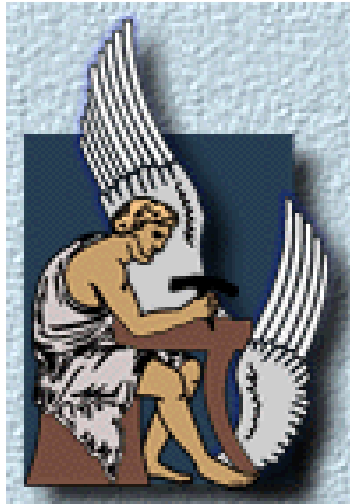


ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΤΜΗΜΑ: ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ



ΜΕΛΕΤΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

ΜΑΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΔΟΥ

A.M. 2004010112

ΕΠΙΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΖΟΠΟΥΝΙΔΗΣ

Χανιά 2011

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή	6
1.1 Προβληματική του θέματος	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Ορισμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων	7
2.2 Ανεξάρτητες, συνεργαζόμενες, συνδεδεμένες επιχειρήσεις	10
2.3 Παράγοντες που επηρεάζουν απόδοση και ανάπτυξη των ΜΜΕ	12
2.4 Δομή της μικρομεσαίας επιχείρησης	17
2.5 Χρηματοδότηση.....	20
2.6 Παγκοσμιοποίηση	22
2.7 Ανθρώπινο Δυναμικό.....	23
2.8 Διοίκηση.....	24
2.9 Στρατηγική των Επιχειρήσεων.....	25
2.10 Επιχειρηματική αριστεία και αξιολόγηση στρατηγικής.....	28
2.11 Πλεονεκτήματα των ΜΜΕ.....	29
2.12 Αδυναμίες και προβλήματα των ΜΜΕ.....	30
2.13 ΜΜΕ στην Ελλάδα	34
2.14 ΜΜΕ στην Κύπρο	39

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση μικρομεσαίων επιχειρήσεων.....	43
3.2 Αριθμοδείκτες	44
3.3 Δείκτες αποδοτικότητας.....	45

3.3.1. Δείκτες Περιθωρίου Κέρδους.....	46
3.3.2. Απόδοση των επενδύσεων.....	47
3.4. Ανακύκλωση Κεφαλαίου.....	49
3.4.1. Δείκτης Κυκλοφορίας Ενεργητικού.....	49
3.4.2. Δείκτης κυκλοφορίας Ίδιων Κεφαλαίων.....	49
3.4.3. Δείκτης Κυκλοφορίας Υποχρεώσεων.....	50
3.5. Δείκτες Γενικής Ρευστότητας.....	50
3.5.1. Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας.....	51
3.5.2. Δείκτης Ταμειακής Ρευστότητας	52
3.5.3. Δείκτης Συνολικής Ικανότητας Δανεισμού.....	52
3.6 Δείκτες Φερεγγυότητας.....	53
3.6.1. Δείκτης Μακροπρόθεσμης Ικανότητας Δανεισμού.....	54
3.6.2. Δείκτης Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων προς Ενεργητικό.....	55
3.7 Δείκτες Επίδοσης Διαχείρισης.....	55
3.7.1. Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Ρευστοποιήσεως Απαιτήσεων.....	55
3.7.2. Μέση Περίοδος Εξόφλησης Πληρωτέων Λογαριασμών.....	56
3.7.3. Δείκτης βασικού διαστήματος Βιωσιμότητας.....	56
3.7.4. Δείκτης σημασίας λειτουργικών εξόδων ή δείκτης σημασίας γενικών και διοικητικών εξόδων.....	56
3.7.5. Δείκτης Σημασίας Χρηματοοικονομικών Εξόδων.....	57
3.7.6. Δείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια.....	57
3.7.7. Δείκτης Παγιοποίησης Περιουσίας.....	58
3.7.8. Δείκτης Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων προς Ενεργητικό.....	58
3.8. Δείκτες Δομής Ενεργητικών με παθητικών στοιχείων.....	58
3.9. Αριθμοδείκτης Χρόνου Παραμονής Αποθεμάτων.....	59

3.9.1. Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας ενεργητικού.....	60
3.10. Δείκτης Ποσοστιαίας Συνθέσεως Ενεργητικού.....	60
3.11. Αριθμοδείκτης Προσωπικού.....	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	
ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ	62
4.1 Μεθοδολογική Προσέγγιση της Χρηματοοικονομικής Στρατηγικής των Ελληνικών Μεταποιητικών ΜΜΕ.....	63
4.2. Οι Επιχειρήσεις μου και η Στατιστική τους Ανάλυση.....	63
4.3 Παραγοντική ανάλυση.....	65
4.4 Θεωρητική παρουσίαση της μεθόδου PROMETHEE	66
4.5 Ανάπτυξη της σχέσης υπεροχής.....	66
4.6 Κατάταξη των επιχειρήσεων.....	71
4.7 Αποτελέσματα της μεθόδου Promethee II	71
4.8 Σύγκριση δεικτών ανά έτος.....	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	
5.1 Συμπεράσματα από την ανάλυση με τη μέθοδο Promethee	88
5.2 Συμπεράσματα - Προοπτική.....	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	91

Κεφάλαιο 1^ο

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ – Προβληματική του θέματος

Στην παρούσα εργασία πραγματοποιείται μια προσπάθεια αξιολόγησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Κύπρο, με τη βοήθεια χρηματοοικονομικών αριθμοδεικτών. Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις είναι η σπονδυλική στήλη της οικονομίας, η βασική πηγή δημιουργίας θέσεων απασχόλησης και ο χώρος ανάπτυξης επιχειρηματικών ιδεών, γι αυτό και αποφασίστηκε η μελέτη τους και η αξιολόγηση τους.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η αξιολόγησης εταιριών του κλάδου. Επίσης, επιχειρείται μια ομαδοποίηση των εταιριών με βάση την οικονομική τους συμπεριφορά. Η αξιολόγηση και η ομαδοποίηση των εταιριών γίνεται με βάση ένα σύνολο αριθμοδεικτών. Έπειτα, γίνεται μια πολυκριτήρια αξιολόγηση των εταιριών με τη μέθοδο Promethee. Τέλος, γίνεται μια στατιστική ανάλυση του δείγματος με βάση τα αποτελέσματα που πάρθηκαν.

Για την ανάλυσή μας, χρησιμοποιήθηκε ένα τυχαίο δείγμα 30 επιχειρήσεων από όλες τις πόλεις της Κύπρου. Οι εταιρίες αυτές είναι όλες μικρού και μεσαίου μεγέθους.

Η εργασία αυτή αποτελείται από 5 κεφάλαια. Αρχικά γίνεται μια περιγραφή των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, προκειμένου να γίνει κατανοητό το πλαίσιο στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις της μελέτης αυτής. Η περιγραφή αυτή περιλαμβάνει κάποιες γενικές πληροφορίες για τις ΜΜΕ, τη διάρθρωσή του στην Ελλάδα και στη Κύπρο καθώς και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και προβλήματα που έχουν. Έπειτα γίνεται μια περιγραφή στους αριθμοδείκτες που χρησιμοποιούνται και στη χρησιμότητά τους. Στη συνέχεια γίνεται μια στατιστική ανάλυση του δείγματος μας. Η ανάλυση αυτή περιλαμβάνει μια πολυδιάστατη στατιστική ανάλυση, μια ανάλυση συσχετίσεων (για τους αριθμοδείκτες) και μια ανάλυση ομαδοποίησης. Η μέθοδος Promethee που χρησιμοποιείται, ασχολείται με τον διαχωρισμό των εταιριών σε ομάδες, ξεχωρίζοντας τις καλύτερες από τις χειρότερες εταιρίες σύμφωνα με τα κριτήρια που του δώθηκαν. Εκτός από την σύντομη περιγραφή της μεθόδου και την εφαρμογή της στην ανάλυση του δείγματος, γίνεται και μια δεύτερη στατιστική ανάλυση, αυτή τη φορά με βάση τα αποτελέσματα της μεθόδου Promethee. Τέλος, παρατείνονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τα παραπάνω καθώς και κάποιες προτάσεις σχετικά με τον κλάδο των ΜΜΕ.

