «επιθετικές» (ή ριψοκίνδυνες), «μετριοπαθείς» και «συντηρητικές».

Το χρηματοοικονομικό προφίλ των επονομαζόμενων επιθετικών επιχειρήσεων χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερη αποδοτικότητα, απόρροια της μεγάλης δανειακής τους επιβάρυνσης (62% - 68%). Ο δανεισμός τους είναι βασικά βραχυπρόθεσμος (η συμμετοχή των μακροπρόθεσμων στο σύνολο των υποχρεώσεων δεν υπερβαίνει το 5%). Η μεγάλη αυτή εξάρτηση των επιχειρήσεων από τον βραχυπρόθεσμο δανεισμό, ενέχει σημαντικό κίνδυνο καθώς η απόδοση των δανειακών κεφαλαίων πρέπει να γίνει σε σύντομο χρονικό διάστημα. Οι χαρακτηριζόμενες ως επιθετικές επιχειρήσεις συμμετέχουν στο σύνολο των επιχειρήσεων με ποσοστά που κυμαίνονται από 24% έως 39% την περίοδο ανάλυσης.

Στον αντίποδα, η ομάδα των συντηρητικών επιχειρήσεων επιδεικνύει μια πιο συγκρατημένη στάση απέναντι στο δανεισμό, καθώς ο δείκτης δανειακής

επιβάρυνσης κυμαίνεται μεταξύ 25% - 40%. Η αποδοτικότητα τους είναι χαμηλότερη από την αντίστοιχη των άλλων ομάδων. Έχουν υψηλή ρευστότητα (γενική και άμεση). Επίσης έχουν μεγαλύτερη συμμετοχή των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων στις συνολικές (10% - 26%), ωστόσο δεν χαρακτηρίζεται σημαντική, γεγονός που είναι ενδεικτικό της δυσκολίας πρόσβασης που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στον τραπεζικό δανεισμό. Το ποσοστό συμμετοχής τους στο σύνολο των επιχειρήσεων κυμαίνεται μεταξύ 21% - 30%.

Στο ενδιαμέσο των δύο παραπάνω ομάδων, βρίσκεται η ομάδα των μετριοπαθών επιχειρήσεων, οι οποίες χαρακτηρίζονται από μέτριες επιδόσεις σε όλους τους δείκτες, γεγονός που τις τοποθετεί σε μια πιο καλή θέση έναντι των άλλων ομάδων, καθώς δεν είναι πολύ επιβαρημένες δανειακά αλλά εκμεταλλεύονται τα πλεονεκτήματα του δανεισμού. Έχουν καλή ρευστότητα και αποδοτικότητα. Οι επιχειρήσεις αυτές συμμετέχουν με τα μεγαλύτερα ποσοστά στο σύνολο των επιχειρήσεων (35% - 51%).

6.4. ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΜΜΕ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΣ ΜΕΘΟΔΟΥ PROMETHEE II

Ενδιαφέροντα συμπεράσματα εξήχθησαν και από την εφαρμογή της πολυκριτήριας μεθόδου PROMETHEE II για την κατάταξη των επιχειρήσεων του δείγματος, με βάση τις επιδόσεις τους στους 12 χρηματοοικονομικούς δείκτες που ανέδειξε ως σημαντικούς η Παραγοντική Ανάλυση. Συγκεκριμένα, υπήρξαν επιχειρήσεις που διατήρησαν τις καλές επιδόσεις τους σε όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου παραμένοντας σταθερά μεταξύ των 15 καλύτερων επιχειρήσεων του δείγματος. Ομοίως, υπήρξαν επιχειρήσεις, λιγότερες σε αριθμό, που διατήρησαν τις άσχημες επιδόσεις τους, παραμένοντας σε όλη τη διάρκεια της περιόδου 1999 – 2002 στις τελευταίες θέσεις κατάταξης. Δεν ήταν λίγες και οι επιχειρήσεις που διέγραψαν θεαματικές πορείες, είτε καλυτερεύοντας είτε χειροτερεύοντας τη θέση τους στην κατάταξη.

Οι επιχειρήσεις που καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις κατάταξης χαρακτηρίζονται από υψηλή ρευστότητα και σημαντική αποδοτικότητα που ωστόσο εμφανίζει φθίνουσα τάση. Έχουν μεγάλη κυκλοφοριακή ταχύτητα παγίων και μικρότερη, συγκριτικά με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, δανειακή επιβάρυνση. Από την άλλη μεριά, τις τελευταίες θέσεις κατάταξης καταλαμβάνουν επιχειρήσεις που

χαρακτηρίζονται από χαμηλή ρευστότητα και μικρή αποδοτικότητα. Το σημαντικότερο ωστόσο στοιχείο που τις διαφοροποιεί από τις καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος, είναι η μεγάλη εξάρτηση τους από τον δανεισμό που φθάνει ποσοστά ύψους 72% - 76% (έναντι 21% - 38% των καλύτερων επιχειρήσεων).

Το χρηματοοικονομικό προφίλ των καλύτερων και χειρότερων επιχειρήσεων του δείγματος συγκρίθηκε με το αντίστοιχο των επιχειρήσεων που η Ανάλυση Ομαδοποίησης ταξινόμησε σε ομάδες επιθετικών, μετριοπαθών και συντηρητικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα εξετάστηκαν οι καλύτερες και χειρότερες επιχειρήσεις, αναφορικά με το ποσοστό συμμετοχής των επιθετικών, μετριοπαθών και συντηρητικών επιχειρήσεων σε αυτές. Τα αποτελέσματα αυτής της σύγκρισης ανέδειξαν την τάση μεγαλύτερης συμμετοχής συντηρητικών και μετριοπαθών επιχειρήσεων και αντίθετα μικρότερης συμμετοχής επιθετικών επιχειρήσεων στις καλύτερες και ενδιάμεσες θέσεις κατάταξης. Από την άλλη μεριά, οι χαρακτηριζόμενες ως επιθετικές επιχειρήσεις, δείχνουν μια τάση μεγαλύτερης συμμετοχής στις χειρότερες επιχειρήσεις του δείγματος, όπως τις κατέταξε η ανάλυση PROMETHEE II. Αυτά τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν το συμπέρασμα το οποίο είχε εξαχθεί από την Ανάλυση Ομαδοποίησης, ότι η ριψοκίνδυνη συμπεριφορά των επιθετικών επιχειρήσεων, ιδιαίτερα αναφορικά με τη μεγάλη εξάρτηση τους από το δανεισμό, έχει άσχημες επιπτώσεις στη χρηματοοικονομική τους κατάσταση. Αντίθετα οι περισσότερες μετριοπαθείς και συντηρητικές επιχειρήσεις κατατάσσονται μεταξύ των καλύτερων επιχειρήσεων του δείγματος.

Εκτός από τα παραπάνω χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά, εξετάστηκαν και στοιχεία που αφορούν την ηλικία, τον αριθμό των απασχολούμενων και τον εξαγωγικό προσανατολισμό των επιχειρήσεων ανάλογα με τη θέση κατάταξης τους. Επιχειρήσεις με μεγαλύτερο μέσο όρο ετών λειτουργίας (παλαιότερες) κατατάσσονται μεταξύ των καλύτερων επιχειρήσεων του δείγματος, επιδεικνύοντας καλύτερες επιδόσεις λόγω της μακρόχρονης παρουσίας τους στην αγορά και της σημαντικής εμπειρίας που έχουν αναπτύξει. Παράλληλα οι καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος είναι μεγαλύτερες σε μέγεθος (αριθμό απασχολούμενων) και περισσότερο προσανατολισμένες στις εξαγωγές.

6.5. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΜΜΕ

Η παγκοσμιοποίηση, το άνοιγμα των αγορών και ο ολοένα εντεινόμενος ανταγωνισμός έχουν δημιουργήσει ένα περιβάλλον στο οποίο η επιβίωση και ανάπτυξη των ΜΜΕ εξαρτάται από τη δυνατότητα τους να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που τους παρέχουν οι νέες τεχνολογίες, η καινοτομία, η αλλαγή κουλτούρας στη διοίκηση, βελτίωση ποιότητας προϊόντων / υπηρεσιών, οι συνεργασίες – δικτύωση, αλλά και η επέκταση σε νέες αγορές. Η εκμετάλλευση αυτών των ευκαιριών θα οδηγήσει στη δημιουργία μιας κρίσιμης μάζας πρωτοπόρων, υψηλής ανάπτυξης και βελτιωμένης ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ.

Έρευνες έχουν δείξει την ύπαρξη ψηφιακού χάσματος μεταξύ των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους. Επίσης την ύπαρξη υστέρησης στην εφαρμογή Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στις Ελληνικές ΜΜΕ, κυρίως λόγω της έλλειψης γνώσεων και ενημέρωσης. Οι τάσεις που διαγράφονται είναι ευοίωνες, καθώς ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν Η/Υ και οι συνδέσεις στο Internet αυξάνουν με αλματώδεις ρυθμούς (από το 24% το 1999 στο 78% το 2001). Παράλληλα αυξάνονται οι δαπάνες σε ΤΠΕ οι οποίες φθάνουν το μέσο Ευρωπαϊκό όρο. Η χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου ωστόσο περιορίζεται ακόμη στις μεγάλες επιχειρήσεις.

Οι καινοτομικές επιδόσεις των Ελληνικών ΜΜΕ είναι χαμηλότερες των μέσων Ευρωπαϊκών, ωστόσο η τάση είναι αυξητική. Οι πιο ανεπτυγμένες καινοτομικά Ελληνικές περιφέρειες είναι η Αττική και η Κρήτη όπου βρίσκονται τα δύο μεγαλύτερα ερευνητικά ιδρύματα (ο Δημόκριτος και το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας).

6.6. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στα πλαίσια των προοπτικών εξέλιξης των Ελληνικών ΜΜΕ, ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα είχε η σύγκριση της απόδοσης των επιχειρήσεων ανάλογα με το βαθμό εκμετάλλευσης των ευκαιριών που περιγράφηκαν παραπάνω (ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών, καινοτομία, ποιότητα, δικτύωση – συνεργασίες, άνοιγμα σε νέες αγορές, χρήση δομών στήριξης, κλπ). Η έρευνα αυτή θα μπορούσε να κατευθυνθεί σε συγκεκριμένους κλάδους δραστηριότητας όπως και σε διαφορετικά μεγέθη επιχειρήσεων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Απογραφή Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος 1988.
2. Βούλγαρη – Ψιμάρνη Φ., Ζοπουνίδης Κ. (2000), Χρηματοοικονομική Στρατηγική Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα 2000.
3. Γιέτη Ε. (2003), Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ), Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ) Κρήτης.
4. E-business forum (2003), Η χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) από τις ΜΜΕ, Έρευνα σε δείγμα 1.800 επιχειρήσεων, Μάρτιος 2003 (<http://www.ebusinessforum.gr>).
5. Επιλογή (2003), Τάσεις, Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Η Ελληνική Οικονομία 2003.
6. Επιλογή (2002), Τάσεις, Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Η Ελληνική Οικονομία 2002.
7. Επιλογή (2001), Τάσεις, Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Η Ελληνική Οικονομία 2001.
8. Επιλογή (2000), Τάσεις, Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Η Ελληνική Οικονομία 2000.
9. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης L 124/36 (2003), Σύσταση της Επιτροπής της 6^{ης} Μαΐου 2003 σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων, 2003/361/EK.
10. ΕΣΥΕ (2000), Ετήσια Βιομηχανική Έρευνα.
11. ΕΣΥΕ (2003), Η Ελλάδα με Αριθμούς.
12. Ευθυμιάτου Μ. (2002), «Διαρθρωτικά προβλήματα, αλλά και αισιοδοξία στη Βιομηχανία», περιοδικό Επιλογή, Μηναία Οικονομική Επιθεώρηση, Νοέμβριος 2002.
13. Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2002), Έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Ευρώπης, Ο Ευρωπαϊκός Πίνακας Αποτελεσμάτων για την Καινοτομία, SEC (2002) 1349, Βρυξέλλες, 9.12.2002.

14. Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2003), Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών, Πολιτική για την Καινοτομία: επικαιροποίηση της προσέγγισης της Ένωσης με βάση τη στρατηγική της Λισσαβώνας, COM(2003) 112 τελικό, Βρυξέλλες, 11.3.2003.
15. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003), «Προγράμματα της Ε.Ε. για την Υποστήριξη των ΜΜΕ, Συνοπτική Παρουσίαση των κύριων δυνατοτήτων χρηματοδότησης που παρέχονται στις ΜΜΕ», Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενική Δ/ση Επιχειρήσεις, 2003.
16. Ζοπουνίδης Κ. (2001), Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Αποφάσεων με Πολλαπλά Κριτήρια, Εκδόσεις ΑΝΙΚΟΥΛΑ, Θεσσαλονίκη, 2001.
17. ICAP, ΣΕΒ (2002), Η Ελληνική Βιομηχανία – Εκτιμήσεις για το 2001 και προσδοκίες για το 2002, Αποτελέσματα Δειγματοληπτικής Έρευνας ICAP – ΣΕΒ, Μάιος 2002.
18. ICAP (2003), Ελληνικός Οικονομικός Οδηγός – Η Ελλάδα σε Αριθμούς, 2003.
19. Καλλωνιάτης Κ. (2002), «Ελληνική Βιομηχανία: Εντατική Αναμόρφωση σε Περιβάλλον Επιβράδυνσης», Τάσεις, Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Η Ελληνική Οικονομία 2002.
20. Καλλωνιάτης Κ. (2003), «Το 2003 στο εκκρεμές του τρόμου : Πληθωρισμός ή Αποπληθωρισμός;», Τάσεις, Ετήσια Οικονομική Επισκόπηση, Η Ελληνική Οικονομία 2003.
21. Καρλής Δ. (2003), Πολυμεταβλητή Στατιστική Ανάλυση, Εκδόσεις Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, Αθήνα, Μάιος 2003.
22. Κέντρο Επιχείρησης και Καινοτομίας Ηπείρου (2003), Οδηγός Επιχειρηματικότητας σε θέματα Καινοτόμων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων, Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο Ηπείρου, Απρίλιος 2003.
23. Κυριαζόπουλος Π.Γ. και Τερζίδης Κ.Π. (2000), Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην 3^η Βιομηχανική Επανάσταση, Αθήνα 2000.
24. Παπαδήμος Λ. (2002), «Η Ελληνική Οικονομία : Εξελίξεις, προοπτικές και κατευθύνσεις πολιτικής», Ομιλία προς τη Γενική Συνέλευση των Μετόχων της Τράπεζας Ελλάδος, 29/04/2002.

25. Παπασταματίου Γ. (1999), Οφέλη της Ελληνικής Επιχείρησης από την εφαρμογή των αρχών του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, Περιοδικό Plant, Ανάπτυξη 1998-99.
26. Σιάρδος Κ.Γ. (1999), Μέθοδοι Πολυμεταβλητής Στατιστικής Ανάλυσης, Εκδόσεις ΖΗΤΗ, Θεσσαλονίκη.
27. Σίσκος Ι., Ζοπουνίδης Κ., Πάππης Κ. (1996), Μάνατζμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, Ηράκλειο 1996.
28. Σοφούλη Ε. (2000), Εθνικές Πολιτικές Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας, Υπουργείο Ανάπτυξης, Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας, Διεύθυνση Τεχνολογικής Ανάπτυξης.
29. Σπανός Α. (1995), Ολική Ποιότητα, Β' Έκδοση, Εκδόσεις «Γαλαίος».
30. Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων ΣΕΒ (2003), Η Ελληνική Βιομηχανία το 2002
31. Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων ΣΕΒ (2002), Η Ελληνική Βιομηχανία το 2001.
32. Υπουργείο Ανάπτυξης, Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας, Διεύθυνση ΜΜΕ (2002), Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις Μικρές Επιχειρήσεις, Ελλάδα, Έκθεση Προόδου 2002.
33. Χριστοδουλάκης Ν. (2003), Η Ελληνική Οικονομία στην Ε.Ε. : Πολιτικές για την επιτάχυνση της σύγκλισης, Ετήσια Συνέλευση του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών, 14 Μαΐου 2003 (www.ypetho.gr).

B. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Brans, J.P. & Vinke, Ph.(1985), A preference ranking organization Method, Management Science, 31/6, pp. 647-656.
2. E-business watch (2003), The European E-business Report, A Portrait of E-business in 15 sectors of the EU economy, First Synthesis Report of the E-business watch.
3. Gomes-Casseres B. (1997), Alliance Strategies of Small Firms, Small Business Economics 9, pp.33-44.
4. Gupta, M. and G. Cawthorn (1996), Managerial Implications of Flexible Manufacturing for SMEs, Elsevier Advanced Technology, Technovation.

5. Hoffmann W.H., Schlosser R. (2001), Success Factors of Strategic Alliances in Small and Medium-sized Enterprises – An Empirical Survey, Long Range Planning 34, 357-381, Pergamon.
6. Japan Small Business Research Institute (2003), White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan, The Road to Regeneration and the Creation of an Entrepreneurial Society.
7. Knight G.A. (2001), Entrepreneurship and Strategy in the International SME, Journal of International Management, No.7, pp. 155-171, Elsevier science.
8. Levy M., & Powell P. (1998), SME Flexibility and the Role of Information Systems, Small Business Economics 11, pp. 183-196, Kluwer Academic Publishers.
9. McKiernan, P. and C. Morris (1994), Strategic Planning and Financial Performance in U.K. SMEs: Does Formality Matter, British Journal of Management.
10. Narula R. (2002), R&D collaboration by SMEs : new opportunities and limitations in the face of globalisation, Technovation, Pergamon.
11. Observatory of European SMEs (2002) / No 1, Highlights from the 2001 Survey.
12. Observatory of European SMEs (2002) / No 2, SMEs in Europe including a first glance in EU candidate countries.
13. Observatory of European SMEs (2002) / No 4, European SMEs and social and environmental responsibility.
14. Observatory of European SMEs (2002) / No 5, Business demography in Europe.
15. Observatory of European SMEs (2002) / No 8, Highlights from the 2002 Survey.
16. OECD Small and Medium Enterprise Outlook (2000), Enterprise, Industry and Services, OECD 2000.
17. OECD Policy Brief (2000), Small and Medium Sized Enterprises : Local Strength, Global Reach, June 2000.
18. OECD (2002), OECD Small and Medium Enterprise Outlook.
19. Roper S. (1997), Product Innovation and Small Business Growth: A Comparison of the Strategies of German, U.K. and Irish Companies, Small Business Economics 9, Kluwer Academic Publishers.

20. Roy. B. (1996), *Multicriteria Methodology for Decision Aiding*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
21. Spanos Y., Prastacos G., Papadakis V. (2001), *Greek Firms and EMU : Contrasting SMEs and Large- Sized Enterprises*, *European Management Journal*, Vol. 19, No.6, pp.638-648, Elsevier Science.
22. Storey, D.J. (1994), *Understanding the Small Business Sector*, London, Routledge.
23. Voudouris I., Lioukas S., Makridakis S., Spanos Y. (2000), *Greek Hidden Champions : Lessons from Small, Little-Known Firms in Greece*, *European Management Journal*, Vol.18, No.6, pp.663-674, Elsevier Science.
24. Voulgaris F., Doumpos M., Zopounidis C. (2000), *On the Evaluation of Greek Industrial SME's Performance via Multicriteria Analysis of Financial Ratios*, *Small Business Economics* 15: 127-136, Kluwer Academic Publishers, 2000.

