

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ – ΠΟΤΩΝ

1.1 Στατιστική ταξινόμηση της βιομηχανίας τροφίμων - ποτών¹

Η ελληνική βιομηχανία τροφίμων, διανύοντας μια δεκαετία ωριμότητας και προγραμματισμού, κατάφερε να θεωρείται σήμερα ο πιο δυναμικά αναπτυσσόμενος κλάδος για την Ελληνική οικονομία. Οι επιχειρήσεις τροφίμων έδωσαν προτεραιότητα στο μηχανολογικό εξοπλισμό, στην υποδομή και στη βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών. Κατάφεραν να εκμεταλλευτούν τις συγκυρίες (εμπόλεμη κατάσταση στην πρώην Γιουγκοσλαβία, διαμελισμός της Σοβιετικής Ένωσης σε επιμέρους κράτη) και να επιτύχουν στρατηγικής σημασίας εξαγωγές, στη βαλκανική χερσόνησο και στις χώρες της παρευξείνιας ζώνης. Το 1998 η βιομηχανία τροφίμων οδήγησε την κούρσα των κερδών στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Οι Έλληνες επενδυτές εμπιστεύθηκαν την πορεία και τις επεκτατικές κινήσεις των επιχειρήσεων τροφίμων, με αποτέλεσμα οι αυξήσεις τιμών πολλών μετοχών της εν λόγω βιομηχανίας να φθάσει το 100% και σε κάποιες περιπτώσεις να αγγίξει αύξηση της τάξεως του 200%.

Όσον αφορά τον κλάδο των ποτών μπορεί ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής του να υποχωρεί, οι επιχειρήσεις όμως που δραστηριοποιούνται στο χώρο βλέπουν τις πωλήσεις και τα κέρδη τους να σημειώνουν σημαντική αύξηση κάθε χρόνο. Η βιομηχανία των ποτών ακολουθεί ανοδική πορεία την τελευταία δεκαετία, με αποτέλεσμα να δημιουργήσει επιχειρήσεις - κολοσσούς που συνεχίζουν την ανοδική τους πορεία στις ξένες αγορές.

Οι βιομηχανίες τροφίμων και ποτών² υπάγονται αντίστοιχα στη διψήφια κλαδική υποδιαίρεση 20 και 21 του τομέα της μεταποίησης, σύμφωνα με τη στατιστική ταξινόμηση της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος (ΕΣΥΕ). Οι δύο αυτοί κλάδοι υποδιαίρονται σε 13 τριψήφιους υποκλάδους (9 τροφίμων και 4 ποτών) και 47 τετραψήφιους (42 τροφίμων και 5 ποτών). Συγκεκριμένα:

- α) Οι **βιομηχανίες τροφίμων** χωρίζονται σε:
- i) Σφαγή ζώων και συντήρηση κρέατος
 - ii) Βιομηχανία γάλακτος
 - iii) Συντήρηση φρούτων, λαχανικών, ελιών, ψαριών και θαλασσινών
 - ii) Επεξεργασία φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών
 - v) Επεξεργασία δημητριακών και οσπρίων
 - iv) Αρτοποιία και ζαχαροπλαστική

¹ περιοδικό " Τουρισμός και Οικονομία ", 1999

² Καζάκος – Ιωάννου, 1990

- vii) Παραγωγή ζάχαρης
- viii) Παρασκευή σοκολάτας και ζαχαρωδών
- ix) ' Άλλες βιομηχανίες τροφίμων

β) Οι **βιομηχανίες ποτών** χωρίζονται σε:

- i) Παραγωγή αλκοόλης και αλκοολούχων ποτών
- ii) Παραγωγή κρασιού
- iii) Παραγωγή βύνης και μπίρας
- iv) Παραγωγή μη αλκοολούχων ποτών και εμφιάλωση μεταλλικού νερού

Επιπρόσθετα, οι βιομηχανίες τροφίμων και ποτών διακρίνονται ανάλογα και με τη σχέση τους με τον πρωτογενή τομέα παραγωγής σε:

i) Πρωτογενούς μεταποίησης, όταν επεξεργάζονται σε πρώτη φάση νωπό αγροτικό προϊόν για την παραγωγή προϊόντων που μπορούν να διατεθούν είτε άμεσα στον τελικό καταναλωτή (π.χ. γάλα, τυρί, χυμοί, αλεύρι, λάδι, κρασί κλπ.) είτε σε άλλες βιομηχανίες ως πρώτη ύλη για την παραγωγή περισσότερο σύνθετων προϊόντων (π.χ. αλεύρια και λάδια διαφόρων ειδών, ζάχαρη, τοματοπολτός κλπ.).

ii) Δευτερογενούς μεταποίησης, όταν επεξεργάζονται σε δεύτερη φάση πρώτες ύλες από αγροτικά προϊόντα (π.χ. μονάδες παραγωγής μαγειρικού λίπους, ειδών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής, μακαρονιών, σοκολάτας, μπίρας κλπ.).

1.2 Χαρακτηριστικά του κλάδου ειδών διατροφής κατά τα μέσα της δεκαετίας του 1990³

Ο κλάδος ειδών διατροφής διατήρησε σταθερά το χαρακτηρισμό του πλέον δυναμικού κλάδου στο πρώτο μισό της δεκαετίας του 1990, αφού συμμετείχε κατά 20% στη συνολική Ακαθάριστη Αξία Παραγωγής, 20% στις εξαγωγές, 23% στις πωλήσεις και 27% στα κέρδη του συνόλου της μεταποίησης (1994).

Αναδείχθηκε ο πλέον κερδοφόρος κλάδος με τις περισσότερες πωλήσεις, πρώτος σε επενδυτική πρωτοβουλία, ενώ διατήρησε τα πρωτεία στον τομέα των συγχωνεύσεων και εξαγορών.

Η προηγμένη τεχνογνωσία και τεχνολογία του κλάδου του επέτρεψε να παράγει ποιοτικά ανώτερα προϊόντα για αγορές που γίνονται ολοένα και πιο απαιτητικές. Παράλληλα το άνοιγμα των αγορών της Βαλκανικής και της Ανατολικής Ευρώπης έδωσε νέες διεξόδους για αύξηση των εξαγωγών.

Με βάση τα στοιχεία της ΕΣΥΕ για μονάδες με απασχόληση από 10 άτομα και πάνω, ο

³ Μπογιατζή – Μπρίνιας, 1996

κλάδος ειδών διατροφής κατατάχθηκε πρώτος με βάση τον αριθμό των καταστημάτων και των απασχολούμενων. Επίσης, κατείχε την πρώτη θέση μεταξύ των κλάδων της βιομηχανίας όσον αφορά την ακαθάριστη αξία παραγωγής και την προστιθέμενη αξία.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Απογραφής Βιομηχανίας της ΕΣΥΕ για το 1988, οι μονάδες του κλάδου ειδών διατροφής χαρακτηρίζονταν από μικρο-μεσαίο μέγεθος, ενώ οι μονάδες με περισσότερα από 10 άτομα παρότι αντιπροσώπευαν μικρό ποσοστό του συνολικού αριθμού, συγκέντρωναν το 40% περίπου των απασχολούμενων. Κατά τα μέσα της δεκαετίας του 1990 επικράτησε η τάση της δημιουργίας μεγαλύτερων μονάδων παραγωγής.

Ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής του κλάδου σημείωσε το 1994 μικρή υποχώρηση κατά 1.1% όση δηλαδή είχε καταγραφεί και το 1993. Η εξέλιξη αυτή θεωρείται μάλλον φυσιολογική μετά τα υψηλά επίπεδα που είχε ανέλθει η παραγωγή της βιομηχανίας τροφίμων κατά τη διετία 1991-92. Η μικρή πάντως υποχώρηση του δείκτη δεν φαίνεται να επηρέασε τις πωλήσεις που πραγματοποιήσαν κατά τη διάρκεια του 1994 οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Πολύ περισσότερο δε την κερδοφορία τους.

Ο κλάδος τροφίμων στην Ευρωπαϊκή Ένωση είχε επηρεαστεί, από τη διεθνή ύφεση. Συγκρίνοντας, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, τις τάσεις της βιομηχανικής παραγωγής ως σύνολο και της παραγωγής του κλάδου τροφίμων, διαπιστώνεται η χαρακτηριστική αντικυκλική συμπεριφορά του κλάδου τροφίμων.

Η ευρωπαϊκή αγορά εξακολούθησε να χαρακτηρίζεται από τις διαφορετικές καταναλωτικές συνήθειες των διαφόρων περιοχών της αν και υπήρξαν ορισμένες κοινές τάσεις. Αξιοσημείωτη ήταν η στροφή των καταναλωτών προς τα βιομηχανοποιημένα προϊόντα, προς τα προϊόντα γρήγορης παρασκευής, τα προϊόντα snacks, ενώ αυξανόμενο ήταν το ενδιαφέρον τους για τα θέματα που συνδέονται με τη θρεπτική αξία των τροφίμων, με την υγεία καθώς και με το περιβάλλον.

Το ανταγωνιστικό περιβάλλον κυριαρχήθηκε όλο και περισσότερο από ένα μικρό αριθμό πολυεθνικών εταιρειών. Πάντως, σε πολλά τμήματα της αγοράς, η παραγωγή και η διανομή γινόταν ακόμη σε εθνικό επίπεδο μόνο, ενώ ταυτόχρονα ο βαθμός συγκέντρωσης στη βιομηχανία και στο εμπόριο διαφοροποιούνταν από χώρα σε χώρα. Οι συγχωνεύσεις και εξαγορές που πραγματοποιήθηκαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση στη δεκαετία του 1980, άλλαξαν ριζικά το προφίλ των εταιρειών και τη δομή του κλάδου.

Η αυξανόμενη σημασία των βιομηχανοποιημένων προϊόντων στη διατροφή των Ευρωπαίων καταναλωτών αντικατοπτρίζει τη δυναμικότητα αυτής της βιομηχανίας.

Το εμπόριο τροφίμων εντός και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, αν και αυξανόμενο, δεν ήταν σημαντικός δείκτης γεωγραφικής εξειδίκευσης δεδομένου ότι υπήρχαν μεγάλες διαφορές στις διαιτητικές συνήθειες και προτιμήσεις σε επίπεδο περιοχών. Πάντως, η αναλογία των εξαγωγών στην Ευρωπαϊκή Ένωση σε σχέση με την παραγωγή αυξήθηκε ειδικά σε ορισμένα τμήματα της αγοράς όπως για παράδειγμα στα ζυμαρικά και στα μεταποιημένα προϊόντα τομάτας.

Η αυξανόμενη διαπραγματευτική δύναμη των μεγάλων εταιρειών διανομής είναι το κυριότερο χαρακτηριστικό του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος που αντιμετώπισαν οι εταιρείες του κλάδου στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις του κλάδου είχαν να αντιμετωπίσουν ολοένα και περισσότερο την εμπορική δύναμη της οργανωμένης διανομής (supermarkets) καθώς και τον ανταγωνισμό από τις μεγάλες εταιρείες του κλάδου. Οι στρατηγικές επιλογές που υπήρξαν για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις περιορίζονταν ή στο να επικρατήσουν σ' ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς ή στο να γίνουν προμηθευτές μη επώνυμων προϊόντων στα κανάλια διανομής.

Το μέλλον πολλών ευρωπαϊκών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων εξαρτήθηκε από το αποτέλεσμα των διαπραγματεύσεων στα πλαίσια της GATT καθώς και από τις επιπτώσεις των εξελίξεων στα πλαίσια της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής σε ότι αφορά τις τιμές και τη διαθεσιμότητα των γεωργικών πρώτων υλών.

Σημειώνεται ότι στον κλάδο τροφίμων το 1994 συγκεντρώθηκαν 23 από τις 100 μεγαλύτερες κερδοφόρες βιομηχανίες, τα κέρδη των οποίων συμμετείχαν κατά 20.4% στη διαμόρφωση των καθαρών κερδών των 100 μεγαλύτερων κερδοφόρων βιομηχανικών εταιρειών.

Σημαντικές ήταν οι εξαγωγικές προσπάθειες των εγχώριων εταιρειών του κλάδου με επώνυμα προϊόντα τα οποία κατείχαν ικανοποιητική θέση στις απαιτητικές αγορές του εξωτερικού. Δεν πρέπει όμως να παραβλεφθεί ότι οι εισαγωγές στην εγχώρια αγορά ειδών διατροφής αυξάνονταν διαχρονικά και το εμπορικό ισοζύγιο του κλάδου ήταν ελλειμματικό.

Παρά τις πτωτικές τάσεις που παρουσιάστηκαν στη ζήτηση σε αρκετούς υποκλάδους, λόγω της συμπίεσης της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών, και παρά τις "τριβές" που δημιουργήθηκαν μεταξύ των βιομηχανιών τροφίμων και του μεγάλου λιανεμπορίου - ιδιαίτερα μετά την προσπάθεια ορισμένων αλυσίδων να προωθήσουν δικά τους επώνυμα προϊόντα - οι προοπτικές της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων ήταν ιδιαίτερα αισιόδοξες. Η διεύρυνση των εργασιών του κλάδου προς τις αγορές της Βαλκανικής και της Ανατολικής Ευρώπης σε συνδυασμό με την υιοθέτηση συστημάτων ολικής ποιότητας αποτέλεσαν βασικά στοιχεία για την παραπέρα ανάπτυξη του κλάδου.

Στη συνέχεια γίνεται εκτενής αναφορά στους υποκλάδους των οποίων οι επιχειρήσεις συμμετέχουν στο δείγμα, το οποίο θα εξεταστεί στο 2^ο κεφάλαιο.

1.2.1 Ο τομέας των αλλαντικών

Σημαντική εξέλιξη γνώρισε ο υποκλάδος των **αλλαντικών** την εικοσαετία 1975 – 1995, στην πορεία της οποίας εδραιώθηκαν μερικές μεγάλου μεγέθους βιομηχανικές εταιρείες, οι οποίες σήμερα ελέγχουν σημαντικό μερίδιο της αγοράς σε πανελλαδική κλίμακα.

Κατά τα μέσα της δεκαετίας του 1990 προωθήθηκε ο εκσυγχρονισμός και η

αναδιάρθρωση της παραγωγής, η σταδιακή συγκέντρωση της σε συστηματικές βιομηχανικές μονάδες, σύγχρονα εξοπλισμένες και οργανωμένες, ικανές να δραστηριοποιηθούν στο κλίμα οξυμένου ανταγωνισμού που διακρίνει τον υποκλάδο.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι οι εταιρείες ΝΙΚΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ Α.Ε, ΥΦΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε, ΝΙΚΑΣ Π.Γ. Α.Β.Ε. ΑΛΛΑΝΤΟΠΟΙΙΑΣ και ΘΡΑΚΗ Α.Ε οι οποίες αντιπροσώπευαν κατά το 1994 το 60% περίπου των πωλήσεων και το 93% των καθαρών κερδών του υποκλάδου.

Η συνολική παραγωγή προϊόντων αλλαντοποιίας στη διάρκεια της πενταετίας 1990-1994, αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό σχεδόν 3%.

Η σύνθεση της εγχώριας παραγωγής, στην πλειοψηφία της αφορούσε αλλαντικά (γενικά), ενώ η παραγωγή κονσερβών κρέατος (ανέκαθεν ελλειμματική) εμφάνισε έντονα πτωτικούς ρυθμούς με συνέπεια να καλύπτει πολύ μικρό ποσοστό το 1996.

Η ζήτηση προϊόντων αλλαντοποιίας επηρεάζεται κατ' αρχήν από τις τιμές των προϊόντων, σε συνδυασμό και με την εξέλιξη της αγοραστικής δύναμης. Επίσης, οι κλιματολογικές συνθήκες της χώρας, που δεν ευνοούν την δραστική αύξηση της κατανάλωσης, οι διατροφικές συνήθειες και τα καταναλωτικά πρότυπα, η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης είναι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση. Ένας ακόμα παράγοντας που παλαιότερα είχε αυξημένη σημασία ήταν η καταναλωτική δυσπιστία, σχετικά με την ποιότητα των προϊόντων και τις συνθήκες παραγωγής τους. Η επικράτηση στον υποκλάδο των μεγάλων, οργανωμένων και εκσυγχρονισμένων βιομηχανιών, με "επώνυμα" προϊόντα, έχει σε σημαντικό βαθμό ανατρέψει τη γενικότερη επιφύλαξη των καταναλωτών, που επικρατούσε παλαιότερα.

Οι εισαγωγές στον υποκλάδο παρέμειναν σταθερές, καλύπτοντας ποσοστό μεταξύ 16-17% της κατανάλωσης. Αντίθετα, δυναμική εξέλιξη είχαν οι εξαγωγές σε σχέση με τα επίπεδα των αρχών της δεκαετίας του 1990, παρέμειναν όμως, περιορισμένες, συγκριτικά με την εγχώρια παραγωγή. Συγκεκριμένα το 1994 οι εξαγωγές απορρόφησαν το 7% της εγχώριας παραγωγής.

Κυριότερη χώρα προέλευσης των εισαγόμενων αλλαντικών ήταν η Ολλανδία ενώ στη δεύτερη θέση κατατάσσονταν τα προϊόντα που εισάγονταν από τη Δανία. Κυριότερη αγορά του εξωτερικού για τα προϊόντα της ελληνικής αλλαντοβιομηχανίας κατά το 1996, ήταν η Αλβανία.

Στην παραγωγή αλλαντικών δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, οι περισσότερες των οποίων είναι μικρού μεγέθους, σημαντικά λιγότερες είναι οι εκσυγχρονισμένες μονάδες και ολιγάριθμες οι μεγάλες αλλαντοβιομηχανίες. Γενική διαπίστωση είναι ότι το υπάρχον παραγωγικό δυναμικό υπερκαλύπτει τη ζήτηση των προϊόντων. Η αγορά των αλλαντικών χαρακτηρίζεται από αρκετά εμπόδια, το κυριότερο των οποίων είναι το υψηλό κόστος δημιουργίας δικτύου διάθεσης και διανομής σε ευρεία κλίμακα.

Η προσπάθεια διείσδυσης των προϊόντων σε κέντρα λιανικών πωλήσεων μεγάλης εμβέλειας, στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό στην επιδίωξη δημιουργίας ισχυρού εμπορικού σήματος (brand name). Έτσι έχει αναπτυχθεί στην αγορά των αλλαντικών έντονος

ανταγωνισμός τιμών, παροχών, διαφήμισης, καθώς και παρουσίασης πολλών διαφοροποιημένων προϊόντων, νέων τύπων προϊόντων, αναβάθμισης της ποιότητας, κλπ.

Οι αναμενόμενες εξελίξεις και προοπτικές του υποκλάδου, συνοψίζονται στα ακόλουθα:

↳ η αγορά αλλαντικών, μια έντονα ανταγωνιστική αγορά, βρίσκεται σε φάση αναδιάρθρωσης, που επισφραγίζεται με τη μετακίνηση, σημαντικού μεριδίου αγοράς, από μια πλειάδα "ασθενέστερων" παραγωγικών μονάδων προς τις μεγαλύτερες αλλαντοβιομηχανίες που έχουν προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες και διαθέτουν ισχυρά δίκτυα διανομής.

↳ αναμένεται αύξηση του μεριδίου των "υγιών" μονάδων του υποκλάδου οι οποίες θα καλύψουν τα κενά της αγοράς με αύξηση της παραγωγής τους.

↳ εμφανίζεται μικρή επιτάχυνση του μέσου ετήσιου ρυθμού της κατανάλωσης μεταξύ 2-3%. Παράλληλα, υπάρχουν θετικές προοπτικές και για την ανάπτυξη των εξαγωγών, όχι όμως με έντονο ρυθμό μέχρι να επέλθει ισορροπία στις αγορές όπου κατά κύριο λόγο απευθύνονται οι εξαγωγές.

1.2.2 Βιομηχανία γάλακτος

Ο υποκλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι ένας δυναμικός υποκλάδος ο οποίος συνεχώς εκσυγχρονίζεται και εμπλουτίζει την γκάμα των προϊόντων του με καινούργια προϊόντα τα οποία προσελκύουν τους καταναλωτές. Η πορεία του υποκλάδου διαγράφεται ανοδική, ενώ κυρίαρχος είναι ο ρόλος των λίγων επιχειρήσεων - ομίλων οι οποίοι επεκτείνονται σε όλο τον κλάδο ειδών διατροφής εκμεταλλευόμενοι τα υπάρχοντα δίκτυα πωλήσεων. Έτσι, οι συγχωνεύσεις, συνεργασίες και εξαγορές συνεχίζονται με κύριο στόχο τη διεύθυνση σε νέες αγορές.

Οι εταιρείες ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε και ΦΑΓΕ Α.Ε αντιπροσώπευαν κατά το 1994 το 60% των πωλήσεων και το 71% των καθαρών κερδών του υποκλάδου.

Στον τομέα των εισαγωγών, σημαντικά μερίδια καταλαμβάνουν το συμπυκνωμένο γάλα, η σκόνη γάλακτος, η κρέμα γάλακτος και τα παγωτά. Η αγορά του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος δεν αντιμετωπίζει ανταγωνισμό από το εξωτερικό καθώς προστατεύεται από τον περιορισμένο αριθμό ημερών κυκλοφορίας του προϊόντος. Οι εξαγωγές από την άλλη πλευρά δεν βρίσκονται σε υψηλά επίπεδα, με εξαίρεση το γιαούρτι και τα παγωτά, που προωθούνται σε χώρες της Βαλκανικής και της Ανατολικής Ευρώπης.

Η Ευρώπη είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός και εξαγωγέας γαλακτοκομικών προϊόντων στον κόσμο. Η ευρωπαϊκή γαλακτοβιομηχανία παράγει πάνω από το 25% περίπου της παγκόσμιας παραγωγής.

Σοβαρό χαρακτηριστικό της ευρωπαϊκής αγοράς γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων είναι η ανισορροπία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης επειδή η δεύτερη υπολείπεται σημαντικά της πρώτης. Για τη μείωση της προσφοράς γάλακτος, το συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης θέσπισε το σύστημα των ποσοστώσεων. Η κάθε χώρα-μέλος λοιπόν δεν μπορεί να παράγει μεγαλύτερη ποσότητα αγελαδινού γάλακτος από εκείνη που της έχει καθοριστεί, αλλιώς πληρώνει μεγάλο χρηματικό πρόστιμο στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Το πρόβλημα λοιπόν που χαρακτηρίζει την ελληνική **βιομηχανία γάλακτος** είναι ότι, ενώ οι ανάγκες της αφορούν κυρίως αγελαδινό γάλα, στην Ελλάδα το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής βασίζεται στο αιγοπρόβειο, με αποτέλεσμα να καθίστανται αναπόφευκτες οι εισαγωγές αγελαδινού γάλακτος από την Ευρώπη. Παράλληλα, κατά την περίοδο 1994/95, η χώρα μας υπερέβη την εγγυημένη εθνική ποσότητα αγελαδινού γάλακτος και για την υπέρβαση αυτή κλήθηκε να πληρώσει χρηματικό πρόστιμο 1.25 δις. δρχ. περίπου. Έτσι, από την υλοποίηση του συστήματος των ποσοστώσεων δημιουργήθηκαν σοβαρά προβλήματα στην εγχώρια παραγωγή γάλακτος.

Επίσης, σημαντικές ανακατατάξεις εμφανίζονται μεταξύ των εγχώριων γαλακτοβιομηχανιών, λόγω των υποχρεώσεων που επιβάλλει η κοινοτική νομοθεσία με σκοπό την εξασφάλιση των καλύτερων δυνατών συνθηκών παραγωγής γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων (εκτροφή και υγιεινή των ζώων, διαχείριση και επεξεργασία νωπού γάλακτος, διαδικασίες παραγωγής, καθεστώς διακίνησης - συσκευασίας - τυποποίησης -σήμανσης των προϊόντων, κλπ.).

Οι ανακατατάξεις αυτές οδηγούν σε "περιθωριοποίηση" των μικρών μονάδων παραγωγής και εκείνων που δεν θα είναι σε θέση να προβούν σε μεγάλες επενδύσεις εκσυγχρονισμού. Γενικότερα όμως, για τις εγχώριες μεγάλες βιομηχανίες που διαθέτουν πλήρη γκάμα προϊόντων, προβλέπονται πολύ καλές προοπτικές, λόγω των προσδοκιών για αύξηση της ζήτησης για τα προϊόντα τους. Επιπλέον, οι μεγάλες εγχώριες γαλακτοβιομηχανίες προβλέπεται να διευρύνουν τις εργασίες τους και από τη σταδιακή επέκταση των προϊόντων τους σε γειτονικές βαλκανικές ή σε άλλες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

Ειδικότερα, για τα επιμέρους προϊόντα του υποκλάδου επισημαίνονται τα εξής:

Παρατηρήθηκε μια μικρή αύξηση στην παραγωγή **νωπού παστεριωμένου γάλακτος** από το 1991 έως το 1995, η οποία συνεχίστηκε και τα επόμενα χρόνια. Η είσοδος της ΦΑΓΕ στην αγορά αυτή το 1995 συνετέλεσε στην αύξηση της κατανάλωσης του προϊόντος. Το μέγεθος της παραγωγής αναφέρεται και στο μέγεθος της κατανάλωσης αφού στο νωπό γάλα δεν πραγματοποιούνταν εισαγωγές ή εξαγωγές.

Στην παραγωγή γάλακτος μακράς διάρκειας δραστηριοποιούνταν 3 εταιρείες η ΑΓΝΟ, η ΡΟΔΟΠΗ και η NESTLE. Το μεγαλύτερο ποσοστό της κατανάλωσης καλύπτονταν από εισαγωγές, τις οποίες πραγματοποιούσαν σχεδόν όλες οι μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες.

Η NESTLE ΕΛΛΑΣ είναι η μόνη εταιρία που ασχολείται με την παραγωγή συμπυκνωμένου γάλακτος. Επίσης, η FRIESLAND HELLAS πραγματοποιεί εισαγωγές

συμπυκνωμένου γάλακτος.

Το συμπυκνωμένο γάλα κατείχε ένα σημαντικό μερίδιο στην ευρύτερη αγορά του λευκού γάλακτος, το οποίο όμως ακολούθησε πτωτική τάση κατά το 1995. Το νωπό παστεριωμένο γάλα κέρδισε έδαφος διαχρονικά σε βάρος του συμπυκνωμένου ως αποτέλεσμα των προτιμήσεων των καταναλωτών.