Κεφάλαιο 2^ο

2.1 Ορισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Παρόλο τον κυρίαρχο ρόλο που διαδραματίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) στο παγκοσμιοποιημένο οικονομικό περιβάλλον, δεν υπάρχει ένας διεθνώς αποδεκτός ορισμό για τη σκιαγράφηση των ΜΜΕ. Ο ορισμός των ΜΜΕ διαφοροποιείται ανάλογα κάθε φορά με τις συγκεκριμένες οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες κάθε χώρας.

Με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία οι περισσότερες χώρες προκειμένου να ορίσουν την έννοια της ΜΜΕ χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο ποσοτικά κριτήρια, με κυρίαρχο μέγεθος τον αριθμό των εργαζομένων και μετέπειτα τον κύκλο εργασιών.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή την 6η Μαΐου 2003 ενέκρινε ένα νέο ορισμό των ΜΜΕ απευθύνοντας στα κράτη μέλη, την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, ζητώντας τους να εφαρμόζουν ένα κοινό ορισμό για τις ΜΜΕ από την 1η Ιανουαρίου του 2005.

Με βάση την απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής η προϋπόθεση για να αναγνωριστεί ως ΜΜΕ μια επιχείρηση είναι να τηρεί ένα από τα πιο κάτω όρια:

- Οι μεσαίες επιχειρήσεις διαθέτουν προσωπικό μεταξύ 50 και 249 ατόμων. Το όριο του κύκλου εργασιών προσδιορίζεται μέχρι 50 εκατομμύρια ευρώ και εκείνο του συνόλου του ισολογισμού μέχρι 43 εκατομμύρια ευρώ.
- Οι μικρές επιχειρήσεις διαθέτουν προσωπικό μεταξύ 10 και 49 ατόμων. Το όριο του κύκλου εργασιών και του συνόλου του ισολογισμού προσδιορίζεται στα 10 εκατομμύρια ευρώ.
- Οι πολύ μικρές διαθέτουν προσωπικό μικρότερο των 10 ατόμων. Το όριο του κύκλου εργασιών και του συνόλου του ισολογισμού προσδιορίζεται στα 2 εκατομμύρια ευρώ.

Εκτός από τα τρία πιο πάνω στοιχεία που περιέχονται στον ορισμό της μικρής επιχείρησης, ένα τέταρτο βασικό στοιχείο που συμπεριλαμβάνεται στον ορισμό, είναι η εταιρεία να διευθύνεται με προσωπικό τρόπο και να μην αποτελεί τμήμα μεγαλύτερης επιχείρησης.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μπορεί να τροποποιήσει τη σύσταση, ιδίως τα επίπεδα των ορίων, όταν επιθυμεί και κατά κανόνα κάθε 4 χρόνια.

Οι ΜΜΕ αποτελούν τη βασική κινητήρια δύναμη ανάπτυξης και καινοτομίας σε όλες τις οικονομίες παγκοσμίως. Με βάση τα στοιχεία του ΟΟΣΑ στις χώρες με υψηλό κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) συνεισφέρουν περισσότερο από 55% του ΑΕΠ και 65% της απασχόλησης, ενώ στις χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν ΑΕΠ συνεισφέρουν περισσότερο από 70% του ΑΕΠ και 95% της απασχόλησης. Οι μικρές επιχειρήσεις θεωρούνται καθαροί δημιουργοί θέσεων εργασίας.

Η στήριξη των ΜΜΕ αποτελεί ένα από τα βασικότερα μελήματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης τις τελευταίες τρεις δεκαετίες. Για την βελτίωση της επιχειρηματικότητας έχουν αναπτυχθεί και υλοποιηθεί αρκετά χρηματοδοτικά προγράμματα. Ακόμη με πρωτοβουλίες που έχουν ληφθεί δημιούργησαν ένα οικονομικό περιβάλλον όπου οι ΜΜΕ μπορούν να αναπτυχθούν δυναμικά βελτιώνοντας την παραγωγικότητα τους και δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας.

Είναι δύσκολο να είμαστε ακριβείς ως προς τις αιτίες που προκάλεσαν την παρατηρούμενη τάση προς μικρότερες επιχειρήσεις. Αυτή μπορεί να οφείλεται σε σειρά παραγόντων :

- Εκκίνηση νέων επιχειρήσεων ως διέξοδο από την ανεργία.
- Επιτυχία του επιχειρηματικού πνεύματος και μεγαλύτερη όρεξη των ατόμων για αυτοδιάθεση.
- Μεγαλύτερη προθυμία του χρηματοπιστωτικού τομέα να υποστηρίξει το επιχειρηματικό πνεύμα.
- Περισσότερες οικονομικές ευκαιρίες λόγω των διαρθρωτικών αλλαγών που προκάλεσε ο διεθνής ανταγωνισμός.
- Αλλαγές στις αγορές και δημιουργία περισσότερων εξειδικευμένων αγορών.
- Τεχνολογικές πρόοδοι που μειώνουν τη σημασία των οικονομιών κλίμακας και έτσι δημιουργούν νέους τρόπους παραγωγής.
- Αναδιάρθρωση της εργασίας και μεγαλύτερη τάση προς αυτό-απασχόληση, εξαγορές επιχειρήσεων από τη διοίκηση ή από τους εργαζόμενους, κτλ.

Οι παραπάνω είναι μερικές μόνο από τις οικονομικού χαρακτήρα εξηγήσεις. Μπορεί να υπάρχουν και άλλες εξηγήσεις της τάσης για δημιουργία μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες όμως στηρίζονται περισσότερο σε κοινωνικές ή ψυχολογικές παραμέτρους όπως η κίνηση από την κουλτούρα του υπαλλήλου προς την κουλτούρα της μεγαλύτερης ανεξαρτησίας και αυτοδιάθεσης. Από το 1980, η αύξηση των επιχειρήσεων ενός ή δύο ατόμων υπήρξε σημαντική και επομένως δεν είναι δυνατόν να αγνοήσουμε το ρόλο που διαδραμάτισε η ανεργία.

Ως επίσημο αντικείμενο μελέτης, οι μικρές επιχειρήσεις έχουν ηλικία το πολύ 30 ετών, η δε βασική κινητήρια δύναμη υπήρξε η βρετανική κυβέρνηση. Η ανατεθείσα από την κυβέρνηση έκθεση Bolton (1971) σχετικά με τις μικρές επιχειρήσεις ήταν ουσιαστικά η πρώτη σφαιρική μελέτη που κατέληξε στο συμπέρασμα ότι δεν γνωρίζουμε αρκετά γι' αυτό τον σημαντικό τομέα της οικονομίας. Η αντίδραση των ακαδημαϊκών κύκλων και του κόσμου των μικρών επιχειρήσεων στην έκθεση Bolton πρόσφερε ένα σώμα γνώσεων το οποίο μέχρι σήμερα αποτελεί το πλαίσιο για το αντικείμενο των ΜΜΕ.