Γ. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

1. www.eommex.gr/english/SME_in_Ellas/sme_sector
2. www.statistics.gr
3. www.europa.eu.int
4. www.europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory
5. www.census.gov
6. www.ebusinessforum.gr
7. www.ypetho.gr
8. www.ypan.gr
9. www.go-online.gr
10. www.gge.gr
11. www.hellaskps.gr
12. www.eic.gr
13. www.seve.gr
14. www.fgi.org.gr
15. www.sev.org.gr
16. www.e-gov.gr
17. www.gin.sme.ne.jp
18. www.icap.gr
19. www.unece.org
20. www.unido.org
21. www.oecd.org
22. www.chusho.meti.go.jp

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Στατιστικά Στοιχεία Μεταποίησης



ΠΙΝΑΚΑΣ 1- Αριθμός καταστημάτων, μέση ετήσια απασχόληση ανά κλάδο μεταποίησης

Κλάδος Μεταποίησης	Αριθμός καταστημάτων	Μέση ετήσια απασχόληση
Είδη διατροφής	19,776	104,307
Ποτά	2,840	13,531
Καπνός	120	12,895
Υφαντικά είδη	4,369	66,402
Είδη υπόδησης, ενδυμασίας και διάφορα είδη από ύφασμα	22,947	116,916
Ξύλο και φελλός	12,720	30,947
Επιπλα και είδη επίπλωσης	10,484	30,476
Χαρτί	594	12,001
Εκτυπώσεις και εκδόσεις	3,809	22,639
Δέρμα, γουναρικά και είδη από δέρμα και γούνα	4,137	12,026
Προϊόντα από ελαστικό και πλαστική ύλη	3,091	19,296
Χημικά προϊόντα	1,255	27,774
Παράγωγα πετρελαίου και άνθρακα	245	7,483
Προϊόντα από μη μεταλλικά ορυκτά	5,667	37,857
Βασικά μεταλλουργικά προϊόντα	103	10,401
Κατασκευή τελικών προϊόντων από μέταλλο	13,725	46,649
Κατασκευή μηχανών και συσκευών	5,290	22,373
Κατασκευή ηλεκτρικών μηχανών, συσκευών	6,999	28,419
Κατασκευή μεταφορικών μέσων	21,646	69,532
Λοιπά είδη	4,900	13,895
ΣΥΝΟΛΟ	144,717	705,819

ΠΗΓΗ: Απογραφή ΕΣΥΕ 30ης Σεπτεμβρίου 1988

ΠΙΝΑΚΑΣ 2- Κατανομή καταστημάτων κατά μέγεθος βάσει του αριθμού απασχολούμενων και κατά κλάδο μεταποίησης

Κλάδος Μεταποίησης	Αριθμός καταστημάτων	Καταστήματα με μέση απασχόληση						
		0-4 άτομα	5-9 άτομα	10-19 άτομα	20-29 άτομα	30-49 άτομα	50-99 άτομα	100+ άτομα
Είδη διατροφής	19,776	16,389	2,051	688	237	175	124	112
Ποτά	2,840	2,494	159	77	28	35	26	21
Καπνός	120	20	16	15	6	13	15	35
Υφαντικά είδη	4,369	2,852	665	358	138	126	111	119
Είδη υπόδησης, ενδυμασίας και διάφορα είδη από ύφασμα	22,947	18,288	2,522	1,144	404	314	185	90
Ξύλο και φελλός	12,720	11,850	599	189	41	21	12	8
Επιπλα και είδη επίπλωσης	10,484	9,130	863	379	64	35	9	4
Χαρτί	594	293	141	67	31	25	16	21
Εκτυπώσεις και εκδόσεις	3,809	2,903	564	196	62	41	22	21
Δέρμα, γουναρικά και είδη από δέρμα και γούνα	4,137	3,659	360	90	18	3	4	3
Προϊόντα από ελαστικό και πλαστική ύλη	3,091	2,314	406	209	66	49	26	21
Χημικά προϊόντα	1,255	689	220	134	56	49	54	53
Παράγωγα πετρελαίου και άνθρακα	245	107	64	30	16	8	9	11
Προϊόντα από μη μεταλλικά ορυκτά	5,667	4,256	786	374	123	65	25	38
Βασικά μεταλλουργικά προϊόντα	103	25	15	13	9	12	11	18
Κατασκευή τελικών προϊόντων από μέταλλο	13,725	12,282	879	331	106	57	41	29
Κατασκευή μηχανών και συσκευών	5,290	4,303	596	274	54	35	15	13
Κατασκευή ηλεκτρικών μηχανών, συσκευών	6,999	6,189	454	178	69	48	33	28
Κατασκευή μεταφορικών μέσων	21,646	20,225	982	263	68	49	30	29
Λοιπά είδη	4,900	4,355	362	131	26	13	7	6
ΣΥΝΟΛΟ	144,717	122,623	12,704	5,140	1,622	1,173	775	680

ΠΗΓΗ: Απογραφή ΕΣΥΕ 30ης Σεπτεμβρίου 1988

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 - Αριθμός καταστημάτων με πάνω από 10 απασχολούμενους

ΣΤΑΚΟΔ 2003	ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	1995	1996	1997	1998	1999	2000
15	Τροφίμων - Ποτών	1,091	1,073	1,052	1,046	996	992
16	Καπνού	14	13	13	11	11	11
17	Κλωστοϋφαντουργικών υλών	480	455	430	423	375	368
18	Ειδών ενδυμασίας	797	736	684	667	567	543
19	Δέρματος - ειδών υποδήσεως	228	218	187	182	163	167
20	Ξύλου και φελλού	160	158	149	147	138	134
21	Χαρτιού και προϊόντων από χαρτί	139	139	138	136	120	124
22	Εκτυπώσεων - Εκδόσεων	236	228	231	232	247	259
23	Παραγωγών πετρελαίου και άνθρακα	17	15	15	15	11	11
24	Χημικών προϊόντων	323	317	313	300	283	272
25	Προϊόντων από ελαστική και πλαστική ύλη	268	251	250	246	242	234
26	Μη μεταλλικών ορυκτών	496	489	481	482	479	486
27	Βασικών μετάλλων	125	125	123	123	119	121
28	Κατασκευή τελικών προϊόντων εκ μετάλλου	361	347	348	348	332	338
29	Μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού	332	322	313	310	303	314
30	Μηχανών γραφείου - ηλεκτρονικών υπολογιστών	4	4	4	3	4	3
31	Ηλεκτρικών μηχανών, συσκευών, κλπ	115	109	105	105	99	104
32	Συσκευών ραδιοφωνίας, τηλεόρασης και επικοινωνιών	29	28	28	27	27	27
33	Ιατρικών οργάνων και οργάνων ακριβείας	31	31	28	29	27	27
34	Μεταφορικών μέσων	47	45	42	41	40	40
35	Λοιπού εξοπλισμού μεταφορών	127	116	105	103	97	102
36	Επίπλων - λοιπών βιομηχανιών	384	377	360	360	336	334
37	Ανακύκλωση	10	8	8	8	6	5
ΣΥΝΟΛΟ		5,814	5,604	5,407	5,344	5,022	5,016

ΠΗΓΗ: Αποτελέσματα Ετήσιας Βιομηχανικής Έρευνας ΕΣΥΕ (www.statistics.gr)

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 - Αριθμός απασχολούμενων σε επιχειρήσεις με πάνω από 10 απασχολούμενους

ΣΤΑΚΟΔ 2003	ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	1995	1996	1997	1998	1999	2000
15	Τροφίμων - Ποτών	51,405	50,177	50,091	50,976	49,883	50,430
16	Καπνού	2,926	2,784	2,693	2,623	2,315	2,259
17	Κλωστοϋφαντουργικών υλών	23,967	21,603	20,775	20,322	17,756	17,503
18	Ειδών ενδυμασίας	29,639	26,031	23,479	23,258	19,692	18,919
19	Δέρματος - ειδών υποδήσεως	5,647	5,102	4,351	3,947	3,369	3,592
20	Ξύλου και φελλού	4,918	4,834	4,618	4,665	4,370	4,631
21	Χαρτιού και προϊόντων από χαρτί	8,348	8,304	7,889	7,381	7,106	7,507
22	Εκτυπώσεων - Εκδόσεων	10,322	10,220	10,491	11,042	13,812	15,038
23	Παραγώγων πετρελαίου και άνθρακα	4,117	3,710	3,596	3,530	3,252	3,450
24	Χημικών προϊόντων	19,259	18,878	18,190	17,864	16,910	15,960
25	Προϊόντων από ελαστική και πλαστική ύλη	9,533	8,981	9,034	9,249	8,962	9,583
26	Μη μεταλλικών ορυκτών	17,287	16,713	16,410	16,163	15,154	15,654
27	Βασικών μετάλλων	10,630	10,672	10,390	10,261	10,078	11,417
28	Κατασκευή τελικών προϊόντων εκ μετάλλου	10,689	10,522	10,538	11,097	11,656	12,840
29	Μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού	11,434	11,542	11,586	11,648	11,801	12,070
30	Μηχανών γραφείου - ηλεκτρονικών υπολογιστών	104	238	150	108	142	112
31	Ηλεκτρικών μηχανών, συσκευών, κλπ	5,307	5,767	5,147	5,377	5,310	5,476
32	Συσκευών ραδιοφωνίας, τηλεόρασης και επικοινωνιών	2,536	2,478	2,426	2,665	3,102	3,757
33	Ιατρικών οργάνων και οργάνων ακριβείας	1,274	1,329	1,040	1,139	877	932
34	Μεταφορικών μέσων	2,171	1,866	1,900	1,870	1,996	2,251
35	Λοιπού εξοπλισμού μεταφορών	15,515	13,809	13,217	12,928	13,214	12,515
36	Επίπλων - λοιπών βιομηχανιών	7,859	7,433	7,127	7,500	7,285	7,655
37	Ανακύκλωση	127	119	123	128	76	58
ΣΥΝΟΛΟ		255,014	243,110	235,261	235,740	228,118	233,608

ΠΗΓΗ: Αποτελέσματα Ετήσιας Βιομηχανικής Έρευνας ΕΣΥΕ (www.statistics.gr)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II

Οι Επιχειρήσεις του Δείγματος



Χρηματοοικονομική Ανάλυση Συμπεριφοράς Μεταποιητικών ΜΜΕ στην Ελλάδα

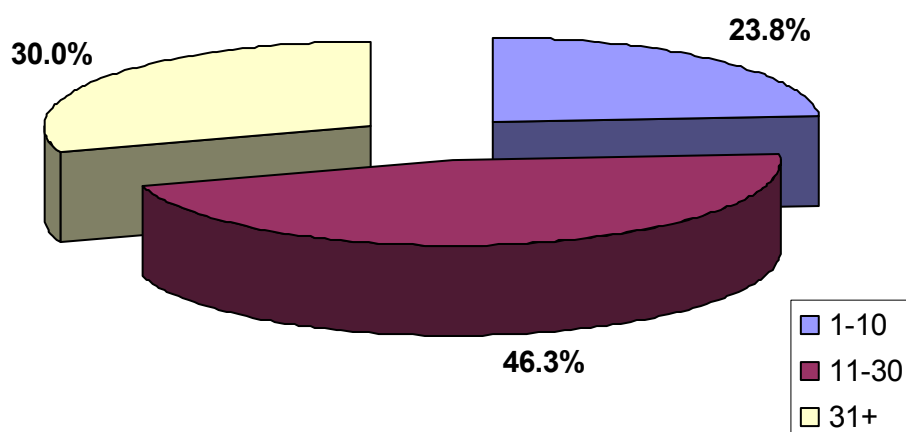
ΠΙΝΑΚΑΣ 1 -Μεταποιητικές Μικρομεσαίες Εταιρείες που απαρτίζουν το δείγμα

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP	ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧ/ΝΩΝ	ΕΔΡΑ	ΕΊΝΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ; (ΝΑΙ/ΟΧΙ)
1	ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	0014559	ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1988	5	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
2	ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	0222734	ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1996	3	ΦΘΙΩΤΙΔΑ	ΟΧΙ
3	ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	0016833	ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1989	35	ΛΑΚΩΝΙΑ	ΝΑΙ
4	ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	0034663	ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1990	9	ΧΙΟΣ	ΟΧΙ
5	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	0214387	ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1994	80	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
6	ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	9514600	ΔΙΑΦΟΡΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ	1975	30	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
7	ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	7214300	ΔΙΑΦΟΡΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ	1976	12	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
8	ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	9506200	ΔΙΑΦΟΡΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ	1954	12	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
9	ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	7237800	ΔΙΑΦΟΡΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ	1974	8	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
10	ΒΗΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	0050742	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1963	35	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
11	ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	0096455	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1972	48	ΙΩΑΝΝΙΝΑ	ΝΑΙ
12	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	0201333	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1991	5	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΟΧΙ
13	DANCO ΑΕ	0206157	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1997	24	ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ	ΝΑΙ
14	ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	4029200	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1926	40	ΤΡΙΚΑΛΑ	ΝΑΙ
15	ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	0005511	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1971	28	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
16	ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	0040160	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1990	45	ΑΙΤΩΛ/ΝΙΑ	ΝΑΙ
17	ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	4039300	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1912	35	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
18	ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	4046800	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1996	25	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	ΟΧΙ
19	ΟΛΙΒΑ ΑΕ	4033400	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1952	15	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
20	ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	0212715	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1994	7	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
21	CIBUS Α.Ε.	0207314	ΕΙΔΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	1993	90	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΟΧΙ
22	NEXT Α.Ε.	0212488	ΕΚΔΟΣΕΙΣ	1994	45	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
23	ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	0150711	ΕΚΔΟΣΕΙΣ	1990	25	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
24	Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	0214512	ΕΚΔΟΣΕΙΣ	1994	20	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	ΝΑΙ
25	Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	6531800	ΕΚΔΟΣΕΙΣ	1970	27	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
26	DATA PRINT ΑΕΒΕ	0005552	ΕΚΔΟΣΕΙΣ	1988	23	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
27	ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	0004938	ΕΛΑΣΤΙΚΟ - ΠΛΑΣΤΙΚΑ	1984	50	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
28	ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	7224800	ΕΛΑΣΤΙΚΟ - ΠΛΑΣΤΙΚΑ	1960	60	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
29	ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	0073181	ΕΛΑΣΤΙΚΟ - ΠΛΑΣΤΙΚΑ	1974	20	ΓΙΑΝΝΙΤΣΑ	ΟΧΙ
30	BLOW PACK ΑΒΕΕ	0047579	ΕΛΑΣΤΙΚΟ - ΠΛΑΣΤΙΚΑ	1991	23	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
31	KESS BY GATTOS Α.Ε.	0215856	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1995	30	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
32	RENTYKOT ΑΕ	0029831	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1990	25	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
33	ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	0078756	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1987	12	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
34	ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	0029677	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1990	37	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
35	ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	5534700	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1974	87	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
36	ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	0223849	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1996	7	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
37	ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	0030159	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1981	27	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ	ΝΑΙ
38	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	0220895	ΕΝΔΥΜΑΤΑ	1996	6	ΓΙΑΝΝΙΤΣΑ	ΝΑΙ
39	Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	6100001	ΕΠΙΠΛΑ	1967	27	ΣΕΡΡΕΣ	ΟΧΙ
40	ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	0016617	ΕΠΙΠΛΑ	1989	96	ΚΟΡΙΝΘΟΣ	ΟΧΙ
41	DILANI ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	6103600	ΕΠΙΠΛΑ	1965	15	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
42	ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	0212854	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	1994	60	ΠΑΤΡΑ	ΟΧΙ
43	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	0025593	ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	1989	27	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
44	ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	9018400	ΗΛΕΚΤΡ/ΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	1978	90	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
45	ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΘΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	0023951	ΗΛΕΚΤΡ/ΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	1989	5	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
46	ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	0219709	ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ	1995	46	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
47	ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	9017000	ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ	1974	45	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
48	Δ. ΛΟΥΠΙΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	5500011	ΚΛΩΣΤΟΥΦ/ΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1986	70	ΛΑΡΙΣΑ	ΝΑΙ
49	ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	5535300	ΚΛΩΣΤΟΥΦ/ΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1976	50	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
50	ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	5564440	ΚΛΩΣΤΟΥΦ/ΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1928	45	ΒΕΡΟΙΑ	ΝΑΙ
51	ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	5510700	ΚΛΩΣΤΟΥΦ/ΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1955	57	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
52	ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	0032023	ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ	1980	98	ΗΛΕΙΑ	ΝΑΙ
53	KEM Α.Ε.	8512400	ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1973	90	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
54	ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	8824800	ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1961	46	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
55	"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	8502400	ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1964	80	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
56	KMS BUILDINGS Α.Ε.	0223264	ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1990	90	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
57	ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	0095495	ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1976	15	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
58	METRAL ΑΕ	0228727	ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1997	16	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΟΧΙ
59	D.S. STEEL ΑΕ	0230722	ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1998	75	ΛΑΡΙΣΑ	ΟΧΙ
60	WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	9203000	ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ	1974	40	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ

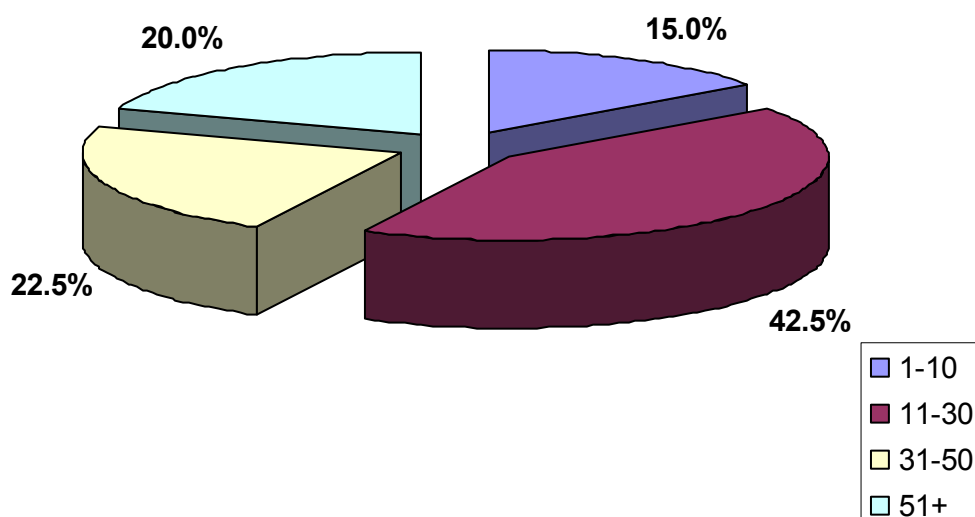
ΠΙΝΑΚΑΣ 1 -Μεταποιητικές Μικρομεσαίες Εταιρείες που απαρτίζουν το δείγμα