Το **γιαούρτι** έχει μια δυναμική παρουσία στη χώρα μας και οι εγχώριες βιομηχανίες έχουν μία αξιοπρόσεκτη παρουσία και μέσα στη διεθνή αγορά. Οι ελληνικές βιομηχανίες μέσα σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα δημιούργησαν μια νέα σειρά προϊόντων τα οποία διοχέτευσαν στην ελληνική αγορά με μεγάλη επιτυχία. Επιπλέον, η ένταση του ανταγωνισμού που σημειώθηκε μεταξύ των μεγάλων μονάδων του υποκλάδου κατά τη διετία 1994-95 οδήγησε συνολικά σε τόνωση της εσωτερικής ζήτησης. Την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών έχει το στραγγιστό, ακολουθεί το βιομηχανοποιημένο αγελαδινό, το πρόβειο παραδοσιακό και τέλος το χύμα γιαούρτι. Ικανοποιητική θέση κατέχουν επίσης και τα γιαούρτια με φρούτα. Οι εισαγωγές γιαουρτιού, αν και παρουσίασαν κάποια διαχρονική άνοδο, παρέμειναν σε χαμηλά επίπεδα ενώ οι εξαγωγές, που στην πλειοψηφία τους αφορούσαν στραγγιστό γιαούρτι, σημείωσαν μικρή αύξηση. Η αγορά του γιαουρτιού έγινε πιο ανταγωνιστική λόγω της εισόδου της ΔΕΛΤΑ στο συγκεκριμένο προϊόν το 1994. Σε ότι αφορά τις προοπτικές εξέλιξης της κατανάλωσης το παραδοσιακό γιαούρτι θα συρρικνώνεται σε όφελος του ευρωπαϊκού τύπου γιαουρτιού. Από το ευρωπαϊκό, αύξηση σημειώνεται στα προϊόντα με χαμηλά λιπαρά και στα γιαούρτια με φρούτα και πρόσθετα.

Ιδιαίτερο δυναμισμό επιδεικνύουν οι ελληνικές βιομηχανίες **παγωτού**, οι οποίες με τη μεγάλη γκάμα προϊόντων, την υψηλή ποιότητα και τις μεγάλες διαφημιστικές δαπάνες κατάφεραν να αυξήσουν αισθητά την κατανάλωση. Οι κυριότερες εταιρείες παραγωγής βιομηχανοποιημένου παγωτού κατά το 1995 ήταν οι: ΔΕΛΤΑ, ΕΒΓΑ, ALGIDA και ΑΓΝΟ. Υπήρχαν επίσης και άλλες επιχειρήσεις που έκαναν χονδρική πώληση ανάμεσα στις οποίες κυρίαρχη θέση κατείχαν η ΔΩΔΩΝΗ και η IGLOO. Το 1995 – 1996 αύξηση σημειώθηκε στις εισαγωγές παγωτού σε τυποποιημένες συσκευασίες και σε χύμα μορφή, όπως επίσης αύξηση παρουσίασαν και οι εξαγωγές του προϊόντος. Ο ρυθμός αύξησης της κατανάλωσης παγωτού εξαρτάται από τη διάρκεια και τις θερμοκρασίες της καλοκαιρινής περιόδου καθώς και από τους ρυθμούς της τουριστικής κίνησης.

Οι αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, η ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων, η στροφή της ζήτησης προς επώνυμα τυποποιημένα προϊόντα και η είσοδος στην παραγωγή μεγάλων σύγχρονων βιομηχανιών αποτελούν τις σημαντικότερες εξελίξεις που σημειώθηκαν στην ελληνική αγορά **τυροκομικών**. Η δομή της βιομηχανίας / βιοτεχνίας παραγωγής τυροκομικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μικρών τυροκομείων, τα οποία δραστηριοποιούνται στην τοπική κυρίως αγορά παράγοντας βασικά ένα τύπο τυριών (μαλακά, ημίσκληρα ή σκληρά). Επίσης, κατά τα μέσα της δεκαετίας του 1990, στην αγορά τυροκομικών παρατηρήθηκε επέκταση των δραστηριοτήτων υφιστάμενων τυροκομείων (ΚΟΛΙΟΣ, ΜΕΒΓΑΛ,

ΑΛΠΙΝΟ κλπ.) ή είσοδος γαλακτοβιομηχανιών στον τομέα του τυριού (ΦΑΓΕ) ή εμφάνιση νέων μονάδων (ΗΠΕΙΡΟΣ, ΓΙΟΒΕΡ, κλπ.). Τα εισαγόμενα τυριά κάλυψαν το 24.5% της κατανάλωσης το 1993, ενώ η εγχώρια παραγωγή το 75.5%. Η αυξανόμενη διείσδυση των εισαγόμενων τυριών οφείλεται στην αρκετά χαμηλότερη μέση τιμή πώλησης τους καθώς και στην επέκταση των αλυσίδων γρήγορου φαγητού που προμηθεύονται αποκλειστικά εισαγόμενα τυριά αλλά και γενικότερα στον επηρεασμό του τρόπου ζωής των Ελλήνων από τις συνήθειες των Ευρωπαίων. Στο διάστημα 1990-93, οι εξαγωγές παρουσίασαν μικρότερη αύξηση. Τα περιθώρια αύξησης της κατανάλωσης τυροκομικών προϊόντων είναι περιορισμένα, εφόσον η κατά κεφαλή κατανάλωση τυριών στην Ελλάδα είναι από τις μεγαλύτερες στον κόσμο, υπάρχουν όμως μεταβολές όσον αφορά τη σχέση κατανάλωσης τυποποιημένων και χύμα προϊόντων, αφού η διείσδυση των τυποποιημένων επώνυμων προϊόντων στα είδη διατροφής επηρεάζει σημαντικά τον Έλληνα καταναλωτή.

1.2.3 Ο τομέας των κατεψυγμένων λαχανικών

Η σημαντική διείσδυση εισαγόμενων προϊόντων και η στασιμότητα της εγχώριας παραγωγής χαρακτήριζε την ελληνική αγορά **κατεψυγμένων λαχανικών**, το 1996.

Στην αγορά των κατεψυγμένων λαχανικών σημαντικότερη παραγωγική μονάδα αναδεικνυόταν η ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ Α.Ε. η οποία μετά τη συγχώνευση με τη δεύτερη μεγαλύτερη εταιρία του υποκλάδου την ΦΡΟΖΑ Α.Ε, έλεγχε το 80% της αγοράς, καλύπτοντας και το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής παραγωγής.

Κατά το διάστημα 1993-1994 παρατηρείται μια αύξηση των πωλήσεων των εταιρειών του υποκλάδου κατά 12.4% και σημαντική αύξηση των κερδών τους κατά 373.2% το ίδιο διάστημα, λόγω κυρίως της πραγματοποίησης κερδών από ζημιές που είχε η εταιρία ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ καθώς και λόγω του περιορισμού των ζημιών της ΦΡΟΖΑ Α.Ε

Η συνολική κατανάλωση των κατεψυγμένων λαχανικών ήταν το 1996 γύρω στους 25.000-26.000 τόννους.

Σημαντική ήταν η αύξηση της ζήτησης της **προτηγανισμένης πατάτας** αφού η συνολική κατανάλωση της ανήλθε στους 61.000 τόννους το 1994 από 28.000 τόννους που ήταν το 1990. Η αύξηση αυτή προήλθε κυρίως από τις εισαγωγές οι οποίες κάλυψαν το 80% της κατανάλωσης το 1994. Η αυξημένη ζήτηση της προτηγανισμένης πατάτας οφειλόταν επίσης και στη σημαντική διείσδυση του προϊόντος αυτού στον επαγγελματικό χώρο, ενώ στην οικιακή κατανάλωση δεν σημειώθηκε ιδιαίτερη εξέλιξη.

Το 1995 - 1996 η αγορά της προτηγανισμένης πατάτας αντιμετώπισε ιδιαίτερα προβλήματα, λόγω της έλλειψης και της κακής ποιότητας της πρώτης ύλης σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

1.2.4 Ο τομέας των μεταποιημένων αλιευμάτων

Ο υποκλάδος της **μεταποίησης αλιευμάτων** απαρτιζόταν το 1996 από 60 περίπου επιχειρήσεις οι οποίες ήταν μεσαίου ή και κυρίως μικρού μεγέθους και ασχολούνταν με την κονσερβοποίηση ψαριών ή μαλακίων και μαλακόστρακων, καθώς και με την παραγωγή καπνιστών αλιευμάτων που είναι κυρίως οι πέστροφες, το σκουμπρί, το χέλι, ο σολομός και τα αλίπαστα που είναι κυρίως ο γαύρος και η σαρδέλα. Η πλειοψηφία των παραπάνω μονάδων είναι εγκατεστημένη στη Μακεδονία.

Η απασχόληση στις μονάδες μεταποιημένων αλιευμάτων χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα αφού ο αριθμός των μόνιμα απασχολουμένων κατέχει το 37% περίπου του συνολικού αριθμού των απασχολουμένων σε περιόδους αιχμής.

Τα μεταποιημένα αλιεύματα χαρακτηρίζονται ως συμπλήρωμα του ελληνικού τραπεζιού. Έτσι, στους γνωστούς παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των προϊόντων (εισόδημα, τιμές) προστίθεται και ο παράγοντας της καταναλωτικής συνήθειας.

Η συνολική παραγωγή μεταποιημένων αλιευμάτων την περίοδο 1991-1993 παρουσίασε πολύ μικρή άνοδο με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3.9%. Η παραγωγή κονσερβών το 1995 – 1996 εξελίχθηκε ανοδικά και καταλάμβανε το μεγαλύτερο μερίδιο στη συνολική παραγωγή μεταποιημένων αλιευμάτων (34% περίπου το 1993). Αντίθετα η παραγωγή αλιπάστων την ίδια περίοδο σημείωσε κάμψη.

Η κατανάλωση των μεταποιημένων αλιευμάτων (κονσέρβες, καπνιστά, αλίπαστα) σημείωσε αύξηση της τάξης του 23.8% την περίοδο 1988-1993.

Στην αγορά των μεταποιημένων αλιευμάτων οι εισαγωγές κατείχαν σημαντικό ποσοστό. Πιο συγκεκριμένα, οι εισαγωγές κονσερβών γνωστών εταιρειών καταλάμβαναν το 89% της αγοράς. Στην αγορά αλιπάστων οι εισαγωγές κατείχαν το 61% της εγχώριας αγοράς και στην αγορά καπνιστών ψαριών, οι εισαγωγές καταλάμβαναν το 55%.

Στασιμότητα εμφανίζεται στον υποκλάδο μεταποίησης αλιευμάτων λόγω της στροφής του καταναλωτικού κοινού προς τα κατεψυγμένα αλιεύματα τα οποία αυξάνουν το μερίδιο που κατέχουν στην αγορά. Έτσι, τα περιθώρια τόνωσης της ελληνικής ζήτησης μεταποιημένων αλιευμάτων παραμένουν περιορισμένα, ενώ ο μόνος τρόπος για επέκταση του υποκλάδου είναι η αναζήτηση νέων αγορών.

1.2.5 Ο τομέας των κατεψυγμένων αλιευμάτων

Ο υποκλάδος επεξεργασίας **κατεψυγμένων αλιευμάτων** (συσκευασμένων και μη συσκευασμένων) είναι ένας χώρος παραγωγής ο οποίος δραστηριοποιήθηκε στα μέσα της δεκαετίας του 1990 και κυριαρχείται από μονάδες μικρού ή μεσαίου μεγέθους η πλειοψηφία

των οποίων είναι εγκατεστημένες στην περιοχή της Αττικής.

Η πρώτη ύλη των μονάδων συσκευασίας κατεψυγμένων αλιευμάτων προέρχεται κυρίως από το εξωτερικό και μάλιστα από τρίτες χώρες. Οι πρώτες ύλες των συσκευασμένων κατεψυγμένων προϊόντων που παρουσιάζουν μεγαλύτερη ζήτηση είναι ο βακαλάος, ο γαλέος, το χταπόδι και το καλαμάρι.

Την περίοδο 1991-93, η συνολική κατανάλωση κατεψυγμένων αλιευμάτων (συσκευασμένων και μη) σημείωνε αύξηση κατά 11% περίπου ετησίως. Κατά τα μέσα της δεκαετίας του 1990 σαφής ήταν η προτίμηση για τα συσκευασμένα κατεψυγμένα αλιεύματα έναντι των μη συσκευασμένων τα οποία κερδίζουν σταδιακά μερίδιο στην αγορά των κατεψυγμένων αλιευμάτων.

Τα μη συσκευασμένα κατεψυγμένα αλιεύματα απορροφούνται κυρίως από τα μέσα μαζικής εστίασης, ενώ τα συσκευασμένα αλιεύματα κατευθύνονται κυρίως προς τα supermarkets.

Η στροφή των καταναλωτών προς την υγιεινή διατροφή αποτελεί κύριο παράγοντα της γρήγορης ανόδου της ζήτησης κατεψυγμένων αλιευμάτων. Η τάση αυτή διαπιστώνεται στην ευρωπαϊκή αγορά, ενώ ενθαρρυντικά είναι τα μηνύματα και για την εγχώρια αγορά όπου παρατηρείται αύξηση του μεριδίου που κατέχουν τα συσκευασμένα - κατεψυγμένα αλιεύματα σε βάρος του μεριδίου αγοράς των μη συσκευασμένων κατεψυγμένων αλιευμάτων.

1.2.6 Ο τομέας του ελαιόλαδου

Το παραγωγικό δυναμικό της βιομηχανίας ελαιόλαδου αποτελείται από τα ελαιοτριβεία, ελαιοδεξαμενές, ραφινάριες, τυποποιητήρια και πυρηνελαιουργεία.

Τα περισσότερα από τα ελαιοτριβεία είναι συγκεντρωμένα στην Πελοπόννησο και την Κρήτη, οι οποίες είναι οι κυριότερες ελαιοπαραγωγικές περιοχές. Αντίθετα τα τυποποιητήρια βρίσκονται κοντά στα αστικά κέντρα όπου ευνοείται η διακίνηση του τυποποιημένου προϊόντος. Τα ελαιοτριβεία είναι μονάδες μικρού κυρίως μεγέθους με απηρχαιωμένο μηχανολογικό εξοπλισμό με κάποιες τάσεις όμως εκσυγχρονισμού από το 1995 και έπειτα. Το ίδιο διάστημα το 90% περίπου των ελαιοτριβείων απασχολούσε 2 άτομα.

Το 85% της φαινομενικής κατανάλωσης ελαίων και λιπών στη χώρα μας αντιπροσωπευόταν από τα φυτικά λίπη και έλαια, ενώ το ελαιόλαδο κάλυπτε το 80% περίπου της καταναλώμενης ποσότητας ελαίων και λιπών.

Η ζήτηση ελαιόλαδου επηρεάζεται από τις διακυμάνσεις της τιμής του ελαιόλαδου, από τις αυξήσεις στα εισοδήματα των καταναλωτών και από τις προσπάθειες βελτίωσης της ποιότητας του ελαιόλαδου και προώθησης του στην αγορά.

Η αγορά του τυποποιημένου ελαιόλαδου γνώρισε σημαντική ανάπτυξη κατά την περίοδο 1981-89. Στη διάρκεια της ελαιοκομικής περιόδου 1989-90 η αγορά του

τυποποιημένου ελαιόλαδου παρουσίασε μία στασιμότητα για να σημειώσει εντυπωσιακή αύξηση το 1991 λόγω χαμηλής παραγωγής ελαιόλαδου και κατά συνέπεια αδυναμίας κάλυψης της εγχώριας κατανάλωσης από το χύμα ελαιόλαδο. Στη συνέχεια (1992-1993) συρρικνώθηκε η αγορά του τυποποιημένου ελαιόλαδου λόγω υψηλής παραγωγής ελαιόλαδου με αποτέλεσμα τη στροφή προς το χύμα ελαιόλαδο. Το 1994, η αγορά του τυποποιημένου ελαιόλαδου παρουσίασε μία σταθερότητα.

Το 60% των εξαγωγών της χώρας μας σε έλαια και λίπη αφορούσαν το ελαιόλαδο. Η χώρα μας μαζί με την Ιταλία και την Ισπανία κατατάσσεται στις πρώτες θέσεις των παγκόσμιων εξαγωγών ελαιόλαδου. Το 80% των εξαγωγών μας σε ελαιόλαδο είναι χύμα και κατευθύνεται συνήθως στην ιταλική αγορά, η οποία το συσκευάζει και το επανεξάγει με ιταλική ετικέτα. Παρά τη σημαντική αύξηση που σημειώθηκε στις εξαγωγές τυποποιημένου ελαιόλαδου, αυτό κατέχει μικρό μερίδιο στις συνολικές εξαγωγές ελαιόλαδου. Κύριος πελάτης μας σε ελαιόλαδο είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία απορροφά πάνω από το 90% και ακολουθούν οι ΗΠΑ.

Το κύριο ανταγωνιστικό προϊόν του ελαιόλαδου στην εσωτερική αγορά είναι τα σπορέλαια τα οποία ισχυροποίησαν τη θέση τους την περίοδο 1995 – 1996 εξαιτίας τόσο της διαφήμισης όσο και της οικονομικής κρίσης που έστρεψε τους καταναλωτές σε πιο οικονομικές λύσεις, θα πρέπει όμως να τονιστεί ότι η διαφορά της τιμής του ελαιόλαδου με τα σπορέλαια μικραίνει καθώς και το γεγονός ότι οι ευεργετικές ιδιότητες του ελαιόλαδου στην υγεία του ανθρώπου έχουν γίνει αποδεκτές από το καταναλωτικό κοινό.

Οι δυνατότητες αύξησης της εγχώριας αγοράς ελαιόλαδου είναι πλέον περιορισμένες αφού οι εγχώριοι καταναλωτές θεωρούν το ελαιόλαδο ως βασικό συστατικό της καθημερινής διατροφής τους και έχουν πεισθεί για τα υγιεινά συστατικά που περιέχει. Έτσι, οι προσπάθειες θα πρέπει να στραφούν προς τη διείσδυση στις ξένες αγορές και ιδιαίτερα αυτή των ΗΠΑ η οποία παρουσιάζει έντονα ανοδική τάση.

Η αποτελεσματική διείσδυση του ελαιόλαδου στην αγορά των ΗΠΑ θα εξαρτηθεί από την σωστή οργάνωση του συστήματος ελέγχου ποιότητας καθώς και από την συστηματική προώθηση και διαφήμιση του.

1.2.7 Ο τομέας των αλεύρων

Ιδιαίτερα έντονο είναι το ανταγωνιστικό κλίμα, που επικρατεί στην ελληνική αγορά αλεύρων, η οποία χαρακτηρίζεται από σταθερότητα, αλλά και μεγάλη προσφορά προϊόντων.

Αντικείμενο δραστηριότητας του υποκλάδου είναι η παραγωγή αλευριού από το μαλακό σιτάρι και σιμιγδαλιού από το σκληρό σιτάρι. Ανάλογα με το "βαθμό άλεσης", τα άλευρα μπορούν να ταξινομηθούν ως εξής:

 Τύπος Π ή 55%, που είναι αλεύρι πολύ λευκό και χρησιμοποιείται στην

ζαχαροπλαστική και στην αρτοποιία για την παρασκευή ψωμιού πολυτελείας.

✍ Τύπος 70%, που χρησιμοποιείται στην παρασκευή του λευκού ψωμιού.

✍ Τύπος 90%, που χρησιμοποιείται για την παραγωγή του πιτυρίχου ψωμιού.

✍ Τύπος Μ, που παράγεται από την άλεση του σκληρού σιταριού και χρησιμοποιείται μαζί με το αλεύρι τύπου 70%, σε αναλογία 50-50, για την παραγωγή του χωριάτικου ψωμιού.

Η κυριότερη κατηγορία παραγόμενων αλεύρων είναι τα λεγόμενα τύπου 70%, που αντιπροσωπεύουν ποσοστό της τάξης του 60% της συνολικής παραγωγής.

Ενδεικτικό της διάρθρωσης του υποκλάδου είναι ο μεγάλος αριθμός των μονάδων με οργάνωση οικογενειακής μορφής οι οποίες ακολουθούν συνεχώς φθίνουσα πορεία. Στο διάστημα από το 1992 μέχρι 1996 διέκοψαν τη λειτουργία τους ή αδράνησαν περίπου 12 μονάδες, ενώ οι μονάδες με συστηματική λειτουργία ανέρχονταν σε 150 πανελλαδικά. Οι μονάδες όμως, με δυναμικότητα άλεσης πάνω από 100 τόννους το 24ωρο, ανέρχονταν σε 31.

Οι εταιρείες ΜΥΛΟΙ ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε, ΛΟΥΛΗ ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΣ Α.Ε, ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε, ΜΥΛΟΙ ΘΡΑΚΗΣ Ι. ΟΥΖΟΥΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε, ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΩΝ Β. ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε αντιπροσώπευαν κατά το 1994 το 62% των πωλήσεων και το 83% των καθαρών κερδών του υποκλάδου.

Ο κλάδος της εγχώριας παραγωγής αλεύρων παλαιότερα χαρακτηριζόταν από μεγάλο βαθμό εξωστρέφειας. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη δεκαετία του 1970 η ελληνική αλευροβιομηχανία είχε παγκοσμίως τη δεύτερη θέση στις εξαγωγές αλεύρων. Προορισμός του κύριου όγκου των εξαγωγών ήταν οι χώρες της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής. Η κατάσταση αυτή άλλαξε μετά την ένταξη της χώρας μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση αφού καταργήθηκαν οι εθνικές ενισχύσεις και επιδοτήσεις και εναρμονίστηκαν με αυτές της Ε.Ε. (που ήταν λιγότερες) και σημειώθηκε μεταβολή των τιμών της πρώτης ύλης. Πιο συγκεκριμένα, η τιμή του σκληρού σιταριού ήταν σημαντικά υψηλότερη αυτής του μαλακού σιταριού. Έκτοτε και με τη δραστική μείωση των εξαγωγών αλεύρων, αναγκαστικά οι αλευροβιομηχανίες άρχισαν να απευθύνονται μόνο στην εσωτερική αγορά, η οποία, όμως, είχε περιορισμένη δυνατότητα απορρόφησης των προϊόντων του υποκλάδου.

Έτσι, σε περιορισμένα επίπεδα κινούνται οι εξαγωγές αλεύρων οι οποίες παρουσιάζουν σημαντικότερη μείωση κατά την περίοδο 1979-1992 (561.352 τόννοι και 18.480 τόννοι αντίστοιχα). Τη διετία 1993-1994 σημειώθηκε αύξηση στις εξαγωγές αλεύρων, παραμένοντας όμως σε χαμηλά επίπεδα.

Κύρια αιτία της αρνητικής πορείας των εξαγωγών ήταν η ένταση του ανταγωνισμού στη διεθνή αγορά και οι υψηλές τιμές των ελληνικών προϊόντων σε σύγκριση με αυτές των ανταγωνιστριών χωρών. Επιπλέον άλλες ανταγωνίστριες χώρες με την Ελλάδα, όπως π.χ. η Τουρκία, η Ιταλία, έδιναν στις βιομηχανίες με διάφορους έμμεσους τρόπους εθνικές ενισχύσεις, αυξάνοντας έτσι τον όγκο των εξαγωγών τους.

Παράλληλα με την εφαρμογή της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ), από το 1983

ξεκίνησε η μείωση της παραγωγής μαλακού σιταριού, με αποτέλεσμα τη στροφή των ελληνικών αλευροβιομηχανιών στην εισαγωγή αυτού για την κάλυψη των αναγκών τους. Ουσιαστικά όταν γίνεται εισαγωγή της πρώτης ύλης είναι δύσκολο για τη χώρα να είναι ανταγωνιστική στο δευτερογενές προϊόν.

Από το 1992 έως το 1995 η συνολική εγχώρια παραγωγή αλεύρων κυμαίνεται στα επίπεδα των 700-750 χιλ. τόννων.

Η φαινομενική κατανάλωση αλεύρων σίτου παρέμεινε ουσιαστικά σταθερή από το 1991 – 1996. Το μεγαλύτερο μέρος της κατανάλωσης γίνεται με τη μορφή του ψωμιού, αν και η διαφοροποίηση των καταναλωτικών συνθηκών εκτιμάται ότι, επέφερε μείωση της συνολικής κατανάλωσής του κατά την δεκαετία 1986 – 1995. Η μείωση αυτή, ωστόσο, αντισταθμίζεται από την αύξηση της κατανάλωσής άλλων αρτοποιητικών και έτοιμων προϊόντων ζύμης.

Ο "πόλεμος των τιμών" που ξέσπασε το 1991 λόγω της απελευθέρωσης των τιμών των αλεύρων, έχει κοπάσει και οι τιμές διάθεσης των προϊόντων κινούνται σε πιο ρεαλιστικά επίπεδα για όλους τους παραγωγούς.

Ωστόσο, ολόκληρος ο υποκλάδος εξακολουθεί να αντιμετωπίζει προβλήματα επειδή στην εσωτερική αγορά δεν προβλέπεται αισθητή αύξηση της ζήτησης και ο ανταγωνισμός, μέσω των προσφορών και του "πολέμου τιμών" που κράτησε σχεδόν τρία χρόνια, ήταν έντονος.

Έτσι, οι δυνατότητες εισόδου "ξένων" ή νέων μονάδων στον υποκλάδο είναι περιορισμένες. Εξάλλου, η παραγωγή των ήδη υπάρχουσών μονάδων επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών της χώρας.

Οι μεγάλες βιομηχανίες παραγωγής αλεύρων υλοποιούν διάφορα σχέδια προκειμένου να ξεπεράσουν τις δυσκολίες που εμφανίζονται μπροστά τους. Τα σχέδια αυτά αφορούν:

⇒ Επέκταση σε αγορές του εξωτερικού. Αυτή η στρατηγική προδικάζεται ότι θα έχει θετικά αποτελέσματα, με το σκεπτικό ότι θα υπάρξει υψηλή ζήτηση σε άλευρα. Βέβαια, μακροπρόθεσμα καλύτερα αποτελέσματα θα έχουν εκείνες οι βιομηχανίες που θα κάνουν επενδύσεις για παραγωγή και εμπορία των προϊόντων τους.

⇒ Εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων, με ανανέωση του μηχανολογικού εξοπλισμού, αγορά ή κατασκευή νέων μύλων, κλπ.

⇒ Καλύτερη οργάνωση των υποκαταστημάτων και του δικτύου διανομής.

⇒ Προώθηση των ενεργειών για την απόκτηση του πιστοποιητικού ISO 9000 με σκοπό την εξασφάλιση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων.

1.2.8 Ο τομέας της αρτοποιίας

Η βιομηχανία παραγωγής **άρτου και αρτοποιητικών** αποτελεί έναν υποκλάδο

της βιομηχανίας τροφίμων με ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ο οποίος από το 1995 και έπειτα βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη.

Η απελευθέρωση του επαγγέλματος του αρτοποιού που συνδυάστηκε με την ελεύθερη διάθεση του ψωμιού και των αρτοσκευασμάτων στα διάφορα καταστήματα, η αστικοποίηση του πληθυσμού και οι αγοραστικές προτιμήσεις των καταναλωτών δημιούργησαν ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάπτυξη του υποκλάδου.