Μια οδηγούμενη από τη ζήτηση οικονομία έχει ανάγκη τις ΜΜΕ επειδή :

- Βοηθούν στη διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης της χώρας και της παρέχουν τη δυνατότητα να ανταποκρίνεται σε ποικιλία συνθηκών της αγοράς.
- Βοηθούν στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στον περιορισμό της ανεργίας .
- Προσφέρουν ένα στοιχείο τοπικού ελέγχου και μπορούν να ανταποκρίνονται σε τοπικές ανάγκες.
- Η υπερβολική εξάρτηση από μεγάλες επιχειρήσεις που στηρίζονται από διεθνείς χρηματοπιστωτικούς ομίλους στερεί από τις περιφερειακές οικονομίες την ανεξαρτησία τους.
- Η παρουσία μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία αποτελεί έκφραση της πολιτικής ανταγωνισμού – εκφράζει το αντιμονοπωλιακό σκέλος.
- Συνεισφέρουν στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν της χώρας.
- Ενθαρρύνουν νέες χρήσεις της τεχνολογίας και απορροφούν τεχνολογικές καινοτομίες.
- Ενθαρρύνουν υψηλότερα επίπεδα παραγωγικότητας αποσπώντας μεγαλύτερη παραγωγή ανά μονάδα κεφαλαίου.
- Φροντίζουν για τις εξειδικευμένες αγορές και έτσι ενθαρρύνουν και ικανοποιούν την καινοτομία.
- Αποτελούν οδό για την αυτό ανάπτυξη και την ατομική επιτυχία και έκφραση του επιχειρηματικού πνεύματος.

2.2 Ανεξάρτητες, συνεργαζόμενες, συνδεδεμένες επιχειρήσεις

Ο νέος ορισμός των ΜΜΕ προσδιορίζει τους τύπους των επιχειρήσεων. Κάνει διάκριση μεταξύ τριών τύπων επιχειρήσεων σε συνάρτηση με το είδος της σχέσης που αυτές διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις :

- ανεξάρτητες επιχειρήσεις·
- συνεργαζόμενες επιχειρήσεις·
- συνδεδεμένες επιχειρήσεις·

Οι **ανεξάρτητες επιχειρήσεις** είναι η πλέον συχνή περίπτωση. Πρόκειται απλώς για όλες τις επιχειρήσεις που δεν ανήκουν σε κανέναν από τους δύο άλλους τύπους επιχειρήσεων (συνεργαζόμενες ή συνδεδεμένες). Μια επιχείρηση είναι ανεξάρτητη αν:

- δεν διαθέτει συμμετοχή 25% ή περισσότερο σε άλλη επιχείρηση·
- δεν κατέχεται άμεσα κατά 25% ή περισσότερο από άλλη επιχείρηση ή δημόσιο οργανισμό ή από κοινού από περισσότερες επιχειρήσεις συνδεδεμένες μεταξύ τους ή από δημόσιους οργανισμούς, εκτός ορισμένων εξαιρέσεων·
- δεν συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν περιλαμβάνεται στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν είναι κατά συνέπεια συνδεδεμένη επιχείρηση·

Μια επιχείρηση μπορεί να συνεχίσει να θεωρείται ανεξάρτητη εάν το όριο του 25% καλυφθεί ή ξεπεραστεί, όταν πρόκειται για ορισμένες κατηγορίες επενδυτών, όπως οι «επιχειρηματικοί άγγελοι» («business angels»)*.

*Υπάρχουν τρεις βασικοί τύποι παροχών κεφαλαίου – τράπεζες, «επιχειρηματικοί άγγελοι» και επενδυτές επιχειρηματικού κεφαλαίου – και έχουν στόχους που διαφέρουν πολύ μεταξύ τους. Οι τράπεζες επιδιώκουν να έχουν ένα περιθώριο κέρδους από τον τόκο που εισπράττουν. Το κύριο μέλημά τους είναι η προστασία του κεφαλαίου τους. Συνεπώς, το κύριο ενδιαφέρον τους εστιάζεται στα οικονομικά στοιχεία και στην ασφάλεια. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι και οι επενδυτές επιχειρηματικού κεφαλαίου επενδύουν αμφότεροι με στόχο την υπεραξία κεφαλαίου. Ωστόσο, και αυτοί έχουν διαφορετικές αντιλήψεις μεταξύ τους. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι συχνά επιθυμούν να εμπλακούν στις επιχειρήσεις στις οποίες επενδύουν, ενώ οι επενδυτές επιχειρηματικού κεφαλαίου τείνουν να θεωρούν την εμπλοκή σαν κόστος. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι, εκτός από το να βάλουν τα χρήματά τους, θέλουν και να το διασκεδάσουν, οι επενδυτές επιχειρηματικού κεφαλαίου δεν φημίζονται για την ενθουσιώδη, χαρούμενη προσέγγισή τους στην επιχειρηματικότητα. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι κατά βάση ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι επενδύουν χρήματα και διαθέτουν χρόνο, εμπειρία και τεχνογνωσία σε Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Γενικά, τα άτομα αυτά έχουν μεγάλη εμπειρία σε θέματα που σχετίζονται με την διοίκηση και την οργάνωση επιχειρήσεων, την ορθολογική διαχείριση επιχειρησιακών πόρων,

καθώς και το marketing. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι, συνήθως, είναι μέτοχοι ή ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, διευθυντικά στελέχη εταιριών, senior managers ή σύμβουλοι επιχειρηματικού σχεδιασμού, αλλά και συνταξιούχοι πρώην σύμβουλοι επιχειρήσεων.

Ως **συνεργαζόμενες επιχειρήσεις** ορίζονται οι επιχειρήσεις οι οποίες δημιουργούν σημαντικές χρηματοοικονομικές εταιρικές σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις, χωρίς η μία να μπορεί να ασκεί άμεσο ή έμμεσο ουσιαστικό έλεγχο στην άλλη. Συνεργαζόμενες είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες δεν είναι ανεξάρτητες, αλλά ούτε συνδέονται μεταξύ τους. Μια επιχείρηση είναι «συνεργαζόμενη» με μια άλλη επιχείρηση όταν:

- κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% σε αυτήν·
- αυτή η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% στην αιτούσα επιχείρηση·
- η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει ενοποιημένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέεται με αυτή την τελευταία.