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΚΩΔΙΚΟΣ ICAP	ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧ/ΩΝ	ΕΔΡΑ	ΕΙΝΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ; (ΝΑΙ/ΟΧΙ)
61	Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	0215862	ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ	1995	11	ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ	ΟΧΙ
62	ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	8009800	ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ	1972	17	ΛΑΡΙΣΑ	ΟΧΙ
63	Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	8022500	ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ	1978	17	ΑΡΓΟΣ	ΟΧΙ
64	ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	8023600	ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ	1973	22	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΟΧΙ
65	ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	0221244	ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ	1996	41	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
66	ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	0201123	ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ	1991	17	ΑΡΤΑ	ΟΧΙ
67	ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	8003400	ΜΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ	1925	90	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	ΝΑΙ
68	ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	0206471	ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	1992	25	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
69	ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	0042818	ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	1991	7	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
70	Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	0027763	ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	1989	12	ΚΙΛΚΙΣ	ΟΧΙ
71	ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	0224741	ΞΥΛΟ - ΦΕΛΛΟΣ	1996	15	ΔΡΑΜΑ	ΝΑΙ
72	ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	0228032	ΞΥΛΟ - ΦΕΛΛΟΣ	1997	13	ΔΡΑΜΑ	ΟΧΙ
73	ΕΠΚΟ Α.Ε.	0010906	ΠΟΤΑ	1970	25	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
74	ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	4513000	ΠΟΤΑ	1925	20	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
75	Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	0211355	ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ	1994	40	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
76	ΜΕΝΤΙΧΡΩΜ Α.Ε.	7535600	ΦΑΡΜΑΚΑ	1973	35	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
77	Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	0133302	ΧΑΡΤΙ	1965	17	ΑΘΗΝΑ	ΟΧΙ
78	Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	0077645	ΧΑΡΤΙ	1970	8	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΝΑΙ
79	ΝΕΟΚΕΜ Α.Ε.	7539000	ΧΗΜΙΚΑ	1974	68	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ
80	ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	0028256	ΧΗΜΙΚΑ	1984	8	ΑΘΗΝΑ	ΝΑΙ

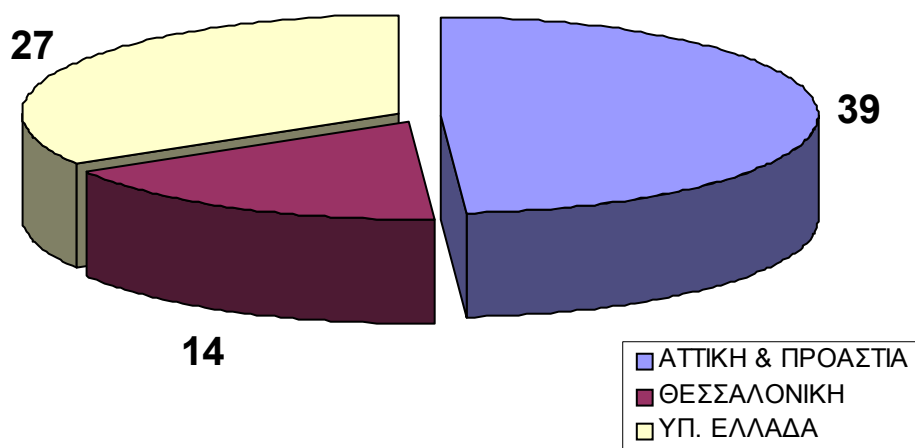
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 - Κατανομή Εταιρειών ως προς τα Χρόνια Λειτουργίας τους



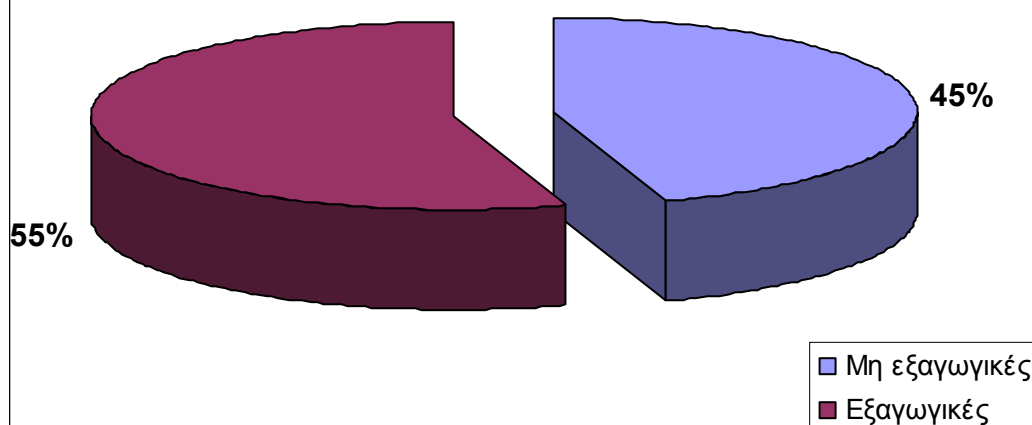
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 - Κατανομή Εταιρειών ως προς τον Αριθμό Απασχολούμενων



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3 - Κατανομή Εταιρειών ανάλογα με τη Γεωγραφική Θέση τους



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4 - Εξαγωγικός Προσανατολισμός Εταιρειών



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

Στατιστική Επεξεργασία Δείγματος ΜΜΕ



ΠΙΝΑΚΑΣ 1
ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΤΩΝ 25 ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ (ΕΤΟΣ 1999)
(PEARSON CORRELATION MATRIX)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25
X1	1	0.922	0.820	-0.273	0.366	0.167	-0.670	-0.016	-0.655	-0.041	-0.018	-0.307	0.219	-0.015	0.091	-0.199	0.094	-0.046	0.241	0.040	0.001	0.240	-0.035	-0.028	0.079
X2		1	0.767	-0.305	0.419	0.077	-0.596	-0.036	-0.563	-0.207	0.065	-0.343	0.288	0.005	0.197	-0.145	0.083	0.022	0.298	-0.060	0.114	0.350	0.019	0.041	0.085
X3			1	-0.567	0.484	0.106	-0.570	0.10	-0.564	-0.043	0.129	-0.338	0.370	0.068	0.191	-0.166	0.098	-0.010	0.328	0.046	0.091	0.351	-0.026	-0.013	0.122
X4				1	-0.351	0.342	-0.284	0.100	-0.360	-0.046	-0.207	0.066	-0.531	-0.086	-0.455	-0.411	0.017	-0.062	-0.155	-0.083	-0.336	-0.274	0.147	-0.117	-0.023
X5					1	-0.023	-0.210	-0.007	-0.197	-0.059	0.077	-0.129	0.874	-0.007	0.115	-0.056	0.052	-0.052	0.172	0.062	0.075	0.220	0.068	0.068	0.119
X6						1	-0.122	0.762	-0.463	-0.048	-0.073	-0.100	-0.159	-0.056	-0.281	-0.193	0.025	-0.138	0.161	0.119	-0.017	0.038	0.148	-0.111	0.025
X7							1	0.231	0.930	0.093	0.055	0.322	0.070	-0.020	0.161	0.585	-0.097	0.026	-0.174	0.077	0.260	-0.110	-0.081	0.111	-0.114
X8								1	-0.112	0.019	0.001	0.037	-0.081	-0.132	-0.141	0.050	-0.009	-0.153	0.095	0.148	0.129	0.053	0.035	-0.071	-0.005
X9									1	0.095	0.061	0.318	0.113	0.011	0.240	0.601	-0.094	0.073	-0.215	0.032	0.233	-0.122	-0.118	0.132	-0.115
X10										1	0.079	0.861	-0.127	-0.070	-0.380	-0.155	0.003	-0.142	-0.140	0.625	-0.177	-0.202	-0.119	0.083	-0.020
X11											1	0.289	-0.057	-0.022	-0.463	-0.172	-0.172	-0.086	-0.022	0.129	-0.047	-0.061	0.119	0.120	0.005
X12												1	-0.178	-0.078	-0.471	-0.123	-0.062	-0.115	-0.194	0.570	-0.149	-0.237	-0.047	0.158	-0.051
X13													1	0.036	0.434	0.324	0.062	-0.011	0.101	-0.002	0.223	0.210	0.036	0.031	0.077
X14														1	0.097	-0.088	-0.013	0.135	0.021	-0.192	-0.130	-0.004	0.048	0.060	0.004
X15															1	0.561	0.098	0.236	0.027	-0.315	0.336	0.271	-0.092	-0.009	-0.023
X16																1	0.031	-0.001	-0.062	-0.076	0.576	0.076	-0.042	0.001	-0.046
X17																	1	0.086	0.372	0.238	0.293	0.335	0.024	0.036	0.665
X18																		1	0.074	-0.311	0.045	0.139	-0.066	0.116	0.080
X19																			1	0.211	0.649	0.879	-0.001	0.265	0.399
X20																				1	0.165	0.158	-0.074	0.188	0.263
X21																					1	0.791	0.037	0.304	0.215
X22																						1	0.022	0.327	0.308
X23																							1	0.274	0.155
X24																								1	0.168
X25																									1

ΠΙΝΑΚΑΣ 2
ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΤΩΝ 25 ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ (ΕΤΟΣ 2000)
(PEARSON CORRELATION MATRIX)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25
X1	1	0.935	0.630	-0.096	0.100	0.106	-0.585	-0.015	-0.609	0.033	-0.147	-0.412	0.021	-0.009	0.084	-0.196	0.049	-0.124	0.081	0.096	-0.052	0.094	-0.156	-0.124	-0.003
X2		1	0.574	-0.127	0.123	0.057	-0.506	-0.027	-0.514	-0.149	-0.115	-0.414	0.066	0.000	0.202	-0.125	0.061	-0.062	0.101	0.009	0.012	0.151	-0.119	-0.118	0.033
X3			1	-0.572	0.383	0.083	-0.493	0.056	-0.535	0.108	0.111	-0.469	0.287	0.048	0.161	-0.162	0.131	-0.116	0.277	0.202	0.187	0.363	-0.106	-0.028	0.053
X4				1	-0.352	0.238	-0.323	-0.001	-0.387	0.008	-0.162	0.203	-0.436	0.033	-0.470	-0.473	-0.097	-0.083	-0.266	-0.162	-0.500	-0.394	-0.145	-0.138	0.005
X5					1	-0.022	-0.072	-0.012	-0.069	-0.056	0.028	-0.158	0.957	0.000	0.140	0.004	0.047	-0.058	0.174	0.156	0.215	0.306	0.037	0.063	0.022
X6						1	0.117	0.661	-0.338	0.036	0.102	-0.036	-0.105	0.068	-0.309	-0.134	-0.039	-0.193	-0.040	0.019	-0.122	-0.145	-0.033	0.126	0.013
X7							1	0.333	0.887	-0.100	0.108	0.318	0.088	-0.069	0.181	0.650	-0.066	0.136	-0.056	-0.047	0.267	-0.066	0.272	0.236	-0.057
X8								1	-0.062	0.071	0.168	0.053	-0.046	-0.026	0.144	0.130	-0.022	-0.112	-0.032	0.043	0.001	-0.093	0.080	0.116	0.004
X9									1	-0.129	0.042	0.318	0.126	-0.088	0.303	0.670	-0.048	0.216	-0.037	-0.060	0.305	-0.002	0.268	0.174	-0.065
X10										1	0.028	0.502	-0.134	0.009	-0.448	-0.272	-0.019	-0.142	-0.116	0.234	-0.253	-0.237	0.072	-0.007	-0.161
X11											1	0.443	-0.053	0.061	0.466	-0.225	0.007	-0.112	-0.314	-0.083	-0.209	-0.280	-0.094	0.051	0.025
X12												1	-0.185	0.043	-0.597	-0.214	-0.125	-0.032	-0.380	0.050	-0.345	-0.435	0.165	-0.018	-0.123
X13													1	-0.005	0.319	0.222	0.053	-0.005	0.182	0.135	0.343	0.354	0.093	0.130	0.033
X14														1	-0.118	-0.201	0.002	0.019	-0.095	-0.234	-0.344	-0.219	0.038	0.119	-0.024
X15															1	0.696	0.060	0.254	0.252	-0.086	0.571	0.513	0.079	0.003	0.100
X16																1	0.018	0.127	0.100	-0.008	0.584	0.233	0.166	0.157	0.052
X17																	1	-0.230	0.263	0.142	0.213	0.252	0.044	0.099	0.101
X18																		1	0.051	-0.226	0.092	0.125	0.081	0.038	0.117
X19																			1	0.543	0.656	0.824	0.133	0.226	0.213
X20																				1	0.365	0.408	0.204	0.090	-0.088
X21																					1	0.848	0.155	0.231	0.204
X22																						1	0.103	0.162	0.212
X23																							1	0.501	0.152
X24																								1	0.105
X25																									1

ΠΙΝΑΚΑΣ 3
ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΤΩΝ 25 ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ (ΕΤΟΣ 2001)
(PEARSON CORRELATION MATRIX)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25
X1	1	0.951	0.629	-0.109	0.088	0.132	-0.589	-0.035	-0.579	-0.026	-0.151	-0.408	-0.006	0.045	0.216	-0.175	0.069	-0.051	-0.009	-0.043	-0.079	-0.037	0.086	-0.132	0.028
X2		1	0.533	-0.127	0.103	0.062	-0.475	-0.037	-0.458	-0.165	-0.105	-0.363	0.039	0.033	0.308	-0.082	0.039	-0.004	-0.008	-0.103	-0.050	-0.021	0.093	-0.100	0.027
X3			1	-0.520	0.386	0.139	-0.583	-0.028	-0.593	0.104	0.158	-0.452	0.213	0.102	0.117	-0.236	0.145	-0.084	0.120	0.119	0.092	0.116	-0.060	-0.065	0.023
X4				1	-0.426	0.324	-0.259	0.180	-0.379	0.016	-0.281	0.047	-0.498	-0.215	-0.300	-0.458	-0.038	-0.045	-0.124	-0.010	-0.297	-0.180	0.058	-0.280	-0.133
X5					1	-0.019	-0.025	-0.030	-0.017	-0.070	0.205	-0.111	0.875	0.038	0.059	-0.001	0.063	-0.083	0.074	0.212	0.110	0.090	-0.016	0.084	0.040
X6						1	0.004	0.679	-0.456	0.019	0.076	-0.105	-0.151	-0.084	-0.270	-0.252	0.012	-0.149	-0.300	-0.033	-0.248	-0.266	0.006	-0.291	-0.185
X7							1	0.289	0.876	-0.112	0.177	0.475	0.180	0.064	0.029	0.624	-0.138	0.067	-0.201	-0.164	0.052	-0.106	-0.016	0.198	0.021
X8								1	-0.140	0.109	0.207	0.176	-0.101	-0.011	-0.227	-0.075	-0.052	-0.126	-0.305	-0.061	-0.216	-0.245	-0.153	-0.232	-0.071
X9									1	-0.128	0.094	0.446	0.238	0.093	0.156	0.688	-0.122	0.133	-0.013	-0.120	0.181	0.044	0.010	0.334	0.101
X10										1	0.093	0.530	-0.167	0.049	-0.456	-0.349	0.069	-0.146	-0.134	0.191	-0.198	-0.220	-0.101	-0.077	0.000
X11											1	0.476	0.062	0.098	-0.448	-0.168	-0.085	-0.089	-0.190	-0.051	-0.103	-0.171	-0.220	0.017	-0.001
X12												1	-0.107	0.039	-0.528	-0.092	-0.064	-0.070	-0.196	0.018	-0.194	-0.267	-0.181	0.082	0.024
X13													1	0.062	0.288	0.333	0.075	-0.015	0.162	0.173	0.325	0.260	0.092	0.273	0.054
X14														1	0.067	0.126	-0.037	0.037	-0.277	-0.187	-0.119	-0.239	0.049	0.004	-0.011
X15															1	0.618	0.039	0.311	0.170	-0.171	0.429	0.447	0.270	0.043	0.094
X16																1	-0.081	0.145	0.012	-0.148	0.366	0.209	0.163	0.256	0.087
X17																	1	0.081	0.144	0.361	0.289	0.097	-0.074	0.205	0.051
X18																		1	0.132	-0.262	0.174	0.241	0.013	-0.082	0.067
X19																			1	0.231	0.726	0.839	0.048	0.195	0.174
X20																				1	0.224	0.186	-0.029	0.241	0.095
X21																					1	0.875	0.172	0.261	0.095
X22																						1	0.153	0.132	0.129
X23																							1	0.231	0.016
X24																								1	0.053
X25																									1

ΠΙΝΑΚΑΣ 4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ ΤΩΝ 25 ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ (ΕΤΟΣ 2002)
(PEARSON CORRELATION MATRIX)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25
X1	1	0.946	0.699	-0.192	0.154	-0.040	-0.640	-0.071	-0.593	-0.018	0.247	-0.374	0.023	-0.061	0.127	-0.067	0.086	0.234	0.090	-0.132	0.059	0.055	-0.013	0.445	0.010
X2		1	0.606	-0.187	0.146	-0.044	-0.536	-0.058	-0.496	-0.138	0.328	-0.366	0.053	-0.050	0.201	-0.053	0.091	0.290	0.125	-0.162	0.048	0.090	0.040	0.507	0.007
X3			1	-0.495	0.398	0.022	-0.680	-0.244	-0.657	0.081	0.199	-0.438	0.251	-0.112	0.138	-0.243	0.161	0.155	0.085	0.047	0.234	0.103	0.084	0.200	0.021
X4				1	-0.412	0.439	-0.139	0.034	-0.329	0.037	-0.209	0.108	-0.536	0.151	-0.420	-0.017	0.080	-0.158	0.068	-0.092	0.001	-0.086	0.066	0.036	0.085
X5					1	-0.052	-0.097	-0.063	-0.075	-0.044	0.173	-0.097	0.901	-0.047	0.099	-0.058	0.011	-0.037	-0.016	0.086	0.056	0.002	-0.091	-0.035	-0.026
X6						1	0.096	0.060	-0.405	0.003	0.031	-0.014	-0.161	0.156	-0.320	-0.051	-0.024	-0.140	-0.092	-0.166	0.041	-0.187	0.060	-0.006	-0.054
X7							1	0.294	0.860	-0.115	0.021	0.432	0.125	0.082	0.061	0.269	-0.276	-0.104	-0.219	-0.039	-0.248	-0.140	-0.129	-0.250	-0.124
X8								1	0.236	-0.014	0.000	0.175	-0.053	-0.005	-0.065	0.989	-0.700	-0.086	-0.288	-0.197	-0.990	-0.262	-0.033	-0.002	-0.014
X9									1	-0.120	-0.035	0.383	0.192	-0.010	0.214	0.279	-0.244	-0.031	-0.151	0.029	-0.255	-0.037	-0.148	-0.249	-0.096
X10										1	-0.030	0.651	-0.139	-0.044	-0.406	-0.031	-0.056	-0.142	-0.214	0.275	0.019	-0.177	-0.259	-0.066	-0.045
X11											1	0.263	0.059	-0.075	-0.439	-0.039	-0.006	0.126	0.017	-0.020	0.030	-0.149	-0.064	0.475	-0.070
X12												1	-0.128	-0.039	-0.559	0.137	-0.187	-0.166	-0.240	0.157	-0.145	-0.275	-0.283	-0.100	-0.107
X13													1	-0.043	0.354	-0.027	-0.009	-0.023	-0.007	0.095	0.040	0.085	-0.089	-0.149	-0.033
X14														1	-0.006	-0.020	0.004	-0.050	0.004	0.103	0.021	0.002	-0.017	0.153	-0.014
X15															1	-0.008	0.044	0.215	0.092	-0.060	0.036	0.357	0.162	-0.104	0.041
X16																1	-0.700	-0.068	-0.278	-0.192	-0.999	-0.237	-0.035	-0.010	-0.011
X17																	1	0.235	0.543	0.035	0.705	0.475	0.164	0.100	-0.031
X18																		1	0.210	-0.230	0.074	0.380	0.240	0.503	-0.051
X19																			1	0.266	0.294	0.886	0.312	0.313	-0.087
X20																				1	0.198	0.294	0.009	0.041	0.060
X21																					1	0.263	0.040	0.009	0.009
X22																						1	0.379	0.304	-0.088
X23																							1	0.226	0.022
X24																								1	-0.007
X25																									1