Ο υποκλάδος της βιομηχανικής αρτοποιίας αποτελείται από σύγχρονες μεταποιητικές μονάδες που διαθέτουν πλήρη μηχανολογικό εξοπλισμό. Η παραγωγή τους τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί για όλες τις κατηγορίες προϊόντων.

Οι εταιρείες CHIRITA INTERNATIONAL AB & EE, ΚΑΤΣΕΛΗ Χ. ΥΙΟΙ ΑΒΕΕ, ΒΟΣΙΝΑΚΗΣ Ν. ΑΒ & ΕΕ, ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Ε.Ι. ΑΕ, και ΔΙΟΝΥΣΟΣ (ΖΩΝΑΡΣ) ΑΒΕΕ αντιπροσώπευαν κατά το 1994 το 76.2% των πωλήσεων και το 88.5% των καθαρών κερδών του υποκλάδου.

Η κατανάλωση βιομηχανικού ψωμιού κατείχε ποσοστό μόνο 1.5% της συνολικής κατανάλωσης ψωμιού, αυξήθηκε όμως από το 1996 και έπειτα.

Η κατανάλωση φρυγανιάς-παξιμαδιών ήταν ανοδική της τάξεως του 2% περίπου ετησίως, ενώ η κατανάλωση των διαφόρων αρτοσκευασμάτων (βουτήματα, κέικ, τσουρέκια) ήταν σταθερή το ίδιο διάστημα.

Σημαντική ήταν η αύξηση κατανάλωσης τυποποιημένου κρουασάν στην ελληνική αγορά. Η ανάπτυξη του προϊόντος αυτού ξεκίνησε το 1989 και από τότε μέχρι το 1996 προχώρησε με ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης. Στη θετική πορεία του κρουασάν συνέβαλαν τόσο οι προσπάθειες των εταιρειών για την προώθηση του, όσο και οι αυξημένες καταναλωτικές ανάγκες που δημιουργήθηκαν με την παρουσία των προϊόντων αυτών στην ελληνική αγορά.

Είναι αρκετά ενδιαφέρον ότι οι καταναλωτές κρουασάν προέρχονται από διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, γεγονός που υποδηλώνει ότι το συγκεκριμένο προϊόν καλύπτει βασικές καταναλωτικές ανάγκες.

Θετικό είναι το γεγονός της μονοπώλησης της εγχώριας αγοράς από ελληνικές κυρίως εταιρείες. Παρόμοια προϊόντα δεν κυκλοφορούν σε αγορές του εξωτερικού, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει η δυνατότητα εισαγωγών. Αντίθετα, υπάρχουν αισιόδοξες προοπτικές ανάπτυξης των εξαγωγών σε αγορές που δεν έχουν αναπτυχθεί σε αυτόν τον τομέα.

Η ζήτηση αρτοσκευασμάτων παρουσιάζει αύξηση, ενώ η κατανάλωση του συσκευασμένου ψωμιού κυρίως των ποιοτικότερων ειδών, καθώς και αυτών που εντάσσονται στην κατηγορία των ειδών υγιεινής διατροφής θα μεγιστοποιηθεί. Μελλοντικά τα βιολογικά αρτοσκευάσματα θα ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις της ομάδας εκείνης των καταναλωτών με περιβαλλοντικές ευαισθησίες.

Η διάθεση των προϊόντων της βιομηχανικής αρτοποιίας γίνεται κυρίως από τα σούπερ μάρκετς. Η τιμή των προϊόντων διαμορφώνεται με βάση το κόστος παραγωγής και ελέγχεται μόνο για υπερβολικό κέρδος.

Το εξωτερικό εμπόριο παρουσίασε αφ' ενός αύξηση των εξαγωγών και αφ' ετέρου αύξηση των εισαγωγών κυρίως μετά το 1988. Το μεγαλύτερο όγκο τόσο των εισαγωγών όσο και των εξαγωγών κατέχουν τα διάφορα αρτοσκευάσματα ζαχαροπλαστικής. Οι εξαγωγές κατευθύνονται κυρίως προς τις χώρες εκείνες όπου υπάρχει το ελληνικό στοιχείο π.χ. Καναδάς, ΗΠΑ, Αυστραλία κλπ., ενώ οι εισαγωγές προέρχονται κυρίως από τη Δυτική Γερμανία και Βρετανία.

Αρκετά δυναμική ήταν η επενδυτική δραστηριότητα του υποκλάδου ο οποίος αποτελείται από ελάχιστες μεγάλες μονάδες και περισσότερες μικρές. Τα επενδυτικά προγράμματα του κλάδου στοχεύουν κυρίως στη βελτίωση του μηχανολογικού εξοπλισμού και την επέκταση του δικτύου διανομής των προϊόντων. Ο υποκλάδος επικεντρώνει το έντονο ενδιαφέρον των επενδυτών με αποτέλεσμα την εμφάνιση μιας σειράς εξαγορών από το 1987.

Τα προϊόντα του υποκλάδου διακρίνονται για την υψηλή τους ποιότητα, γεγονός που τα καθιστά πλήρως ανταγωνιστικά έναντι των εισαγόμενων. Αν και ο ανταγωνισμός με τα εισαγόμενα προϊόντα εξελίσσεται ομαλά, προβληματικός καθίσταται ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών στο χώρο παραγωγής κρουασάν ο οποίος αγγίζει τα όρια του αθέμιτου ανταγωνισμού. Έντονος εξελίσσεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των βιομηχανικών αρτοποιητικών μονάδων και των αρτοποιείων εξαιτίας της απελευθέρωσης του επαγγέλματος του αρτοποιού καθώς και των τιμών των διαφόρων ειδών άρτου. Τα σημεία για τα οποία θα δοθεί μεγάλη μάχη είναι η ποιότητα, η φρεσκάδα και η τιμή των προϊόντων.

1.2.9 Ο τομέας των μπισκότων

Στον υποκλάδο των **μπισκότων** περιλαμβάνονται τόσο τα μπισκότα όσο και οι γκοφρέτες που παράγονται σε μεγάλο βαθμό από τη σοκολατοβιομηχανία.

Η συνολική παραγωγή του υποκλάδου ήταν ελαφρά αυξημένη το 1993 σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Η αύξηση αυτή υποδηλώνει ότι υπάρχει μια τάση για προσφορά μεγαλύτερης ποικιλίας και καλύτερης ποιότητας προϊόντων.

Οι εισαγωγές του υποκλάδου αυξήθηκαν σημαντικά από το 1994 και έπειτα, θα πρέπει να σημειωθεί πάντως ότι ένα σημαντικό μέρος των εισαγωγών αποτέλεσε μέρος των προσφερόμενων ποικιλιών από τους εγχώριους παραγωγούς. Η ανάγκη προσφοράς μεγάλου αριθμού ποικιλιών έχει κόστος για τους εγχώριους παραγωγούς, οι οποίοι βρήκαν διέξοδο στην αγορά ποικιλιών από το εξωτερικό, τις οποίες πουλάνε με το όνομα τους στην εγχώρια αγορά.

Η αδυναμία των εγχώριων εταιρειών να παράγουν όλες τις ποικιλίες οφείλεται στο μικρό μέγεθος της ελληνικής αγοράς και στη χαμηλή κατανάλωση.

Η ανάγκη αυτή για παραγωγή και προσφορά μεγάλου αριθμού προϊόντων καθιστά δύσκολη την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον υποκλάδο αυτό. Παρόλα αυτά ο ανταγωνισμός

διατηρείται οξύς λόγω της αύξησης των εισαγωγών και της αλλαγής των καταναλωτικών προτύπων. Στις γκοφρέτες ο ανταγωνισμός φαίνεται από τις συχνές εμφανίσεις νέων προϊόντων αλλά και από την υψηλή διαφήμιση ανά προϊόν. Αντίθετα, οι διαφημιστικές δαπάνες για τα μπισκότα είναι σχετικά χαμηλές και αυτό οφείλεται κύρια στο γεγονός ότι κάθε μεμονωμένο προϊόν έχει μικρή ζήτηση που δεν δικαιολογεί διαφημιστική δαπάνη γι' αυτό το συγκεκριμένο προϊόν.

Οι κυριότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον υποκλάδο είναι οι: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΠΙΣΚΟΤΩΝ ΑΒΕΕ και ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Ε.Ι ΑΕ και από τις σοκολατοβιομηχανίες η BINGO Α.Ε και η ION Α.Ε. Οι παραπάνω εταιρείες συγκέντρωσαν το 1994 το 98% των συνολικών πωλήσεων του υποκλάδου.

Συγκρατημένη αύξηση εμφανίζει η αγορά μπισκότων, λόγω της έντονης εμφάνισης άλλων κατηγοριών προϊόντων που λειτουργούν ανασταλτικά στη ζήτηση μπισκότων, όπως για παράδειγμα τα κρουασάν.

Οι επιχειρήσεις του υποκλάδου επικεντρώνουν τις προσπάθειες τους στην προώθηση του marketing προς τους καταναλωτές ή προς το εμπόριο καθώς και στην εμφάνιση νέων προϊόντων - κατηγοριών που θα ανανεώσουν το ενδιαφέρον του καταναλωτή, ενώ διατηρούν τις τιμές σε χαμηλά επίπεδα σε συνδυασμό με συνεχείς προσφορές σε ειδικές συσκευασίες. Επίσης, στόχος των εταιρειών του υποκλάδου, ιδιαίτερα των μεγάλων, είναι η επέκταση και ο εκσυγχρονισμός του υφιστάμενου μηχανολογικού εξοπλισμού, οι επενδύσεις για τη βελτίωση της παραγωγικότητας καθώς και η διείσδυση σε νέες αγορές ιδιαίτερα στις χώρες των Βαλκανίων.

1.2.10 Παραγωγή ζάχαρης

Η "Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης" είναι η μοναδική εταιρία παραγωγής ζάχαρης στη χώρα μας που ικανοποιεί το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών της χώρας χωρίς να αντιμετωπίζει ουσιαστικό ανταγωνισμό.

Η "Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης" διαθέτει 5 εργοστάσια συνολικής δυναμικότητας 32.500 τόννων ημερησίως. Τα εργοστάσια αυτά επεξεργάζονται τεύτλα από τα μέσα Αυγούστου μέχρι τα τέλη Νοεμβρίου κάθε έτους.

Η συνολική ποσότητα της παραγόμενης ζάχαρης εξαρτάται από την περιεκτικότητα των τεύτλων σε ζάχαρη. Η περιεκτικότητα αυτή εξαρτάται από μια σειρά αστάθμητων παραγόντων και κυρίως από τις εκάστοτε επικρατούσες καιρικές συνθήκες. Συνήθως, η περιεκτικότητα των τεύτλων σε ζάχαρη κυμαίνεται μεταξύ 14-17%.

Από την επεξεργασία 1.000 τόννων τεύτλων με περιεκτικότητα σε ζάχαρη 14.5% παράγονται 115 τόννοι ζάχαρης (11.5%), 50 τόννοι μελάσα, 40 τόννοι ξηρά πούλπα και μέχρι

90 τόννοι νωπή πούλπα. Η εγχώρια παραγωγή ζάχαρης τελεί υπό καθεστώς ποσόστωσης η οποία ανερχόταν σε 319.000 τόννους ετησίως στα μέσα της δεκαετίας του 1990, ποσό που συνέπιπτε με τη συνολική ετήσια παραγωγή της "Ελληνικής Βιομηχανίας Ζάχαρης" και με τις ανάγκες της εγχώριας αγοράς.

Τα χρόνια 1991-93 η μικρή αναπροσαρμογή της τιμής των τεύτλων ώθησε τους αγρότες σε άλλες μορφές καλλιέργειας και κυρίως προς το βαμβάκι. Αυτό είχε ως συνέπεια, η συνολική εγχώρια παραγωγή ζαχαρότευτλων να είναι μειωμένη κατά 14.2%, γεγονός το οποίο σε συνδυασμό με την χαμηλή περιεκτικότητα των τεύτλων σε ζάχαρη συνετέλεσε στην μειωμένη παραγωγή ζάχαρης η οποία ανήλθε σε 250.000 τόννους. Έτσι, το υπόλοιπο μέρος των αναγκών μας σε ζάχαρη καλύφθηκε με εισαγωγές.

Το παραπάνω φαινόμενο αντιμετωπίστηκε, κατά την περίοδο 1995 με 1996, με αναπροσαρμογή της τιμής των τεύτλων, ενώ θετικά επέδρασε επίσης και ο επιβαλλόμενος από την Ευρωπαϊκή Ένωση περιορισμός της καλλιέργειας βαμβακιού.

Τα ζαχαρότευτλα αποτελούσαν το βασικότερο συντελεστή του κόστους παραγωγής της ζάχαρης, καθώς συμμετείχαν στο συνολικό κόστος σε ποσοστό 60%. Ποσοστό 10% του συνολικού κόστους αποτελούσε το μαζούτ, ενώ το εργατικό κόστος αποτελούσε το 20%.

Η παραγωγή ζάχαρης από ζαχαροκάλαμο έχει σημαντικά χαμηλότερο κόστος από την παραγωγή ζάχαρης από ζαχαρότευτλα (το 1996 το 60% της παγκόσμιας παραγόμενης ζάχαρης προερχόταν από ζαχαροκάλαμο).

Η ζάχαρη είναι χρηματιστηριακό προϊόν και η διαμόρφωση της τιμής της εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων όπως το ύψος της παγκόσμιας παραγωγής, κλπ.

Οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παράγουν ζάχαρη από ζαχαρότευτλα και συνεπώς έχουν υψηλό κόστος παραγωγής. Η τιμή όμως της ζάχαρης, μέσα στην Ε.Ε., προστατεύεται από μια σειρά δασμούς με αποτέλεσμα να καθίσταται ασύμφορη η εισαγωγή ζάχαρης από τρίτες χώρες.

Η νέα συμφωνία της GATT, εξασφαλίζει τη διατήρηση της παραπάνω προστασίας μέχρι το 2001. Μετά την πάροδο όμως της εξαετίας αναμένεται οι ευρωπαϊκές βιομηχανίες παραγωγής ζάχαρης να αντιμετωπίσουν προβλήματα από εισαγωγές.

Η "Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης" παρά το γεγονός ότι κυριαρχεί στον υποκλάδο δεν σταματάει να επενδύει σε νέες τεχνολογίες και σε βελτίωση των ήδη υπάρχουσών, ενώ στόχος της είναι η επέκταση της στη βαλκανική αγορά οι ανάγκες της οποίας σε ζάχαρη καλύπτονται σχεδόν αποκλειστικά με εισαγωγές.

1.2.11 Σοκολατοποιία και παρασκευή ζαχαρωτών

Ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η ελληνική **σοκολατοποιία** είναι η υψηλή

εποχικότητα των προϊόντων αφού η σοκολάτα καταναλώνεται τους φθινοπωρινούς και χειμερινούς μήνες. Έτσι, η παραγωγική 7δραστηριότητα του υποκλάδου δεν αναπτύσσεται ισόρροπα κατά τη διάρκεια του έτους.

Η ζήτηση σοκολάτας επηρεάζεται από:

⇒ τη νέα διαιτητική αντίληψη, δηλαδή υγιεινή διατροφή με λιγότερες θερμίδες.

⇒ το μεγάλο αριθμό των υποκατάστατων προϊόντων με γλυκαντικές ουσίες (μπισκότα, σοκολατοπαγωτά, κρουασάν, κλπ.).

⇒ χρονική διάρκεια κατανάλωσης σοκολάτας, η οποία όλο και μικραίνει λόγω των καιρικών συνθηκών οι οποίες δεν είναι ιδιαίτερα ευνοϊκές για τα προϊόντα αυτά.

⇒ τη διαφήμιση και τη γενικότερη προώθηση της σοκολάτας από τις εταιρείες παραγωγής και εμπορίας.

⇒ την αρνητική δημοσιότητα των προϊόντων αυτών ως ανθυγιεινά.

⇒ τα εισοδήματα των καταναλωτών.

Η ελληνική παραγωγή σοκολάτας είναι συγκεντρωμένη σε λίγες και καλά οργανωμένες βιομηχανικές επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους. Οι κυρίαρχοι της εγχώριας αγοράς σοκολάτας είναι οι εταιρείες ION ΑΕ, JACOBS SUCHARD ΠΑΥΛΙΔΗΣ ΑΕ και ΛΟΥΜΙΔΗΣ ΑΕ. Στον υποκλάδο δραστηριοποιούνται επίσης και πάρα πολλές μικρές επιχειρήσεις οικογενειακού χαρακτήρα, ενώ υπάρχουν και αρκετές εισαγωγικές επιχειρήσεις, το μερίδιο των οποίων στη συνολική κατανάλωση σοκολάτας αυξάνεται διαχρονικά (28% το 1993).

Η παραγωγή προϊόντων σοκολάτας ακολούθησε αυξητική πορεία την περίοδο 1990-1992, σημαντική πτώση το 1993 και ανάκαμψη με τάσεις σταθεροποίησης το 1994 και 1995 γύρω στους 32.000 τόννους. Οι πλάκες και οι ράβδοι σοκολάτας απλές και γεμιστές αποτελούσαν το 44.48% της συνολικής κατανάλωσης προϊόντων σοκολάτας, τα σοκολατάκια το 10-13%, οι γκοφρέτες το 33% και η σοκοπάστα το 4-6%.

Από τα παραπάνω προϊόντα του υποκλάδου, μεγάλη αύξηση παρατηρήθηκε στην κατανάλωση γεμιστής σοκολάτας, ενώ στάσιμη εμφανίστηκε η κατανάλωση στα σοκολατάκια και στις σοκοπάστες.

Κατά τα μέσα της δεκαετίας παρατηρήθηκε μια αύξηση των εισαγωγών όλων των προϊόντων σοκολάτας κατά 14% περίπου.

Οι ελληνικές εξαγωγές σοκολάτας σε πλακίδια και ράβδους αυξήθηκαν στην περίοδο 1990-1994 με μέσο ετήσιο ρυθμό 18.5%. Η Ρωσία, η Ρουμανία, η Βουλγαρία και η Αλβανία ήταν οι σημαντικότερες χώρες προορισμού των εξαγωγών σε αυτό το είδος. Ελάχιστες ήταν οι εξαγόμενες ποσότητες σε σοκολατάκια όπως και σε γκοφρέτες (κυρίως το 1994) με κυριότερη χώρα απορρόφησης τη Ρωσία.

Από το 1997 και έπειτα, αυξήθηκε η συνολική αγορά σοκολάτας αλλά με αργούς ρυθμούς, γεγονός που επίτεινε τον ανταγωνισμό μεταξύ των βιομηχανιών παραγωγής σοκολάτας και των εταιρειών εισαγωγής αυτών των προϊόντων. Η διαγραφόμενη τάση στο

μέλλον είναι η κατανάλωση προϊόντων σοκολάτας καλύτερης ποιότητας με μεγαλύτερη ποικιλία γεύσεων σε συνδυασμό με πιο ελκυστικές συσκευασίες. Οι γκοφρέτες και οι γεμιστές σοκολάτες σε ράβδους εμφανίζουν καλύτερες προοπτικές.

1.3 Χαρακτηριστικά του κλάδου ποτών κατά τα μέσα της δεκαετίας του 1990

Ο κλάδος ποτών, όπως και ο κλάδος ειδών διατροφής, συγκαταλέγεται μεταξύ των δυναμικών κλάδων της βιομηχανίας. Χαρακτηριστικό του κλάδου για το 1994 ήταν η κατά 18.9% αύξηση των πωλήσεων σε σύγκριση με το 1993, αύξηση η οποία ήταν κατά σειρά η τρίτη υψηλότερη μεταξύ των κλάδων της βιομηχανίας. Επίσης, ήταν ο τρίτος κατά σειρά κλάδος με το μεγαλύτερο ύψος καθαρών κερδών κατά το 1994 σε σύγκριση με τους υπόλοιπους κλάδους της βιομηχανίας.

Το 1995 στον κλάδο αυτό έντονο ήταν το φαινόμενο των εξαγορών - συγχωνεύσεων και των επιχειρηματικών κινήσεων εντός και εκτός της χώρας σε ορισμένους υποκλάδους του κλάδου ποτών όπως για παράδειγμα η δημιουργία από την "3E" και την "ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ" της "Briewinvest" με σκοπό τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση στα επόμενα 5 χρόνια, των εγκαταστάσεων του ζυθοποιείου στη Βουλγαρία.

Με βάση τα στοιχεία της ΕΣΥΕ για μονάδες με απασχόληση από 10 άτομα και πάνω, ο κλάδος ποτών κατείχε το 1992 την 11η θέση ως προς τον αριθμό των απασχολουμένων, την 15η θέση ως προς τον αριθμό των καταστημάτων, την 8η θέση ως προς την ακαθάριστη αξία παραγωγής και την 7η θέση όσον αφορά την προστιθέμενη αξία στο σύνολο της βιομηχανίας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Απογραφής Βιομηχανίας της ΕΣΥΕ για το 1988 το 73.9% των μονάδων του κλάδου απασχολούσαν μέχρι 2 άτομα, ενώ υπήρχαν 21 εταιρείες με απασχόληση πάνω από 100 άτομα οι οποίες συγκέντρωναν το 43.4% των απασχολουμένων στον κλάδο.

Ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής του κλάδου συνέχισε και το 1994 την ανοδική πορεία του, αφού ανήλθε σε 168.1 μονάδες αυξημένος κατά 7.8% σε σχέση με το 1993 οπότε είχε διαμορφωθεί στις 155.9 μονάδες. Ο δείκτης αυτός στον κλάδο των ποτών σημείωνε μια σταθερή αύξηση στη διάρκεια της περιόδου 1988-1994 και βρισκόταν σε σημαντικά καλύτερα επίπεδα από αυτά του αντίστοιχου δείκτη της βιομηχανίας σε όλο το εξεταζόμενο διάστημα.

Από το 1994 και έπειτα, οι επιχειρήσεις του κλάδου κατέβαλαν αξιόλογες προσπάθειες προκειμένου να ανταποκριθούν στα σύγχρονα δεδομένα και τις απαιτήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για παράδειγμα, οι παστεριωμένοι χυμοί ή τα προϊόντα "light" δεν είναι τίποτε άλλο παρά μια απόδειξη ότι οι ελληνικές βιομηχανίες ποτών συνειδητοποίησαν ότι είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη τους η προσαρμογή στις νέες συνθήκες τις οποίες διαμορφώνουν τα συνεχώς μεταβαλλόμενα καταναλωτικά πρότυπα διεθνώς. Έτσι, οι εταιρείες του κλάδου, πραγματοποιώντας σοβαρές επενδύσεις προς την κατεύθυνση του εκσυγχρονισμού, της

βελτίωσης των παραγόμενων προϊόντων αλλά και των επεκτάσεων, πέτυχαν να ενισχυθεί σημαντικά η ανταγωνιστικότητα τους.

Αξιζει να σημειωθεί ότι ο κλάδος αυτός ανέδειξε το 1994 τις 2 πρώτες σε κέρδη ελληνικές βιομηχανίες (Αθηναϊκή Ζυθοποιία, Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως ΑΕ).

Ο κλάδος ποτών παρουσίασε σημαντική ανάπτυξη κατά τα μέσα της δεκαετίας του 1990, κυρίως σε ορισμένους υποκλάδους. Ειδικότερα, αιχμή της ανάπτυξης που γνώρισε ο κλάδος αποτέλεσε ο υποκλάδος χυμών - αναψυκτικών - νερών οι επιχειρήσεις του οποίου ισχυροποίησαν το 1994 τη θέση τους με την ώθηση που τους έδωσε η συνεχώς αυξανόμενη κατανάλωση των προϊόντων του τομέα. Από την άλλη πλευρά ο υποκλάδος των αλκοολούχων ποτών αντιμετώπισε την πίεση της εισαγωγικής διείσδυσης προϊόντων με ευρεία διάδοση και ισχυρή διεθνή παρουσία, τα οποία έχουν αποσπάσει μερίδια από τα παραδοσιακά προϊόντα της ελληνικής βιομηχανίας οινοπνευματωδών. Εξαιρεση αποτέλεσε το ούζο για το οποίο η αγορά έδειξε σημάδια ανάκαμψης.

Ενδεικτικά στοιχεία της ισχύος του υποκλάδου ζυθοποιίας, ήταν, αφενός η παρουσία της περισσότερο κερδοφόρου εταιρίας του κλάδου ποτών στον υποκλάδο και αφετέρου το μερίδιο κατανάλωσης της μπύρας που ήταν το μεγαλύτερο μεταξύ των άλλων ποτών. Η αύξηση της κατανάλωσης κρασιού στην ελληνική αγορά κατά το 1994 αποτέλεσε θετική εξέλιξη για τον υποκλάδο, ο οποίος έδειξε να αντεπιτίθεται για την ανάκτηση των μεριδίων που έχασε το 1992 – 1993. Αρνητικό όμως στοιχείο για τον υποκλάδο κρασιού αποτέλεσε η αύξηση των πωλήσεων με ρυθμούς κάτω του πληθωρισμού και η πραγματοποίηση ζημιών από τις μεγαλύτερες εταιρείες του υποκλάδου.

1.3.1 Οινοπνευματοποιία και ποτοποιία οινοπνευματωδών

Ο υποκλάδος αλκοολούχων ποτών περιλαμβάνει την παραγωγή οινοπνεύματος και την παρασκευή από αυτό των αλκοολούχων ποτών όπως ρούμι, ουίσκι, κονιάκ, μπράντυ, τσικουδιά, τσίπουρο, ούζο, βότκα, λικέρ, κλπ. Η ελληνική ποτοποιία αλκοολούχων ποτών βασίζεται κυρίως στην παραγωγή ούζου, διαφόρων προϊόντων στεμφυλοπνεύματος (ρακί, τσίπουρο, τσικουδιά), ποτών τύπου brandy και λικέρ. Από την άλλη πλευρά, η δομή της κατανάλωσης στηρίζεται στη μεγάλη ποικιλία των εισαγόμενων ποτών, απομακρυνόμενη όλο και περισσότερο από τα ελληνικά προϊόντα.

Έτσι, η συγκέντρωση του εγχωρίου υποκλάδου στα παραπάνω προϊόντα αφενός και αφετέρου τα νέα καταναλωτικά πρότυπα που επιβλήθηκαν μέσω της δυναμικής παρουσίας των εισαγόμενων ποτών, αποδυναμώνουν τις εγχώριες επιχειρήσεις που στρέφονται ολοένα και περισσότερο στην παράλληλη εμπορική - εισαγωγική δραστηριότητα.