Οι **συνδεδεμένες επιχειρήσεις** αντιστοιχούν στην οικονομική κατάσταση επιχειρήσεων οι οποίες αποτελούν μέρος μιας ομάδας, μέσω του άμεσου ή έμμεσου ελέγχου της πλειοψηφίας του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου (συμπεριλαμβανομένων και μέσω των συμφωνιών ή, σε ορισμένες περιπτώσεις, μέσω μετόχων που είναι φυσικά πρόσωπα) ή μέσω της εξουσίας άσκησης κυρίαρχης επιρροής σε μια επιχείρηση. Πρόκειται λοιπόν για σπανιότερες περιπτώσεις που διακρίνονται γενικά κατά τρόπο ιδιαίτερα σαφή από τους δύο προηγούμενους τύπους. Στο πλαίσιο της μέριμνας αποφυγής δυσχερειών ερμηνείας από μέρους των επιχειρήσεων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσδιόρισε αυτό τον τύπο επιχειρήσεων συμπεριλαμβάνοντας, όταν αυτές προσαρμόζονται στο αντικείμενο του ορισμού, τις προϋποθέσεις που δίνονται από το πρώτο άρθρο της οδηγίας 83/349/ΕΟΚ, του Συμβουλίου για τους ενοποιημένους λογαριασμούς, το οποίο εφαρμόζεται από πολλών ετών. Μια επιχείρηση γνωρίζει λοιπόν κατά γενικό κανόνα κατά τρόπο άμεσο ότι οφείλει, δυνάμει της εν λόγω οδηγίας να καταρτίσει ενοποιημένους λογαριασμούς ή ότι περιλαμβάνεται μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία οφείλει να καταρτίζει τέτοιους ενοποιημένους λογαριασμούς

2.3 Παράγοντες που επηρεάζουν απόδοση και ανάπτυξη των ΜΜΕ

Οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις επηρεάζονται σημαντικά όπως έχει βρεθεί από διάφορους παράγοντες. Αυτοί βοηθούν την ταχεία ανάπτυξη των πωλήσεων και την απασχόληση των ΜΜΕ στην Ε.Ε.

Οι παράγοντες αυτοί είναι οι εξής (Ψιμάρνη-Βούλγαρη Φ, Ζοπουνίδης Κ., 2000) :

- **Μάρκετινγκ**

Είναι ένας από τους πλέον σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας των ταχέως αναπτυσσόμενων ΜΜΕ. Σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία οι επιχειρήσεις αυτές έχουν πολύ έντονο προσανατολισμό προς την αγορά ο οποίος μπορεί να χωριστεί σε δυο μέρη:

1. Έμφαση σε νέα προϊόντα και συνεχή προσαρμογή στις ανάγκες της αγοράς, το οποίο έχει ως αποτέλεσμα την εισαγωγή περισσότερων διαφοροποιημένων προϊόντων από τους ανταγωνιστές τους. Αυτό το επιχείρημα υποστηρίζεται από έρευνες που έγιναν στην Ιρλανδία (Murray and O’Gorman 1994), στη Δανία (Hoeven and Verhoeven 1994), στη Βρετανία (Storey et al., 1987) και στη Κύπρο (Industrial Training Authority of Cyprus, 1995).
2. Από στοιχεία που συγκεντρώθηκαν πάνω σε Βρετανικές και Ιρλανδικές επιχειρήσεις βρέθηκε ότι οι ταχέως αναπτυσσόμενες ΜΜΕ επιδεικνύουν πολύ καλή γνώση της αγοράς, δυνάμενες να προσδιορίσουν τους ανταγωνιστές τους καθώς και τμήματα της αγοράς (market niches) τα οποία δεν έχουν ικανοποιηθεί και στα οποία θα μπορούσαν να απευθυνθούν.

Αυτός ο έντονος προσανατολισμός προς την αγορά βρέθηκε ότι χαρακτηρίζει στις επιχειρήσεις αυτές όχι μόνο τον ιδιοκτήτη-μάνατζερ, αλλά και όλη τη διοικητική δομή της επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις αυτές χρησιμοποιούν ειδικούς του μάρκετινγκ σε αντίθεση με τις μη ταχέως αναπτυσσόμενες εταιρίες.

- **Εξαγωγές**

Τα εμπειρικά αποτελέσματα από τις Ισπανικές και Βρετανικές ταχέως αναπτυσσόμενες ΜΜΕ δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις αυτές είναι περισσότερο εξαγωγικές. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, καθώς το 77% από αυτές είναι εξαγωγικές. Σύμφωνα με τον Storey (1994), η ικανότητα να πουλάς στις εξωτερικές αγορές είναι ένα αντικειμενικό μέτρο της ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος καθώς δείχνει την ικανότητα πώλησης σε πιο ανταγωνιστικές αγορές. Με αυτή την έννοια ο Delmar (1994), προτείνει ότι οι επιχειρήσεις ταχείας ανάπτυξης θα πρέπει να σκέφτονται με διεθνή προσανατολισμό από πολύ νωρίς. Σύμφωνα με την έρευνα του Ευρωπαϊκού Δικτύου για Έρευνα ΜΜΕ (1997), οι εξαγωγικές

δραστηριότητες είναι σημαντικές για τις επιτυχημένες επιχειρήσεις και για το παρόν και για το μέλλον. Τα στοιχεία της έρευνας δείχνουν ότι το 80,8% των αναπτυσσόμενων ΜΜΕ θεωρούν την ενιαία αγορά της Ε.Ε. ως ευκαιρία και όχι ως απειλή.

- **Παραγωγή**

Εμπειρικές έρευνες από την Ισλανδία (Storey et al., 1989), Ισπανία και Βρετανία (Ibid) υποστηρίζουν την άποψη ότι οι αναπτυσσόμενες ΜΜΕ δίνουν περισσότερη έμφαση στην ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών και στην καινοτομία παρά στην παραγωγικότητα και την αποτελεσματικότητα. Επίσης, ένα άλλο χαρακτηριστικό της παραγωγής των αναπτυσσόμενων ΜΜΕ είναι η ελαστικότητα. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις αυτές δεν είναι έντασης κεφαλαίου.

- **Στρατηγικός Σχεδιασμός και Προγραμματισμός**

Η έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού και η παρακολούθηση του είναι μια από τις αδυναμίες των ΜΜΕ. Αυτό συνήθως οφείλεται στο ότι ο επιχειρηματίας είναι πολύ απασχολημένος με τα καθημερινά προβλήματα της επιχείρησης και δεν έχει χρόνο για τα περαιτέρω.

Αντιθέτως, οι αναπτυσσόμενες ΜΜΕ έχουν ένα ισχυρό προσανατολισμό και προγραμματισμό και την εφαρμογή του. Με αυτή την έννοια, ορισμένοι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι ο προγραμματισμός συνδέεται άμεσα με το μέγεθος της επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις αυτές έχουν επίσης μεγάλες εξαγωγικές επιδόσεις. Οι μεγάλες επιχειρήσεις σχεδιάζουν μακροπρόθεσμα για να επιτύχουν τους στόχους τους που είναι συνήθως η επικράτηση τους έναντι των ανταγωνιστών τους με μείωση του κόστους και διαφοροποίηση των προϊόντων. Οι ΜΜΕ όμως ασχολούνται με το πως θα ανταπεξέλθουν και θα προσαρμοστούν στις άμεσες αλλαγές του περιβάλλοντος τους. Σύμφωνα με το άρθρο των Jennings and Beaver (1997) οι οποίοι χρησιμοποίησαν ταχύτατα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις σε σχέση με άλλες «παθητικές» επιχειρήσεις, βρέθηκε ότι οι πρώτες έδιναν μεγάλη έμφαση στην πρόβλεψη και στον προγραμματισμό χρηματοοικονομικών στοιχείων (ταμειακές ροές, κέρδη και πωλήσεις) σε σταθερή βάση.

- **Μάνατζμεντ**

Σύμφωνα με τη μελέτη των Hornaday και Whetley (1996), οι ΜΜΕ οι οποίες διοικούνται από μάντζερ οι οποίοι θέτουν στόχους και τους επιτυγχάνουν, υιοθετούν σωστή οργανωτική δομή, επιδιώκουν την μεγέθυνση της επιχείρησης τους, έχουν υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και αρέσκονται στην αίγλη της εικόνας του μάντζερ της μεγάλης επιχείρησης, είναι αυτές οι επιχειρήσεις που επιτυγχάνουν γρήγορο ρυθμό ανάπτυξης.