ΠΙΝΑΚΑΣ 5 - Ιδιαιτητές των Παραγόντων και Ποσοστό Διακύμανσης που ερμηνεύουν

Παράγοντες	1999			
	Ιδιαιτητές	% Διακύμανσης	Αθροιστικές Ιδιαιτητές	Αθροιστικό % διακύμανσης
1	5.042	20.166	5.042	20.166
2	3.849	15.396	8.891	35.562
3	2.947	11.789	11.838	47.351
4	2.420	9.678	14.258	57.029
5	1.844	7.374	16.102	64.403
6	1.457	5.830	17.559	70.233
7	1.314	5.254	18.873	75.487
8	1.070	4.278	19.943	79.765

Παράγοντες	2000			
	Ιδιαιτητές	% Διακύμανσης	Αθροιστικές Ιδιαιτητές	Αθροιστικό % διακύμανσης
1	5.052	20.210	5.052	20.210
2	4.272	17.090	9.324	37.300
3	2.350	9.400	11.674	46.700
4	1.930	7.721	13.604	54.421
5	1.809	7.237	15.413	61.658
6	1.451	5.805	16.864	67.463
7	1.293	5.172	18.157	72.635
8	1.181	4.725	19.338	77.360

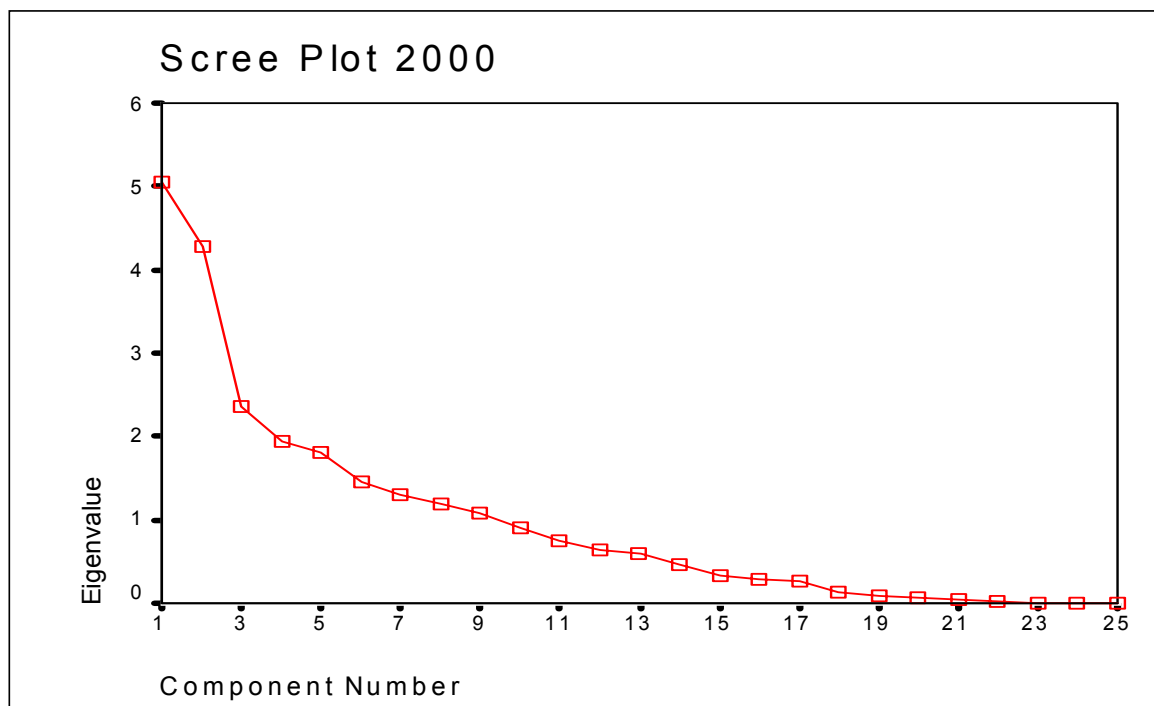
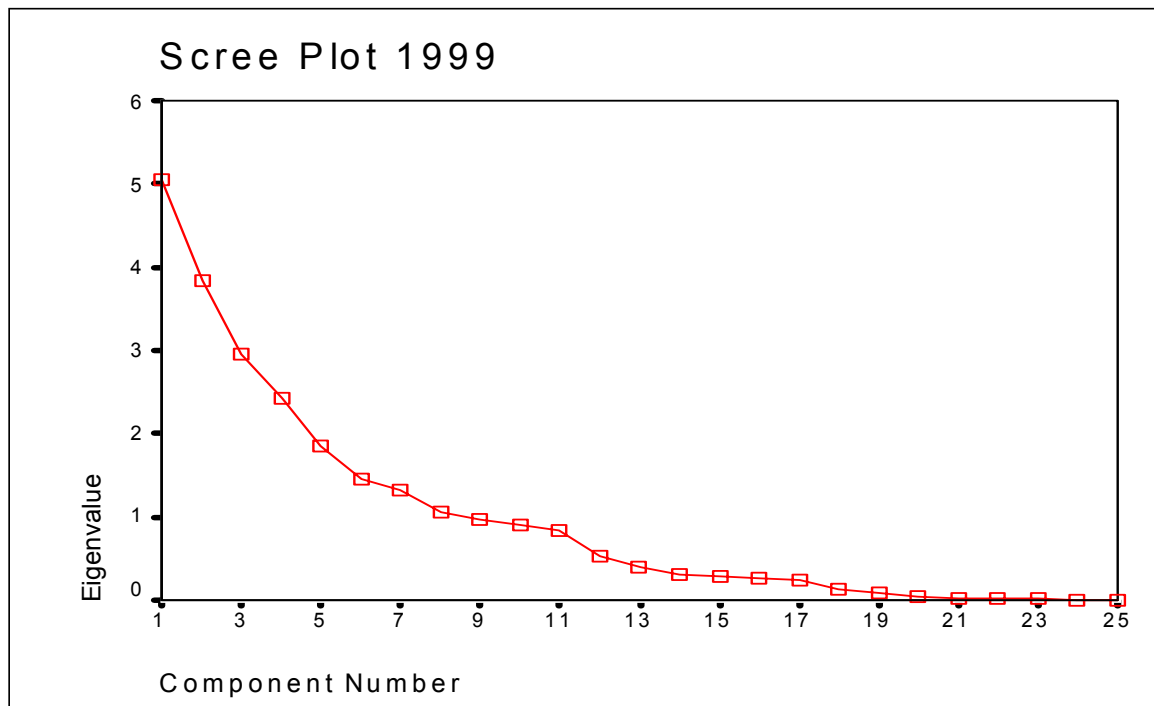
Παράγοντες	2001			
	Ιδιαιτητές	% Διακύμανσης	Αθροιστικές Ιδιαιτητές	Αθροιστικό % διακύμανσης
1	4.555	18.222	4.555	18.222
2	4.257	17.028	8.812	35.250
3	2.543	10.170	11.355	45.420
4	2.438	9.752	13.793	55.172
5	1.644	6.575	15.437	61.747
6	1.382	5.526	16.819	67.273
7	1.159	4.638	17.978	71.911
8	1.033	4.131	19.011	76.042

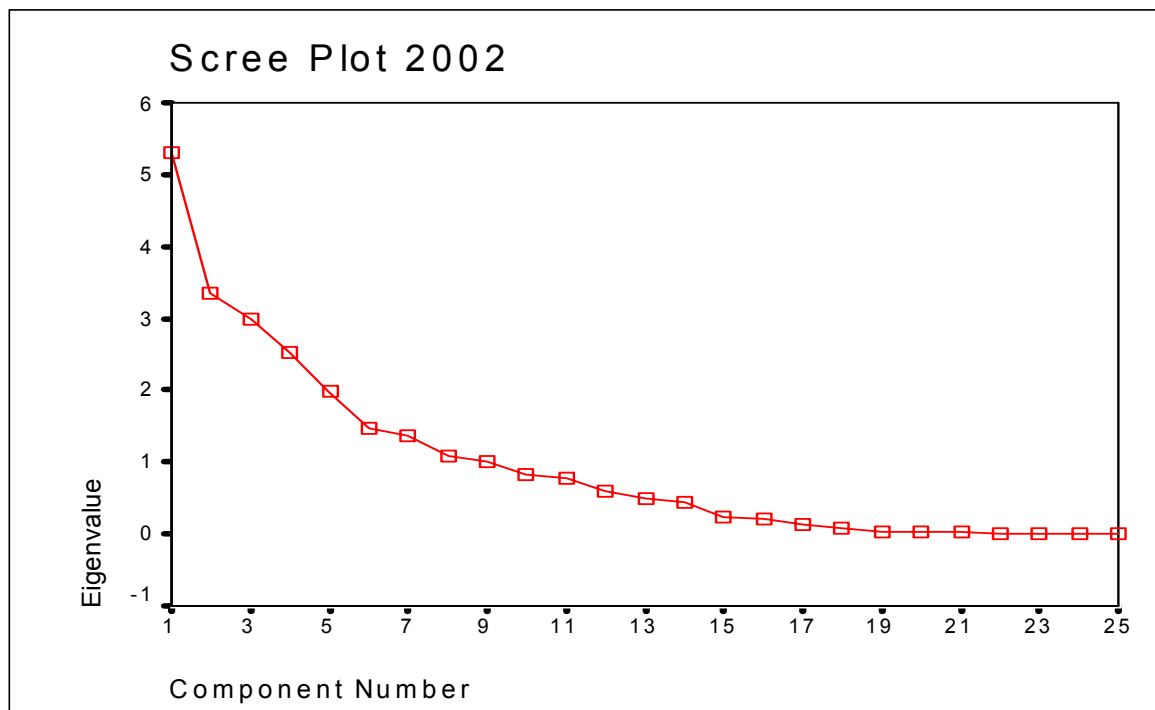
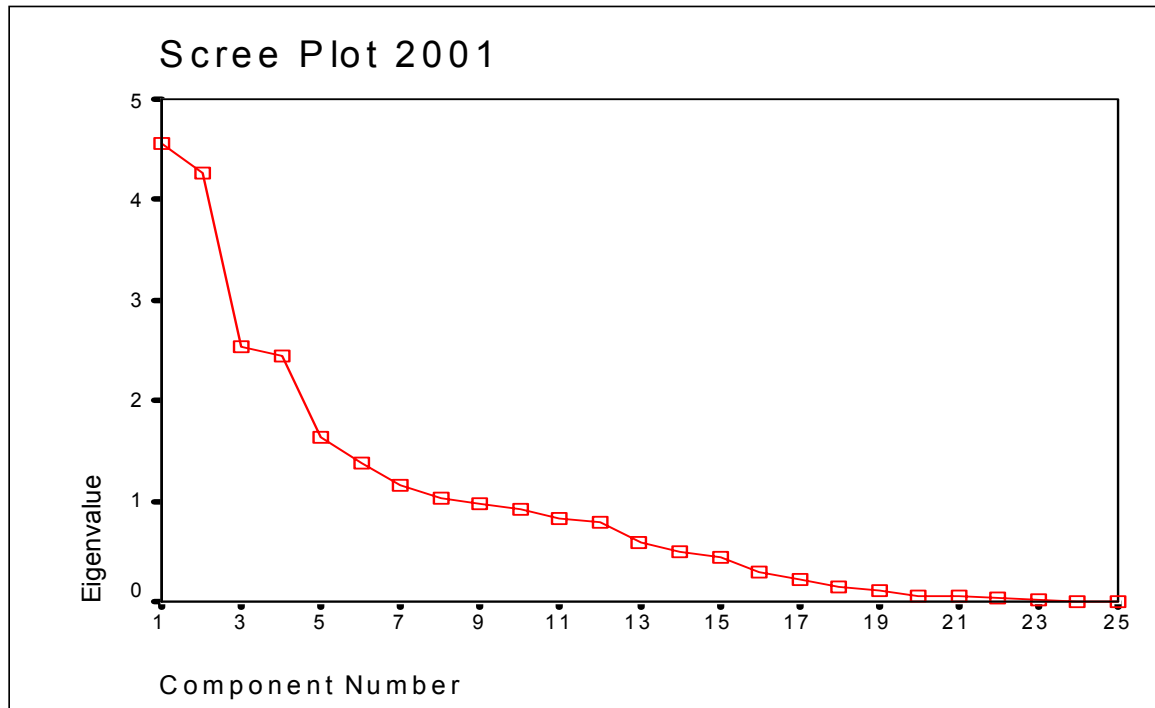
Παράγοντες	2002			
	Ιδιαιτητές	% Διακύμανσης	Αθροιστικές Ιδιαιτητές	Αθροιστικό % διακύμανσης
1	5.316	21.262	5.316	21.262
2	3.346	13.384	8.662	34.646
3	2.976	11.906	11.638	46.552
4	2.524	10.095	14.162	56.647
5	1.974	7.894	16.136	64.541
6	1.480	5.920	17.616	70.461
7	1.378	5.513	18.994	75.974
8	1.080	4.321	20.074	80.295

ΠΙΝΑΚΑΣ 6 - Προσδιορισμός των μεταβλητών που έχουν τη μεγαλύτερη συσχέτιση για κάθε παράγοντα (Rotated Component Matrix)

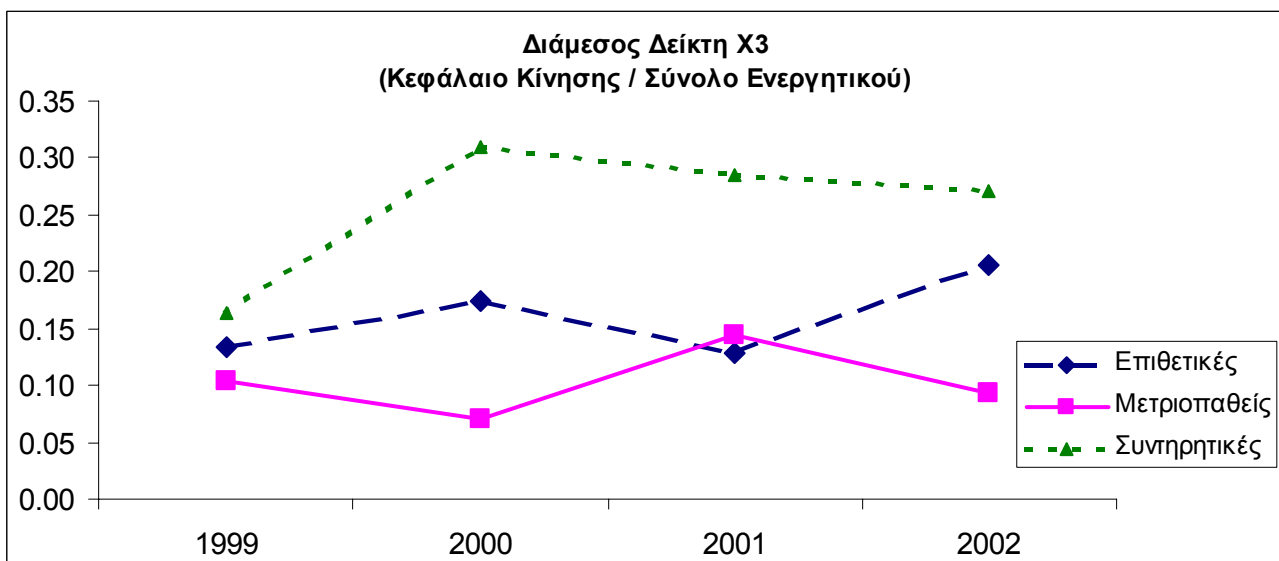
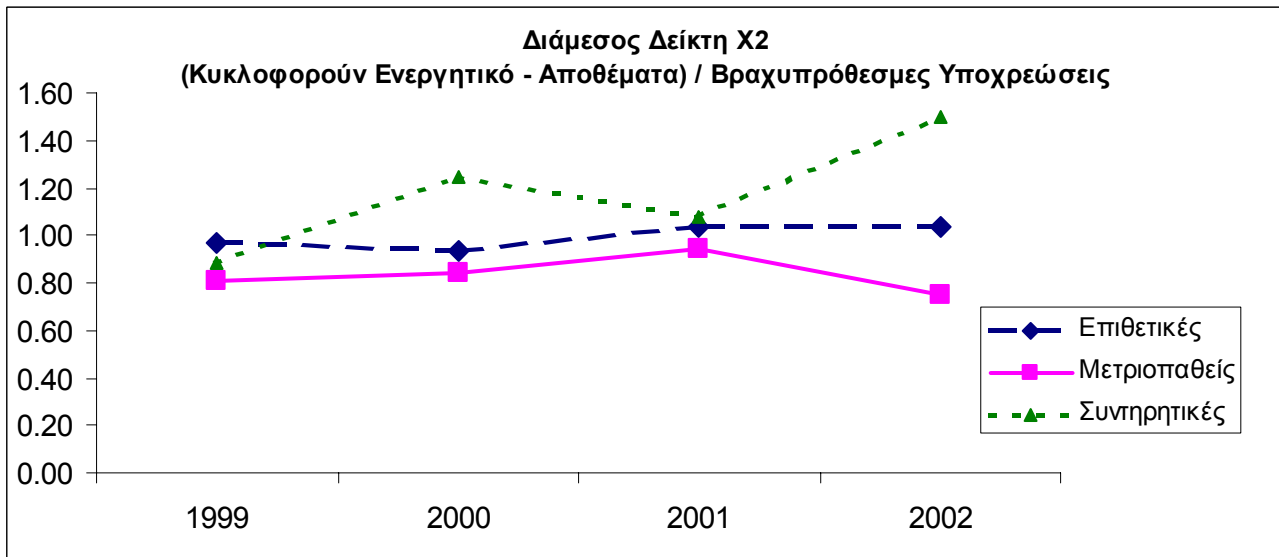
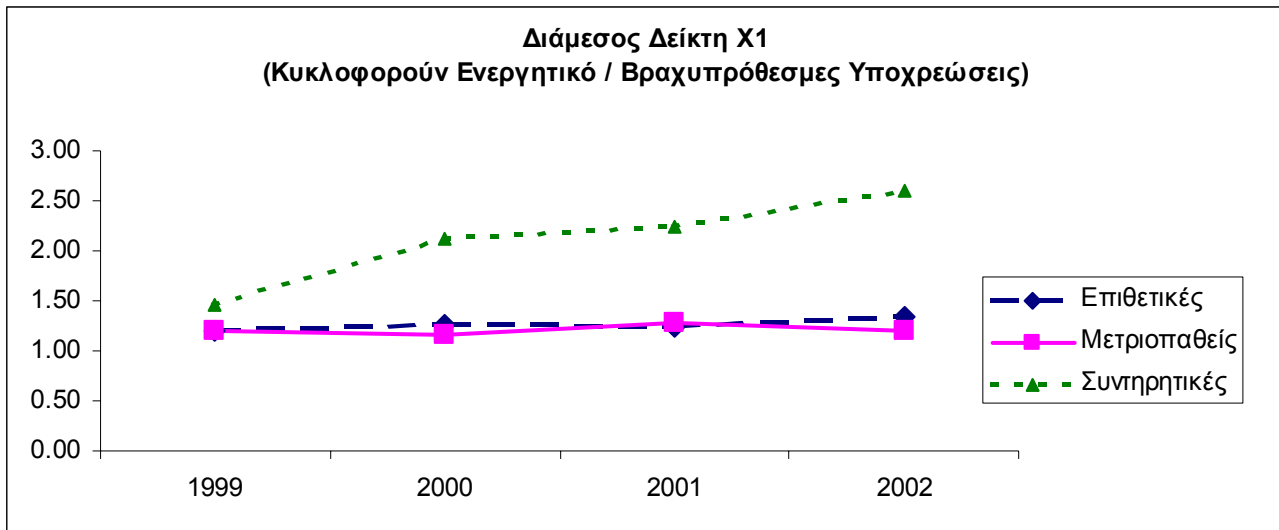
	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ															
	1				2				3				4			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
X1	0.857	0.920	0.905	0.892	0.148	0.004	0.147	-0.010	0.282	-0.112	-0.105	-0.046	-0.028	-0.027	-0.026	0.023
X2	0.787	0.887	0.826	0.802	0.256	-0.003	0.226	-0.018	0.328	-0.029	-0.105	-0.006	-0.142	-0.006	-0.002	0.030
X3	0.767	0.822	0.807	0.826	0.244	0.229	-0.090	0.158	0.467	-0.009	0.062	0.014	0.004	0.300	0.406	0.370
X4	0.019	-0.316	-0.082	-0.089	-0.378	-0.232	-0.041	0.010	-0.711	-0.696	0.002	0.097	-0.120	-0.326	-0.590	-0.556
X5	0.308	0.102	0.109	0.146	-0.034	0.127	-0.024	0.023	0.800	-0.021	0.028	-0.017	0.007	0.969	0.929	0.926
X6	0.201	0.064	0.160	0.032	0.000	-0.055	-0.027	0.008	-0.150	-0.193	-0.116	-0.089	-0.023	-0.019	-0.049	-0.010
X7	-0.913	-0.579	-0.810	-0.864	0.124	-0.038	0.111	-0.192	0.161	0.697	-0.150	-0.161	0.127	-0.007	0.107	0.094
X8	-0.094	0.005	-0.070	-0.101	0.104	-0.007	-0.129	-0.977	0.017	0.137	-0.122	-0.061	0.067	-0.027	-0.038	-0.033
X9	-0.888	-0.598	-0.797	-0.821	0.103	-0.019	0.136	-0.181	0.183	0.727	-0.069	-0.093	0.113	-0.002	0.117	0.080
X10	-0.045	0.026	0.053	0.103	-0.139	-0.036	-0.670	0.015	-0.012	-0.191	-0.133	-0.202	0.896	-0.074	-0.158	-0.123
X11	0.074	-0.079	-0.075	0.068	0.106	-0.220	-0.599	0.027	0.047	-0.031	-0.068	-0.113	0.349	0.040	0.321	0.198
X12	-0.287	-0.516	-0.501	-0.467	-0.121	-0.250	-0.664	-0.101	-0.095	-0.114	-0.154	-0.246	0.873	-0.119	-0.119	-0.109
X13	0.015	0.029	-0.079	-0.044	0.022	0.141	0.207	0.019	0.929	0.175	0.102	0.004	-0.121	0.949	0.883	0.932
X14	0.013	0.085	0.048	-0.055	-0.095	-0.471	0.074	0.017	0.087	-0.174	-0.524	-0.023	-0.041	0.110	0.103	-0.047
X15	-0.162	0.215	0.125	0.083	0.214	0.234	0.831	0.009	0.438	0.641	0.137	0.165	-0.531	0.128	0.082	0.175
X16	-0.590	-0.144	-0.405	-0.095	0.286	0.153	0.608	-0.981	0.383	0.872	-0.022	-0.048	-0.262	0.011	0.150	-0.032
X17	0.051	0.043	0.083	0.084	0.250	0.242	0.022	0.762	0.036	0.009	0.061	0.361	0.064	-0.057	0.009	-0.057
X18	-0.042	-0.059	-0.085	0.151	0.140	0.061	0.321	0.080	-0.086	0.109	0.105	0.290	-0.182	-0.067	-0.140	-0.176
X19	0.258	0.103	0.068	0.068	0.804	0.847	0.052	0.255	-0.022	-0.026	0.879	0.865	0.002	0.078	0.042	-0.003
X20	0.191	0.032	0.013	-0.055	0.215	0.655	-0.261	0.121	0.063	-0.057	0.277	0.360	0.775	0.088	0.193	0.195
X21	-0.221	-0.001	-0.077	0.079	0.875	0.781	0.283	0.981	0.171	0.467	0.762	0.065	-0.129	0.141	0.159	0.039
X22	0.189	0.158	0.018	0.042	0.880	0.850	0.264	0.209	0.098	0.138	0.889	0.892	-0.097	0.215	0.099	0.022
X23	-0.033	-0.121	0.052	0.039	-0.020	0.138	0.361	-0.036	0.061	0.149	0.064	0.603	-0.197	-0.008	-0.103	-0.062
X24	-0.102	-0.087	-0.215	0.339	0.468	0.139	0.032	-0.057	0.025	0.093	0.074	0.351	0.167	0.052	0.163	-0.159
X25	0.074	-0.010	0.069	0.053	0.245	0.317	-0.092	0.008	0.068	-0.180	0.195	-0.067	0.100	-0.084	-0.095	-0.062