Στη χώρα μας το εμπορικό ισοζύγιο των αλκοολούχων ποτών ήταν ελλειμματικό. Το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών εισαγωγών αλκοολούχων ποτών προέρχεται από τις χώρες

της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ειδικότερα από το Ην. Βασίλειο (ουίσκι) και τη Γαλλία. Η εξαγωγική δραστηριότητα είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη από το 1994 και έπειτα, συνεχίζει όμως να είναι συγκεντρωμένη σε χώρες με σημαντικό ελληνικό στοιχείο και αφορά τα ποτά τύπου μπράντυ και το ούζο.

Οι εταιρείες του υποκλάδου εμφάνισαν σημαντική αύξηση των πωλήσεων τους το 1994/93, η οποία όμως συνοδεύτηκε από πραγματοποίηση ζημιών το 1994.

Η κατανάλωση των αλκοολούχων ποτών επηρεάζεται άμεσα από την εξέλιξη του διαθέσιμου ιδιωτικού εισοδήματος και από τις τιμές πώλησης των διαφόρων ποτών που δημιουργούν υποκατάσταση μεταξύ των διαφόρων οινοπνευματωδών (κρασί - μπύρα - αλκοολούχα) καθώς και από την έντονη προώθηση και διαφήμιση των συγκεκριμένων προϊόντων, από χορηγίες αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, κλπ. Οι προοπτικές εξέλιξης της εγχώριας κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1990, δίνουν μικρούς πτωτικούς ρυθμούς για το σύνολο της αγοράς, ενώ για τις επιμέρους κατηγορίες αναμένεται να συνεχιστούν οι τάσεις που επικρατούσαν στα μέσα της δεκαετίας του 1990. Έτσι, η μεγαλύτερη πτώση αναμένεται στο μπράντυ με τάσεις όμως σταθεροποίησης και αντίθετα αύξηση στα λευκά αλκοολούχα. Ειδικότερα, σταθερότητα ή ελαφρά πτώση προβλέπεται και στην αγορά ουίσκι, μικρή μείωση για το ρούμι και το λικέρ, αύξηση για το τζίν και τη βότκα, ενώ σταθερότητα ή ελαφρά αύξηση στο ούζο.

Με δεδομένο ότι το ισχυρό δίκτυο διανομής και το marketing αποτελούν σημαντικά κριτήρια ισχυρής παρουσίας στην αγορά των ποτών, φαίνεται πως κινήσεις συνεργασίας είτε σε επίπεδο παραγωγής είτε σε επίπεδο διανομής είναι καθοριστικές για την παραπέρα πορεία των ελληνικών μονάδων που αν και είναι υγιείς, αποδεικνύονται αδύναμες να αντιμετωπίσουν το διεθνή ανταγωνισμό.

Τέλος, η επέκταση του ρόλου και της παρουσίας των ελληνικών εταιρειών σε γειτονικές χώρες προβλέπεται να αποτελέσει την κινητήρια δύναμη ανάπτυξης του υποκλάδου.

1.3.2 Οινοποιία

Η αλλαγή των διατροφικών συνηθειών, ο ανταγωνισμός που δεχόταν το κρασί από τα αλκοολούχα ποτά και την μπύρα, η αύξηση της τιμής του κρασιού που προήλθε από την υπαγωγή του σε ΦΠΑ 18%, καθώς και οι υψηλές τιμές πώλησης των εμφιαλωμένων κρασιών σε χώρους διασκέδασης συνετέλεσαν στη μείωση της κατανάλωσης κρασιού το 1992 – 1993. Την περίοδο όμως 1994/93 σημειώθηκε ανάκαμψη κατά 18% έναντι του 1993/92.

Πιο συγκεκριμένα, αύξηση της κατανάλωσης σημειώθηκε στο χύμα κρασί καθώς και στα ακριβά κρασιά ονομασίας προέλευσης, ενώ μείωση σημειώθηκε στην κατανάλωση εμφιαλωμένων κρασιών μεσαίας τιμής.

Οι τάσεις που παρατηρήθηκαν στην αγορά κρασιού το 1995 ήταν : ενίσχυση των

μεγάλων συσκευασιών του κρασιού στα supermarkets, ενίσχυση της κατανάλωσης λευκών κρασιών σε βάρος των ερυθρωπών, μείωση της κατανάλωσης ρετσίνας, ενίσχυση της παραγωγής "τοπικών" κρασιών, αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για προϊόντα κρασιού, "ονομασία" ή "περιορισμένης παραγωγής", στροφή των καταναλωτών σε πιο ελαφρές γεύσεις (αφρώδη κρασιά) κλπ.

Οι εξαγωγές κρασιού, αυξήθηκαν το 1994 σε σχέση με το 1993 κατά 10%, ενώ η ανοδική πορεία συνεχίστηκε και κατά το 1995. Οι εξαγωγές κατευθύνονταν προς την Ευρωπαϊκή Ένωση και κυρίως προς Γερμανία, Ολλανδία, Βέλγιο, Αυστρία. Οι εισαγωγές κρασιού, παρά την ποσοστιαία σημαντική άνοδο τους, βρίσκονταν σε χαμηλά επίπεδα.

Η Κοινή Οργάνωση Αγοράς στον τομέα του οίνου με τις υποχρεωτικές εκριζώσεις αμπέλων, την κατάργηση των ενισχύσεων και τη γενικότερη αντίληψη ότι η ζήτηση δεν μπορεί να αυξηθεί, άρα πρέπει να περιορίσει ο νότος την προσφορά του, προκαλεί προβλήματα στην ελληνική αμπελουργία και οινοποιία.

Για τα εμφιαλωμένα κρασιά ποιότητας, ευνοϊκές είναι οι προοπτικές λόγω της ανάκαμψης των πωλήσεων και της στροφής των καταναλωτών προς αυτή την κατηγορία. Διαφαίνεται δηλαδή, μια τάση οι καταναλωτές να πίνουν "λιγότερο αλλά καλύτερα". Προϋπόθεση βέβαια για την παραπέρα ανάπτυξη του υποκλάδου αποτελεί η προβολή των ελληνικών κρασιών στο εξωτερικό με τη διοργάνωση διαφημιστικής καμπάνιας, η σωστή αξιοποίηση του ελληνικού αμπελώνα, κλπ.

1.3.3 Παρασκευή μη οινοπνευματωδών ποτών και εμφιάλωση μεταλλικών νερών

Ο υποκλάδος των εμφιαλωμένων νερών καλύπτει την αγορά των μεταλλικών, των επιτραπέζιων καθώς και των ανθρακούχων και μη νερών. Τα εμφιαλωμένα νερά διακρίνονται στα απλά πόσιμα και στα μεταλλικά.

Μετά από μια σημαντική αύξηση που σημειώθηκε στην κατανάλωση εμφιαλωμένων νερών τη διετία 1991-92 (37%) και 1992-93(30%) εξαιτίας της λειψυδρίας, το 1994 ο ρυθμός αύξησης της κατανάλωσης περιορίστηκε λόγω του μεγάλου θορύβου που είχε δημιουργηθεί για την καταλληλότητα ή όχι των εμφιαλωμένων νερών με αφορμή τον εντοπισμό ακατάλληλων δειγμάτων από ορισμένες εταιρείες. Το 1995, ο ρυθμός αύξησης της κατανάλωσης περιορίστηκε στο 9.4%.

Το εμπορικό ισοζύγιο των εμφιαλωμένων νερών ήταν ελλειμματικό, τόσο όμως οι εισαγωγές όσο και οι εξαγωγές αποτελούσαν ελάχιστες ποσότητες. Η Γερμανία, Αυστραλία και Κύπρος απορροφούσαν το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών μας, ενώ η Γαλλία, Γερμανία και Ιταλία ήταν οι κυριότερες χώρες προέλευσης των εισαγωγών μας.

Τα χρηματοοικονομικά στοιχεία των εταιρειών του υποκλάδου βελτιώθηκαν μεταξύ

1991-92. Όμως, τα επόμενα χρόνια αντιμετώπισαν έντονα οικονομικά προβλήματα εξαιτίας τόσο της κάμψης της ζήτησης όσο και της αύξησης στα υλικά εμφιάλωσης, η συμμετοχή των οποίων στο κόστος παραγωγής έφθανε το 80%.

Κυρίαρχο στοιχείο του υποκλάδου ήταν ο ανταγωνισμός μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων με κύριο στόχο να κρατηθούν χαμηλά οι τιμές συμπιέζοντας έτσι τα περιθώρια κέρδους τους. Οι μεγάλες εταιρείες δεν αντιμετώπιζαν ιδιαίτερο πρόβλημα γιατί διέθεταν καλύτερα δίκτυα διανομής, συγκέντρωναν τα μεγαλύτερα μερίδια και λειτουργούσαν με μικρότερο κόστος σε σχέση με τις μικρές εταιρείες, οι οποίες αποτελούσαν και την πλειοψηφία του υποκλάδου.

Οι προοπτικές του υποκλάδου εμφιαλωμένων νερών δεδομένης της καλής ποιότητας των ελληνικών νερών, της χαμηλής κατά κεφαλή κατανάλωσης, της στροφής των καταναλωτών προς προϊόντα υγιεινής διατροφής, κλπ., εμφανίζονται θετικές. Θα πρέπει όμως να επισημανθεί ότι οι μικρές μη καλά οργανωμένες εταιρείες του υποκλάδου αντιμετωπίζουν έντονα προβλήματα, η επίλυση ή η ένταση των οποίων θα καθορίσει την παραπέρα πορεία του υποκλάδου.

Σημαντική ανάπτυξη παρουσίασε το 1991 - 1995 η αγορά των χυμών και αναψυκτικών. Ειδικότερα, η κατανάλωση χυμών το 1994 έφθασε τα 148.8 εκατ. λίτρα σημειώνοντας μέση ετήσια αύξηση 9.1% από το 1990. Οι εισαγωγές χυμών αφορούσαν σε μεγάλο βαθμό συμπυκνωμένους χυμούς που χρησιμοποιούνταν σαν πρώτη ύλη, και προέρχονταν κυρίως από χώρες της Ε.Ε. Οι εξαγωγές χυμών κατευθύνονταν προς τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

Στην αγορά των αναψυκτικών, η κατανάλωση σημείωσε μέση ετήσια αύξηση 2.3% την περίοδο 1990-94. Η ανάπτυξη της συγκεκριμένης αγοράς οφειλόταν στην ισχυρή διαφημιστική παρουσία των εταιρειών αυτών, στις καινοτομίες και στη συνεχή ανανέωση με καινούργια προϊόντα, στις ελκυστικές συσκευασίες και στις συνεχείς προωθητικές ενέργειες στα σημεία πώλησης. Οι εξαγωγές αναψυκτικών παρουσίασαν εντυπωσιακή αύξηση, το μέγεθος τους όμως παρέμεινε μικρό αφού αποτελούσε το 10% περίπου της συνολικής παραγωγής αναψυκτικών. Οι εξαγωγές πραγματοποιούνταν σε χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι εισαγωγές αναψυκτικών αντιπροσώπευαν περίπου το 3% της κατανάλωσης αναψυκτικών και προέρχονταν από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στον υποκλάδο χυμών και αναψυκτικών δραστηριοποιούνταν το 1996 περίπου 30 επιχειρήσεις στη χυμοποίηση φρούτων, 35 στην παραγωγή χυμών και αναψυκτικών και 15 στην εισαγωγή χυμών και αναψυκτικών. Τόσο στους χυμούς όσο και στα αναψυκτικά κυριαρχεί η Ελληνική Εταιρεία Εμφιάλωσης ΑΕ. Τα οικονομικά στοιχεία των εταιρειών του υποκλάδου βρίσκονταν σε ικανοποιητικά επίπεδα και βελτιώνονταν διαχρονικά στην περίοδο 1991-1994.

Η αγορά των χυμών-αναψυκτικών ακολούθησε μια σταθερή ανοδική πορεία κατά το διάστημα 1991 - 1995, ο υποκλάδος βελτίωσε και αύξησε τα προσφερόμενα προϊόντα και οι εταιρείες εξαιτίας του μεταξύ τους ανταγωνισμού έδωσαν ώθηση στην αγορά. Έτσι, οι

προοπτικές του υποκλάδου είναι θετικές αφού υπάρχουν περιθώρια για παραπέρα ανάπτυξη της αγοράς και επέκταση της κατανάλωσης χυμών - αναψυκτικών.

1.4 Ο κλάδος τροφίμων ποτών και το Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών⁴

Η υψηλή συμμετοχή της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών στο Α.Ε.Π., δεν αντανakλάται και στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (Χ.Α.Α.) όπου η παρουσία επιχειρήσεων του κλάδου είναι σχετικά μικρή.

Αξιζει πάντως να σημειωθεί ότι οι εισηγμένες εταιρείες του κλάδου αύξησαν την αξία τους καθώς απέδειξαν ότι ο χώρος είναι ικανός να προσφέρει συστηματικά κέρδη, ότι έχει σύγχρονους τρόπους διοίκησης και πάνω από όλα με σημαντικές θετικές μεταβολές.

Όμως παρά τους εύρωστους δείκτες, ο κλάδος διατηρεί τον παραδοσιακό του χαρακτήρα και σε ένα μεγάλο βαθμό τα προβλήματα που απορρέουν από αυτόν.

Ο κύκλος των προβλημάτων του κλάδου συμπληρώνεται με τη χρηματοδότηση, ως εκ τούτου, οι εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης αποκτούν ιδιαίτερη σημασία. Η εισαγωγή μίας εταιρείας στο Χρηματιστήριο, επιτρέπει την διεύρυνση της μετοχικής και κεφαλαιακής βάσης, και την άντληση φθηνών κεφαλαίων για την χρηματοδότηση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων.

Όσον αφορά το 1995, οι 20 συνολικά εταιρείες τροφίμων και ποτών (16 τροφίμων και 4 ποτών) η μετοχή των οποίων διαπραγματεύονταν στο Χ.Α.Α., αποτελούν τα κορυφαία ονόματα όχι μόνο για τον συγκεκριμένο χώρο που δραστηριοποιούνται, αλλά βρίσκονται στις πρώτες θέσεις στο σύνολο του βιομηχανικού χώρου. Η πορεία των εταιρειών τροφίμων και ποτών στο Χ.Α.Α. έχει τη δυναμικότερη ίσως εξέλιξη μεταξύ όλων των άλλων κλάδων. Ο δείκτης τιμών των μετοχών του συγκεκριμένου κλάδου, ο οποίος αυξήθηκε κατακόρυφα από το 1987, ξεπέρασε κατά πολύ τους δείκτες όλων των άλλων κλάδων.

Το 1996 ήταν μία δύσκολη χρονιά για τις βιομηχανίες τροφίμων και ποτών, αρκετές όμως από τις οποίες κατάφεραν παρά το δυσμενές κλίμα της αγοράς να διατηρήσουν ή και να αυξήσουν την κερδοφορία τους και τις πωλήσεις τους σε σχέση με το 1995. Ο κύριος όγκος των επιχειρήσεων παραγωγής και εμπορίας τροφίμων αντιμετώπισε με επιτυχία το κρίσιμο 1996, χωρίς όμως να κατορθώσει να ξεπεράσει τα όρια της "συγκρατημένης μικροβελτίωσης", ούτε να ξεπεράσει τους βάσιμους φόβους μίας νέας περιόδου βαθύτατης ύφεσης και έντασης συγχρόνως των φαινομένων, που οδηγούν στην σταδιακή αποβιομηχάνιση.

Οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου, οι μετοχές των οποίων ήταν εισηγμένες στο Χρηματιστήριο, δεν απέφυγαν το γενικό κανόνα. Είχαν περιορισμένα κέρδη που τους

⁴ περιοδικό " Τρόφιμα και Ποτά ", 1995, 1997, 1998

υποχρέωσαν να δώσουν ελαφρώς βελτιωμένα μερίσματα. Εξαιρέση αποτέλεσαν η CHIPITA, η Νηρέυς και η GOODY'S, τα μικτά κέρδη των οποίων παρουσίασαν υψηλή μεταβολή έναντι της προηγούμενης χρήσεως, χωρίς αυτό να σημαίνει και ανάλογη μεταβολή του μικτού περιθωρίου κέρδους, που σε ορισμένες περιπτώσεις υπήρξε αρνητικό.

Πλην ελαχίστων εξαιρέσεων, που είχαν να κάνουν με εξωγενείς παράγοντες περισσότερο παρά με ενδοεπιχειρησιακούς, οι βιομηχανίες τροφίμων, των οποίων οι μετοχές ήταν εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αθηνών, αύξησαν την κερδοφορία τους και τον κύκλο εργασιών τους κατά το 1997, ενώ νέα ανοδική πορεία διέγραψαν τα μεγέθη τους αυτά και κατά τους πρώτους μήνες του 1998. Τα στοιχεία αυτά, σε συνδυασμό με τα ενδιαφέροντα σχέδια ανάπτυξης εντός και εκτός των συνόρων, όπως αυτά παρουσιάστηκαν στις γενικές συνελεύσεις των μετόχων τους, ήταν ενδεικτικά της πορείας που ακολουθεί ή μπορεί να ακολουθήσει το σύνολο του κλάδου ή έστω η πλειοψηφία των δυναμικών μονάδων του.

1.5 Συμπερασματικά⁵

Ο ελληνικός κλάδος τροφίμων και ποτών παρά τον υψηλό παραδοσιακό του χαρακτήρα, τα προβλήματα που τον συνοδεύουν και τις πιέσεις που δέχεται από το διεθνή ανταγωνισμό, παραμένει ο δυναμικότερος και φαίνεται να αντιστέκεται περισσότερο στη γενικότερη δυσμενή οικονομική συγκυρία (1995). Ένα τμήμα του ανταποκρίθηκε έγκαιρα και με μεγάλη επιτυχία στα νέα δεδομένα της αγοράς και έχει μια ζηλευτή παρουσία τόσο σε εθνικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο, έχοντας τη δυνατότητα να προσαρμόζει το σύνολο της επιχειρηματικής του δραστηριότητας στις μεταβαλλόμενες συνθήκες.

Όμως οι εξελίξεις της αγοράς είναι ραγδαίες και τα δεδομένα αυτής περιπλέκονται όλο και περισσότερο. Μέσα στο πλαίσιο αυτό ο ρόλος των μικρομεσαίων μεταποιητικών επιχειρήσεων αποδεικνύεται σημαντικός, απαιτείται όμως συνεχής εγρήγορση και προσαρμογή στο διεθνές περιβάλλον του ανταγωνισμού με στοιχεία όπως :

- ✓ Επένδυση σε ανθρώπινο κεφάλαιο
- ✓ Εμπιστοσύνη σε νέα οργανωτικά σχήματα και εμπορικούς μηχανισμούς
- ✓ Ανάλυση επιχειρηματικών κινδύνων
- ✓ Ενημέρωση και αξιοποίηση διαφόρων προγραμμάτων, που προσφέρονται σε κοινοτικό και εθνικό επίπεδο
- ✓ Εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων
- ✓ Διασφάλιση υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών και δημιουργία νέων προϊόντων

⁵ περιοδικό " Τρόφιμα και Ποτά ", 1995

- ✓ Ανάπτυξη ολοκληρωμένης εξαγωγικής πολιτικής, με βασική προϋπόθεση την ανάπτυξη προϊόντων προς εξαγωγή και όχι απλή προσπάθεια διάθεσης του πλεονάζοντος προϊόντος
- ✓ Εκμετάλλευση των δυνατοτήτων που παρέχονται από το άνοιγμα των βαλκανικών χωρών, στις οποίες θα πρέπει να φανεί η ανταγωνιστικότητα του κλάδου τόσο σε επίπεδο κόστους όσο και ποιότητας.
- ✓ Ανάπτυξη συνεργασιών τόσο σε επίπεδο παραγωγής όσο και εμπορίας, με αντίστοιχες επιχειρήσεις είτε του εσωτερικού είτε του εξωτερικού.

Τα σημερινά δεδομένα της αγοράς δεν επιτρέπουν τυχαίες επιτυχίες. Σίγουρα η συνταγή της επιτυχίας είναι ο ακραίος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων και επίσης οι διάφοροι κλάδοι της οικονομίας μιας χώρας ανθίζουν όταν αναγκάζονται να αντιμετωπίσουν το υψηλό εργατικό κόστος, την έλλειψη φυσικών πόρων, όταν οι πελάτες δεν δέχονται υποδεέστερα ή παρωχημένα προϊόντα, όταν ο εγχώριος ανταγωνισμός είναι σκληρός και επιθετικός και όταν η κυβέρνηση δεν παρέχει προστασία από τον διεθνή ανταγωνισμό. Και φαίνεται πως η ελληνική πραγματικότητα έχει όλα αυτά τα στοιχεία.

Εξ ' άλλου η ιστορία επιτυχημένων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στον ελληνικό χώρο είναι αποτέλεσμα ορθών στρατηγικών επιλογών και επιχειρηματικής δράσης και όχι αποτέλεσμα μιας επιτυχημένης κυβερνητικής πολιτικής.

Ωστόσο ο ρόλος του κράτους εντοπίζεται στη μη ύπαρξη αντικινήτρων, καθώς διάφορα οικονομικά (φορολογικά) θεσμικά και κοινωνικά μέτρα έχουν ενεργήσει δυστυχώς προς αυτήν την κατεύθυνση.

Η δημιουργία και διατήρηση σταθερού κλίματος αφενός, αφετέρου δε το κατάλληλο και αποτελεσματικό νομικό πλαίσιο, φαίνεται να αποτελούν βασικές προϋποθέσεις στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής βιομηχανίας. Παράλληλα, η ανάπτυξη της υποδομής στον πρωτογενή τομέα και τις μεταφορές, η εξασφάλιση διμερών συμφωνιών και η υποστήριξη των συμφερόντων μας σε διεθνές επίπεδο (κατοχύρωση παραδοσιακών προϊόντων π.χ. φέτα, ούζο) αποτελούν επίσης τομείς στους οποίους το κράτος έχει τον πρώτο ουσιαστικό λόγο. Μέσα στα πλαίσια αυτά η βιομηχανία τροφίμων και ποτών, καλείται να παίξει ουσιαστικό ρόλο καθώς παρά τα προβλήματα της έχει πολλά θετικά και υγιή στοιχεία, τα οποία αν αξιοποιηθούν θα βοηθήσουν στην πιο δυναμική και επιθετική παρουσία της στην εγχώρια και διεθνή αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1 Ο σκοπός της έρευνας και το δείγμα των επιχειρήσεων

Στην παρούσα έρευνα θα εκτιμηθούν οι επιδόσεις των εταιριών του κλάδου τροφίμων – ποτών. Αρχικά υπολογίζονται οι μεταβολές των σημαντικότερων χρηματοοικονομικών στοιχείων των εταιριών για τα έτη 1995 έως 1997.

Το δείγμα της έρευνας αποτελούν 28 εταιρίες του κλάδου τροφίμων - ποτών που είναι εισηγμένες στο Χ.Α.Α. Αυτές οι εταιρίες, όπως έχει αναφερθεί και προηγουμένως, είναι οι κορυφαίες επιχειρήσεις στο συγκεκριμένο κλάδο, αλλά παράλληλα βρίσκονται και στις πρώτες θέσεις στο σύνολο της βιομηχανίας.

Η αξιολόγηση των εταιριών βασίστηκε στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις (ισολογισμοί, λογαριασμοί αποτελεσμάτων χρήσης) και σε χρηματοοικονομικούς δείκτες που υπολογίστηκαν.

Τα οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων συλλέχθηκαν από τη βάση δεδομένων της I.C.A.P.

Το δείγμα των επιχειρήσεων αποτελούν οι :

1. Ελληνική Εταιρεία Μπισκότων Α.Β.Ε.Ε.
2. Νηρέυς Ιχθυοκαλλιέργειες Χίου Α.Ε.
3. Goody's Α.Ε.
4. Ελαΐς Α.Ε. Ελαιουργικών Επιχειρήσεων
5. Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης Α.Ε.
6. Κατσέλη Χ., Υιοί. Α.Β.Ε.Ε.
7. Νίκας Π.Γ., Α.Β.Ε. Αλλαντοποιίας
8. Jacobs Suchard – Παυλίδου Σοκολατοποιία Α.Ε.
9. Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως Α.Ε. (3 Ε)
10. Ιντερσατ Α.Ε.
11. Θεσσαλική Οινοπνευματική Α.Ε.
12. Α – Β Βασιλόπουλοι Α.Ε.
13. CHIPITA INTERNATIONAL Α.Β. & Ε.Ε.
14. Γενική Τροφίμων «Μπάρμπα Στάθης» Α.Ε.
15. Καμπάς Α, Α.Ε.
16. ΔΕΛΤΑ Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε.
17. Σελόντα Ιχθυοτροφεία Α.Ε.Γ.Ε.
18. EVEREST Α.Ε. Συμμετοχών & Επενδύσεων

19. OLYMPIC CATERING A.E.
20. SEA FARM IONIAN A.E.
21. ΑΛΛΑΤΙΝΗ Α.Ε.
22. ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε.
23. ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ ΑΡΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε.
24. Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη Α.Ε.
25. Λαζαρίδη Κ., Κτήμα Α.Ε.
26. Λούλη Κυλινδρόμυλος Α.Ε.
27. Μύλοι Αγίου Γεωργίου Α.Ε.
28. Σαραντόπουλος Κ., Κυλινδρόμυλοι Α.Ε.

Η αρίθμηση των εταιρειών που παρουσιάζεται παραπάνω ισχύει και για όλες τις αναλύσεις που έπονται.

Παρατηρώντας το δείγμα των επιχειρήσεων βλέπουμε ότι 22 από αυτές είναι βιομηχανίες και οι υπόλοιπες 6 εμπορικές επιχειρήσεις. Αναλυτικά το δείγμα αποτελείται από 15 βιομηχανίες ειδών διατροφής, 4 βιομηχανίες ποτών, 3 βιομηχανίες αγροτικών προϊόντων, 2 εμπορικές επιχειρήσεις ειδών διατροφής, 2 επιχειρήσεις ταχυεστίασης (Goody's A.E, EVEREST A.E.), ένα πολυκατάστημα – SUPER MARKET και μια διάφορες υπηρεσίες (Intersat A.E.).

Σε αυτό το σημείο πρέπει να τονισθεί ότι το έτος 1995 το δείγμα αριθμεί 27 εταιρείες λόγω του ότι οι Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη Α.Ε. δεν εξέδωσαν ισολογισμό για αυτήν τη χρονιά. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι το 1996 οι Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη είχαν υπερδωδεκάμηνη χρήση (1/1/95 – 30/6/96) ενώ το 1997 η EVEREST είχε υποδωδεκάμηνη χρήση (1/1/97 – 30/6/97).