- **Τεχνολογία**

Έχει υποστηριχθεί από τον Schumpeter, ότι οι μικρές επιχειρήσεις, εξαιτίας του μεγέθους τους και των χαρακτηριστικών που απορρέουν από αυτό, παίζουν σημαντικό ρόλο ως μέσα και καταλύτες για τη διάσωση της τεχνολογίας. Βασικά αυτό προέρχεται από το ότι είναι πιο κοντά στην αγορά, έχουν προσαρμοστικότητα και ευελιξία και έτσι αντιλαμβάνονται πρώτοι μια τεχνολογική αλλαγή και ανταποκρίνονται σε αυτή (Wynarzyck et al., 1993). Η τεχνολογική καινοτομία είναι σημαντική για τις μικρές επιχειρήσεις διότι τις βοηθάει στο να αναπτύξουν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητα τους έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων. Σύμφωνα με μια εμπειρική έρευνα, οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας χρειάζονται 1,7 εκπαιδευμένους εργαζόμενους για κάθε ένα εκπαιδευμένο εργαζόμενο σε μια παραδοσιακή επιχείρηση αφού οι καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν περισσότερους πτυχιούχους απασχολούμενους. Η εμπειρική έρευνα του Wood (1998) απέδειξε ότι οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν νέα τεχνολογία χρησιμοποιούν πολύ προσωπικό σε έρευνα και ανάπτυξη, εξειδικευμένο προσωπικό και εξωτερικές πηγές πληροφόρησης σχετικές σε τεχνολογία όπως πανεπιστήμια, πελάτες, προμηθευτές κ.α.

- **Χρηματοδότηση**

Το πρόβλημα της χρηματοδότησης των ΜΜΕ έχει απασχολήσει πολλούς ερευνητές και νομοθέτες. Έτσι υποστηρίζεται ότι οι δυσκολίες χρηματοδότησης είναι ένας από τους βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες προόδου των ΜΜΕ. Οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ χρηματοδοτούνται με την παρακράτηση και επένδυση των κερδών τους (65%). Ιδιαίτερα αξιοπρόσεκτη είναι η επίδραση που έχουν στην επιχείρηση οι συμβουλευτικές εταιρίες των τραπεζών που τη χρηματοδοτούν και οι καλές σχέσεις τράπεζας και επιχείρησης. Ως εκ τούτου, πολλές χώρες έχουν θεσπίσει ειδικά προγράμματα που ενισχύουν τη συνεργασία.

Η εμπειρική έρευνα των Binks και Ennew (1996) πάνω σε ένα δείγμα 101 μικρών επιχειρήσεων το 1992 στη Βρετανία συμπαιρνεί ότι οι επιχειρήσεις που σχεδιάζουν να αναπτυχθούν αισθάνονται πολύ μεγαλύτερη ανάγκη χρηματοδότησης από τις μη αναπτυσσόμενες, αλλά η δυσκολία χρηματοδότησης μειώνεται κάπως για τις επιχειρήσεις αυτές λόγω της καλύτερης σχέσης τους με τις τράπεζες.

- **Οργάνωση**

Οι ΜΜΕ γενικά αλλά ιδιαίτερα οι ταχέως αναπτυσσόμενες θα πρέπει να υιοθετούν μια εξαιρετικά ευέλικτη οργανωτική δομή για να μπορέσουν να λειτουργήσουν στο πολύ ανταγωνιστικό και σύνθετο οικονομικό περιβάλλον.

Αρχικά οι επιχειρήσεις αυτές χρειάζονται να υπάρχει μια ομάδα έμπειρων και εξειδικευμένων στελεχών που να πλαισιώνει τον ιδιοκτήτη καθώς η επιχείρηση

μεγαλώνει. Επίσης ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει φιλοδοξίες και στόχους ανάπτυξης τους οποίους θα μπορεί να υλοποιεί εφόσον έχει τον απαιτούμενο χρόνο που θα του επιτρέψει η οργανωτική δομή της επιχείρησής του.

Οι ταχέως αναπτυσσόμενες ΜΜΕ χαρακτηρίζονται από πολύπλοκη οργανωτική δομή η οποία συχνά έχει ως αποτέλεσμα επικαλύψεις υπευθυνοτήτων ακόμα και στις χαμηλές ιεραρχίες. Αυτή η πολυπλοκότητα διορθώνεται με αποκεντρωμένη και συμμετοχική διοίκηση σε αντίθεση με δικτατορική/πατριαρχική διοίκηση. Σύμφωνα με μελέτη πάνω σε γερμανικές επιχειρήσεις, το συμμετοχικό είδος διοίκησης συντάσσεται κυρίως σε μετρίου μεγέθους ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις (50-499 απασχολούμενοι) παρά σε μικρές επιχειρήσεις (6-49 απασχολούμενοι).

Είναι ενδιαφέρον το ότι τα συστήματα οργάνωσης διαφέρουν μεταξύ των βορείων και νοτίων χωρών στις ευρωπαϊκές αναπτυσσόμενες ΜΜΕ. Έτσι οι επιχειρηματίες/μάνατζερ των ΜΜΕ των νοτίων χωρών χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη συγκέντρωση εξουσιών και μικρότερη ανάγκη στελεχών. Σύμφωνα επίσης με δηλώσεις των επιχειρηματιών/μάνατζερ των επιχειρήσεων αυτών, οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις των νοτίων χωρών της Ευρώπης χρειάζονται στενή επίβλεψη για να είναι παραγωγικοί.

- **Εργατικό δυναμικό**

Το εργατικό δυναμικό των ταχέως αναπτυσσόμενων ΜΜΕ χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερη ανεξαρτησία και υπευθυνότητα, αμείβεται καλύτερα από αυτό των άλλων επιχειρήσεων. Έτσι περίπου 60% των αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων πληρώνουν μισθούς και ημερομίσθια υψηλότερα από τη συλλογική σύμβαση εργασίας. Σε μερικές έρευνες αποδεικνύεται ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ ανάπτυξης και εκπαίδευσης των εργαζομένων πράγμα που δεν επαληθεύεται από άλλες. Επιπλέον, ο Storey (1994) υποστηρίζει ότι η εκπαίδευση προσωπικού συσχετίζεται θετικά με το μεγαλύτερο μέγεθος μάλλον παρά με την ανάπτυξη, ένα επιχείρημα που έχει επιβεβαιωθεί και από άλλες ερευνητικές μελέτες.

- **Εκπαίδευση στελεχών**

Τα αποτελέσματα των εμπειρικών μελετών που έχουν γίνει πάνω στο θέμα της εκπαίδευσης της διοίκησης των ΜΜΕ, δεν αποδεικνύουν ότι συμβάλλει θετικά στη μεγέθυνση της επιχείρησης. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει και ο Storey για τις βρετανικές επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, αποτελέσματα μελετών σε βελγικές, ισπανικές και ελβετικές επιχειρήσεις ενισχύουν την άποψη ότι οι ταχέως αναπτυσσόμενες ΜΜΕ εκπαιδεύουν τα στελέχη τους περισσότερο από άλλες επιχειρήσεις. Το 80% των δυναμικών ΜΜΕ της Ευρώπης θεωρούν τη μόρφωση και εκπαίδευση ως σημαντικούς

παράγοντες για την ανάπτυξη και επιτυχία των επιχειρήσεων, αφού κατά τη γνώμη τους, η εκπαίδευση βελτιώνει την αποδοτικότητα της επιχείρησης και την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων και των υπηρεσιών.