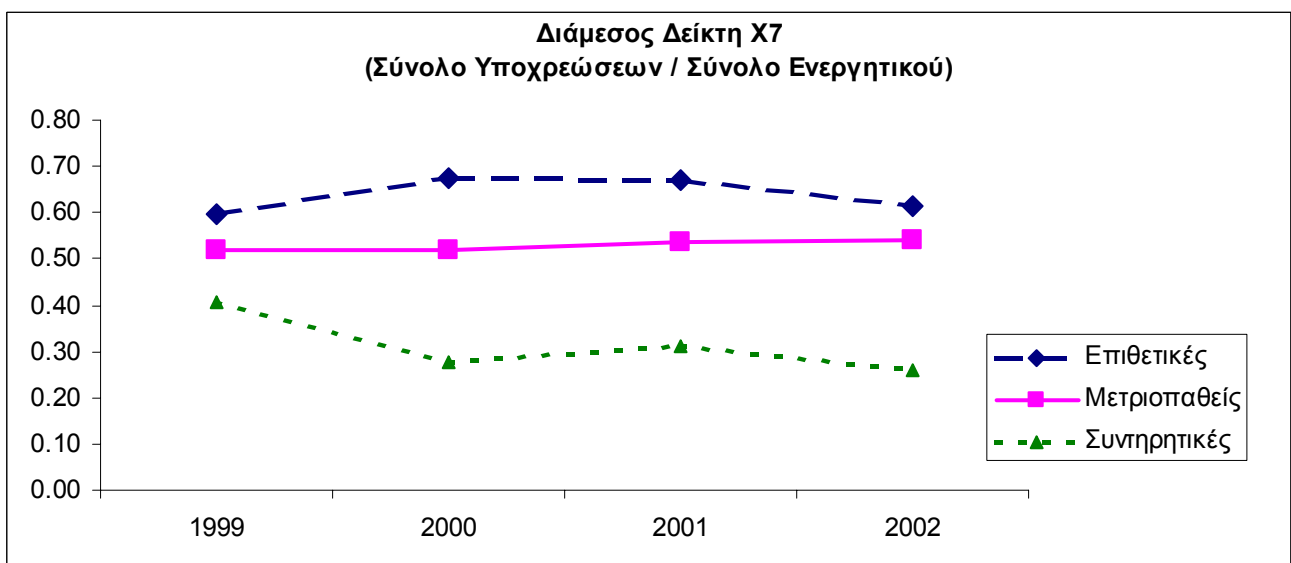
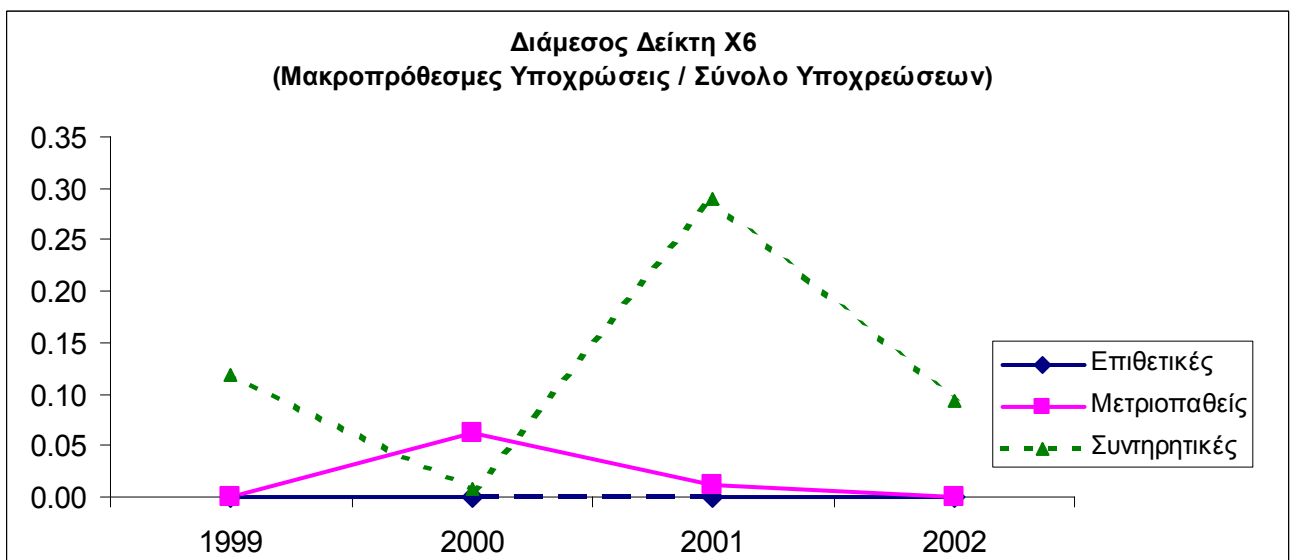
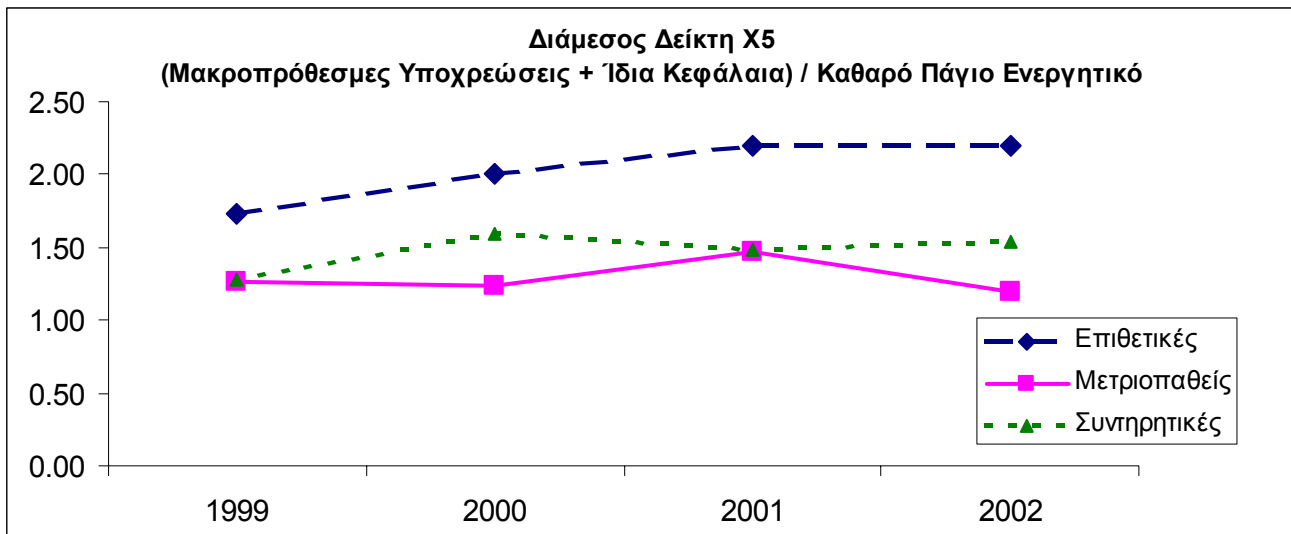
	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ															
	5				6				7				8			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
X1	0.030	-0.055	0.156	-0.107	-0.048	0.043	0.046	0.143	-0.155	-0.067	-0.016	0.246	-0.050	-0.110	0.091	0.039
X2	-0.030	0.087	0.216	-0.215	-0.090	0.011	0.041	0.168	-0.053	-0.054	-0.087	0.351	-0.015	-0.087	0.080	0.064
X3	0.034	-0.048	0.147	0.014	-0.085	0.023	0.047	0.077	-0.102	-0.001	0.097	0.037	0.076	0.264	-0.109	-0.093
X4	0.216	0.087	-0.672	0.048	0.258	0.153	0.163	-0.660	0.215	-0.126	-0.004	-0.112	-0.136	-0.353	0.089	0.089
X5	0.036	0.004	-0.081	0.016	0.129	0.004	-0.006	-0.035	0.226	0.015	0.039	0.058	-0.040	0.042	0.029	-0.030
X6	0.919	0.039	-0.275	-0.119	0.053	0.901	0.861	-0.832	0.068	0.061	0.026	0.012	-0.052	-0.007	0.034	0.118
X7	0.107	-0.032	0.410	-0.109	-0.172	0.273	0.267	0.094	-0.081	0.164	-0.110	0.107	0.041	0.094	0.030	0.103
X8	0.924	-0.048	0.034	-0.021	-0.070	0.883	0.901	-0.057	-0.033	0.063	-0.020	0.029	-0.082	0.117	-0.051	-0.018
X9	-0.254	-0.035	0.474	-0.057	-0.163	-0.184	-0.205	0.489	-0.099	0.131	-0.101	0.057	0.051	0.068	0.035	0.024
X10	-0.024	-0.780	0.098	0.835	0.025	-0.011	-0.043	0.019	-0.131	0.112	0.225	-0.052	-0.020	0.124	0.030	-0.085
X11	-0.095	-0.068	0.271	0.111	-0.429	0.121	0.192	-0.086	0.513	-0.061	-0.245	0.879	-0.022	0.882	-0.169	-0.085
X12	-0.045	-0.551	0.275	0.676	-0.061	-0.026	0.024	-0.033	0.084	0.077	-0.046	0.293	-0.020	0.392	0.008	-0.108
X13	-0.048	0.062	0.099	-0.104	0.118	-0.049	-0.062	0.174	0.044	0.065	0.081	-0.041	-0.028	-0.029	0.114	0.012
X14	0.025	0.163	0.266	-0.031	0.004	-0.091	-0.158	-0.129	0.069	0.476	0.060	0.011	0.792	0.014	-0.162	0.924
X15	-0.187	0.419	0.279	-0.541	0.068	-0.222	-0.147	0.579	-0.437	-0.010	0.006	-0.394	0.132	-0.361	-0.073	0.128
X16	-0.039	0.179	0.539	-0.033	-0.072	0.061	-0.010	0.038	-0.300	0.037	-0.048	-0.004	-0.195	-0.182	0.081	-0.028
X17	-0.020	0.160	0.055	-0.070	0.820	-0.126	0.029	-0.030	-0.092	0.135	0.889	0.041	0.018	0.115	-0.134	-0.068
X18	-0.166	0.246	0.134	-0.336	0.066	-0.213	-0.146	0.311	-0.105	0.134	0.039	0.431	0.643	0.031	-0.639	-0.090
X19	0.120	0.096	0.071	0.015	0.285	-0.037	-0.241	0.016	0.066	0.198	0.090	0.077	0.063	-0.128	-0.023	0.041
X20	0.116	-0.526	-0.132	0.629	0.243	0.064	-0.030	0.154	-0.021	0.055	0.603	-0.115	-0.275	-0.069	0.336	0.288
X21	0.048	0.183	0.304	0.021	0.114	-0.016	-0.079	-0.017	-0.052	0.043	0.247	-0.002	-0.161	-0.038	-0.027	0.035
X22	0.029	0.215	0.148	-0.046	0.210	-0.121	-0.138	0.236	0.019	0.068	0.055	-0.025	0.054	-0.084	-0.080	0.066
X23	0.094	-0.177	0.064	-0.292	0.129	0.007	-0.067	-0.154	0.752	0.772	-0.075	0.023	-0.056	-0.067	0.595	-0.145
X24	-0.153	0.037	0.311	-0.045	-0.007	0.149	-0.260	0.046	0.484	0.777	0.318	0.712	0.188	0.030	0.505	0.242
X25	-0.028	0.524	0.417	-0.072	0.770	0.004	-0.094	0.051	0.189	0.219	0.022	-0.005	0.053	0.327	0.039	-0.022