2.2 Τα χρηματοοικονομικά στοιχεία

Υπολογίστηκαν για κάθε έτος οι μεταβολές των χρηματοοικονομικών στοιχείων:

- Πωλήσεις
- Μικτό κέρδος
- Κέρδη προ φόρων
- Καθαρά πάγια
- Ταμείο
- Ίδια κεφάλαια
- Μεσομακροπρόθεσμες υποχρεώσεις
- Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

Εκτός από τα παραπάνω στοιχεία για κάθε χρονιά υπολογίστηκαν 14 χρηματοοικονομικοί δείκτες, των οποίων οι μεταβολές εξετάστηκαν διαχρονικά.

2.3 Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες⁶

Η χρήση των δεικτών αποτελεί μία από τις πλέον διαδεδομένες μεθόδους χρηματοοικονομικής ανάλυσης.

Χρηματοοικονομικός δείκτης είναι η απλή σχέση ενός κονδυλίου του ισολογισμού ή της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης προς ένα άλλο.

Ο λόγος που οδήγησε στην καθιέρωση της χρησιμοποίησης των δεικτών προέρχεται από την ανάγκη να γίνεται αμέσως αντιληπτή η πραγματική αξία και η σπουδαιότητα των απολύτων μεγεθών. Οι δείκτες χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

➤ ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Μέσω αυτής της κατηγορίας χρηματοοικονομικών δεικτών μετράται η αποδοτικότητα μιας επιχείρησης, η δυναμικότητα των κερδών της και η ικανότητα της διοίκησης της. Μετράται δηλαδή ο βαθμός επιτυχίας ή αποτυχίας μιας επιχείρησης σε δεδομένη χρονική στιγμή. Υπάρχουν δείκτες αποδοτικότητας που εκφράζουν :

- i) Το περιθώριο κέρδους
- ii) Την απόδοση επενδύσεων
- iii) Την ανακύκλωση κεφαλαίου

$$1) \text{ Περιθώριο μικτού κέρδους} = \frac{\text{Μικτά κέρδη}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Δείχνει το μικτό κέρδος που απολαμβάνει μια επιχείρηση από την πώληση προϊόντων αξίας 100 δραχμών. Γενικά δείχνει τη λειτουργική αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης και την τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί.

$$2) \text{ Περιθώριο καθαρού κέρδους} = \frac{\text{Καθαρά κέρδη}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Δείχνει το ποσοστό κέρδους που μένει στην επιχείρηση μετά την αφαίρεση από τις πωλήσεις, του κόστους πωληθέντων και όλων των λοιπών εξόδων.

⁶ Ζοπουνίδης Κ., 2000, Νιάρχος Ν., 1996

$$3) \text{ Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα} = \frac{\text{Καθαρά κέρδη}}{\text{Ίδια κεφάλαια}}$$

Απεικονίζει την κερδοφορία μιας επιχείρησης και παρέχει ένδειξη του κατά πόσο επιτεύχθηκε ο στόχος πραγματοποίησης ενός ικανοποιητικού αποτελέσματος. Αυτός ο δείκτης αφορά κυρίως τους μετόχους μιας επιχείρησης.

$$4) \text{ Βιομηχανική αποδοτικότητα} = \frac{\text{Κέρδη προ τόκων και φόρων}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

Μετράει την απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης καθώς και των επιμέρους τμημάτων αυτής και αποτελεί ένα είδος αξιολόγησης και ελέγχου της διοίκησης της.

$$5) \text{ Ανακύκλωση ενεργητικού} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

Δείχνει, αν υπάρχει ή όχι υπερεπένδυση κεφαλαίων στην επιχείρηση, σε σχέση με το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιεί.

$$6) \text{ Κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίων κεφαλαίων} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Ίδια κεφάλαια}}$$

Δείχνει το βαθμό χρησιμοποίησης των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης, σε σχέση με τις πωλήσεις.

$$7) \text{ Ανακύκλωση υποχρεώσεων} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο υποχρεώσεων}}$$

Δείχνει το βαθμό χρησιμοποίησης του συνόλου των υποχρεώσεων, σε σχέση με τις πωλήσεις.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Οι δείκτες αυτοί εκτιμούν:

- i. Τη διαχείριση πιστώσεων και απαιτήσεων
- ii. Τη διαχείριση αποθεμάτων
- iii. Τη διαχείριση και τον έλεγχο των διοικητικών εξόδων
- iv. Τη διαχείριση του χαρτοφυλακίου στοιχείων του ενεργητικού και του παθητικού.

$$8) \text{ Μ. Ο. είσπραξης απαιτήσεων} = \frac{\text{Απαιτήσεις} \times 365}{\text{Πωλήσεις}}$$

Είναι το μέσο χρονικό διάστημα που απαιτείται για την είσπραξη των απαιτήσεων της επιχείρησης, από την στιγμή που πραγματοποιήθηκε η πιστωτική πώληση μέχρι την στιγμή που θα μετατραπεί αυτή σε μετρητά.

$$9) \text{ Μ. Ο. εξόφλησης προμηθευτών} = \frac{\text{Πληρωτέοι λογαριασμοί} \times 365}{\text{Πωλήσεις}}$$

Είναι ο αριθμός των ημερών που οι υποχρεώσεις προς τους προμηθευτές μιας επιχείρησης παραμένουν απλήρωτες.

$$10) \text{ Κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων} = \frac{\text{Μέσο απόθεμα} \times 365}{\text{Κόστος πωλήσεων}}$$

Είναι ο αριθμός των ημερών που παρέμειναν τα αποθέματα στην επιχείρηση μέχρι τη στιγμή της πώλησης.

➤ **ΔΕΙΚΤΕΣ ΦΕΡΕΓΓΥΟΤΗΤΑΣ**

Χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό της βραχυχρόνιας και της μακροχρόνιας οικονομικής θέσης μιας επιχείρησης. Επίσης δείχνουν την ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκριθεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της.

$$11) \text{ Συνολική Δανειακή επιβάρυνση} = \frac{\text{Σύνολο υποχρεώσεων}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

(Δείκτης ικανότητας δανεισμού)

Δείχνει τι ποσοστό καλύπτουν οι υποχρεώσεις της επιχείρησης από το σύνολο του ενεργητικού. Ικανοποιητική τιμή για αυτό το δείκτη θεωρείται $\leq 66,7\%$.

$$12) \text{ Γενική ρευστότητα} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Δείχνει το μέτρο της γενικής ρευστότητας μιας επιχείρησης, αλλά και το περιθώριο ασφαλείας που διατηρεί η διοίκηση της, για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει μια κάποια ανεπιθύμητη εξέλιξη στην ροή των κεφαλαίων κινήσεως. Ικανοποιητική τιμή για αυτό το δείκτη θεωρείται ≥ 2 .

$$13) \text{ Άμεση ρευστότητα} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό} - \text{αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Δείχνει κατά πόσο τα άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία μιας επιχείρησης, καλύπτουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Ικανοποιητική τιμή για αυτό το δείκτη θεωρείται ≥ 1 .

$$14) \text{ Σύνολο υποχρεώσεων προς περιθώριο αυτοχρηματοδότησης} = \frac{\text{Σύνολο υποχρεώσεων}}{\text{Περιθώριο αυτοχρηματοδότησης}}$$

Δείχνει αν η επιχείρηση μπορεί να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις της. Ικανοποιητική τιμή για αυτό το δείκτη θεωρείται < 3 .

2.4 Συμπεράσματα για τα έτη 1995 – 1997

Για να ελεγχθεί η συμπεριφορά του συνόλου των εταιρειών του δείγματος, κατά το εξεταζόμενο διάστημα, υπολογίστηκε ο μέσος όρος (Μ.Ο.) των χρηματοοικονομικών στοιχείων κάθε έτους και βάσει των μέσων όρων υπολογίστηκε η μεταβολή που σημειώθηκε από χρονιά σε χρονιά. Τα συμπεράσματα που ακολουθούν παρατίθενται στον πίνακα 2.1.

Παρατηρείται ότι οι πωλήσεις, το μικτό κέρδος και τα κέρδη προ φόρων των επιχειρήσεων του δείγματος, κατά την εξεταζόμενη περίοδο παρουσίασαν μικρή αύξηση.

Τα καθαρά πάγια στοιχεία των εταιρειών παρουσίασαν μεγάλη αύξηση κατά τη διάρκεια της τριετίας.

Τα χρήματα στο ταμείο & καταθέσεις μειώθηκαν στη διάρκεια της τριετίας.

Οι μεσομακροπρόθεσμες υποχρεώσεις και τα ίδια κεφάλαια, παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 10% περίπου από το 1995 στο 1996, ενώ υπερδιπλασιάστηκαν από το 1996 στο 1997. Όσον αφορά τα ίδια κεφάλαια, η μεγάλη αύξηση από το 1996 στο 1997 οφείλεται κυρίως στην εκτίναξη των ιδίων κεφαλαίων της 3Ε από 64 δις σε 336,7 δις.

Η αύξηση στα καθαρά πάγια στοιχεία και στα ίδια κεφάλαια και η μείωση των χρημάτων στο ταμείο & καταθέσεις δείχνουν ότι πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις στον κλάδο κατά τη διάρκεια της τριετίας 1995 – 1997.

Οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις παρουσίασαν σχεδόν σταθερή αύξηση στη διάρκεια της τριετίας.

Το περιθώριο μικτού κέρδους παρουσίασε πολύ μικρή αύξηση κατά το εξεταζόμενο διάστημα ενώ το περιθώριο καθαρού κέρδους αυξήθηκε με μεγαλύτερο ρυθμό.

Η αποδοτικότητα των επιχειρήσεων παρουσίασε μικρή μείωση το 1996. Η βιομηχανική αποδοτικότητα μειωνόταν σε όλη τη διάρκεια της τριετίας.

Οι δείκτες ανακύκλωσης μειώθηκαν στη διάρκεια της τριετίας, πράγμα το οποίο οφείλεται στην πραγματοποίηση επενδύσεων.

Η επίδοση διαχείρισης των εταιρειών του δείγματος, παρουσίασε επιδείνωση από το 1995 στο 1997.

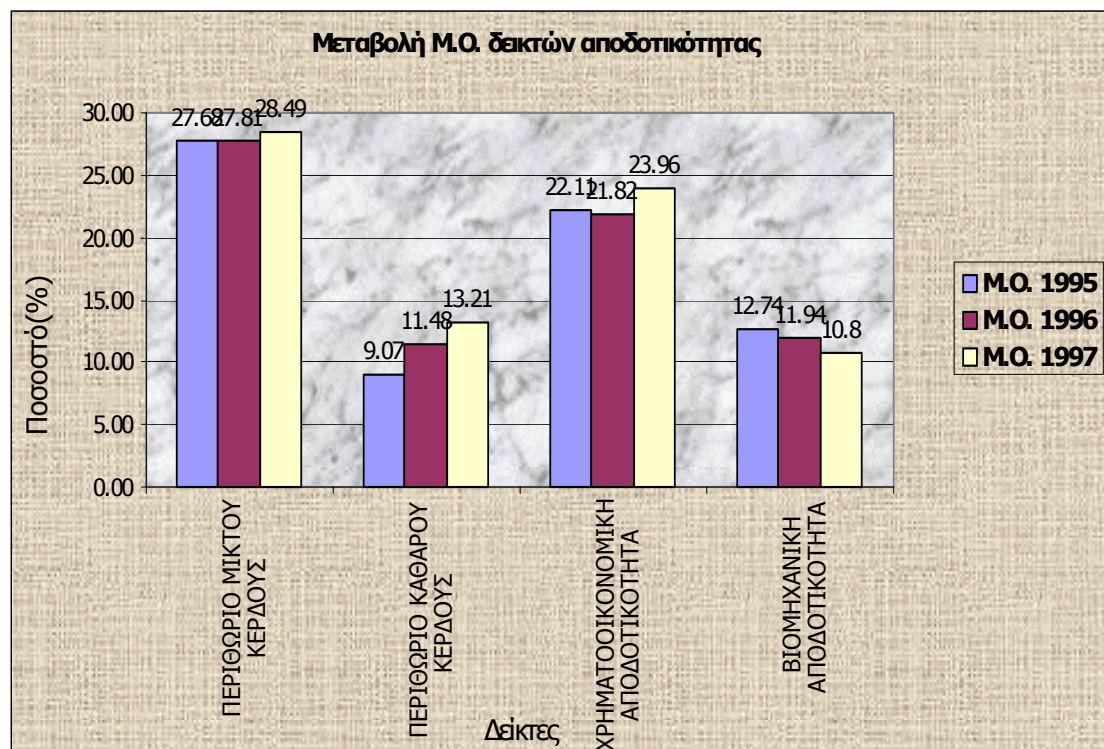
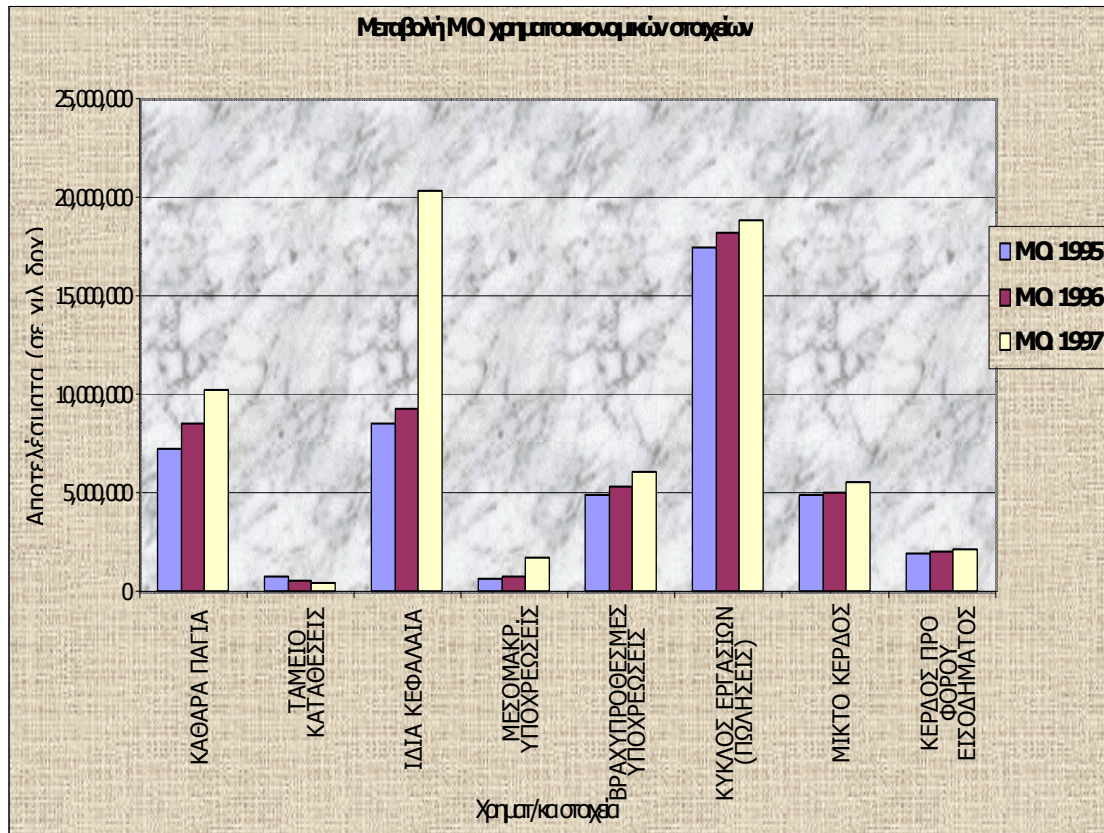
Παρατηρείται επιδείνωση όλων των δεικτών φερεγγυότητας το 1996, ενώ το 1997 αυτή η τάση αναστράφηκε και βελτιώθηκαν όλοι οι δείκτες φερεγγυότητας και μάλιστα βρέθηκαν σε καλύτερα επίπεδα από το 1995.

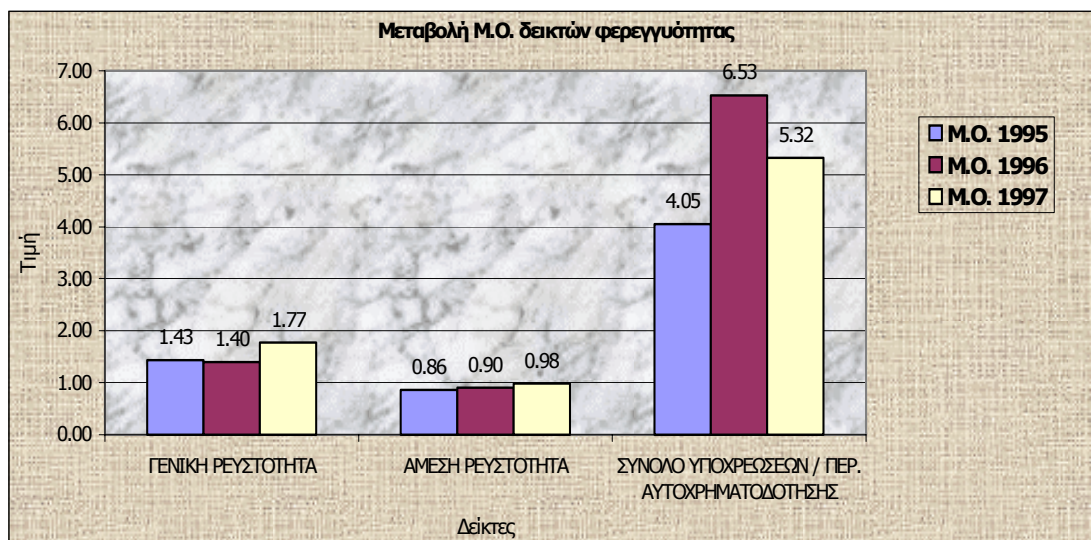
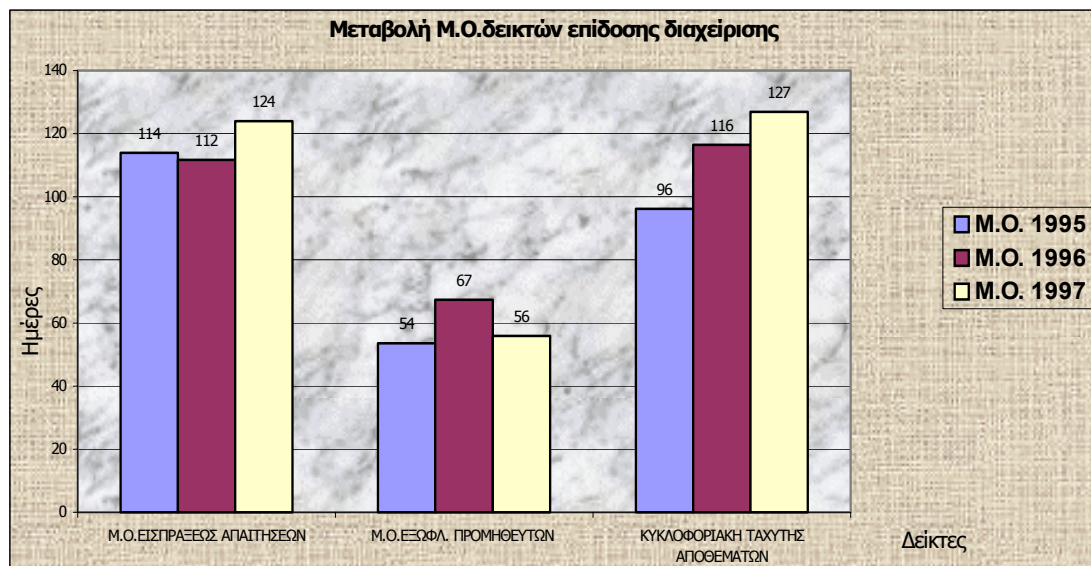
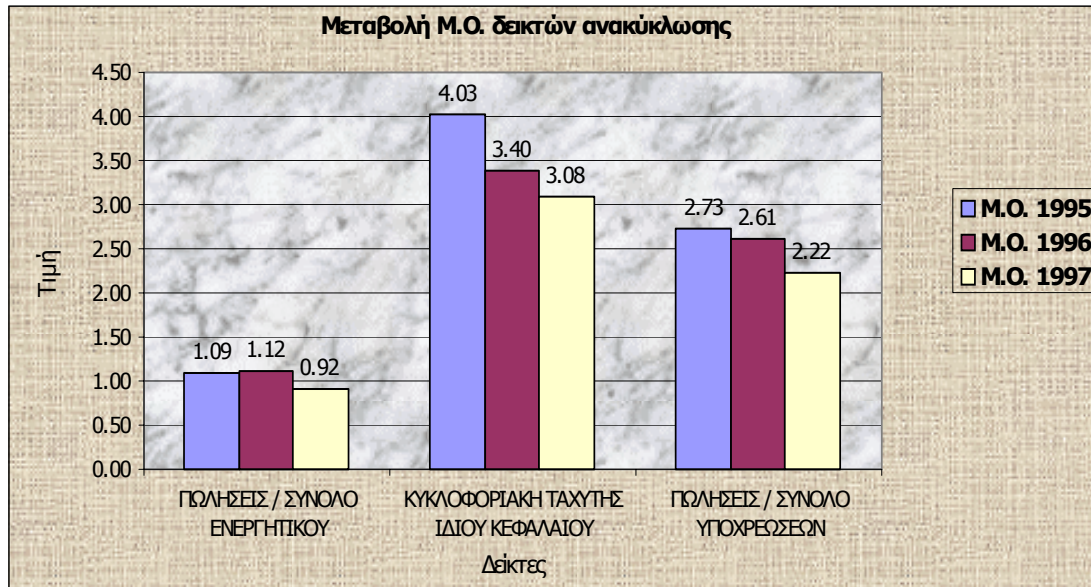
Πίνακας 2.1 Μ.Ο. των χρηματοοικονομικών στοιχείων του δείγματος

	Μ.Ο. 1995	Μ.Ο. 1996	Μ.Ο. 1997	1995-1996	1996-1997
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΔΡΑΧΜΕΣ					
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	7,263,199	8,549,598	10,225,572	17.71%	19.60%
ΤΑΜΕΙΟ ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	791,658	481,136	471,584	-39.22%	-1.99%
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	8,482,077	9,288,140	20,365,223	9.50%	119.26%
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	638,259	736,332	1,658,791	15.37%	125.28%
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	4,897,527	5,339,136	6,076,803	9.02%	13.82%
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	17,469,940	18,146,717	18,782,470	3.87%	3.50%
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	4,863,578	4,992,764	5,550,820	2.66%	11.18%
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	1,906,193	2,026,836	2,141,667	6.33%	5.67%
ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ					
ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ					
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	27.68%	27.81%	28.49%	0.47%	2.46%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	9.07%	11.48%	13.21%	26.64%	15.04%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	22.11%	21.82%	23.96%	-1.34%	9.79%
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ	12.74%	11.94%	10.80%	-6.26%	-9.54%
ΠΩΛΗΣΕΙΣ / ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.09	1.12	0.92	3.06%	-18.11%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	4.03	3.40	3.08	-15.79%	-9.16%
ΠΩΛΗΣΕΙΣ / ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	2.73	2.61	2.22	-4.64%	-14.95%
ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ					
Μ.Ο. ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	114	112	124 *	-1.99%	11.05%
Μ.Ο. ΠΡΟΘ. ΕΞΩΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ ΕΥΤΩΝ ΚΑΙ ΠΙΣΤΩΤΩΝ	54	67	56	25.73%	-17.01%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	96	116	127	21.12%	8.94%
ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΦΕΡΕΓΓΥΟΤΗΤΑΣ					
ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ	48.98%	52.27%	45.43%	6.72%	-13.08%
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1.43 *	1.40	1.77	-2.18%	26.87%
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0.86 *	0.90	0.98	5.16%	8.90%
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ / ΠΕΡ. ΑΥΤΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤ.	4.05	6.53	5.32	61.11%	-18.41%

* Στα παραπάνω στοιχεία υπολογίζεται η διάμεσος, γιατί στα δεδομένα των εταιρειών υπήρχαν τιμές που είχαν μεγάλη απόκλιση από το μέσο όρο.

Η μεταβολή των Μ.Ο. των χρηματοοικονομικών στοιχείων και των χρηματοοικονομικών δεικτών παρουσιάζεται και στα διαγράμματα που ακολουθούν.





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΕ ΚΥΡΙΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ

3.1 Θεωρητική παρουσίαση της ανάλυσης σε κυρίες συνιστώσες (ΑΚΣ)⁷

Σε αυτή την ενότητα εφαρμόζεται η Α.Κ.Σ. στο δείγμα των επιχειρήσεων και βάσει αυτής υπολογίζονται οι σημαντικότεροι χρηματοοικονομικοί δείκτες και οι ομάδες των επιχειρήσεων ανά έτος. Ακολουθεί η θεωρητική παρουσίαση της μεθόδου.

Έστω ένας πίνακας **A**, διαστάσεων $p \times n$, που συμβολίζεται :

$$A = (x_{ij}) \quad \text{όπου } i=1,2,\dots,p \text{ και } j=1,2,\dots,n$$

ή

$$A = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ x_{p1} & x_{p2} & \dots & x_{pn} \end{bmatrix}$$

Οι γραμμές του πίνακα εκφράζουν άτομα, επιχειρήσεις κλπ. και ονομάζονται αντικείμενα, ενώ οι στήλες του πίνακα περιγράφουν δείκτες, βαθμολογίες κλπ. και ονομάζονται χαρακτηριστικά.

Αρχικά από τον πίνακα $A_{p \times n}$ υπολογίζεται ο μέσος όρος κάθε στήλης του

$$\bar{x}_j = \sum_{i=1}^p \frac{x_{ij}}{p} \quad \text{όπου } j=1,2,\dots,n$$

Ο πίνακας που περιέχει ως στοιχεία των στηλών του, τις μέσες τιμές των αντίστοιχων στηλών του αρχικού πίνακα ονομάζεται πίνακας κέντρου βάρους.

Αφαιρώντας από τον αρχικό πίνακα, τον πίνακα κέντρου βάρους, προκύπτει ο κεντροποιημένος πίνακας.

Τα παραπάνω παρουσιάζονται σχηματικά ως εξής :



Ο κεντροποιημένος πίνακας έχει την ιδιότητα το άθροισμα των στοιχείων κάθε στήλης του να ισούται με το μηδέν.

⁷ Ζοπουνίδης - Σκιαδάς, 1989, Dunteman G., 1989

Εάν διαιρεθούν τα στοιχεία κάθε στήλης του κεντροποιημένου πίνακα, με την τετραγωνική ρίζα του αθροίσματος των τετραγώνων των στοιχείων της στήλης αυτής, θα προκύψει ο κεντροποιημένος και κανονικοποιημένος πίνακας. Αυτός ο πίνακας ονομάζεται και ισοσταθμισμένος.