Η λύση στη παραπάνω αντιπαράθεση θα μπορούσε να είναι η ακόλουθη: η εκπαίδευση της διοίκησης φαίνεται να είναι αναγκαία αλλά όχι ικανή συνθήκη για την επιτυχία μιας επιχείρησης, υπό την έννοια ότι, ενώ οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες/μάνατζερ ενδιαφέρονται για τη συνεχή μάθηση των νέων εξελίξεων οι οποίες θα έχουν άμεση επίδραση την επιχείρησή τους, δεν αποκομίζουν θετικά αποτελέσματα όλοι οι μάνατζερ που εκπαιδεύονται.

Είναι εμφανές ότι η χρησιμοποίηση υψηλά εξειδικευμένου προσωπικού θα ευνοήσει την ανάπτυξη της παραγωγικότητας με σκοπό την απελευθέρωση των δυνάμεων μεγέθυνσης (Fleming, 1970).

- **Εξωτερική βοήθεια**

Η σχέση μεταξύ γρήγορης ανάπτυξης και χρήσης εξωτερικής βοήθειας (υπό τη μορφή πληροφορίας ή συμβουλής) είναι ένα θέμα που έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον των ερευνητών αλλά και των πολιτικών.

Μια από τις αδυναμίες των ΜΜΕ είναι και αυτή της ελλιπούς χρήσης εξωτερικών πηγών πληροφορίας. Τα συμπεράσματα των εμπειρικών ερευνών συμφωνούν εδώ ότι η χρήση της εξωτερικής συμβουλής και πληροφόρησης βοηθά την ανάπτυξη των δυναμικών ΜΜΕ. Επίσης έχει βρεθεί ότι η συνεργασία (υπό διάφορες μορφές) μεταξύ επιχειρήσεων βοηθάει πολύ την αύξηση των πωλήσεων και της απασχόλησης.

Η συνεργασία αυτή μπορεί να έχει διάφορες μορφές όπως:

- ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών μεταξύ μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων,
- υπεργολαβίες κυρίως σε βιομηχανικούς τομείς προηγμένης τεχνολογίας,
- στρατηγικές συμμαχίες που κυρίως σχετίζονται με ανάπτυξη και συμπαραγωγή προϊόντων. Αυτού του είδους οι συνεργασίες μπορούν να προσφέρουν πολλά πλεονεκτήματα στις μικρές επιχειρήσεις όπως μείωση της εξάρτησης τους από μεγάλες επιχειρήσεις, αύξηση του know-how τους και ικανότητα ανάπτυξης των δικών τους προϊόντων.
- οι μεγάλες επιχειρήσεις υποστηρίζουν τη δημιουργία μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων μέσω της ανάπτυξης συνεργασιών με ΜΜΕ, τις λεγόμενες τοπικές συνεργασίες.

2.4 Δομή της Μικρομεσαίας Επιχείρησης

Η επιχείρηση είναι μια μικρή κοινωνία ατόμων οργανωμένων σε ομάδες. Η ανάθεση των αρμοδιοτήτων και η κατανομή των καθηκόντων σε αυτούς θα πρέπει να γίνεται με τον πιο αποδοτικό τρόπο για την επιχείρηση.

Η στρατηγική και η δομή της επιχείρησης είναι έννοιες στενά συνδεδεμένες. Αυτή η σχέση είναι αμφίδρομη και εμφανίζεται σε δύο διαστάσεις :

- Η δομή από τη μία, είναι το στοιχείο-κλειδί για την εφαρμογή της στρατηγικής: Η δομή εξελίσσεται με τη στρατηγική. Είναι μια θεωρία αναπτυγμένη από τον A. Chandler.
- Από την άλλη όμως, η δομή προσδιορίζει τη στρατηγική και ορίζει κυρίως τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε τη στρατηγική , καθώς και τις στρατηγικές επιλογές και το εύρος τους.

Εάν ο διευθύνων επιθυμεί να διευθύνει αποτελεσματικά την επιχείρηση, θα πρέπει να ελέγχει απόλυτα τις δύο παραπάνω διαστάσεις.

Επομένως, η δομή της επιχείρησης δεν είναι ένα απλό στοιχείο για την εφαρμογή της στρατηγικής, αλλά αποτελεί έναν από τους συστατικούς άξονες σκέψης πάνω στη διοίκηση της επιχείρησης.

Από εμπειρία έχει φανεί ότι δεν υπάρχει ιδανική δομή. Σε κάποιες περιπτώσεις μια δομή είναι αποτελεσματική, σε άλλες μια διαφορετική δομή είναι αποδοτικότερη.

Πρόσφατες έρευνες, κυρίως των Crozier (1977) και Chandler and Daems (1980), έδειξαν ότι ένα σύνολο παραγόντων επιδρά στη διαμόρφωση της δομής, αλλά μεμονωμένα δεν είναι αρκετά καθοριστικός.

1. Μέγεθος

Η μικρή επιχείρηση ξεκινά με μια απλή δομή προσωποποιημένη: ο διευθύνων σύμβουλος είναι σε άμεση επαφή με τους υφιστάμενους του, στους οποίους δίνει σπάνια μικρή εξουσία.

Η επιχείρηση μεγαλώνει και ο διευθύνων σύμβουλος δεν μπορεί πλέον να διασφαλίσει τον πλήρη συντονισμό της εργασίας. Εμφανίζονται ενδιάμεσα επίπεδα ευθύνης και σε κάθε επίπεδο αποδίδονται διαφορετικές λειτουργίες, στόχοι, μέσα και δύναμη εξουσίας.

Οι σχέσεις μεταξύ των τμημάτων πρέπει να είναι τυποποιημένες και συντονισμένες.

2. Τεχνολογία

Τεχνολογία είναι το σύνολο της διαδικασίας μετασχηματισμού που πραγματοποιεί η επιχείρηση εσωτερικά, από τις αγορές πρώτων υλών έως και την παράδοση του τελικού προϊόντος. Κάθε επιχείρηση υιοθετεί μια δομή που να ταιριάζει στο αντικείμενο εργασίας της. Με τον ίδιο τρόπο, στο εσωτερικό της επιχείρησης κάθε υπηρεσία ακολουθεί μια διαφορετική τεχνολογία.

Θα πρέπει να σημειωθούν οι ακόλουθες δύο αναλύσεις :

- Αυτή του Joan Woodward(1916-1971) που διαχωρίζει τρεις μορφές τεχνολογίας: την παραγωγή ανά μονάδα, τη μαζική παραγωγή και τη συνεχόμενη παραγωγή. Στις τρεις αυτές κατηγορίες αντιστοιχούν επίπεδα κλιμακούμενης τεχνικής πολυπλοκότητας και κατ'επέκταση διαφορετικής δομής. Για παράδειγμα, η αναλογία μεταξύ διοικητικού προσωπικού και προσωπικού παραγωγής η οποία μεγαλώνει μαζί με τη πολυπλοκότητα.
- Αυτή του C. Perrow (1970), για τον οποίο η τεχνολογία προσδιορίζει τη δομή με δύο διαφορετικούς τρόπους:
Με την ποικιλία των διαφόρων μερών που χρησιμοποιούνται. Για παράδειγμα, απλότητα ή πολυπλοκότητα του εξοπλισμού κ.τ.λ.
Με τη φύση της προσπάθειας που γίνεται για να ληφθούν αποφάσεις τεχνικής φύσεως (ρουτίνα, νεωτερισμός, κ.α.)