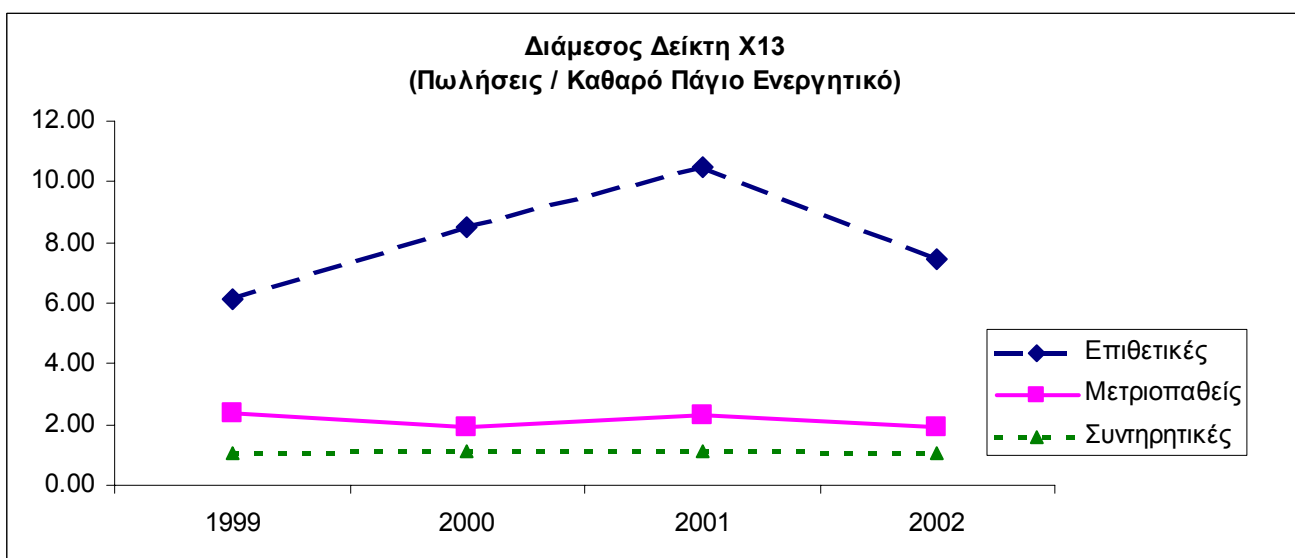
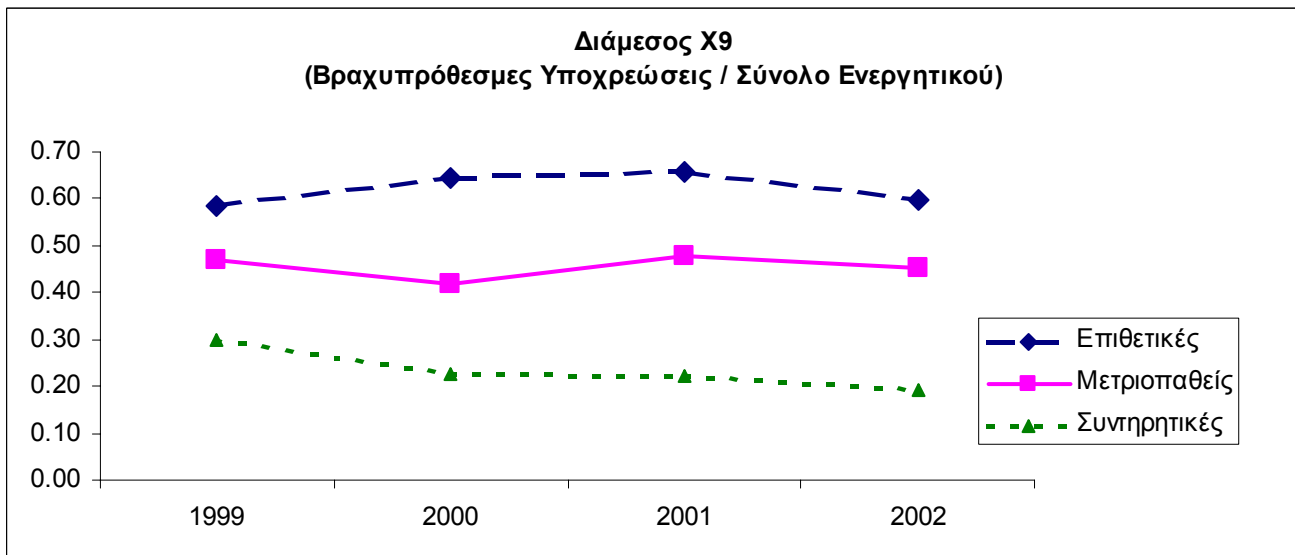
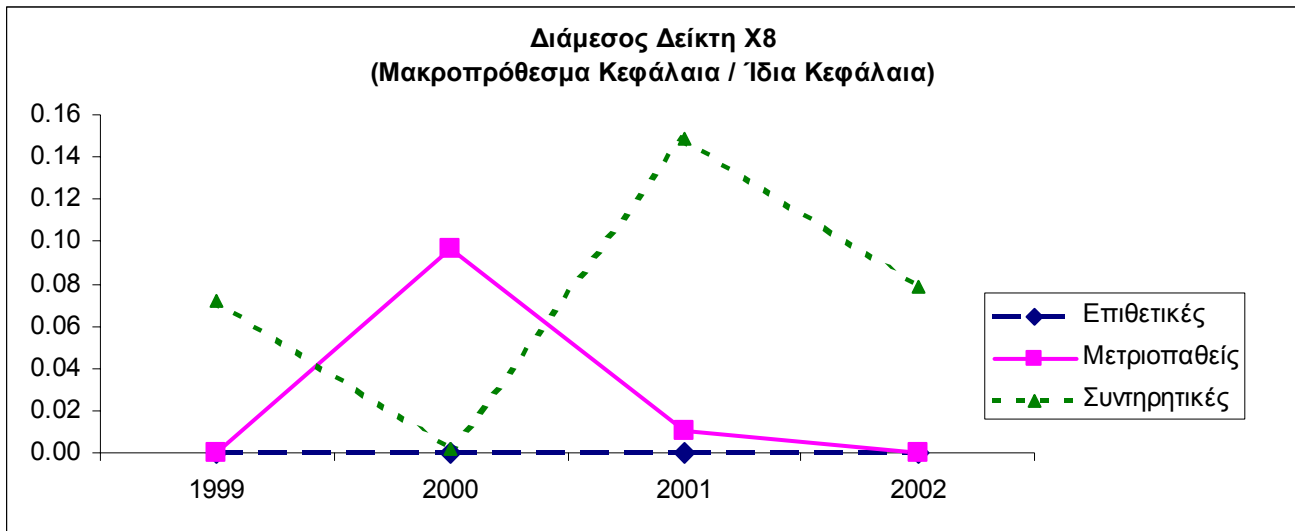


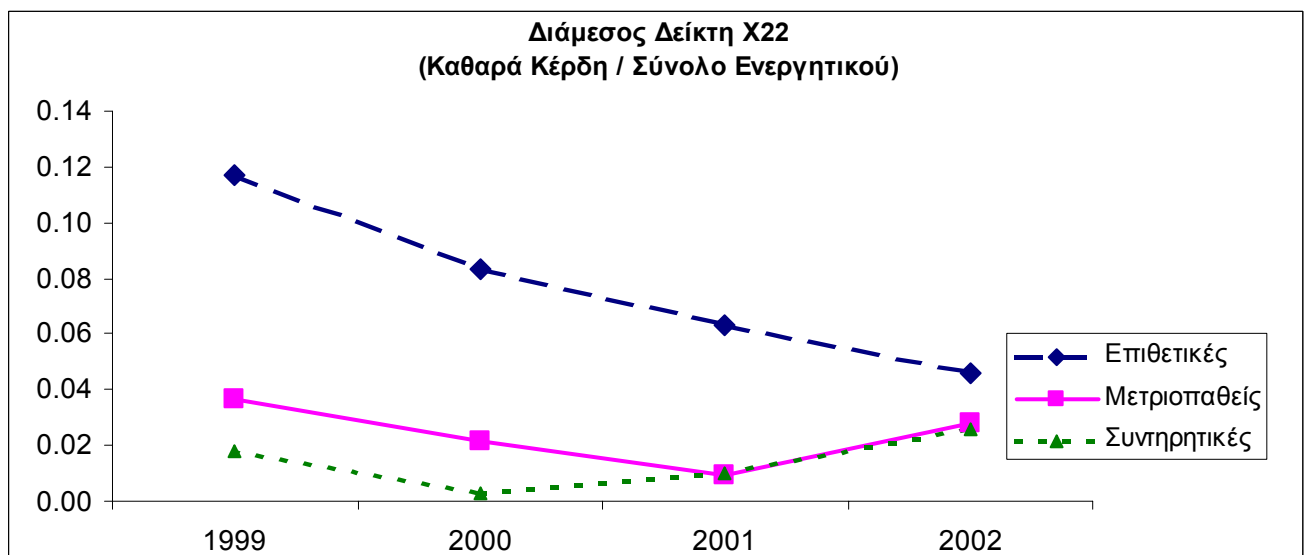
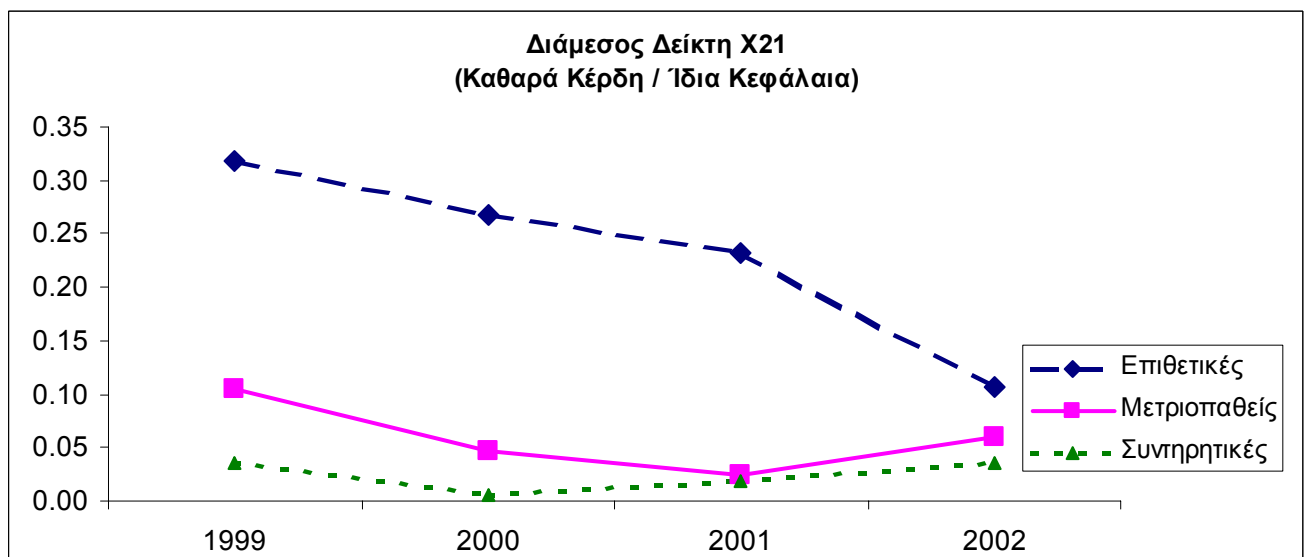
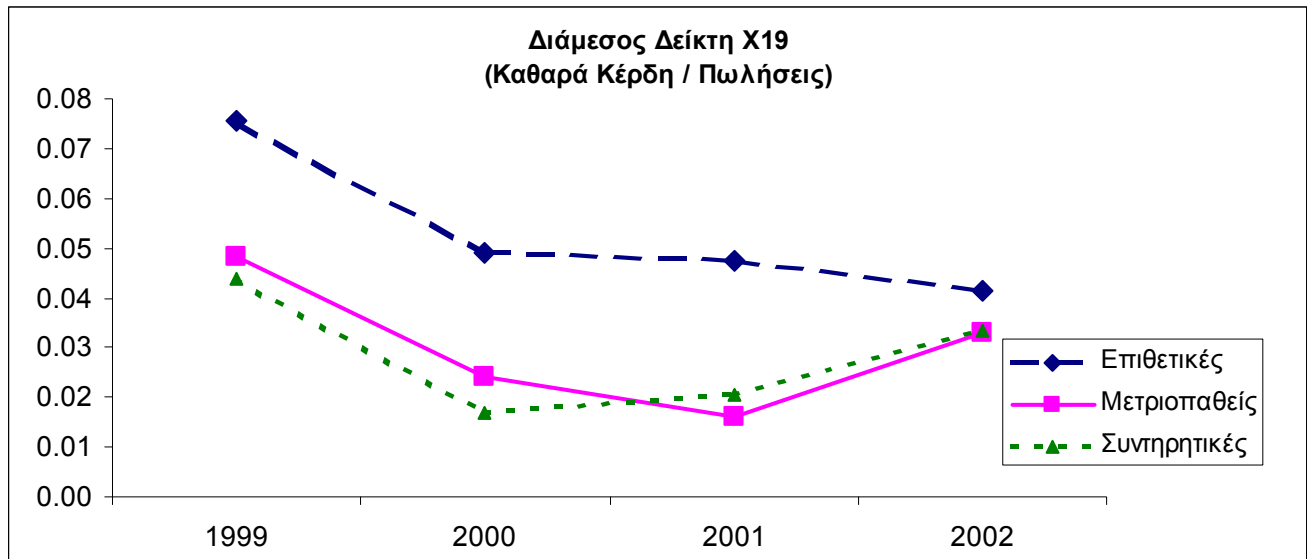


Διαγράμματα Διαμέσων Αριθμοδεικτών Επιχειρήσεων ανάλογα με την Ομάδα που εντάχθηκαν βάσει της Cluster Analysis









ΠΙΝΑΚΑΣ 7 - T-Test μεταξύ των Μέσων Όρων των Ομάδων που διαμορφώθηκαν από την Cluster Analysis

	ΕΠΙΘ-ΜΕΤΡ 1999				ΜΕΤΡ-ΣΥΝΤ 1999				ΕΠΙΘ-ΣΥΝΤ 1999			
	F	p	t	p	F	p	t	p	F	p	t	p
X1	6974	0.011	-0.941	0.352	0.001	0.981	-0.475	0.637	9491	0.003	-1572	0.125
X2	2461	0.123	-0.188	0.852	0.128	0.722	0.005	0.996	2273	0.138	-0.215	0.831
X3	5208	0.026	0.627	0.534	4174	0.046	-0.262	0.795	0.168	0.684	0.449	0.655
X5	3276	0.076	1267	0.210	10844	0.002	1280	0.209	4267	0.044	1501	0.145
X6	0.460	0.500	-0.641	0.524	10158	0.002	-2483	0.018	13450	0.001	-2927	0.006
X7	0.300	0.586	2732	0.008	0.019	0.891	1893	0.064	0.173	0.679	4764	0.000
X8	1379	0.245	0.295	0.769	1587	0.214	-1274	0.208	0.062	0.805	-0.742	0.462
X9	0.129	0.721	2829	0.007	0.009	0.926	2660	0.010	0.074	0.786	5550	0.000
X13	7911	0.007	3108	0.004	13990	0.000	4937	0.000	9186	0.004	3858	0.001
X19	1188	0.281	1700	0.095	0.698	0.407	-0.571	0.571	0.038	0.847	0.999	0.323
X21	10379	0.002	3479	0.001	1331	0.254	0.231	0.818	15357	0.000	3801	0.001
X22	4632	0.036	2244	0.030	1226	0.274	0.604	0.549	8306	0.006	2774	0.008

	ΕΠΙΘ-ΜΕΤΡ 2000				ΜΕΤΡ-ΣΥΝΤ 2000				ΕΠΙΘ-ΣΥΝΤ 2000			
	F	p	t	p	F	p	t	p	F	p	t	p
X1	5649	0.021	-0.205	0.838	36720	0.000	-3051	0.007	25879	0.000	-3092	0.007
X2	3650	0.061	0.599	0.551	22307	0.000	-2276	0.037	15249	0.000	-2178	0.044
X3	3458	0.068	1169	0.247	0.210	0.649	-3371	0.001	2403	0.130	-2817	0.008
X5	5018	0.029	1186	0.248	0.689	0.410	-0.415	0.680	2546	0.119	0.968	0.339
X6	11739	0.001	-3153	0.003	0.009	0.926	0.506	0.615	4081	0.051	-1370	0.179
X7	0.431	0.514	4045	0.000	0.052	0.821	6905	0.000	0.127	0.723	10191	0.000
X8	0.659	0.420	-0.968	0.337	1659	0.203	1161	0.251	1545	0.222	0.560	0.579
X9	0.616	0.436	5660	0.000	0.311	0.579	6418	0.000	0.026	0.872	11048	0.000
X13	8578	0.005	2387	0.026	0.375	0.543	1095	0.278	3820	0.058	2232	0.032
X19	3245	0.077	1675	0.099	2218	0.142	0.449	0.655	5578	0.024	1234	0.233
X21	2330	0.132	6136	0.000	0.585	0.447	0.839	0.405	3512	0.069	5576	0.000
X22	0.001	0.975	3440	0.001	0.770	0.384	0.372	0.711	0.524	0.474	2715	0.010

	ΕΠΙΘ-ΜΕΤΡ 2001				ΜΕΤΡ-ΣΥΝΤ 2001				ΕΠΙΘ-ΣΥΝΤ 2001			
	F	p	t	p	F	p	t	p	F	p	t	p
X1	4883	0.031	-1014	0.316	24619	0.000	-2687	0.014	16213	0.000	-2863	0.009
X2	3092	0.084	-0.040	0.968	15446	0.000	-1917	0.068	9902	0.003	-1939	0.066
X3	4084	0.048	0.895	0.375	0.228	0.635	-2316	0.024	10063	0.003	-1858	0.072
X5	1924	0.171	1192	0.238	2637	0.001	-2911	0.007	4203	0.047	1321	0.203
X6	7027	0.010	-2333	0.023	11621	0.001	-2911	0.007	27919	0.000	-4233	0.000
X7	0.181	0.672	3082	0.003	2949	0.091	4030	0.000	3147	0.084	5620	0.000
X8	1687	0.199	-1211	0.231	6339	0.015	-1529	0.139	5128	0.029	-2007	0.056
X9	0.744	0.392	3757	0.000	3230	0.077	6772	0.000	0.519	0.475	10569	0.000
X13	12007	0.001	2605	0.017	1494	0.226	1631	0.108	9139	0.004	2971	0.008
X19	2787	0.101	1229	0.224	0.249	0.620	0.611	0.543	0.840	0.365	1784	0.082
X21	2428	0.125	4152	0.000	5376	0.024	0.255	0.800	20204	0.000	4516	0.000
X22	1326	0.254	2704	0.009	3917	0.052	0.535	0.594	9987	0.003	3144	0.004

	ΕΠΙΘ-ΜΕΤΡ 2002				ΜΕΤΡ-ΣΥΝΤ 2002				ΕΠΙΘ-ΣΥΝΤ 2002			
	F	p	t	p	F	p	t	p	F	p	t	p
X1	1565	0.216	0.631	0.530	22742	0.000	-2843	0.010	27853	0.000	-2744	0.012
X2	0.184	0.670	2089	0.041	16035	0.000	-2394	0.026	16514	0.000	-2039	0.054
X3	3637	0.062	2301	0.025	0.924	0.341	-2826	0.007	8282	0.006	-1354	0.187
X5	5614	0.021	2005	0.054	3447	0.070	-1627	0.110	3024	0.088	1294	0.202
X6	4775	0.033	-1617	0.112	15794	0.000	-2019	0.052	29617	0.000	-3096	0.005
X7	0.211	0.648	2790	0.007	12751	0.001	2438	0.022	12407	0.001	3991	0.000
X8	0.687	0.411	-0.911	0.366	5774	0.020	-1206	0.242	6581	0.013	-1245	0.228
X9	0.153	0.697	3309	0.002	0.446	0.507	4586	0.000	0.144	0.706	7166	0.000
X13	15191	0.000	3673	0.001	7749	0.008	-0.029	0.977	8771	0.005	3607	0.001
X19	0.121	0.729	-0.160	0.874	0.000	0.999	-0.271	0.788	0.106	0.746	-0.427	0.671
X21	7237	0.009	1199	0.238	5823	0.020	1006	0.327	6237	0.016	1024	0.318
X22	1463	0.231	0.830	0.410	1356	0.250	0.466	0.644	3729	0.059	1128	0.265