Τα παραπάνω παρουσιάζονται σχηματικά ως εξής :

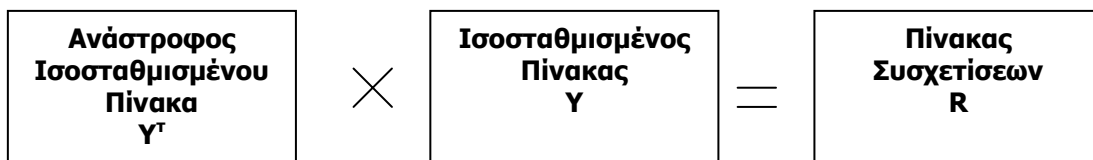


Τα στοιχεία του ισοσταθμισμένου πίνακα, περιγράφονται από τον τύπο :

$$y_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{\sqrt{\sum_i (x_{ij} - \bar{x}_j)^2}}$$

Ο ισοσταθμισμένος πίνακας έχει την ιδιότητα το άθροισμα των στοιχείων κάθε στήλης του να ισούται με το μηδέν, ενώ το άθροισμα των τετραγώνων των στοιχείων κάθε στήλης του ισούται με τη μονάδα.

Εάν πολλαπλασιαστεί ο ανάστροφος του ισοσταθμισμένου πίνακα με τον ισοσταθμισμένο πίνακα, δημιουργείται ο πίνακας συσχετίσεων. Ο πίνακας αυτός είναι τετραγωνικός ($n \times n$) και συμμετρικός και τα στοιχεία της κύριας διαγωνίου του ισούνται με τη μονάδα. Τα παραπάνω παρουσιάζονται σχηματικά ως εξής :



Τα στοιχεία του πίνακα συσχετίσεων, εκφράζουν τα συνημίτονα της γωνίας των διανυσμάτων που αντιστοιχούν στις στήλες του πίνακα που αναφέρονται στους δείκτες των r . Για τα στοιχεία αυτά ισχύει $-1 \leq r \leq 1$. Όταν $r=1$, τότε η γωνία είναι 0^0 και η συσχέτιση είναι θετική και πλήρης. Όταν $r=-1$, τότε η γωνία είναι 180^0 και υπάρχει αρνητική συσχέτιση και

τέλος όταν $r=0$, τότε η γωνία είναι 90^0 και δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των χαρακτηριστικών που εκφράζουν τα διανύσματα στήλες.

Στη συνέχεια υπολογίζονται οι ιδιοτιμές, από τη σχέση :

$$|R - \lambda I| \vec{u} = 0$$

όπου λ : ιδιοτιμές

u : ιδιοδιανύσματα, υπολογιζόμενα ως :

$$R \vec{u} = \lambda \vec{u}$$

Υπάρχουν n διαφορετικές ιδιοτιμές λ , σε φθίνουσα τάξη μεγέθους ($\lambda_1 > \lambda_2 > \dots > \lambda_n$) στις οποίες αντιστοιχούν τα ιδιοδιανύσματα u ($u_1 > u_2 > \dots > u_n$) ορθογώνια μεταξύ τους.

Από τους άξονες που ορίζονται με αυτόν τον τρόπο, σημαντικότεροι είναι εκείνοι που αντιστοιχούν στις μεγαλύτερες ιδιοτιμές λ_j . Σε αυτήν την περίπτωση μέτρο της πληροφορίας που ερμηνεύεται από κάθε άξονα είναι η διακύμανση.

Επίσης υπολογίζονται οι προβολές των ιδιοδιανυσμάτων που αντιστοιχούν στα αντικείμενα (γραμμές) και στα χαρακτηριστικά (στήλες) του ισοσταθμισμένου πίνακα, πάνω στις διευθύνσεις που ορίζουν οι νέοι άξονες που αντιστοιχούν στα ιδιοδιανύσματα.

Τα παραπάνω παρουσιάζονται σχηματικά ως εξής :



Διακύμανση σε κάθε άξονα, είναι το άθροισμα των τετραγώνων των προβολών των σημείων πάνω σε αυτόν τον άξονα και ισούται με την ιδιοτιμή λ_j που αντιστοιχεί στον άξονα αυτόν.

Την ανάλυση συμπληρώνει η σχεδίαση των σημείων που εκφράζουν τα αντικείμενα και των διανυσμάτων που εκφράζουν τα χαρακτηριστικά πάνω στους νέους άξονες. Οι συντεταγμένες δίδονται στους πίνακες προβολών.

Με την Α.Κ.Σ. επιτυγχάνεται η παράλληλη μεταφορά και στη συνέχεια η στροφή των αξόνων ώστε αυτοί να περνάνε από το κέντρο βάρους ενός νέφους σημείων και το άθροισμα των τετραγώνων των αποστάσεων των σημείων από τους νέους άξονες να είναι μέγιστο ή ελάχιστο. Δηλαδή μεγιστοποιείται ή ελαχιστοποιείται η διακύμανση.

Η στροφή των αξόνων γίνεται με την εύρεση των ιδιοτιμών και των ιδιοδιανυσμάτων τα οποία δίνουν και τις διευθύνσεις των τελικών αξόνων. Οι τελικοί άξονες περνάνε από το κέντρο βάρους του νέφους των σημείων και είναι οι κύριοι άξονες του ελλειψοειδούς που σχηματίζει το νέφος σημείων. Το ελλειψοειδές αυτό έχει τόσες διαστάσεις όσο είναι το πλήθος των στηλών του αρχικού πίνακα.

Τα διαγράμματα που προκύπτουν από την Α.Κ.Σ. είναι όσα και οι δυνατοί συνδυασμοί των κυριών αξόνων ανά δύο, αλλά, θα αρκεστούμε σε αυτά που η συνολική διακύμανση (στους δύο άξονες) είναι μεγαλύτερη από 60% γιατί τότε περιγράφεται ικανοποιητικά το φαινόμενο.

3.2 Εφαρμογή

Οι πίνακες και τα διαγράμματα που προέκυψαν από την Α.Κ.Σ. παρουσιάζονται αναλυτικά στο παράρτημα.

Πραγματοποιήθηκαν τρεις αναλύσεις σε κύριες συνιστώσες, μια για κάθε χρονιά. Με την Α.Κ.Σ. εντοπίστηκαν οι σημαντικότεροι χρηματοοικονομικοί δείκτες και χωρίστηκαν οι επιχειρήσεις σε συναφείς ομάδες.

Η Α.Κ.Σ. δίνει για κάθε χρονιά :

- ✓ Τον πίνακα συσχετίσεων
- ✓ Τον πίνακα ιδιοτιμών
- ✓ Τον πίνακα προβολών των αντικειμένων (εταιρείες) στους νέους άξονες
- ✓ Τον πίνακα προβολών των χαρακτηριστικών (χρηματοοικονομικοί δείκτες) στους νέους άξονες, και
- ✓ Τις γραφικές παραστάσεις

Ο αρχικός πίνακας που χρησιμοποιήθηκε για την Α.Κ.Σ. ήταν 28 x 14 (εταιρείες x δείκτες), εκτός του 1995 όπου δημιουργήθηκε πίνακας 27 x 14.

Σε ένα απλό παράδειγμα τα συμπεράσματα της Α.Κ.Σ. εξάγονται από τα διαγράμματα, αλλά επειδή εδώ τα δεδομένα είναι πολλά, τα διαγράμματα είναι πολύπλοκα και ασαφή. Σε αυτή την περίπτωση, τα αποτελέσματα της Α.Κ.Σ. εξάγονται από τον πίνακα συσχετίσεων και

από τους πίνακες προβολών των αντικειμένων στους νέους άξονες και προβολών των χαρακτηριστικών στους νέους άξονες.

Στα διαγράμματα της Α.Κ.Σ. οι γραμμές αντιστοιχούν στους δείκτες και οι τελείες στις εταιρείες του δείγματος.

Σε κάθε έτος ανάλυσης παρουσιάζεται το διάγραμμα που εμφανίζει την υψηλότερη ποσοστιαία αθροιστική διακύμανση γιατί αυτό απεικονίζει καλύτερα το φαινόμενο.

Κριτήριο για την επιλογή των σημαντικότερων χρηματοοικονομικών δεικτών σε κάθε άξονα, αποτελεί το να είναι η προβολή του δείκτη στον άξονα κατά απόλυτη τιμή μεγαλύτερη ή ίση του 0,60.

Η αρίθμηση των χρηματοοικονομικών δεικτών στην Α.Κ.Σ. ισχύει όπως φαίνεται παρακάτω :

1. Περιθώριο μικτού κέρδους
2. Περιθώριο καθαρού κέρδους
3. Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα
4. Βιομηχανική αποδοτικότητα
5. Ανακύκλωση ενεργητικού
6. Κυκλοφοριακή ταχύτητα ίδιων κεφαλαίων
7. Ανακύκλωση υποχρεώσεων
8. Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων
9. Μ.Ο. Εξόφλησης προμηθευτών
10. Δανειακή επιβάρυνση
11. Γενική ρευστότητα
12. Άμεση ρευστότητα
13. Σύνολο υποχρεώσεων /περιθ. αυτοχρηματοδότησης
14. Κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων

Ακολουθεί ο πίνακας με τους σημαντικότερους χρηματοοικονομικούς δείκτες ανά έτος και κύρια συνιστώσα.

Πίνακας 3.1 Σημαντικότεροι χρηματοοικονομικοί δείκτες

Άξ	1995	1996	1997
1	Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα Ανακύκλωση ενεργητικού Κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίων κεφαλαίων (-) Γενική ρευστότητα (-) Άμεση ρευστότητα Σύνολο υποχρεώσεων /περιθ. αυτοχρηματοδότησης	Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα Βιομηχανική αποδοτικότητα Ανακύκλωση ενεργητικού Ανακύκλωση υποχρεώσεων Γενική ρευστότητα Άμεση ρευστότητα	Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα Βιομηχανική αποδοτικότητα Ανακύκλωση ενεργητικού Κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίων κεφαλαίων Ανακύκλωση υποχρεώσεων (-) Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων
2	Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων Μ.Ο. Εξόφλησης προμηθευτών Κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων	(-) Ανακύκλωση ενεργητικού Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων (-) Δανειακή επιβάρυνση	Μ.Ο. Εξόφλησης προμηθευτών Δανειακή επιβάρυνση (-) Γενική ρευστότητα
3	Περιθώριο μικτού κέρδους Περιθώριο καθαρού κέρδους (-) Δανειακή επιβάρυνση	Περιθώριο μικτού κέρδους Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα	Περιθώριο μικτού κέρδους Περιθώριο καθαρού κέρδους

(-) : Αρνητική συσχέτιση

3.2.1 Α.Κ.Σ. για το έτος 1995

Ξεκινώντας από τον πίνακα ιδιοτιμών, παρατηρείται ότι οι τρεις πρώτες ιδιοτιμές περιγράφουν 63,69 % της συνολικής διακύμανσης, ποσοστό που θεωρείται ικανοποιητικό για την Α.Κ.Σ..

Περνώντας στον πίνακα συσχετίσεων και εξετάζοντας το πάνω τριγωνικό κομμάτι του, βλέπουμε ότι οι δείκτες γενική ρευστότητα και άμεση ρευστότητα έχουν πλήρη θετική συσχέτιση.

Από τον πίνακα προβόλων των χαρακτηριστικών (δείκτες) στους νέους άξονες, θα βρεθούν οι σημαντικότεροι χρηματοοικονομικοί δείκτες για κάθε κύρια συνιστώσα.

Η **πρώτη κύρια συνιστώσα** – με ιδιοτιμή που επεξηγεί 27,65% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες χρηματοοικονομική αποδοτικότητα, ανακύκλωση ενεργητικού, κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίου κεφαλαίου και σύνολο υποχρεώσεων /περιθ. αυτοχρηματοδότησης και αρνητικά συσχετισμένη με τους δείκτες γενική ρευστότητα και άμεση ρευστότητα.

Οι δείκτες χρηματοοικονομική αποδοτικότητα, ανακύκλωση ενεργητικού, κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίου κεφαλαίου και σύνολο υποχρεώσεων /περιθ. αυτοχρηματοδότησης είναι θετικά συσχετισμένοι μεταξύ τους και αρνητικά συσχετισμένοι με τους δείκτες γενική ρευστότητα και άμεση ρευστότητα.

Ο πρώτος άξονας εκφράζει την αποδοτικότητα και τη φερεγγυότητα.

Η **δεύτερη κύρια συνιστώσα** - με ιδιοτιμή που επεξηγεί 22,68% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων, Μ.Ο. Εξόφλησης προμηθευτών και κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων.

Οι δείκτες Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων, Μ.Ο. Εξόφλησης προμηθευτών και κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων είναι θετικά συσχετισμένοι μεταξύ τους.

Ο δεύτερος άξονας εκφράζει την επίδοση διαχείρισης.

Η **τρίτη κύρια συνιστώσα** - με ιδιοτιμή που επεξηγεί 13,36% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες του περιθωρίου μικτού κέρδους και περιθωρίου καθαρού κέρδους και αρνητικά συσχετισμένη με τον δείκτη δανειακής επιβάρυνσης.

Οι δείκτες περιθώριο μικτού κέρδους και περιθώριο καθαρού κέρδους είναι θετικά συσχετισμένοι μεταξύ τους και αρνητικά συσχετισμένοι με τη δανειακή επιβάρυνση.

Ο τρίτος άξονας εκφράζει την αποδοτικότητα και τη δανειακή επιβάρυνση.

3.2.2 Α.Κ.Σ. για το έτος 1996

Ξεκινώντας από τον πίνακα ιδιοτιμών παρατηρείται ότι οι τρεις πρώτες ιδιοτιμές περιγράφουν 63,82 % της συνολικής διακύμανσης, ποσοστό που θεωρείται ικανοποιητικό για την ανάλυση σε κύριες συνιστώσες.

Η **πρώτη κύρια συνιστώσα** – με ιδιοτιμή που επεξηγεί 27,78% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες χρηματοοικονομική αποδοτικότητα, βιομηχανική αποδοτικότητα, ανακύκλωση ενεργητικού, ανακύκλωση υποχρεώσεων, γενική ρευστότητα και άμεση ρευστότητα.

Οι δείκτες χρηματοοικονομική αποδοτικότητα, βιομηχανική αποδοτικότητα, ανακύκλωση ενεργητικού, ανακύκλωση υποχρεώσεων, γενική ρευστότητα και άμεση ρευστότητα είναι θετικά συσχετισμένοι μεταξύ τους.

Ο πρώτος άξονας εκφράζει την αποδοτικότητα και τη ρευστότητα.

Η **δεύτερη κύρια συνιστώσα** – με ιδιοτιμή που επεξηγεί 22,22% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τον δείκτη Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων και αρνητικά συσχετισμένη με τους δείκτες ανακύκλωση ενεργητικού και δανειακή επιβάρυνση.

Οι δείκτες ανακύκλωση ενεργητικού και δανειακή επιβάρυνση είναι θετικά συσχετισμένοι μεταξύ τους και αρνητικά συσχετισμένοι με τον δείκτη Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων.

Ο δεύτερος άξονας εκφράζει την αποδοτικότητα, την επίδοση διαχείρισης και τη φερεγγυότητα (συνολική ικανότητα δανεισμού).

Η **τρίτη κύρια συνιστώσα** – με ιδιοτιμή που επεξηγεί 13,82% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες περιθώριο μικτού κέρδους και χρηματοοικονομική αποδοτικότητα.

Οι δείκτες περιθώριο μικτού κέρδους και χρηματοοικονομική αποδοτικότητα είναι θετικά συσχετισμένοι.

Ο τρίτος άξονας εκφράζει την αποδοτικότητα.

3.2.3 Α.Κ.Σ. για το έτος 1997

Ξεκινώντας από τον πίνακα ιδιοτιμών παρατηρείται ότι οι τρεις πρώτες ιδιοτιμές ερμηνεύουν 61,44 % της συνολικής διακύμανσης, ποσοστό που θεωρείται ικανοποιητικό για την ανάλυση σε κύριες συνιστώσες.

Η **πρώτη κύρια συνιστώσα** – με ιδιοτιμή που επεξηγεί 27,99% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες χρηματοοικονομική αποδοτικότητα, βιομηχανική αποδοτικότητα, ανακύκλωση ενεργητικού, κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίου κεφαλαίου και ανακύκλωση υποχρεώσεων και αρνητικά συσχετισμένη με τον δείκτη Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων.

Οι δείκτες χρηματοοικονομική αποδοτικότητα, βιομηχανική αποδοτικότητα, ανακύκλωση ενεργητικού, κυκλοφοριακή ταχύτητα ιδίου κεφαλαίου και ανακύκλωση υποχρεώσεων είναι θετικά συσχετισμένοι και αρνητικά συσχετισμένοι με τον δείκτη Μ.Ο. είσπραξης απαιτήσεων.

Ο πρώτος άξονας εκφράζει την αποδοτικότητα.

Η **δεύτερη κύρια συνιστώσα** – με ιδιοτιμή που επεξηγεί 19,88% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες Μ.Ο. Εξόφλησης προμηθευτών και δανειακή επιβάρυνση και αρνητικά συσχετισμένη με τον δείκτη γενική ρευστότητα.

Οι δείκτες Μ.Ο. Εξόφλησης προμηθευτών και δανειακή επιβάρυνση είναι θετικά συσχετισμένοι μεταξύ τους και αρνητικά συσχετισμένοι με τον δείκτη γενική ρευστότητα.

Ο δεύτερος άξονας εκφράζει την φερεγγυότητα και την επίδοση διαχείρισης.

Η **τρίτη κύρια συνιστώσα** – με ιδιοτιμή που επεξηγεί 13,57% της συνολικής διακύμανσης – είναι θετικά συσχετισμένη με τους δείκτες περιθώριο μικτού κέρδους και περιθώριο καθαρού κέρδους.

Οι δείκτες περιθώριο μικτού κέρδους και περιθώριο καθαρού κέρδους έχουν θετική συσχέτιση.

Ο τρίτος άξονας εκφράζει το περιθώριο κέρδους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑ ΜΕΘΟΔΟΣ PROMETHEE II

4.1 Θεωρητική παρουσίαση της μεθόδου⁸

Σε αυτό το κεφάλαιο θα καταταχθούν οι επιχειρήσεις του δείγματος βάσει των επιδόσεων τους.

Η εκτίμηση των επιδόσεων και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων, βάσει των χρηματοοικονομικών δεικτών γίνεται μέσω της πολυκριτήριας μεθόδου PROMETHEE II. Η πολυκριτήρια αυτή μέθοδος ανήκει στην ευρύτερη κατηγορία πολυκριτήριων μεθόδων PROMETHEE⁹, η οποία βασίζεται στην θεωρία των σχέσεων υπεροχής (outranking relations¹⁰). Προκειμένου να κατανοηθεί ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιείται η μέθοδος PROMETHEE II, δίδονται παρακάτω οι βασικές θεωρητικές αρχές των μεθόδων PROMETHEE και βέβαια της PROMETHEE II.

Έστω ότι πρέπει να επιλυθεί το πολυκριτήριο πρόβλημα :

$$\text{Max } \{f_1(\alpha), \dots, f_k(\alpha) / \alpha \in K\} \quad \text{όπου :}$$

K: Ένα πεπερασμένο σύνολο ενεργειών

f_i $i=1, \dots, k$: Τα k κριτήρια εκτίμησης που θα πρέπει να βελτιστοποιηθούν.

Μέσω των μεθόδων PROMETHEE το παραπάνω πολυκριτήριο πρόβλημα επιλύεται στα εξής δύο στάδια :

1. Την ανάπτυξη μιας σχέσης υπεροχής στο σύνολο K των εναλλακτικών ενεργειών.
2. Την εκμετάλλευση της σχέσης αυτής, ώστε να επιλυθεί το εξεταζόμενο πολυκριτήριο πρόβλημα.

Στο πρώτο στάδιο ο αποφασίζων θα πρέπει να εκφράσει τις προτιμήσεις του σχετικά με τις εξεταζόμενες εναλλακτικές ενέργειες. Για το σκοπό αυτό ορίζεται μια συνάρτηση προτίμησης P, η οποία αναπαριστά τις προτιμήσεις του αποφασίζοντα.

Έστω f ένα κριτήριο εκτίμησης, οι τιμές του οποίου ανήκουν στο σύνολο των πραγματικών αριθμών:

$$f: K \rightarrow R,$$

και έστω ότι το κριτήριο αυτό θα πρέπει να μεγιστοποιηθεί χωρίς αυτό να είναι περιοριστικό. Για κάθε εναλλακτική ενέργεια $a \in K$, ορίζεται ως $f(a)$ η εκτίμηση της ενέργειας αυτής πάνω στο συγκεκριμένο κριτήριο (η τιμή του κριτηρίου για την ενέργεια a).

⁸ Ζοπουνίδης – Δούμπος – Ματσατσίνης, 1996

⁹ Brans and Vinke, 1985

¹⁰ Roy, 1996

Συγκρίνοντας δύο εναλλακτικές ενέργειες $\alpha, \beta \in K$, ορίζεται η συνάρτηση προτίμησης P ως εξής : $P : K \times K \rightarrow (0,1)$ η οποία εκφράζει το αποτέλεσμα της σύγκρισης των δύο εναλλακτικών ενεργειών, δηλαδή την ένταση της προτίμησης του αποφασίζοντα για την εναλλακτική ενέργεια α ως προς την εναλλακτική ενέργεια β , ως εξής :

- $P(\alpha, \beta) = 0 \Rightarrow$ Υπάρχει αδιαφορία μεταξύ των ενεργειών α και β
- $P(\alpha, \beta) \sim 0 \Rightarrow$ Υπάρχει ελαφρά προτίμηση της α από τη β
- $P(\alpha, \beta) \sim 1 \Rightarrow$ Υπάρχει ισχυρή προτίμηση της α από τη β
- $P(\alpha, \beta) = 1 \Rightarrow$ Υπάρχει σαφής προτίμηση της α από τη β

Στην πραγματικότητα η συνάρτηση προτίμησης είναι μια συνάρτηση της διαφοράς των εκτιμήσεων των δύο εναλλακτικών ενεργειών, δηλαδή :

$$P(\alpha, \beta) = P[f(\alpha) - f(\beta)]$$

Η συνάρτηση προτίμησης, όπως έχει οριστεί, είναι μια αύξουσα συνάρτηση της διαφοράς $d = f(\alpha) - f(\beta)$, η οποία παίρνει την τιμή 0 για όλες τις αρνητικές τιμές του d . Αυτό είναι φυσικό, καθώς όπως έχει οριστεί η συνάρτηση προτίμησης δείχνει μόνο την ένταση της προτίμησης της ενέργειας α από την ενέργεια β , ενώ όταν η β υπερέχει της α τότε η συνάρτηση προτίμησης παίρνει την τιμή 0.

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

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

Όταν η διαφορά d παίρνει θετικές τιμές, τότε η συνάρτηση $H(d)$ δείχνει την ένταση της προτίμησης της εναλλακτικής α ως προς την εναλλακτική β . Όταν η διαφορά d , είναι αρνητική, τότε η συνάρτηση $H(d)$ δείχνει την ένταση της προτίμησης της β ως προς την α , η οποία αυξάνει καθώς η τιμή του d μικραίνει, δηλαδή όταν η εκτίμηση τη ενέργειας β πάνω στο συγκεκριμένο κριτήριο f , $f(\beta)$, γίνεται όλο και μεγαλύτερη σε σχέση με την αντίστοιχη εκτίμηση της ενέργειας α , $f(\alpha)$.

Για το σαφή καθορισμό της μορφής της συνάρτησης προτίμησης, χρησιμοποιούνται έξι γενικευμένα κριτήρια, τα οποία καλύπτουν στις περισσότερες πρακτικές περιπτώσεις τον τρόπο με τον οποίο εκφράζει τις προτιμήσεις του ο αποφασίζων. Τα γενικευμένα αυτά κριτήρια είναι τα εξής:

1. Το σύνηθες κριτήριο (usual criterion)

Σύμφωνα με το κριτήριο αυτό ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει αδιαφορία μεταξύ δύο εναλλακτικών ενεργειών α και β αν και μόνο αν $f(\alpha) = f(\beta)$. Σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει σαφής προτίμηση για την ενέργεια με τη μεγαλύτερη εκτίμηση. Η συνάρτηση $H(d)$, στην περίπτωση αυτή ορίζεται σύμφωνα με τον τύπο :

$$H(d) = \begin{cases} 0 & \alpha \nu \quad d = 0 \\ 1 & \alpha \nu \quad d \neq 0 \end{cases}$$

2. Το σχεδόν κριτήριο (quasi criterion)

Σύμφωνα με το γενικευμένο αυτό κριτήριο, ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει αδιαφορία μεταξύ δύο εναλλακτικών ενεργειών, 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, το οποίο αναπαριστά τη μέγιστη τιμή της διαφοράς των εκτιμήσεων των δύο συγκρινόμενων ενεργειών, κάτω από την οποία ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει αδιαφορία μεταξύ των ενεργειών αυτών. Ο τύπος της συνάρτησης $H(d)$, έχει ως εξής :

$$H(d) = \begin{cases} 0 & \alpha \nu \quad -q \leq d \leq q \\ 1 & \alpha \nu \quad d < -q \quad \text{ή} \quad d > q \end{cases}$$

3. Κριτήριο γραμμικής προτίμησης (criterion with linear preference)

Ο αποφασίζων χρησιμοποιώντας αυτό το κριτήριο θεωρεί ότι εφόσον η διαφορά d είναι μικρότερη από ένα όριο προτίμησης p , τότε η προτίμησή του αυξάνει γραμμικά με το d . Αν η διαφορά d γίνει μεγαλύτερη από το όριο προτίμησης p , τότε υπάρχει σαφής προτίμηση. Στην περίπτωση που χρησιμοποιείται αυτό το γενικευμένο κριτήριο θα πρέπει να καθοριστεί το όριο προτίμησης p , το οποίο αναπαριστά την ελάχιστη τιμή της διαφοράς d , πάνω από την οποία ο αποφασίζων θεωρεί ότι υπάρχει σαφής προτίμηση, για μια από τις δύο συγκρινόμενες εναλλακτικές ενέργειες. Ο τύπος της συνάρτησης $H(d)$ έχει ως εξής:

$$H(d) = \begin{cases} d/p & \alpha \nu \quad -p \leq d \leq p \\ 1 & \alpha \nu \quad d < -p \quad \text{ή} \quad d > p \end{cases}$$

4. Κριτήριο επιπέδου (level criterion)

Στο συγκεκριμένο κριτήριο εφόσον η τιμή της διαφοράς d βρίσκεται μεταξύ του ορίου αδιαφορίας q και του ορίου προτίμησης p , τότε υπάρχει ελαφρά προτίμηση [$H(d) = 1/2$]. Στις υπόλοιπες περιπτώσεις ισχύουν οι παρατηρήσεις που έγιναν στα δύο προηγούμενα κριτήρια. Ο τύπος της συνάρτησης $H(d)$ δίνεται ως :

$$H(d) = \begin{cases} 0 & \text{αν } |d| \leq q \\ 1/2 & \text{αν } q < |d| < p \\ 1 & \text{αν } |d| > p \end{cases}$$

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 και του ορίου προτίμησης. Η συνάρτηση είναι:

$$H(d) = \begin{cases} 0 & \text{αν } |d| \leq q \\ (|d| - q) / (p - q) & \text{αν } q \leq |d| \leq p \\ 1 & \text{αν } |d| > p \end{cases}$$

6. Κριτήριο του Gauss (Gaussian criterion)

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

$$H(d) = 1 - e^{-d^2 / 2\sigma^2}$$

Η παράμετρος σ αναπαριστά την απόσταση από τον κάθετο άξονα, στην οποία η καμπύλη προτίμησης αλλάζει κλίση, και μπορεί εύκολα να καθοριστεί, χρησιμοποιώντας τους πίνακες της κανονικής κατανομής.