3. Περιβάλλον

Οι P.R Lawrence και J.Lorsch (1967, 1969), καθηγητές στο Harvard είναι αυτοί που προχώρησαν περισσότερο την έρευνα για τη σχέση περιβάλλοντος-δομής. Το περιβάλλον στο οποίο εξελίσσεται η επιχείρηση παρουσιάζει μια άμεση επίδραση στη δομή (σταθερή ή όχι αγορά, πλήθος ανταγωνιστών, σταθερή ή εξελισσόμενη τεχνολογία). Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις είναι ανοιχτά συστήματα που βρίσκονται σε δυναμική ισορροπία με το περιβάλλον τους. Τρία χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος που επηρεάζουν τη δομή είναι το δυναμικό, δηλαδή η δυνατότητα που επιτρέπει στην επιχείρηση μια σταθερή ανάπτυξη, η πολυπλοκότητα, δηλαδή όσο πιο πολύπλοκο είναι το περιβάλλον, τόσο περισσότερους τρόπους εξειδίκευσης και άρα πολύπλοκους τρόπους συντονισμού πρέπει να εφαρμόσει η επιχείρηση, και τέλος η αβεβαιότητα που προκύπτει από το δυναμισμό και την αστάθεια του περιβάλλοντος. Όσο πιο αβέβαιο είναι το περιβάλλον, τόσο χαλαρότερη δομή πρέπει να εφαρμόσει η επιχείρηση.

Κάθε μονάδα της επιχείρησης διατηρεί ξεχωριστές σχέσεις με ένα τμήμα του περιβάλλοντος στο οποίο πρέπει να προσαρμοσθεί όσο το δυνατόν καλύτερα για να είναι αποδοτική. Για παράδειγμα, μια μονάδα υπεύθυνη για τα χρηματοοικονομικά έχει σαν υπό-περιβάλλον τον τραπεζικό χώρο.

Η πολυπλοκότητα στην οργάνωση παράγεται από τις περιβαλλοντικές διαφορές και χαρακτηρίζεται από τη διαφοροποίηση. Έχει επίδραση στον τρόπο οργάνωσης της εργασίας, στην τυποποίηση, στους στόχους, στις αποστολές, στα ωράρια εργασίας, στον τύπο σύμβασης εργασίας κάθε μονάδας.

4. Στρατηγική

Στηρίζεται στην ιδέα ότι οι δομές πρέπει να συντονίζονται με τις στρατηγικές. Το εύρος προκαλεί οικονομίες κόστους και είναι η βάση των στρατηγικών ανάπτυξης στις οποίες πρέπει να προσαρμοστεί η δομή.

Ο A.Chandler (1962, 1980) διακρίνει δύο φάσεις στην ιστορία κάθε επιχείρησης. Α)Τον καταμερισμό της εργασίας ανά λειτουργία (παραγωγή, εμπόριο,κ.α.) υπό τη μορφή μονάδος M, που αντιστοιχεί σε μια χαλαρή διαφοροποίηση των προϊόντων που προτείνονται και κατά συνέπεια σε στρατηγική μιας δραστηριότητας. Β)Καθώς η εταιρεία μεγαλώνει και προσανατολίζεται σε μια διαφοροποίηση των προϊόντων της, ο διευθύνων υιοθετεί μια δομή τμηματική (Μορφή ΠΤ: πολυχρωματική).

Κάθε τμήμα αντιπροσωπεύει ένα κέντρο κέρδους, η μορφή πολυχρωματική βοηθά στην ελαχιστοποίηση του κόστους με τη βελτίωση της αποδοτικότητας και με τη μείωση του κόστους πληροφορίας στο εσωτερικό της επιχείρησης. Αυτή η προσέγγιση έχει τεθεί υπό αμφισβήτηση από την ντετερμινιστική θεωρία, βάσει της οποίας δεν είναι η στρατηγική που επηρεάζει τη δομή, αλλά και η δομή που θέτει περιορισμούς στη στρατηγική.

5. Εσωτερική πολυπλοκότητα της οργάνωσης

Ο Galbraith (1972) ταχτοποιεί τρεις παράγοντες των οποίων ο συνδυασμός προσδιορίζει το βαθμό πολυπλοκότητας μιας οργάνωσης :

- Η αβεβαιότητα, που επηρεάζει τις διαφορετικές δραστηριότητες και εργασίες: όσο μεγαλύτερη η αβεβαιότητα, τόσο περισσότερο είναι απαραίτητο να αποκτηθούν πληροφορίες προτού ληφθεί μια απόφαση.
- Η διαφοροποίηση δραστηριοτήτων και εργασιών: όσο μεγαλύτερη διαφοροποίηση υπάρχει στις δραστηριότητες και τις εργασίες, τόσο περισσότερο κρίνεται αναγκαίο να αξιολογηθούν διαφορετικά μεταξύ τους δεδομένα.
- Η αλληλεξάρτηση μεταξύ εργασιών και δραστηριοτήτων: όσο περισσότερο αλληλεξαρτώμενες είναι οι δραστηριότητες, τόσο δυσκολότερο είναι να εξασφαλιστεί η συνοχή.

6. Πολιτισμική επίδραση

Από τη μια χώρα στην άλλη, το διαφορετικό πολιτισμικό περιβάλλον μπορεί να έχει σοβαρό αντίκτυπο στη δομή.

Στο αμερικάνικο management συναντώνται αξίες όπως ο ανταγωνισμός μεταξύ ατόμων, η αποδοχή του κινδύνου και η αναζήτηση της προσωπικής ευτυχίας. Το δυτικό ευρωπαϊκό management βασίζεται κυρίως στο status του ατόμου. (π.χ. διπλώματα, κ.α.). Το Ιαπωνικό μοντέλο είναι συγχρόνως πολυσυμμετοχικό και καταπιεστικό. Οι συνέπειες των πολιτισμικών επιδράσεων θα επανεξεταστούν αργότερα.

Μέσα στο πλαίσιο αυτό, η επιχείρηση θέτει μια δομή έχοντας τη δυνατότητα να επιλέξει μεταξύ πολλών υποδειγμάτων.

2.5 Χρηματοδότηση

Η χρηματοδότηση είναι μια από τρεις βασικές λειτουργίες της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης με την βοήθεια της οποίας επιτυγχάνεται η άντληση κεφαλαίων προκειμένου να επιτευχθεί η απρόσκοπτη λειτουργία της επιχείρησης. Βασική αρχή της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης είναι να υιοθετείται από τις επιχειρήσεις μια αντισταθμιστική προσέγγιση αναφορικά με τη χρηματοδότηση των περιουσιακών τους στοιχείων. Με άλλα λόγια τα διάφορα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης πρέπει καλύπτονται με κεφάλαια ίσης ή μεγαλύτερης χρονικής διάρκειας.

Οι ΜΜΕ παρουσιάζουν προβλήματα χρηματοδότησης με αποτέλεσμα να μην μπορούν να εκσυγχρονιστούν, να αναπτυχθούν με γρήγορο ρυθμό, να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν νέες τεχνολογίες, να διαφημιστούν και να προωθήσουν αποτελεσματικά τα προϊόντα τους. Ενόψει της διεθνοποίησης των αγορών, ασκείται συνεχώς εντονότερη πίεση στις επιχειρήσεις για να βελτιώσουν την ανταγωνιστική τους θέση. Το γεγονός ότι οι ΜΜΕ εξαρτώνται από ένα περιορισμένο αριθμό πελατών με αποτέλεσμα μη κανονική κατανομή των παραγγελιών και υψηλή πιθανότητα στην καθυστέρηση των πληρωμών, το ότι παρουσιάζουν μεγάλη συσσώρευση αποθεμάτων στις περιπτώσεις υπεργολαβιών όπου στην ουσία ενεργούν ως χρηματοδότες των μεγάλων επιχειρήσεων, δημιουργεί την ανάγκη άμεσης και εύκολης πρόσβασης σε πηγές κεφαλαίων.