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV

Αποτελέσματα Πολυκριτήριας Ανάλυσης PROMETHEE II



ΠΙΝΑΚΑΣ 1 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (1999)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	31.39	64.26	8.32	1.45	5	1
ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	24.72	59.31	5.73	2.63	7	1
Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	21.47	54.02	5.06	3.85	8	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	23.18	65.55	-0.06	4.34	39	1
ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	18.81	42.65	3.95	5.13	21	1
ΟΛΙΒΑ ΑΕ	16.93	48.33	2.91	6.44	13	3
ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	15.47	50.30	2.19	7.77	16	3
ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	15.00	49.40	2.24	7.89	15	4
ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	14.16	44.56	2.09	9.08	15	2
ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	11.18	39.08	1.30	12.03	30	6
ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	11.83	42.15	1.36	12.27	23	7
ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	10.64	39.71	1.20	14.28	24	6
ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	8.44	31.82	0.60	15.42	27	6
ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	8.39	31.11	0.84	15.46	25	6
ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	7.79	33.65	0.19	17.47	29	8
ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	6.99	27.42	0.52	18.14	30	9
ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	6.73	29.28	-5.67	18.40	52	2
KMS BUILDINGS Α.Ε.	6.27	21.43	-2.29	18.57	41	6
ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	6.70	29.35	0.24	20.31	31	11
ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	6.41	26.70	0.40	20.40	28	13
ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	5.93	26.05	-0.20	21.40	32	13
ΚΕΜ Α.Ε.	5.07	25.43	-4.69	22.87	52	8
ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	5.03	26.75	-0.10	24.20	31	10
ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	3.75	22.59	-3.02	25.30	41	13
ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	3.32	22.17	-5.33	27.15	46	13
ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	2.77	19.42	-0.79	28.74	36	18
ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	4.02	29.39	-7.75	28.75	74	9
ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	1.70	16.79	-14.36	30.21	57	16
Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	1.39	16.27	-11.27	30.48	54	17
Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	0.34	15.26	-25.55	31.21	69	7
ΜΙΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	1.72	15.80	-2.00	31.62	41	22
ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	1.32	16.62	-2.58	33.34	45	18
ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	1.16	16.01	-5.03	33.52	46	19
ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	0.56	14.17	-6.51	34.27	47	22
D.S. STEEL ΑΕ	-0.44	11.14	-18.36	35.36	62	16
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	-0.12	11.35	-6.21	36.13	47	27
ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	0.13	12.07	-7.11	36.13	45	26
ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	-0.71	11.26	-17.26	37.53	61	21
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	-0.04	18.20	-13.39	37.71	65	19
BLOW PACK ΑΒΕΕ	-0.25	10.66	-5.46	37.83	48	26
KESS BY GATTOS Α.Ε.	-1.75	7.44	-24.76	38.44	68	14
ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	-0.74	11.38	-8.66	38.56	48	25
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	-1.88	4.15	-7.12	42.38	50	32
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	-3.03	9.37	-26.03	43.56	76	6
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	-2.76	3.88	-15.22	43.65	58	31
ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	-3.05	3.38	-17.37	44.86	62	31
NEXT Α.Ε.	-3.69	3.63	-19.37	48.05	65	31
ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	-4.15	-0.58	-16.00	48.33	58	40
ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	-4.44	-0.65	-20.86	49.75	66	37
ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	-4.12	6.79	-19.97	50.33	67	31
Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	-5.06	3.48	-23.29	52.95	69	33
DANCO ΑΕ	-5.74	-0.62	-26.13	53.21	70	42
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	-5.54	1.49	-20.17	53.45	68	34

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (1999)

(Συνέχεια Πίνακα)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	-5.88	-0.30	-29.05	54.17	75	36
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	-6.48	-1.34	-20.65	56.39	64	46
ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	-6.88	-0.68	-29.93	56.83	71	45
MENTIXΡΩΜ Α.Ε.	-6.57	-1.42	-25.29	57.73	72	44
PENTYΚΟΤ ΑΕ	-6.96	-0.96	-32.37	58.17	75	40
WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	-6.52	-1.44	-28.18	58.98	74	36
ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	-6.76	-1.36	-28.16	59.66	72	37
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	-7.35	-1.30	-25.30	59.68	70	50
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	-7.50	4.09	-36.68	60.70	79	29
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	-7.90	-1.59	-26.64	61.48	70	50
ΒΙΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	-7.91	-1.48	-30.25	61.63	72	51
"ΑΤΛΑΣ ΣΑΝ" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	-8.02	-0.96	-31.48	62.66	76	44
DATA PRINT ΑΕΒΕ	-7.54	3.60	-26.25	62.93	80	34
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	-8.53	-1.66	-30.16	64.46	75	52
CIBUS Α.Ε.	-9.14	-1.40	-33.77	65.82	75	49
METRAL ΑΕ	-8.90	-1.88	-29.38	66.54	74	52
ΝΕΟΚΕΜ Α.Ε.	-9.73	-2.24	-32.05	68.08	76	62
ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	-9.91	-1.18	-34.82	68.38	79	47
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	-10.34	-1.79	-35.99	69.36	77	58
ΕΠΚΟ Α.Ε.	-11.31	-2.01	-40.08	71.97	79	56
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	-12.42	-2.59	-40.93	74.03	78	64
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	-12.96	-2.95	-41.41	74.16	79	69
DILANI ΕΠΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	-12.47	-2.86	-41.24	74.44	80	48
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	-13.85	-2.97	-37.92	75.78	79	65
ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	-13.85	-3.03	-44.80	76.51	79	70
Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	-15.48	-3.51	-37.95	76.90	80	58
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	-22.04	-5.32	-51.59	79.93	80	78

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (2000)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	25.61	56.33	6.54	2.36	10	1
ΟΛΙΒΑ ΑΕ	22.11	47.22	6.04	3.08	14	1
ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	21.93	57.14	4.58	3.11	7	1
Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	18.47	53.79	3.40	5.31	9	1
ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	17.26	45.44	3.48	5.61	11	1
ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	16.40	37.50	3.63	5.93	32	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	16.56	57.33	2.25	6.12	19	1
ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	11.02	35.42	1.47	9.41	17	3
ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	11.00	37.30	1.30	9.65	14	4
ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	10.71	48.40	1.28	10.60	20	3
ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	9.43	27.21	-8.31	12.36	51	1
ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	8.46	36.57	0.82	13.85	23	7
ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	7.50	35.76	0.52	14.44	36	7
ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	7.20	34.72	0.43	15.26	23	4
ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	5.60	22.91	-1.72	16.79	40	6
ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	5.69	23.21	0.17	17.89	27	10
Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	5.51	25.93	0.18	19.73	31	10
ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	4.81	27.71	-2.76	21.02	46	11
ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	4.51	22.35	-0.19	21.25	29	11
D.S. STEEL ΑΕ	3.77	22.54	-0.23	23.02	36	11
ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	4.08	22.83	-0.68	23.11	37	12
ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	3.38	21.65	-3.55	24.31	44	10
ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	2.76	17.33	-7.18	25.21	48	9
DILANI ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	3.97	31.98	-10.37	25.47	61	5
ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	2.99	21.72	-6.95	25.96	52	11
CIBUS Α.Ε.	2.70	22.32	-1.36	26.74	43	13
ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	2.86	19.23	-0.53	27.03	40	15
ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	2.76	17.37	-0.50	27.67	34	16
KESS BY GATTOS Α.Ε.	2.28	22.49	-10.96	29.08	56	11
ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	1.81	17.14	-4.31	30.46	46	18
ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	1.47	14.46	-3.32	31.16	46	21
Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	0.83	14.92	-13.70	31.26	57	13
NEXT Α.Ε.	0.49	11.72	-17.62	32.48	64	8
Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	0.34	13.27	-10.02	34.36	54	18
ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	0.39	16.96	-5.66	35.78	51	17
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	-0.45	15.22	-23.79	35.80	69	11
ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	0.12	11.75	-8.29	36.92	56	21
ΚΕΜ Α.Ε.	-1.15	4.70	-6.38	40.11	52	28
ΕΛΛΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	-0.60	10.20	-6.99	40.20	52	24
ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	-1.31	7.58	-13.97	40.80	59	27
ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	-1.84	6.94	-16.39	41.74	63	25
WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	-1.13	14.41	-14.12	43.23	62	18
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	-1.73	14.17	-19.76	44.95	69	19
ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	-2.03	9.53	-16.75	45.08	64	26
Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	-3.11	9.44	-28.06	45.99	73	16
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	-2.58	2.83	-8.08	47.33	55	34
BLOW PACK ΑΒΕΕ	-2.36	7.49	-12.65	47.91	61	27
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	-3.14	2.74	-18.52	48.25	64	33
KMS BUILDINGS Α.Ε.	-3.41	-0.22	-14.82	48.73	61	36
ΝΕΟΚΕΜ Α.Ε.	-3.52	2.01	-22.76	49.82	72	33
DANCO ΑΕ	-3.41	0.76	-16.69	49.92	63	37
ΘΕΡΜΗ ΑΒΕΕ	-3.87	2.31	-22.47	51.36	72	29
ΓΙΑΜΟΥΡΙΑΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	-3.90	-0.67	-15.74	51.51	62	40

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (2000)

(Συνέχεια Πίνακα)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	-4.99	2.99	-28.98	52.77	76	24
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	-4.45	-0.34	-21.35	53.82	69	36
ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	-4.49	8.34	-24.80	56.11	75	28
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	-4.95	-1.12	-16.87	56.13	64	47
DATA PRINT ΑΕΒΕ	-6.13	1.50	-29.68	57.60	79	17
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	-4.99	5.22	-23.22	58.25	71	34
ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	-5.59	-1.22	-18.33	58.29	66	47
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	-5.53	-0.82	-24.57	58.55	72	45
ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	-5.77	0.56	-27.66	59.47	74	38
ΜΕΝΤΙΧΡΩΜ Α.Ε.	-5.84	-1.30	-20.99	59.89	69	47
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	-6.60	4.86	-28.23	60.89	80	13
"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	-6.42	-0.80	-26.49	61.49	71	43
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	-6.59	-1.44	-21.11	62.18	68	53
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	-7.76	-1.72	-25.43	65.97	72	61
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	-8.02	-1.51	-29.49	66.64	74	52
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	-8.14	-1.75	-26.25	67.04	73	61
METRAL ΑΕ	-7.97	-1.56	-30.25	67.72	80	40
ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	-9.21	9.87	-21.10	69.34	80	20
PENTYKOT ΑΕ	-8.80	-1.84	-30.12	69.36	75	55
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	-10.43	-2.03	-39.14	71.73	79	64
ΕΠΚΟ Α.Ε.	-11.52	-2.08	-39.65	72.94	80	61
ΒΙΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	-12.25	-2.66	-39.56	73.95	79	66
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	-12.31	-2.70	-36.93	74.37	78	68
ΠΠΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	-12.18	-2.60	-38.71	75.12	80	69
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	-14.34	-2.83	-44.42	77.13	80	74
ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	-15.11	-3.47	-41.01	77.71	80	65
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	-16.87	-3.89	-46.39	79.02	80	75

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (2001)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	19.35	50.65	3.82	3.15	9	1
ΟΛΙΒΑ ΑΕ	20.88	45.76	5.38	3.26	21	1
ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	19.74	45.00	4.47	4.07	29	1
ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	18.07	43.70	3.51	4.10	17	1
Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	14.69	47.52	2.33	7.01	14	1
ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	14.83	49.25	2.11	7.17	15	2
WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	13.60	44.13	2.23	7.45	21	1
MENTIXΡΩΜ Α.Ε.	11.02	34.92	-0.11	10.95	36	2
ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	9.83	26.07	0.83	11.16	28	3
ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	10.00	32.58	0.18	11.65	36	1
ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	9.46	30.48	1.12	11.90	34	1
ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	10.32	39.10	1.06	12.31	31	5
ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	10.30	49.30	0.95	13.35	23	1
ΚΕΜ Α.Ε.	8.49	29.49	0.31	14.12	29	4
ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	8.35	29.10	0.61	14.18	27	5
ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	6.31	23.78	0.18	18.25	27	10
ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	6.12	28.83	-0.02	18.92	34	5
ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	6.20	31.75	0.03	18.99	38	8
D.S. STEEL ΑΕ	5.43	28.01	-0.13	20.80	30	6
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	5.56	23.99	-0.11	20.98	33	9
Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	5.21	27.41	0.03	22.09	32	10
ΚΕΣΣ ΒΥ ΓΑΤΤΟΣ Α.Ε.	4.29	26.57	-10.33	23.33	60	9
ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	3.94	21.49	-4.82	24.19	49	12
ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	3.98	21.70	-10.81	24.40	60	6
NEXT Α.Ε.	3.10	16.27	-9.32	25.61	53	11
ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	3.08	21.20	-0.54	26.56	40	14
ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	3.12	18.62	-0.73	26.76	37	13
ΕΠΚΟ Α.Ε.	2.92	21.59	-11.39	26.94	55	13
ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	2.94	23.19	-0.66	27.25	35	12
ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	2.38	20.08	-1.42	28.51	38	17
ΚΕΦΑΛΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	3.99	39.54	-10.37	30.02	74	1
Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	0.37	12.37	-7.20	33.92	48	24
ΕΛΔΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	0.90	16.93	-3.62	33.94	48	18
ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	0.34	11.86	-7.98	34.21	50	23
ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	0.01	9.47	-6.34	34.76	49	27
ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	-0.67	9.41	-12.78	37.88	58	27
Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	-1.54	10.02	-19.45	39.21	68	23
ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	-0.56	13.62	-6.31	39.22	52	21
ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	-1.32	13.50	-11.65	41.74	64	21
ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	-2.05	2.70	-9.23	42.06	54	35
ΔΙΛΑΝΙ ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	-0.91	20.44	-17.13	42.24	68	14
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΔΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	-2.32	3.84	-14.59	43.13	61	30
Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	-2.64	6.20	-18.19	44.51	68	28
ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	-3.00	1.67	-14.99	46.66	64	34
ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	-3.12	0.32	-10.53	47.77	58	37
DATA PRINT ΑΕΒΕ	-3.18	4.74	-21.27	48.04	72	23
BLOW PACK ΑΒΕΕ	-3.04	2.95	-10.37	48.06	61	33
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	-3.77	4.18	-26.32	48.80	74	20
ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	-3.82	3.47	-23.16	49.28	74	30
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	-3.63	5.36	-24.21	49.52	72	31
KMS BUILDINGS Α.Ε.	-3.69	0.16	-17.51	49.85	67	37
ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	-3.61	3.41	-13.07	51.50	65	32
DANCO ΑΕ	-4.16	-0.79	-13.90	52.38	63	44

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (2001)

(Συνέχεια Πίνακα)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	-4.35	2.58	-25.90	52.56	74	33
CIBUS Α.Ε.	-4.33	-0.65	-16.23	53.15	66	40
PENTYKOT ΑΕ	-4.23	-0.11	-13.81	54.38	66	38
ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	-3.78	10.62	-19.12	54.49	72	23
ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	-4.91	-1.08	-16.62	56.95	66	48
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	-4.81	-0.97	-19.17	57.11	72	43
ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	-5.20	-0.62	-23.72	57.95	74	40
ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	-5.11	-0.80	-21.76	57.97	74	44
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	-5.05	-1.22	-17.50	58.42	69	47
ΝΕΟΚΕΜ Α.Ε.	-5.99	-1.31	-25.02	62.07	74	45
ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΫΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	-6.11	-1.43	-20.03	63.15	71	50
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	-6.19	1.96	-23.34	64.06	74	35
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	-6.31	-1.12	-24.77	64.21	74	49
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	-6.19	4.00	-26.88	64.62	76	30
ΒΠΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	-6.60	-1.46	-22.12	64.66	73	57
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	-7.11	-1.59	-22.33	67.69	73	58
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	-7.20	-1.58	-23.71	67.75	75	61
"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	-8.12	-1.53	-30.62	68.90	76	54
ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	-9.74	0.53	-34.09	69.28	80	36
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	-10.09	0.68	-33.23	70.42	80	35
METRAL ΑΕ	-9.12	-2.14	-31.45	72.29	77	52
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	-10.38	-2.18	-33.59	73.53	77	68
ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	-10.59	-2.34	-32.77	74.14	78	65
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	-14.82	-3.38	-42.20	76.72	78	73
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	-14.57	-3.17	-45.79	76.79	79	74
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	-19.57	-4.79	-49.73	78.75	80	76
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	-21.67	-5.01	-52.46	79.82	80	78

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (2002)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΕΠΚΟ Α.Ε.	22.92	52.43	6.09	2.09	8	1
ΟΛΙΒΑ ΑΕ	22.96	52.28	5.91	2.35	5	1
ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	20.62	56.88	4.19	3.23	7	1
ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	17.55	43.10	2.68	5.44	27	1
ΕΡΓΟΜΠΙΕΤΟΝ Α.Ε.	13.96	42.61	1.96	6.37	14	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	14.17	46.15	2.00	6.40	27	1
ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	12.76	41.10	2.08	7.32	20	4
Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	11.53	43.59	1.31	8.70	15	1
ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	10.78	39.40	1.36	10.17	24	5
ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	10.18	35.26	1.28	10.45	24	4
ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	9.42	39.28	0.86	12.52	21	5
ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	7.72	22.94	0.70	12.94	23	4
ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	7.86	31.54	-0.01	13.63	25	5
ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	7.60	32.87	0.54	14.09	23	4
Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	8.23	36.34	0.61	15.31	28	5
Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	5.38	27.02	-0.30	18.00	35	6
ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	4.61	22.70	-0.36	20.98	42	13
ΚΕΜ Α.Ε.	3.57	17.59	-1.48	22.84	44	13
D.S. STEEL ΑΕ	3.30	19.92	-0.40	22.99	36	11
ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	2.55	18.10	-6.91	24.35	51	8
ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	3.22	19.37	-0.47	24.68	35	12
ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	2.88	17.44	-0.79	24.82	36	16
Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	2.85	17.11	-3.57	25.05	44	12
ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	2.83	18.51	-1.73	25.15	37	12
ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	2.55	14.39	-10.64	25.18	60	5
KESS BY GATTOS Α.Ε.	2.82	21.16	-4.05	25.63	46	11
MENTIXPOM Α.Ε.	1.93	13.43	-24.05	25.80	73	6
ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	2.14	13.50	-15.35	26.20	68	7
ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	2.33	18.22	-1.37	27.04	44	15
NEXT Α.Ε.	1.01	13.79	-3.83	30.42	43	17
ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	1.38	14.53	-1.52	30.69	38	18
BLOW PACK ΑΒΕΕ	0.53	12.49	-2.27	33.16	45	22
ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	0.52	19.55	-10.04	35.05	65	16
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	-0.87	10.92	-21.67	37.65	71	18
ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	-0.81	7.76	-6.45	37.99	51	27
ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	-1.18	9.17	-18.09	39.73	67	22
ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	-1.44	8.91	-23.84	39.79	74	17
ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	-0.94	13.80	-13.29	40.02	66	18
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	-1.11	6.31	-5.64	40.04	50	23
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	-1.67	3.59	-10.48	41.39	57	30
ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	-1.23	11.67	-7.83	42.28	56	17
ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	-2.00	2.71	-12.49	43.31	61	32
ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	-1.55	7.12	-7.27	43.57	54	22
Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	-2.42	4.60	-15.92	45.82	67	28
ΝΕΟΚΕΜ Α.Ε.	-2.07	10.53	-10.03	46.31	64	25
METRAL ΑΕ	-2.90	3.69	-26.57	46.32	76	16
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	-2.55	-0.60	-6.94	47.29	53	39
ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	-3.12	-0.32	-14.71	48.98	64	37
PENTYKOT ΑΕ	-2.90	4.18	-14.57	49.76	67	31
DATA PRINT ΑΕΒΕ	-2.87	9.60	-15.62	49.96	74	21
KMS BUILDINGS Α.Ε.	-3.33	-0.44	-16.63	50.33	70	39
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	-3.45	0.56	-19.14	52.32	72	35
DILANI ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΙΑ ΑΕ	-3.09	5.77	-20.44	52.65	72	26

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 - Μέσος Όρος, Μέγιστο και Ελάχιστο Συνολικών Ροών και Κατάταξης PROMETHEE II (2002)