Έχοντας ο αποφασίζων καθορίσει για κάθε κριτήριο εκτίμησης, τον τρόπο με τον οποίο εκφράζει τις προτιμήσεις του, μέσω ενός από τα παραπάνω γενικευμένα κριτήρια, θα πρέπει στη συνέχεια να αναπτυχθεί ένας δείκτης των προτιμήσεων, εξετάζοντας όλα τα κριτήρια εκτίμησης ταυτόχρονα. Για το λόγο αυτό θα πρέπει ο αποφασίζων να καθορίσει για κάθε

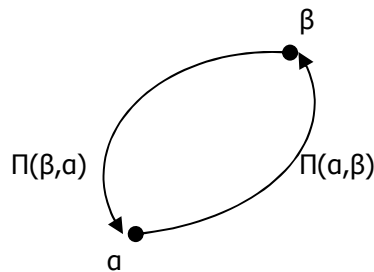
κριτήριο f_i ένα βάρος π_i , το οποίο δίνει τη σχετική σημασία του κριτηρίου αυτού. Στη συνέχεια αναπτύσσεται ο δείκτης προτίμησης Π , ως ο σταθμισμένος μέσος των συναρτήσεων προτίμησης P_i :

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

Ο δείκτης προτίμησης αναπαριστά την ένταση της προτίμησης του αποφασίζοντα για μια εναλλακτική ενέργεια α ως προς μια άλλη εναλλακτική ενέργεια β , όταν εξετάζονται ταυτόχρονα όλα τα κριτήρια. Ο δείκτης προτίμησης παίρνει τιμές στο διάστημα $[0,1]$ έτσι ώστε:

- $\Pi(\alpha, \beta) \approx 0 \Rightarrow$ υπάρχει ελαφρά προτίμηση της ενέργειας α ως προς την ενέργεια β , εξετάζοντας όλα τα κριτήρια.
- $\Pi(\alpha, \beta) \approx 1 \Rightarrow$ υπάρχει ισχυρή προτίμηση της ενέργειας α ως προς την ενέργεια β εξετάζοντας όλα τα κριτήρια.

Μέσω του δείκτη προτίμησης, αναπτύσσεται μια σχέση υπεροχής πάνω στο σύνολο K των εναλλακτικών ενεργειών. Για να γίνει πιο κατανοητή η σχέση αυτή μπορεί να κατασκευαστεί ένα γράφημα υπεροχής στο οποίο οι εναλλακτικές ενέργειες αναπαριστώνται ως κόμβοι, ενώ τα τόξα που ενώνουν τους κόμβους αναπαριστούν την υπεροχή μιας εναλλακτικής ενέργειας προς μια άλλη μέσω του δείκτη προτίμησης.



Το γράφημα υπεροχής

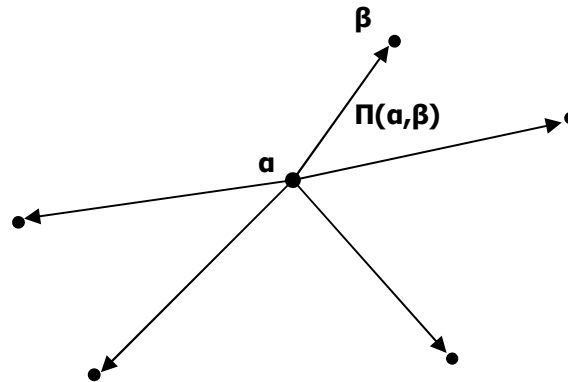
Στη συνέχεια, για κάθε κόμβο α του γραφήματος υπεροχής, καθορίζονται οι ροές εισόδου και εξόδου ως εξής :

$$\text{Ροή εισόδου : } \varphi^-(\alpha) = \sum_{\beta \in K} \Pi(\beta, \alpha)$$

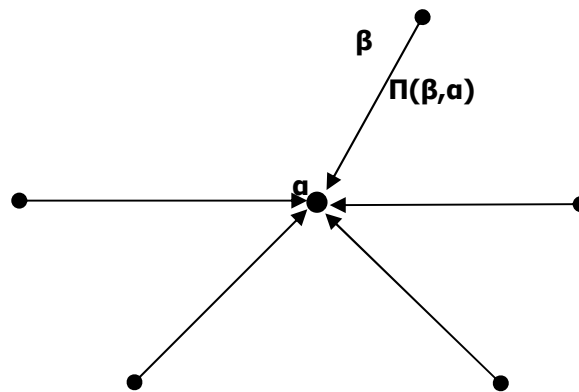
$$\text{Ροή εξόδου : } \varphi^+(\alpha) = \sum_{\beta \in K} \Pi(\alpha, \beta)$$

Η ροή εξόδου δείχνει την υπεροχή της εναλλακτικής ενέργειας α ως προς όλες τις υπόλοιπες εναλλακτικές ενέργειες, εξετάζοντας ταυτόχρονα όλα τα κριτήρια, ενώ η ροή

εισόδου αναπαριστά την υπεροχή όλων των υπολοίπων εναλλακτικών ενεργειών ως προς την ενέργεια α.



Η υπεροχή της εναλλακτικής α έναντι των υπολοίπων ενεργειών



Η υπεροχή των υπολοίπων εναλλακτικών ενεργειών έναντι της ενέργειας α

Αφαιρώντας τη ροή εισόδου από τη ροή εξόδου υπολογίζεται η καθαρή ροή για ένα κόμβο, ως εξής:

$$\varphi(\alpha) = \varphi^+(\alpha) - \varphi^-(\alpha)$$

Χρησιμοποιώντας τις καθαρές ροές για κάθε κόμβο του γραφήματος υπεροχής (εναλλακτικές ενέργειες), η μέθοδος PROMETHEE II σκοπό έχει να δώσει μια πλήρη κατάταξη των εναλλακτικών ενεργειών του συνόλου K, από την καλύτερη προς την χειρότερη. Έτσι με βάση τις υπολογισμένες καθαρές ροές όλων των εναλλακτικών ενεργειών, για δύο εναλλακτικές ενέργειες α και β υπάρχουν οι εξής δύο περιπτώσεις :

$$\alpha P_{II} \beta \text{ (η } \alpha \text{ υπερέχει της } \beta) \Leftrightarrow \varphi(\alpha) > \varphi(\beta)$$

$$\alpha I_{II} \beta \text{ (υπάρχει αδιαφορία μεταξύ των } \alpha \text{ και } \beta) \Leftrightarrow \varphi(\alpha) = \varphi(\beta)$$

4.2 Εφαρμογή της μεθόδου PROMETHEE II στο δείγμα των επιχειρήσεων

Κατά την εφαρμογή της μεθόδου στο δείγμα των εταιρειών τροφίμων – ποτών, ως κριτήρια εκτίμησης χρησιμοποιήθηκαν 9 χρηματοοικονομικοί δείκτες, που επιλέχθηκαν ως περισσότερο σημαντικοί από την ανάλυση σε κύριες συνιστώσες. Οι δείκτες αυτοί εμφανίζονταν τουλάχιστον σε δύο έτη της ανάλυσης και επιλέχθηκαν να είναι κοινοί για όλες τις αναλύσεις, έτσι ώστε να υπάρχει μια κοινή βάση σύγκρισης μεταξύ των ετών. Τα κριτήρια εκτίμησης που επιλέχθηκαν, παρουσιάζονται στον πίνακα 4.1.

Πίνακας 4.1 Φύση των κριτηρίων εκτίμησης

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	MIN / MAX
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	MAX
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	MAX
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ	MAX
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ	MAX
ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	MAX
ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	MAX
Μ.Ο. ΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	MIN
ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ	MIN
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	MAX

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι οι δείκτες που επιλέχθηκαν δεν είχαν ισχυρή συσχέτιση μεταξύ τους ($\geq 0,70$).

Στη συνέχεια επιλέχθηκαν τρία γενικευμένα κριτήρια, βάσει των οποίων έγινε η κατάταξη των εταιρειών του δείγματος : το κριτήριο του Gauss, το κριτήριο γραμμικής προτίμησης και το κριτήριο γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας.

Για κάθε ένα από τα παραπάνω κριτήρια χρησιμοποιήθηκαν 50 διαφορετικά σενάρια βαρών, τα οποία παρήχθησαν με τυχαίο τρόπο. Αυτά τα σενάρια, καθορίζουν τη σημαντικότητα του κάθε χρηματοοικονομικού δείκτη και δίνουν μεγαλύτερη σχετική σημασία στους δείκτες αποδοτικότητας ή στους δείκτες φερεγγυότητας ή στους δείκτες επίδοσης διαχείρισης.

Όσον αφορά το **κριτήριο του Gauss**, επιλέχθηκαν 10 διαφορετικές τιμές, ξεκινώντας από το $0,25 \times s$ και φθάνοντας στο $2,5 \times s$ με βήμα $0,25 \times s$. Η παράμετρος s είναι η τυπική απόκλιση όλων των διαφορών των επιχειρήσεων ανά δύο, σε κάθε κριτήριο εκτίμησης (δείκτη). Σαν αποτέλεσμα του συνδυασμού των 10 σεναρίων της παραμέτρου s με τα 50 σενάρια βαρών, προκύπτουν 500 διαφορετικά σενάρια. Σε κάθε ένα από τα σενάρια αυτά κατατάσσονται οι επιχειρήσεις, βάσει των καθαρών ροών τους.

Όσον αφορά το **κριτήριο γραμμικής προτίμησης**, επιλέχθηκαν 10 διαφορετικές τιμές για το όριο προτίμησης p , ξεκινώντας από $p=0,25 \times s$ και φθάνοντας μέχρι $p=2,5 \times s$, με βήμα $0,25 \times s$. Και σε αυτήν την περίπτωση, λοιπόν, παρήχθησαν 500 διαφορετικά σενάρια, βάσει των οποίων κατατάχθηκαν οι επιχειρήσεις.

Τέλος στο **κριτήριο γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας**, παρήχθησαν 105 διαφορετικοί συνδυασμοί του ορίου προτίμησης p και του ορίου αδιαφορίας q . Όπου το q μεταβάλλεται από $0,15 \times s$ μέχρι $1,5 \times s$, ενώ το p μεταβάλλεται από $0,4 \times s$ μέχρι $2,5 \times s$. Οπότε δημιουργήθηκαν 5250 διαφορετικά σενάρια, βάσει των οποίων κατατάχθηκαν οι επιχειρήσεις.

Λαμβάνοντας υπόψη τις καθαρές ροές των επιχειρήσεων, υπολογίστηκε η κατάταξη τους ανά σενάριο. Στη συνέχεια υπολογίστηκε η ελάχιστη και η μέγιστη τιμή κατάταξης, για κάθε εταιρεία, και το ποσοστό των σεναρίων που η επιχείρηση είχε τιμή κατάταξης μέσα σε κάποια όρια (π.χ. τιμή κατάταξης ≤ 5). Κατάταξη -για παράδειγμα - μέσα στις πέντε καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος, θεωρείται ότι έχει μια επιχείρηση όταν στο 75% (τουλάχιστον) των εξεταζόμενων σεναρίων εμφανίζει τιμή μέχρι και πέντε.

4.3 Ανάλυση των αποτελεσμάτων

Η εκτίμηση των επιδόσεων των εταιρειών τροφίμων – ποτών, για τα έτη 1995 – 1997, βασίστηκε στα 6250 σενάρια που προέκυψαν από την εφαρμογή των τριών κριτηρίων, ανά έτος.

Αρχικά υπολογίστηκαν – βάσει και των τριών γενικευμένων κριτηρίων – οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στις πέντε πρώτες θέσεις της κατάταξης, στις δέκα πρώτες θέσεις της κατάταξης, στις πέντε τελευταίες θέσεις της κατάταξης και στις δέκα τελευταίες θέσεις της κατάταξης.

Υπενθυμίζεται ότι το δείγμα των εταιρειών αριθμεί 28 εταιρείες (1996, 1997) και 27 εταιρείες το 1995.

Στη συνέχεια υπολογίστηκε ο Μ.Ο. όλων των κατατάξεων της κάθε εταιρείας ανά έτος και συγκρίθηκαν αυτά τα μεγέθη διαχρονικά (1995 – 1997).

Επίσης υπολογίστηκε για κάθε κριτήριο ανά έτος το W του Kendall, το οποίο είναι ένα μη παραμετρικό τεστ της υπόθεσης ότι μερικά σχετιζόμενα δείγματα ανήκουν στον ίδιο πληθυσμό και μετράει τη συμφωνία των κατατάξεων. Μεταβάλλεται από 0 (καθόλου συμφωνία) έως 1 (απόλυτη συμφωνία).

4.3.1 Συμπεράσματα PROMETHEE II για το έτος 1995

Υπενθυμίζεται ότι το δείγμα αυτή τη χρονιά αποτελείται από 27 εταιρείες. Τα αποτελέσματα που επισημαίνονται παρακάτω παρατίθενται στον πίνακα 4.2.

Στις πέντε πρώτες επιχειρήσεις, σύμφωνα και με τα τρία κριτήρια προτίμησης βρίσκεται η Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης. Βάσει του κριτηρίου του Gauss και του κριτηρίου γραμμικής προτίμησης, στις πέντε πρώτες επιχειρήσεις συγκαταλέγεται και η Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως. Η Α – Β Βασιλόπουλοι επιλέγεται από το κριτήριο του Gauss, να είναι μέσα στις πέντε πρώτες επιχειρήσεις. Η Ελαΐς βρίσκεται στις πέντε καλύτερες επιχειρήσεις σύμφωνα με το κριτήριο γραμμικής προτίμησης.

Στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις βρίσκονται – όπως ήταν αναμενόμενο – η Ελαΐς, η Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης και η Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως (3Ε) βάσει και των τριών κριτηρίων. Η Α – Β Βασιλόπουλοι βρίσκεται στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις, βάσει των κριτηρίων του Gauss και γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας. Βάσει του κριτηρίου του Gauss μόνο, στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις συγκαταλέγονται η Goody 's, η Olympic catering και η Κυλινδρόμυλος Λούλη. Η Ελληνική Εταιρεία Μπισκότων και η Κατσέλη, βρίσκονται στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις βάσει του κριτηρίου γραμμικής προτίμησης.

Στη συνέχεια παρατηρείται ποιες επιχειρήσεις βρίσκονται στις πέντε τελευταίες θέσεις κατάταξης. Η Θεσσαλική βρίσκεται στις πέντε τελευταίες θέσεις βάσει και των τριών κριτηρίων, συγκεκριμένα, βρίσκεται πάντα στην τελευταία θέση σε όλα τα εναλλακτικά σενάρια του κριτηρίου του Gauss, ενώ στα δύο άλλα κριτήρια βρίσκεται στην προτελευταία ή την τελευταία θέση κατάταξης. Στις πέντε χειρότερες επιχειρήσεις, επίσης συγκαταλέγονται : η Μπάρμπα Στάθης βάσει των κριτηρίων του Gauss και γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας και η Chirita βάσει του κριτηρίου του Gauss.

Στις δέκα τελευταίες θέσεις κατάταξης, βρίσκονται βάσει όλων των κριτηρίων η Θεσσαλική, η Chirita και η Μπάρμπα Στάθης. Βάσει του κριτηρίου του Gauss και του κριτηρίου γραμμικής προτίμησης, στις δέκα χειρότερες επιχειρήσεις συγκαταλέγεται και η Μύλοι Αγίου Γεωργίου. Η Νηρέυς, η Καμπάς και η Sea farm Ionian συγκαταλέγονται στις δέκα χειρότερες επιχειρήσεις του δείγματος, βάσει του κριτηρίου του Gauss. Σύμφωνα με το κριτήριο γραμμικής προτίμησης, στις δέκα χειρότερες επιχειρήσεις συγκαταλέγεται και η Κυλινδρόμυλος Σαραντόπουλος.

Πίνακας 4.2 Αποτελέσματα PROMETHEE II για το 1995

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΚΡΙΤΗΡΙΟ GAUSS				ΚΡΙΤΗΡΙΟ LINEAR				ΚΡΙΤΗΡΙΟ LINEAR & INDIFFERENCE			
	Τιμή κατάταξης	≤ 5	≤ 10	≥ 23	≥ 18	≤ 5	≤ 10	≥ 23	≥ 18	≤ 5	≤ 10	≥ 23
Ε. Ε. Μπισκότων	1.80%	49.00%	0.00%	0.00%	61.20%	79.60%	0.60%	11.20%	13.14%	56.90%	0.63%	14.40%
Νηρέυς	0.00%	0.00%	3.40%	85.80%	0.00%	58.00%	12.20%	25.00%	0.00%	14.25%	22.10%	47.79%
Goody's	62.00%	84.80%	0.00%	0.80%	25.40%	44.00%	19.20%	38.60%	39.12%	57.33%	15.35%	29.92%
Ελαις	57.80%	100.00%	0.00%	0.00%	75.60%	85.00%	0.00%	1.20%	52.78%	86.10%	0.00%	0.06%
Ε. Β. Ζάχαρης	98.80%	100.00%	0.00%	0.00%	79.60%	89.60%	0.00%	0.40%	81.52%	94.91%	0.00%	0.04%
Κατσέλη	0.00%	9.80%	0.00%	0.00%	6.80%	76.20%	0.00%	10.60%	0.25%	29.03%	0.44%	21.01%
Νίκας	0.00%	0.00%	0.00%	51.60%	0.00%	40.40%	5.20%	19.00%	0.00%	4.61%	2.88%	40.32%
Παυλίδης	8.60%	32.60%	4.80%	23.40%	1.80%	35.00%	6.60%	29.20%	6.67%	38.78%	10.88%	32.84%
Ε. Ε. Εμφιαλώσεως	78.80%	100.00%	0.00%	0.00%	86.60%	94.00%	0.00%	0.00%	56.76%	93.79%	0.00%	0.00%
Intersat	0.00%	3.00%	54.00%	74.80%	0.00%	0.40%	42.40%	69.60%	0.00%	4.29%	38.25%	66.38%
Θεσσαλική	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%
ΑΒ Βασιλόπουλοι	75.20%	94.60%	0.00%	0.40%	29.60%	72.40%	0.00%	2.40%	64.02%	89.58%	0.04%	0.70%
Chipita	0.00%	0.00%	97.80%	100.00%	0.00%	0.00%	39.80%	93.00%	0.00%	0.00%	60.32%	99.18%
Μπάρμπα Στάθης	0.00%	0.00%	99.80%	100.00%	0.00%	0.00%	61.60%	97.40%	0.00%	0.00%	82.74%	99.75%
Καμπάς	0.20%	4.20%	55.60%	77.80%	0.00%	6.20%	14.00%	42.60%	0.40%	5.07%	47.54%	71.09%
Δέλτα	0.80%	26.40%	1.00%	7.00%	0.80%	25.80%	0.20%	4.20%	2.00%	37.70%	0.10%	3.96%
Σελόντα	5.40%	48.20%	1.60%	17.60%	8.20%	38.80%	0.00%	5.60%	16.10%	49.16%	1.62%	14.46%
Everest	36.80%	53.80%	8.20%	23.40%	4.40%	24.60%	11.60%	32.60%	44.95%	67.89%	1.47%	9.94%
Olympic catering	31.60%	88.40%	0.00%	0.00%	36.20%	53.80%	0.00%	2.60%	23.31%	63.96%	0.00%	2.67%
Sea farm Ionian	0.00%	0.00%	50.20%	94.00%	0.00%	4.00%	12.60%	67.40%	0.21%	1.68%	33.58%	74.95%
Αλλατίνη	16.20%	42.00%	8.60%	32.00%	4.60%	22.60%	11.60%	31.20%	38.44%	64.99%	3.66%	11.50%
Ελγέκα	5.40%	65.80%	0.00%	0.00%	26.20%	39.20%	1.20%	21.00%	17.16%	40.91%	0.10%	13.70%
Καραμολέγκος	0.00%	7.40%	0.00%	46.00%	10.40%	22.40%	22.60%	49.80%	3.94%	17.62%	27.24%	53.50%
Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Κτήμα Λαζαριδη	0.00%	0.20%	11.40%	68.00%	0.00%	13.00%	29.00%	66.00%	1.18%	9.56%	18.48%	60.84%
Λούλη Κυλινδρόμυλος	20.60%	87.20%	0.00%	0.60%	28.60%	43.80%	2.40%	26.40%	34.95%	54.91%	0.70%	11.89%
Μύλοι Αγ. Γεωργίου	0.00%	0.00%	2.60%	81.00%	1.80%	14.20%	60.00%	77.40%	0.46%	4.51%	23.77%	66.44%
Σαραντόπουλος Κυλινδρ.	0.00%	2.60%	1.00%	15.80%	10.60%	17.00%	47.20%	75.60%	2.63%	12.48%	8.13%	52.67%

4.3.2 Συμπεράσματα PROMETHEE II για το έτος 1996

Το 1996 το δείγμα αριθμεί 28 εταιρείες. Τα αποτελέσματα που επισημαίνονται παρακάτω παρατίθενται στον πίνακα 4.3.

Στις πέντε πρώτες θέσεις κατάταξης, σύμφωνα με όλα τα κριτήρια, βρίσκονται η Ελαίς και η Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης. Σύμφωνα με το κριτήριο του Gauss, στις πέντε καλύτερες επιχειρήσεις το 1996, συγκαταλέγεται και η Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη (με υπερδωδεκάμηνη χρήση).

Στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις, σύμφωνα και με τα τρία κριτήρια, περιλαμβάνονται οι : Ελαίς, Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης και Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως. Βάσει των κριτηρίων Gauss και γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας, στις παραπάνω επιχειρήσεις συγκαταλέγονται και η Σελόντα και οι Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη (με υπερδωδεκάμηνη χρήση). Βάσει του κριτηρίου Gauss, στις δέκα καλύτερες επιχειρήσεις περιλαμβάνεται η Goody 's, η Παυλίδης και η Ελγέκα. Στο κριτήριο γραμμικής προτίμησης, στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις διακρίνονται επίσης, η Ελληνική Εταιρεία Μπισκότων και η Κατσέλη. Τέλος στο κριτήριο γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας διακρίνεται στις δέκα καλύτερες επιχειρήσεις η Αλλατινή.

Στις πέντε επιχειρήσεις με τις χειρότερες επιδόσεις συγκαταλέγονται για αυτό το έτος, βάσει και των τριών κριτηρίων η Θεσσαλική και η Everest. Βάσει του κριτηρίου του Gauss και του κριτηρίου γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας, στις πέντε χειρότερες επιχειρήσεις συγκαταλέγονται η Μπάρμπα Στάθης και η Καμπάς. Σύμφωνα με το κριτήριο του Gauss, επιλέγεται στις πέντε χειρότερες επιχειρήσεις και η Chirita, ενώ σύμφωνα με το κριτήριο γραμμικής προτίμησης επιλέγεται η Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος.

Στις δέκα τελευταίες θέσεις κατάταξης, σύμφωνα και με τα τρία κριτήρια, εμφανίζονται οι επιχειρήσεις Θεσσαλική, η Chirita, η Μπάρμπα Στάθης, η Καμπάς και η Everest. Σύμφωνα με το κριτήριο του Gauss και το κριτήριο γραμμικής προτίμησης η Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος βρίσκεται επίσης στις δέκα χειρότερες επιχειρήσεις. Βάσει του κριτηρίου του Gauss, η Νηρέυς και η Sea farm Ionian, εμφανίζονται να έχουν επίσης χαμηλές επιδόσεις. Τέλος, σύμφωνα με το κριτήριο γραμμικής προτίμησης στις δέκα χειρότερες επιχειρήσεις συγκαταλέγεται και η Μύλοι Αγίου Γεωργίου.