(Συνέχεια Πίνακα)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	Μ.Ο. ΡΟΕΣ	MAX ΡΟΕΣ	MIN ΡΟΕΣ	Μ.Ο. ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ	MAX ΚΑΤΑΤΑΞΗ	MIN ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	-3.65	-0.79	-12.20	53.01	63	44
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	-3.38	5.10	-22.31	53.45	76	25
ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	-3.00	10.44	-15.93	53.52	74	25
ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	-3.82	-0.22	-21.40	53.74	76	31
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	-4.93	3.34	-33.67	54.09	79	22
ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	-3.86	2.62	-14.55	56.46	67	37
DANCO ΑΕ	-4.39	-0.89	-15.87	56.59	65	48
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	-4.24	-0.89	-13.39	56.98	66	48
"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	-4.75	-0.76	-21.65	57.53	73	37
CIBUS Α.Ε.	-4.66	-0.98	-14.60	58.61	69	46
ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	-5.34	-0.70	-24.36	61.67	74	42
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	-5.14	-1.05	-18.33	61.91	69	50
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	-5.66	-0.92	-23.26	63.56	77	35
ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	-5.58	-1.07	-21.66	63.60	74	50
ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	-5.61	-1.10	-20.23	65.26	77	35
ΒΗΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	-6.24	-1.28	-21.20	66.33	73	59
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	-6.67	-1.22	-28.93	67.54	75	52
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	-6.50	-1.32	-22.02	67.82	75	62
WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	-6.82	-1.35	-24.04	69.72	75	60
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	-7.24	-1.44	-27.21	69.88	76	56
ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	-7.01	-1.37	-25.22	70.78	76	51
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	-9.77	-1.97	-33.61	75.20	77	69
ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	-10.12	-2.02	-31.70	75.33	78	64
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	-10.60	-2.24	-37.47	75.96	78	71
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	-12.55	-2.58	-40.02	78.00	79	77
ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	-18.31	-4.85	-44.22	78.92	79	76
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPOFIL	-33.29	-10.96	-63.26	80.00	80	80

Χρηματοοικονομική Ανάλυση Συμπεριφοράς Μεταποιητικών ΜΜΕ στην Ελλάδα

ΠΙΝΑΚΑΣ 5 - Μέσοι Όροι Κατάταξης Επιχειρήσεων 1999 - 2002

1999		2000		2001		2002	
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ
ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ ΑΕ	1.45	ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	2.36	ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	3.15	ΕΠΚΟ Α.Ε.	2.09
ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	2.63	ΟΛΙΒΑ ΑΕ	3.08	ΟΛΙΒΑ ΑΕ	3.26	ΟΛΙΒΑ ΑΕ	2.35
Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	3.85	ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	3.11	ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	4.07	ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	3.23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	4.34	Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	5.31	ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	4.10	ΓΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	5.44
ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	5.13	ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	5.61	Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	7.01	ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	6.37
ΟΛΙΒΑ ΑΕ	6.44	ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	5.93	ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	7.17	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	6.40
ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ ΑΕ	7.77	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	6.12	WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	7.45	ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	7.32
ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	7.89	ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	9.41	ΜΕΝΤΙΧΡΩΜ Α.Ε.	10.95	Ε. ΣΤΑΘΑΤΟΣ ΑΕΒΕ	8.70
ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	9.08	ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	9.65	ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	11.16	ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	10.17
ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	12.03	ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	10.60	ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	11.65	ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	10.45
ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	12.27	ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	12.36	ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	11.90	ΛΑΖ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.	12.52
ΓΛΑΡΟΣ Β. ΡΟΚΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Β. & Ε.Ε.	14.28	ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	13.85	ΚΙΒΩΠΛΑΣΤ Α.Β.Ε.Ε.	12.31	ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	12.94
ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	15.42	ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	14.44	ΑΦΟΙ ΜΑΤΗ Α.Ε.	13.35	ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	13.63
ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	15.46	ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	15.26	ΚΕΜ Α.Ε.	14.12	ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	14.09
ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	17.47	ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	16.79	ΕΡΓΟΜΠΕΤΟΝ Α.Ε.	14.18	Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	15.31
ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	18.14	ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	17.89	ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	18.25	Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	18.00
ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	18.40	Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	19.73	ΣΟΥΛΗΣ - ΚΙΟΥΝΙΣ ΑΒΕΕ	18.92	ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΛΩΤΗΡΕΣ Α.Ε.	20.98
KMS BUILDINGS Α.Ε.	18.57	ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	21.02	ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	18.99	ΚΕΜ Α.Ε.	22.84
ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	20.31	ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	21.25	D.S. STEEL ΑΕ	20.80	D.S. STEEL ΑΕ	22.99
ΠΡΑΞΙΤΕΛΗΣ Α.Ε.	20.40	D.S. STEEL ΑΕ	23.02	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	20.98	ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	24.35
ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	21.40	ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	23.11	Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	22.09	ΣΙ ΜΠΙ ΕΣ Α.Ε.	24.68
ΚΕΜ Α.Ε.	22.87	ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	24.31	ΚΕSS BY GATTOS Α.Ε.	23.33	ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	24.82
ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	24.20	ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	25.21	ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	24.19	Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	25.05
ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	25.30	ΔΙΛΑΝΙ ΕΠΙΠΛΟΙΟΠΙΑ ΑΕ	25.47	ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	24.40	ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	25.15
ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	27.15	ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	25.96	NEXT Α.Ε.	25.61	ΓΙΑΝΝΕΤΑΣ Μ. Α.Ε.	25.18
ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	28.74	CIBUS Α.Ε.	26.74	ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	26.56	ΚΕSS BY GATTOS Α.Ε.	25.63
ΑΦΟΙ Μ.ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΒΕΕ	28.75	ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	27.03	ΚΑΛΩΔΙΑ ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	26.76	ΜΕΝΤΙΧΡΩΜ Α.Ε.	25.80
ΒΕΤΟΜΙΧ Α.Ε.	30.21	ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	27.67	ΕΠΚΟ Α.Ε.	26.94	ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	26.20
Β. ΜΥΤΙΑΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	30.48	ΚΕSS BY GATTOS Α.Ε.	29.08	ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	27.25	ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	27.04
Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	31.21	ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	30.46	ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	28.51	NEXT Α.Ε.	30.42
ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	31.62	ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	31.16	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΑΕ	30.02	ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	30.69
ΕΛΛΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	33.34	Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	31.26	Β. ΜΥΤΙΑΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	33.92	BLOW PACK ΑΒΕΕ	33.16
ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	33.52	NEXT Α.Ε.	32.48	ΕΛΛΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	33.94	ΚΟΥΒΑΛΙΑΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ Α.Ε.	35.05
ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	34.27	Β. ΜΥΤΙΑΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	34.36	ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	34.21	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	37.65
D.S. STEEL ΑΕ	35.36	ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	35.78	ΝΟΒΑΚΝΙΤ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	34.76	ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	37.99
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	36.13	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	35.80	ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	37.88	ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	39.73
ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	36.13	ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	36.92	Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	39.21	ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	39.79
ΜΕΤΑΛΛΟΤΕΧΝΙΚΗ Ι. ΤΡΑΧΑΝΑΣ Α.Ε.Β.Ε.	37.53	ΚΕΜ Α.Ε.	40.11	ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	39.22	ΜΟΝΩΤΕΞ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	40.02
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	37.71	ΕΛΛΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	40.20	ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	41.74	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	40.04
BLOW PACK ΑΒΕΕ	37.83	ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	40.80	ΓΙΑΜΟΥΡΙΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	42.06	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΛΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	41.39
ΚΕSS BY GATTOS Α.Ε.	38.44	ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	41.74	ΔΙΛΑΝΙ ΕΠΙΠΛΟΙΟΠΙΑ ΑΕ	42.24	ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	42.28

Χρηματοοικονομική Ανάλυση Συμπεριφοράς Μεταποιητικών ΜΜΕ στην Ελλάδα

1999	
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ
ΤΕΜΜΑ Α.Ε.	38.56
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	42.38
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	43.56
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	43.65
ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΜΠΑΣΣΗ ΑΕ	44.86
NEXT Α.Ε.	48.05
ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	48.33
ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	49.75
ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	50.33
Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	52.95
DANCO ΑΕ	53.21
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	53.45
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	54.17
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	56.39
ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	56.83
ΜΕΝΤΙΧΡΩΜ Α.Ε.	57.73
PENTYKOT ΑΕ	58.17
WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	58.98
ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	59.66
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	59.68
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	60.70
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	61.48
ΒΗΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	61.63
"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	62.66
DATA PRINT ΑΕΒΕ	62.93
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	64.46
CIBUS Α.Ε.	65.82
METRAL ΑΕ	66.54
NEOKEM Α.Ε.	68.08
ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	68.38
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	69.36
ΕΠΙΚΟ Α.Ε.	71.97
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	74.03
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	74.16
DILANI ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	74.44
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	75.78
ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	76.51
Κ. ΑΝΤΩΝΙΟΥ & ΣΙΑ Α.Ε.	76.90
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	79.93

2000	
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ
WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	43.23
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	44.95
ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	45.08
Α. ΕΥΑΓΓΕΛΙΔΗΣ Α.Ε.	45.99
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	47.33
BLOW PACK ΑΒΕΕ	47.91
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	48.25
KMS BUILDINGS Α.Ε.	48.73
NEOKEM Α.Ε.	49.82
DANCO ΑΕ	49.92
ΘΕΡΜΗΛ ΑΒΕΕ	51.36
ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	51.51
ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	52.77
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	53.82
ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	56.11
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	56.13
DATA PRINT ΑΕΒΕ	57.60
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	58.25
ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	58.29
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	58.55
BETOMIX Α.Ε.	59.47
ΜΕΝΤΙΧΡΩΜ Α.Ε.	59.89
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	60.89
"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	61.49
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	62.18
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	65.97
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	66.64
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	67.04
METRAL ΑΕ	67.72
ΒΕΞ ΔΡΑΜΑΣ ΑΕ	69.34
PENTYKOT ΑΕ	69.36
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	71.73
ΕΠΙΚΟ Α.Ε.	72.94
ΒΗΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	73.95
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	74.37
ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	75.12
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	77.13
ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	77.71
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	79.02

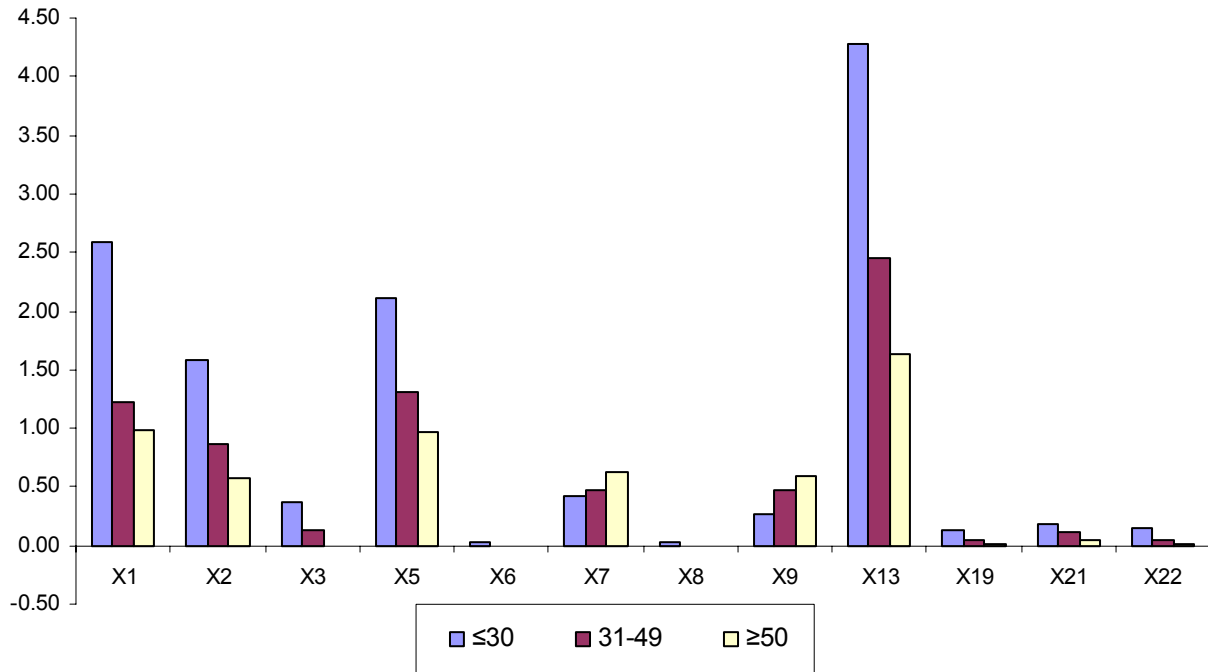
2001	
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	43.13
Θ. ΚΥΡΙΑΖΑΚΟΣ ΑΕ	44.51
ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	46.66
ΔΙΑΠΟΡΙ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	47.77
DATA PRINT ΑΕΒΕ	48.04
BLOW PACK ΑΒΕΕ	48.06
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	48.80
ΓΚΕΚΑΣ Γ. Α.Β.Ε.Ε.	49.28
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ Α.Ε.Β.Ε.	49.52
KMS BUILDINGS Α.Ε.	49.85
ΜΕΓΑ ΠΑΚ Α.Ε.	51.50
DANCO ΑΕ	52.38
ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	52.56
CIBUS Α.Ε.	53.15
PENTYKOT ΑΕ	54.38
ΜΟΝΩΤΕΖ - ΑΦΟΙ Δ. ΒΑΛΑΜΟΝΤΕ Α.Ε.	54.49
ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	56.95
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	57.11
ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	57.95
ΣΙ ΜΠ ΕΣ Α.Ε.	57.97
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	58.42
NEOKEM Α.Ε.	62.07
ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	63.15
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	64.06
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	64.21
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	64.62
ΒΗΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	64.66
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	67.69
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	67.75
"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	68.90
ΘΡΑΚΩΝ ΚΟΝΙΑΜΑΤΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	69.28
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	70.42
METRAL ΑΕ	72.29
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	73.53
ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	74.14
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	76.72
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	76.79
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	78.75
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	79.82

2002	
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	Μ.Ο. ΚΑΤ
ΑΦΟΙ Δ. ΦΑΚΑ "ΣΕΛΙ" Α.Ε.Β.Ε.	43.31
ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ	43.57
Β. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε.	45.82
NEOKEM Α.Ε.	46.31
METRAL ΑΕ	46.32
Α. ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Β.Ε.Ε.	47.29
ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΑ ΑΦΩΝ ΜΠΑΤΣΑΚΗ ΑΕ	48.98
PENTYKOT ΑΕ	49.76
DATA PRINT ΑΕΒΕ	49.96
KMS BUILDINGS Α.Ε.	50.33
ΧΡΗΣΤΟΣ ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	52.32
DILANI ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΑ ΑΕ	52.65
ΜΠΕΛΟΝΙ ΑΕ	53.01
ΚΟΥΡΤΑΛΙΔΗΣ ΑΕΒΕ	53.45
ΑΘΛΗΜΑ ΑΕΒΕ	53.52
ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΑΦΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ ΑΕ	53.74
ΒΙΟΠΛΑΣΤ ΑΒΕΕ	54.09
ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΕΕ	56.46
DANCO ΑΕ	56.59
ΛΑΤΟΜΕΙΑ ΚΑΜΠΗΣ Α.Ε.	56.98
"ΑΤΛΑΣ CAN" ΑΦΟΙ Ι. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΑΕ	57.53
CIBUS Α.Ε.	58.61
ΔΙΑΣΤΑΣΗ Α.Β.Ε.Ε.	61.67
ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΠΑΤΡΩΝ Α.Ε.	61.91
Α. ΤΡΙΧΑΚΗΣ ΚΥΒΟΣ ΑΕ	63.56
ΓΙΑΜΟΥΡΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	63.60
BETOMIX Α.Ε.	65.26
ΒΗΠΑ Α.Β.Ε.Ε.	66.33
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΜΑΡΤΙΝΟΥ ΑΕ	67.54
ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΓΙΑ Α.Ε.	67.82
WATERCRAFT ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	69.72
Ι. ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ - Χ. ΚΑΡΑΛΗΣ ΑΒΕΕ	69.88
ΠΡΟΒΙΜΙ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	70.78
ΣΤΟΚΑΣ ΑΕ	75.20
ΠΙΤΤΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	75.33
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	75.96
Ε.Π.Α.Κ.Α. ΑΕ	78.00
ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	78.92
Δ. ΛΟΥΠΑΣ Α.Ε. EXPROFIL	80.00

ΠΙΝΑΚΑΣ 6 - Επιχειρήσεις ανά Ομάδα Μ.Ο. Κατάταξης και Κλάδο Δραστηριότητας

ΚΛΑΔΟΣ	1999					2000					2001					2002					ΣΥΝΟΛΟ
	≤15	≤30	31-49	≥50	≥65	≤15	≤30	31-49	≥50	≥65	≤15	≤30	31-49	≥50	≥65	≤15	≤30	31-49	≥50	≥65	
Είδη διατροφής	3	5	3	4	1	4	6	3	3	2	4	4	4	4	1	3	4	2	6	3	12
Αγροτικά προϊόντα			2	3	1		1	2	2	2			3	2	2			3	2	2	5
Ποτά			1	1	1			1	1	1		2				1	2				2
Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα	1	2		2	1		1	2	1	1		1		3	1	1	1	1	2	2	4
Λευκά είδη, είδη από ύφασμα		1					1					1				1	1				1
Ενδύματα, εσώρουχα, αξεσουάρ		3	3	2		1	4	1	3	1		3	2	3			2	4	2		8
Υποδήματα				1	1				1	1				1	1			1			1
Ξύλο, φελλός		1	1						2	1		1	1			1	1		1		2
Έπιπλα		1	1	1	1		2	1				1	2			1	1	1	1		3
Χαρτί και προϊόντα				2	1			1	1	1			1	1					2	1	2
Εφημερίδες, περιοδικά	1	1	1			1	1		1				1	1		1	1		1		2
Εκδόσεις, εκτυπώσεις, γραφικές τέχνες	1	2	2	1		1	2	2	1		1	2	2	1		1	2	2	1		5
Ελαστικό, πλαστικά	1	1	1	2	1	1	1	1	2		1	1	1	2	1	1	1	2	1		4
Χημικά, αέρια, χρώματα και εκρηκτικά				2	2			1	1	1				2	1			1	1	1	2
Φάρμακα, καλλυντικά, απορρυπαντικά				1					1		1	1					1				1
Προϊόντα μη μεταλλικών ορυκτών	1	2	1	4	2	1	3		4	2	2	3	1	3	3	1	3		4	2	7
Μεταλλικά προϊόντα και κατασκευές		2	3	2	1		2	3	2	1	2	4	1	2	2		3	2	2		7
Μηχανήματα		1		2				2	1				1	2			1	1	1		3
Ηλεκτρολογικός εξοπλισμός	1	2				1	2				1	2				1	2				2
Ηλεκτρικές συσκευές, φωτιστικά			2					1	1				1	1			1		1		2
Μεταφορικά μέσα				1				1			1	1							1	1	1
Διάφορα βιομηχανικά προϊόντα	3	3	1			3	3		1		2	3		1		1	2	1	1	1	4
ΣΥΝΟΛΟ	12	27	22	31	13	13	29	22	29	14	15	30	21	29	12	14	29	21	30	13	80

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 - Διάμεσοι Δεικτών Επιχειρήσεων ανάλογα με την Κατάταξη PROMETHEE II (1999)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 - Διάμεσοι Δεικτών Επιχειρήσεων ανάλογα με την Κατάταξη PROMETHEE II (2000)