Πίνακας 4.3 Αποτελέσματα PROMETHEE II για το 1996

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΚΡΙΤΗΡΙΟ GAUSS				ΚΡΙΤΗΡΙΟ LINEAR				ΚΡΙΤΗΡΙΟ LINEAR & INDIFERENCE			
	Τιμή κατάταξης	≤ 5	≤ 10	≥ 24	≥ 19	≤ 5	≤ 10	≥ 24	≥ 19	≤ 5	≤ 10	≥ 24
Ε. Ε. Μπισκότων	0.00%	8.60%	0.00%	0.00%	47.80%	78.00%	6.40%	17.20%	3.87%	42.51%	1.96%	23.37%
Νηρέυς	0.00%	0.00%	0.80%	99.80%	0.00%	11.80%	19.40%	29.60%	0.00%	1.18%	22.99%	57.30%
Goody's	70.20%	96.80%	0.00%	0.00%	45.60%	62.60%	4.20%	18.80%	47.14%	69.31%	1.24%	14.00%
Ελαις	94.60%	100.00%	0.00%	0.00%	80.00%	88.40%	0.00%	0.00%	78.08%	94.69%	0.00%	0.02%
Ε. Β. Ζάχαρης	99.00%	100.00%	0.00%	0.00%	78.40%	89.00%	0.00%	0.00%	79.89%	95.52%	0.00%	0.00%
Κατσέλη	0.00%	6.80%	0.00%	2.80%	2.40%	76.20%	1.60%	12.20%	0.15%	26.95%	0.02%	15.35%
Νίκας	0.00%	0.00%	0.00%	25.80%	0.00%	49.80%	0.00%	10.20%	0.00%	4.76%	0.57%	27.92%
Παυλίδης	21.20%	75.20%	0.00%	1.00%	13.00%	50.40%	1.60%	15.80%	25.24%	65.09%	0.61%	10.46%
Ε. Ε. Εμφιαλώσεως	18.40%	94.60%	0.00%	0.00%	67.20%	83.80%	0.00%	0.20%	28.80%	79.01%	0.00%	1.50%
Intersat	0.00%	11.80%	0.00%	9.80%	0.00%	34.40%	0.00%	11.20%	0.02%	27.75%	0.02%	16.61%
Θεσσαλική	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%	0.00%	0.00%	99.80%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%
ΑΒ Βασιλόπουλοι	20.80%	61.20%	0.20%	13.40%	1.60%	28.20%	1.00%	13.40%	19.09%	62.02%	0.15%	6.95%
Chipita	0.00%	0.00%	99.40%	100.00%	0.00%	0.00%	36.20%	85.00%	0.00%	0.02%	44.67%	87.43%
Μπάρμπα Στάθης	0.00%	0.00%	84.20%	99.80%	0.00%	0.00%	25.60%	92.60%	0.00%	0.00%	76.84%	99.07%
Καμπάς	0.00%	0.00%	95.80%	100.00%	0.00%	0.00%	68.00%	95.20%	0.00%	0.00%	86.50%	98.65%
Δέλτα	0.20%	24.80%	0.00%	10.00%	0.20%	9.00%	0.60%	6.60%	0.74%	29.18%	0.10%	4.76%
Σελόντα	41.40%	85.80%	0.00%	0.00%	15.00%	66.60%	0.00%	0.00%	48.11%	82.36%	0.00%	0.23%
Everest	0.00%	0.00%	97.20%	100.00%	0.00%	0.00%	91.80%	99.60%	0.02%	0.15%	82.32%	97.30%
Olympic catering	2.80%	41.40%	0.00%	7.80%	15.00%	30.20%	0.00%	6.80%	9.22%	29.43%	0.97%	17.62%
Sea farm Ionian	0.00%	1.20%	4.40%	77.20%	1.00%	11.20%	1.20%	38.20%	0.08%	2.50%	16.15%	62.97%
Αλλατίνη	25.80%	69.60%	0.80%	12.20%	9.80%	34.00%	1.40%	8.40%	54.70%	79.16%	0.46%	2.74%
Ελγέκα	19.40%	98.80%	0.00%	0.00%	33.20%	46.40%	0.00%	0.40%	27.75%	55.98%	0.00%	0.10%
Καραμολέγκος	0.00%	7.20%	0.00%	30.00%	5.40%	20.00%	3.20%	46.00%	3.52%	22.42%	14.53%	42.44%
Κυλινδρόμ. Παπαφίλη	86.20%	100.00%	0.00%	0.00%	50.80%	69.60%	0.00%	0.20%	65.09%	91.87%	0.00%	0.08%
Κτήμα Λαζαρίδη	0.00%	0.40%	0.00%	59.00%	8.40%	16.60%	18.00%	72.20%	0.84%	11.87%	7.26%	56.30%
Λούλη Κυλινδρόμυλος	0.00%	15.80%	0.00%	1.00%	17.60%	24.40%	1.60%	57.00%	7.05%	15.14%	0.46%	27.56%
Μύλοι Αγ. Γεωργίου	0.00%	0.00%	0.00%	52.00%	7.40%	12.80%	39.40%	77.40%	0.61%	7.30%	7.50%	61.07%
Σαραντόπουλος Κυλ.	0.00%	0.00%	17.20%	98.40%	0.20%	6.60%	79.00%	85.80%	0.00%	3.83%	34.69%	68.21%

4.3.3 Συμπεράσματα PROMETHEE II για το έτος 1997

Τα αποτελέσματα που επισημαίνονται παρακάτω παρατίθενται στον πίνακα 4.4.

Κατά το έτος 1997, στις πέντε πρώτες θέσεις κατάταξης βάσει και των τριών κριτηρίων, εμφανίζεται η Ελαΐς. Σύμφωνα με το κριτήριο του Gauss, στις πέντε καλύτερες επιχειρήσεις διακρίνονται επίσης η Goody 's και η Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη.

Στις δέκα καλύτερες επιχειρήσεις, βάσει και των τριών κριτηρίων, συγκαταλέγεται η Ελαΐς, Βάσει του κριτηρίου του Gauss και του κριτηρίου γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας, στις δέκα καλύτερες επιχειρήσεις συμπεριλαμβάνονται, η Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως, η Α – Β Βασιλόπουλοι, η Olympic catering και η Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη. Σύμφωνα με το κριτήριο του Gauss, η Goody 's και η Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης εμφανίζονται στις δέκα καλύτερες επιχειρήσεις, ενώ σύμφωνα με το κριτήριο γραμμικής προτίμησης συμπεριλαμβάνεται και η Κατσέλη. Τέλος κατά το κριτήριο γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας, η Σελόντα βρίσκεται στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις, βάσει των επιδόσεων της.

Στις πέντε χειρότερες επιχειρήσεις – βάσει των επιδόσεων τους – συμπεριλαμβάνονται η Θεσσαλική και η Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος, σύμφωνα και με τα τρία κριτήρια. Σύμφωνα με το κριτήριο του Gauss, στην παραπάνω ομάδα συμπεριλαμβάνονται επίσης η Μπάρμπα Στάθης και η Καμπάς.

Στις δέκα χειρότερες επιχειρήσεις από πλευράς επιδόσεων, συγκαταλέγονται η Θεσσαλική, η Μπάρμπα Στάθης, η Καμπάς, η Everest, η Μύλοι Αγίου Γεωργίου και η Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος, βάσει και των τριών συναρτήσεων προτίμησης (κριτηρίων). Η Chipita εμφανίζεται στις δέκα χειρότερες επιχειρήσεις βάσει του κριτηρίου του Gauss και του κριτηρίου γραμμικής προτίμησης και περιοχής αδιαφορίας. Βάσει του κριτηρίου του Gauss, στις δέκα χειρότερες θέσεις κατάταξης, βρίσκεται και η Νηρέυς.

Πίνακας 4.4 Αποτελέσματα PROMETHEE II για το 1997

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΚΡΙΤΗΡΙΟ GAUSS				ΚΡΙΤΗΡΙΟ LINEAR				ΚΡΙΤΗΡΙΟ LINEAR & INDIFERENCE				
	Τιμή κατάταξης	≤ 5	≤ 10	≥ 24	≥ 19	≤ 5	≤ 10	≥ 24	≥ 19	≤ 5	≤ 10	≥ 24	≥ 19
Ε. Ε. Μπισκότων		0.00%	0.40%	0.00%	31.20%	15.80%	68.80%	9.40%	16.40%	0.88%	30.91%	6.76%	29.28%
Νηρέυς		0.00%	0.00%	3.60%	99.80%	0.00%	8.20%	20.80%	33.40%	0.00%	0.51%	32.93%	60.04%
Goody's		77.40%	96.40%	0.00%	0.00%	41.20%	62.00%	0.20%	9.80%	46.36%	67.87%	0.27%	8.63%
Ελαις		99.60%	100.00%	0.00%	0.00%	80.60%	89.40%	0.00%	0.00%	82.63%	98.27%	0.00%	0.00%
Ε. Β. Ζάχαρης		20.40%	90.00%	0.00%	0.20%	56.00%	72.20%	0.80%	10.40%	40.15%	74.69%	0.40%	5.45%
Κατσέλη		3.00%	64.40%	0.00%	0.00%	56.40%	81.40%	0.00%	1.00%	12.90%	55.47%	0.08%	3.24%
Νίκας		0.00%	2.00%	0.00%	2.20%	0.60%	69.60%	0.00%	9.80%	0.04%	14.78%	0.63%	20.23%
Παυλίδης		13.20%	70.60%	0.00%	3.40%	17.00%	52.80%	2.20%	13.80%	14.50%	48.06%	4.93%	18.25%
Ε. Ε. Εμφιαλώσεως		62.40%	89.60%	0.00%	0.40%	39.40%	72.80%	0.00%	1.60%	37.62%	79.49%	0.00%	1.09%
Intersat		0.00%	8.60%	0.00%	42.20%	0.60%	21.00%	0.40%	25.20%	1.24%	23.56%	2.44%	25.41%
Θεσσαλική		0.00%	0.00%	99.40%	100.00%	0.00%	0.00%	95.00%	99.00%	0.00%	0.00%	98.11%	99.73%
ΑΒ Βασιλόπουλοι		45.60%	84.00%	0.00%	1.40%	18.40%	58.80%	0.20%	3.00%	52.00%	82.17%	0.08%	1.94%
Chipita		0.00%	0.00%	29.60%	100.00%	0.00%	0.00%	18.00%	68.40%	0.00%	0.25%	12.50%	76.70%
Μπάρμπα Στάθης		0.00%	0.00%	90.00%	100.00%	0.00%	0.00%	48.60%	99.40%	0.00%	0.00%	71.24%	99.89%
Καμπάς		0.00%	0.00%	78.60%	100.00%	0.00%	0.00%	73.80%	96.40%	0.00%	2.55%	52.93%	83.90%
Δέλτα		0.00%	3.60%	0.00%	29.40%	0.00%	3.00%	0.60%	14.20%	0.27%	17.79%	1.89%	14.72%
Σελόντα		35.20%	73.40%	0.00%	0.20%	6.80%	47.00%	0.00%	1.20%	47.60%	78.90%	0.00%	0.30%
Everest		0.00%	0.00%	48.80%	95.60%	0.00%	2.00%	46.60%	82.00%	0.00%	0.82%	51.43%	85.09%
Olympic catering		52.40%	91.20%	0.00%	0.00%	50.80%	68.00%	0.00%	0.00%	53.41%	80.44%	0.00%	2.13%
Sea farm Ionian		0.20%	3.20%	0.00%	32.40%	2.00%	18.40%	0.60%	29.80%	0.51%	8.04%	0.13%	33.41%
Αλλατίνη		0.00%	34.40%	3.80%	27.60%	5.60%	22.60%	2.80%	29.40%	20.72%	50.57%	1.35%	14.72%
Ελγέκα		0.20%	41.40%	0.00%	2.40%	20.60%	34.20%	0.00%	13.80%	16.27%	36.25%	0.63%	14.29%
Καραμολέγκος		0.00%	23.20%	0.00%	13.80%	14.20%	24.60%	5.20%	41.60%	5.50%	21.81%	7.54%	33.92%
Κυλινδρόμ. Παπαφίλη		90.40%	100.00%	0.00%	0.00%	46.80%	65.20%	0.00%	0.00%	56.04%	90.23%	0.00%	0.00%
Κτήμα Λαζαρίδη		0.00%	9.40%	0.00%	12.20%	9.60%	20.20%	9.40%	66.40%	3.07%	15.09%	2.42%	44.38%
Λούλη Κυλινδρόμυλος		0.00%	14.20%	0.00%	5.60%	17.60%	25.60%	13.60%	59.60%	8.30%	21.01%	1.90%	40.69%
Μύλοι Αγ. Γεωργίου		0.00%	0.00%	46.20%	100.00%	0.00%	8.00%	72.00%	85.80%	0.00%	0.40%	64.23%	86.80%
Σαραντόπουλος Κυλιν.		0.00%	0.00%	100.00%	100.00%	0.00%	4.20%	79.80%	88.60%	0.00%	0.10%	85.18%	95.77%

4.3.4 Διαχρονική ανάλυση των αποτελεσμάτων της PROMETHEE II

Λαμβάνοντας υπόψη τα 6250 εναλλακτικά σενάρια και των τριών γενικευμένων κριτηρίων ανά έτος, υπολογίστηκαν οι Μ.Ο. κατάταξης για κάθε επιχείρηση. Τα αποτελέσματα παρατίθενται στον πίνακα 4.5.

Πίνακας 4.5 Μ.Ο. των κατατάξεων των επιχειρήσεων βάσει όλων των εναλλακτικών σεναρίων (6250) ανά έτος

ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Μ.Ο. 1995	Μ.Ο. 1996	Μ.Ο. 1997
1. Ελληνική Εταιρεία Μπισκότων	10.49	12.73	14.31
2. Νηρέυς	16.90	19.39	19.95
3. Goody 's	10.70	8.26	7.72
4. Ελαίς	5.92	3.96	3.09
5. Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης	3.48	3.59	7.98
6. Κατσέλη	12.95	13.33	9.91
7. Νίκας	16.17	15.80	14.47
8. Παυλίδης	13.79	9.72	11.77
9. Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως	5.31	7.84	7.25
10. Intersat	20.02	13.68	14.70
11. Θεσσαλική	26.98	27.92	27.39
12. Α-Β Βασιλόπουλοι	5.46	10.22	6.87
13. Chipita	22.77	22.53	20.63
14. Μπάρμπα Στάθης	24.12	24.61	24.34
15. Καμπάς	20.47	25.44	22.80
16. Δέλτα	11.68	12.54	14.50
17. Σελόντα	11.28	6.80	7.14
18. Everest	8.75	25.32	22.46
19. Olympic catering	8.83	13.50	6.32
20. Sea farm Ionian	20.19	19.29	16.38
21. Αλλατινή	9.69	7.17	11.72
22. Ελγέκα	11.40	9.19	12.41
23. Καραμολέγκος	17.14	16.40	15.47
24. Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη	-	4.55	5.12
25. Κτήμα Λαζαρίδη	18.06	17.87	16.42
26. Λούλη Κυλινδρόμυλος	9.63	15.12	15.62
27. Μύλοι Αγίου Γεωργίου	19.16	18.42	23.36
28. Σαραντόπουλος Κυλινδρόμυλοι	16.66	20.82	25.91
Kendall' s W			
Gauss	0.799	0.887	0.878
Linear	0.561	0.640	0.620
Linear & indifference	0.611	0.718	0.688

Από τον πίνακα, λοιπόν, παρατηρείται ότι η Goody 's και η Ελαίς βελτίωσαν τη θέση τους κατά το εξεταζόμενο διάστημα, και βρίσκονταν μέσα στις δέκα καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος. Συγκεκριμένα η Goody 's από την 11^η ανέβηκε στην 8^η θέση, ενώ η Ελαίς από την 6^η στην 3^η θέση. Η Νίκας, η Chipita, η Sea farm Ionian, η Καραμολέγκος και η Κτήμα

Λαζαρίδη αν και παρουσίασαν βελτίωση των επιδόσεων τους - κατά την τριετία 1995 έως 1997 - είχαν όμως μέτριες επιδόσεις.

Οι επιχειρήσεις Ελληνική Εταιρεία Μπισκότων, Νηρέυς, Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης, Δέλτα, Κυλινδρόμυλος Λούλη και η Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος παρουσίασαν επιδείνωση των επιδόσεων τους στη διάρκεια της τριετίας.

Η Θεσσαλική παρουσίασε σταθερή κατάταξη στη διάρκεια της τριετίας και συγκεκριμένα ήταν στην προτελευταία ή στην τελευταία θέση. Σταθερότητα στις επιδόσεις της εμφάνισε και η Μπάρμπα Στάθης, η οποία επίσης βρισκόταν στις τελευταίες θέσεις κατάταξης όλο το εξεταζόμενο διάστημα και συγκεκριμένα στην 24^η θέση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η βιομηχανία τροφίμων – ποτών είναι ένας από τους πιο δυναμικούς, αν όχι ο πιο δυναμικός κλάδος της ελληνικής οικονομίας. Κύριο χαρακτηριστικό του είναι η ποιότητα των προϊόντων που παράγει, το ευρύ φάσμα επιλογών που προσφέρει στον καταναλωτή και οι διαρκείς επενδύσεις της σε νέα κτίρια, εξοπλισμό και τεχνογνωσία.

Για το 1998, στο σύνολο των κυριότερων εταιρειών ΑΕ και ΕΠΕ της ελληνικής βιομηχανίας, ο κλάδος τροφίμων ποτών καλύπτει το 16% από πλευράς αριθμού τους και το 20% από πλευράς πωλήσεων – γεγονός που τον καθιστά τον μεγαλύτερο κλάδο της οικονομίας. Ο κλάδος ακόμη κατέχει το 16% του συνόλου των παγίων για τους 21 κλάδους της ελληνικής βιομηχανίας, δημιουργεί το 20% των μικτών κερδών και το 12% των καθαρών κερδών και διενεργεί το 15% των αποσβέσεων.

Ο δυναμισμός του φαίνεται από το γεγονός πως σε αυτόν εμφανίζεται το 17% των νέων επιχειρήσεων που δημιουργούνται στην Ελλάδα, οι οποίες και έχουν το 18,5% των μικτών κερδών και το 28% των καθαρών κερδών, για το σύνολο των επιχειρήσεων αυτών

Το 70% των 895 εταιρειών του κλάδου είναι κερδοφόρο. Αυτές οι 627 μονάδες αποτελούν το 15% του συνόλου των κερδοφόρων επιχειρήσεων της ελληνικής βιομηχανίας, καλύπτουν το 16% των παγίων, έχουν μόνο το 18,7% του δανεισμού πάσης μορφής και δημιουργούν το 20% των μικτών και το 14% των καθαρών κερδών – της ομάδας αυτής πάντα.

Βλέπουμε, δηλαδή, πως πρόκειται για ένα δυναμικό κλάδο, πρωταρχικά έντασης κεφαλαίου, ο οποίος παρουσιάζει διαρκή ανάπτυξη και μπορεί να αντιμετωπίσει με άνεση τον ανταγωνισμό από το εξωτερικό.

Στην εργασία αυτή αναλύθηκε ένα δείγμα 28 επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων – ποτών που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Το χρονικό διάστημα κατά το οποίο έγινε η ανάλυση ήταν, από το 1995 έως το 1997. Τα χρηματοοικονομικά στοιχεία του δείγματος συλλέχθηκαν από τη βάση δεδομένων της ICAP και στη συνέχεια βάσει αυτών υπολογίστηκαν 14 χρηματοοικονομικοί δείκτες οι οποίοι αποτέλεσαν τη βάση της ανάλυσης.

Κατά την εφαρμογή της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες υπολογίστηκαν οι σημαντικότεροι χρηματοοικονομικοί δείκτες και οι ομάδες συναφών επιχειρήσεων, ανά έτος.

Στη συνέχεια εφαρμόστηκε η πολυκριτήρια μέθοδος PROMETHEE II για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων.

Βασίζόμενοι στα αποτελέσματα της PROMETHEE II, στις **πέντε καλύτερες επιχειρήσεις** συγκαταλέγονται :

- ✓ Η Ελαίς όλα τα έτη
- ✓ Η Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης το 1995 και 1996
- ✓ Η Κυλινδρόμυλοι Παπαφίλη το 1996 (υπερδωδεκάμηνη χρήση) και 1997
- ✓ Η Α-Β Βασιλόπουλοι και η Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως το 1995
- ✓ Η Goody' s το 1997

Στις **θέσεις πέντε έως δέκα** συγκαταλέγονται οι επιχειρήσεις :

- ✓ Κατσέλη όλα τα έτη
- ✓ Goody' s και Ελληνική Εταιρεία Μπισκότων τα έτη 1995,1996
- ✓ Olympic catering το 1995 και 1997
- ✓ Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως και Σελόντα το 1996 και 1997
- ✓ Παυλίδης, Ελγέκα και Αλλατίνη το 1996
- ✓ Α-Β Βασιλόπουλοι και Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης το 1997
- ✓ Η Κυλινδρόμυλος Λούλη το 1995

Χειρότερη επιχείρηση του δείγματος αναμφίβολα είναι η Θεσσαλική, η οποία κυμαινόταν από την προτελευταία μέχρι την τελευταία θέση κατάταξης - βάσει των επιδόσεων της – ολόκληρη την τριετία.

Στις πέντε χειρότερες επιχειρήσεις για όλο το εξεταζόμενο διάστημα συμπεριλαμβάνεται επίσης και η Μπάρμπα Στάθης.

Το 1996 και 1997 στις πέντε χειρότερες επιχειρήσεις προστίθενται οι : Καμπάς και Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος.

Η Chirita εμφανίζεται στις πέντε χειρότερες εταιρείες το 1995 και 1996.

Η Everest συμπεριλαμβάνεται στις παραπάνω επιχειρήσεις το 1996.

Ο κλάδος τροφίμων – ποτών είναι ήδη ανταγωνιστικός και δεν θα αντιμετωπίσει προβλήματα με την ένταξη της Ελλάδας στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ΟΝΕ). Ο εκσυγχρονισμός του έχει ήδη γίνει, και αυτό φαίνεται από το γεγονός πως έχει το μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων σε σύγκριση με τους άλλους 20 κλάδους της βιομηχανίας που απασχολούν πάνω από 2,5 δις δρχ.

Η κύρια επίπτωση θα είναι λοιπόν προς δύο κατευθύνσεις :

⇒ Η πρώτη αφορά οικονομίες μεγέθους. Παρά την πρόοδο που έχει γίνει, ο κλάδος εξακολουθεί να έχει μεγάλο αριθμό μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Οι μονάδες αυτές δεν απολαμβάνουν οικονομίες κλίμακας και η επιβίωση τους δεν είναι καθόλου βέβαιη μέσα στο αυξημένα ανταγωνιστικό περιβάλλον της ΟΝΕ.

⇒ Η δεύτερη αφορά τη δυνατότητα ορισμένων μονάδων να αντλούν κεφάλαια με προνομιακούς όρους και να συγκαλύπτουν υψηλές και συνεχιζόμενες ζημιές. Οι μονάδες αυτές υποχρεωτικά θα κλείσουν.

Συνοψίζοντας, μπορεί να ειπωθεί ότι οι ζημιογόνες μονάδες του κλάδου (30%) θα οδηγηθούν πολύ σύντομα σε αναστολή εργασιών, ενώ μέρος από αυτές καθώς και μερικές από τις κερδοφόρες θα οδηγηθεί υποχρεωτικά σε συγχωνεύσεις.

Η δυναμική ανάπτυξη του κλάδου θα ενισχυθεί με τον τρόπο αυτό, όπως επίσης θα προωθηθεί και από δύο παράγοντες ακόμη :

1. Τη διαφάνεια των τιμών, καθώς η ενιαία αγορά θα λειτουργήσει πιο αποτελεσματικά και η εισαγωγή του ευρώ θα επιτρέπει άμεσες συγκρίσεις.
2. Το χαμηλότερο κόστος των κεφαλαίων, καθώς τα υψηλά ελληνικά επιτόκια θα συγκλίνουν προς τα χαμηλότερα της ΟΝΕ.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ζοπουνίδης Κωνστ., "Βασικές αρχές χρηματοοικονομικού μανάτζμεντ : Θεωρία, ασκήσεις και εφαρμογές", Εκδόσεις Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων, Χανιά, 2000
2. Ζοπουνίδης Κ. - Σκιαδάς Χ., "Στατιστική ανάλυση της Ελληνικής Βιομηχανίας με τη βοήθεια της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis)", Πρακτικά Β' Συνεδρίου Βιομηχανίας, τόμος Α', σελ 143 – 155, 1989
3. Γ. Μπογιατζή – Β. Μπρίνιας, "Εξελίξεις και προοπτικές στους κλάδους και υποκλάδους της μεταποίησης", Εμπορική Τράπεζα, Αθήνα, Φεβρουάριος 1996
4. Καζάκος Ι. – Ιωάννου Ι., "Ευρωπαϊκή ενοποίηση και βιομηχανία τροφίμων", ΙΟΒΕ, Αθήνα, 1990
5. Νιάρχος Νικήτ., "Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων", Εκδόσεις Α. Σταμούλης, Αθήνα, 1996
6. Ζοπουνίδης – Δούμπος – Ματσατσίνης, "Πολυκριτήρια ευφυή συστήματα υποστήριξης αποφάσεων για την αξιολόγηση των επιδόσεων & της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων", Εκδόσεις "Έλλην", 1996
7. Ζοπουνίδης Κ., "Πολυκριτήρια μεθοδολογία και χρηματοοικονομικό μανάτζμεντ", Εκδόσεις "Έλλην", 1996
8. Dunteman George "Principal Components Analysis", Sage publications, 1989.
9. Roy, B., "Multicriteria Methodology for Decision Aiding", Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, 1996
10. Brans, J.P. and Vinke, Ph., "A preference ranking organization Method", Management Science, 31/6, 647-656, 1985
11. Vinke, Ph., "Multicriteria Decision Aid", John Wiley and Sons, New York, 1992
12. Περιοδικό "Τρόφιμα & Ποτά", τεύχος 179, Ιανουάριος – Φεβρουάριος 1995
13. Περιοδικό "Τρόφιμα & Ποτά", τεύχος 203, Ιούλιος – Αύγουστος 1997
14. Περιοδικό "Τρόφιμα & Ποτά", τεύχος 214, Ιούλιος – Αύγουστος 1998
15. Περιοδικό "Τουρισμός & Οικονομία", αφιέρωμα τρόφιμα και ποτά, τ. 240, Απρίλιος 1999
16. Περιοδικό "Χρήμα", αφιέρωμα τρόφιμα και ποτά, τ. 259, Σεπτέμβριος 2000



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

A & B



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ – ΠΟΤΩΝ..... 1

1.1	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΠΟΤΩΝ.....	1
1.2	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΕΙΔΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΤΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΗΣ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ ΤΟΥ 1990	2
1.2.1	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΑΛΛΑΝΤΙΚΩΝ.....	4
1.2.2	ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	6
1.2.3	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ	9
1.2.4	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ.....	10
1.2.5	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ.....	10
1.2.6	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	11
1.2.7	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΑΛΕΥΡΩΝ	12
1.2.8	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΗΣ ΑΡΤΟΠΟΙΙΑΣ.....	14
1.2.9	Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΜΠΙΣΚΟΤΩΝ.....	16
1.2.10	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΖΑΧΑΡΗΣ.....	17
1.2.11	ΣΟΚΟΛΑΤΟΠΟΙΪΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΖΑΧΑΡΩΤΩΝ	18
1.3	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΠΟΤΩΝ ΚΑΤΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΗΣ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ ΤΟΥ 1990.....	20
1.3.1	ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΟΠΟΙΙΑ ΚΑΙ ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΩΝ	21
1.3.2	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ	22
1.3.3	ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΩΝ ΠΟΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ ΜΕΤΑΛΛΙΚΩΝ ΝΕΡΩΝ	23
1.4	Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΟΤΩΝ ΚΑΙ ΤΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΑΞΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ	25
1.5	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ.....	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ 28

2.1	Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	28
2.2	ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	29
2.3	ΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ	30
2.4	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 1995 – 1997	34

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΕ ΚΥΡΙΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ..... 38

3.1	ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΕ ΚΥΡΙΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ (ΑΚΣ)	38
3.2	ΕΦΑΡΜΟΓΗ.....	41
3.2.1	Α.Κ.Σ. ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 1995.....	44
3.2.2	Α.Κ.Σ. ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 1996.....	45
3.2.3	Α.Κ.Σ. ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 1997.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑ ΜΕΘΟΔΟΣ PROMETHEE II..... 47

4.1	ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ	47
4.2	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ PROMETHEE II ΣΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	53
4.3	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	54
4.3.1	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ PROMETHEE II ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 1995	55
4.3.2	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ PROMETHEE II ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 1996	57
4.3.3	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ PROMETHEE II ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 1997	59
4.3.4	ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ PROMETHEE II.....	61

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ 63

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... 66

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ A & B 67

A (ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ)

B (ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΕΚΥΨΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ Α.Κ.Σ.)