Η χρηματοοικονομική ευελιξία των ΜΜΕ εξασφαλίζεται από :

- Την ύπαρξη επαρκών κεφαλαίων και την κερδοπαραγωγική ικανότητα της επιχείρησης μαζί με την άμεση διαθεσιμότητα κεφαλαίων όταν εμφανίζεται η ανάγκη χρηματοδότησης.
- Την απρόσκοπτη δυνατότητα πρόσβασης σε δανειακά κεφάλαια υπό ευνοϊκούς όρους.

Η βεβαιότητα ύπαρξης χρηματοδότησης θα δώσει τη δυνατότητα στη ΜΜΕ να ανταποκριθεί γρήγορα σε απρόβλεπτες καταστάσεις και να πάρει τις σωστές αποφάσεις.

Η Ελλάδα θα πρέπει, μαζί με τον εκσυγχρονισμό του τραπεζικού συστήματος, να φροντίσει για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στην τραπεζική χρηματοδότηση αλλά και στη μείωση του κόστους χρηματοδότησης τους. Η πρόοδος της τεχνολογίας και στα συστήματα πληροφόρησης της διοίκησης δίδουν τη δυνατότητα στους χρηματοδοτικούς οργανισμούς να χειριστούν επωφελώς πλέον μικρά δάνεια και παροχή υπηρεσιών προς τις ΜΜΕ.

Σύμφωνα με τις εργασίες των Acs και Audretsch (1990) και Roper (1997), οι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την ανάπτυξη των ΜΜΕ είναι :

- Οι συνδικαλιστικές ενώσεις των εργαζομένων τους,
- Η εντατικοποίηση της διαφήμισης και
- Η εντατικοποίηση του κεφαλαίου.

Παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την είσοδο των ΜΜΕ στην αγορά, σύμφωνα με τους Droucoroulos και Thomadakis (1993) και Acs και Audretsch (1990), είναι επίσης και το ύψος τη διαφήμισης, ο βαθμός έντασης κεφαλαίων, αλλά και η έλλειψη εφαρμογής νέας τεχνολογίας. Όλα τα πιο πάνω απαιτούν υψηλά κεφάλαια. Συνεπάγεται λοιπόν ότι η διαθεσιμότητα κεφαλαίων αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη ίδρυση και την ανάπτυξη των ΜΜΕ. Η πρόσβαση των ΜΜΕ στην κεφαλαιαγορά θα βοηθούσε ουσιαστικά στην άντληση των αναγκαίων κεφαλαίων. Η Ε.Ε. αντιλαμβάνομενη τις ανάγκες αλλά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, επιδιώκει την ίδρυση Ευρωπαϊκής Χρηματιστηριακής αγοράς για τις ΜΜΕ.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρόκειται να επιταχύνει την προώθηση των απαραίτητων νομοθετικών ρυθμίσεων προκειμένου να εξαλειφθούν οι υφιστάμενοι φραγμοί σε διασυνοριακή και όχι μόνο σε εθνική βάση για τη διοχέτευση κεφαλαίων υψηλού κινδύνου όπως χαρακτηρίζονται τα κεφάλαια που επενδύονται σε ΜΜΕ ή για τη διοχέτευση κεφαλαίων στην εφαρμογή νεωτεριστικών επιχειρηματικών ιδεών. Έτσι θα προωθηθεί η δυνατότητα επένδυσης των κεφαλαίων θεσμικών επενδυτών στο μετοχικό κεφάλαιο ΜΜΕ που δεν είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο αλλά και η άντληση ακόμη και διασυνοριακών κεφαλαίων στο πλαίσιο της ενιαίας αγοράς. Ως γνωστόν το κεφάλαιο υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου ενισχύει την καθαρή θέση της επιχείρησης αφήνοντας έτσι περιθώρια για δανειοδότηση. Η υποστήριξη και από την ελληνική κυβέρνηση του θεσμού του κεφαλαίου υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου, ειδικά για τις ΜΜΕ μέσω παροχής εγγυήσεων για τα κεφάλαια των επενδυτικών, εκτιμάται ότι θα συμβάλλει αρκετά προς τη λύση του προβλήματος χρηματοδότησης τους.

2.6 Παγκοσμιοποίηση

Τα τελευταία χρόνια, όλο και μεγαλύτερα τμήματα των αγορών καταλαμβάνονται από παγκοσμιοποιημένες επιχειρήσεις. Σε λίγα χρόνια , λίγες επιχειρήσεις θα μπορούν να παραμείνουν απομονωμένες από το διεθνή ανταγωνισμό. Ακόμα και για τις ΜΜΕ που πιο εύκολα θα τις έβλεπε κανείς να επιβιώνουν ως μόνο 'εγχώριες' , οι αγορές θα συρρικνώνονται και ο ανταγωνισμός από διεθνοποιημένες επιχειρήσεις θα αυξάνεται.

Σύμφωνα με τους Gunasekaran et al.(1996), από τις πλέον σημαντικές στρατηγικές για μια ΜΜΕ είναι η διεθνοποίησή της. Για να το επιτύχει όμως αυτό απαιτείται να βελτιώσει πρώτα την παραγωγικότητα της αλλά και την ποιότητα των προϊόντων της. Οι κύριοι τομείς και μέσα για την επίτευξη της βελτίωσης της παραγωγικότητας και ποιότητας είναι :

- Ανταγωνιστικότητα στην αγορά
- Διαθέσιμες ικανότητες
- Στρατηγικές συμμαχίες
- Εξαγωγές και συνεργασίες
- Χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών παραγωγής
- Διπλώματα ευρεσιτεχνίας
- Εφαρμογή του ελέγχου ποιότητας
- Δικτύωση

Δηλαδή, η ΜΜΕ θα πρέπει να προσδιορίσει τα προϊόντα που θέλει ο πελάτης και κατόπιν να τα παράγει με τις ιδιαίτερες ικανότητες και τους πόρους που διαθέτει. Επειδή όμως υπάρχουν περιορισμένοι πόροι, η ΜΜΕ θα υποστηριχθεί σημαντικά από τις στρατηγικές συμμαχίες και τη δικτύωση της με άλλες όμοια σκεπτόμενες επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν παρεμφερή ή αλληλοσυμπληρούμενη παραγωγή. Τέτοιου τύπου στρατηγικές συμμαχίες αναφέρονται στους τομείς τεχνολογίας, έρευνας και ανάπτυξης, παραγωγής, χρηματοδότησης, συγχωνεύσεων, μάρκετινγκ, έρευνα αγοράς πωλήσεων, franchising and logistics και προμηθειών. Ιδιαίτερα, οι ΜΜΕ των λιγότερων ανεπτυγμένων χωρών έχουν να ωφεληθούν από το υψηλότερο επίπεδο τεχνολογίας και μάρκετινγκ των ΜΜΕ των προηγμένων χωρών και έτσι να ενισχύσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του χαμηλού κόστους παραγωγής τους. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η πλειονότητα των ΜΜΕ προτιμούν να συνεργαστούν με ΜΜΕ παρά με μεγάλες επιχειρήσεις, λόγω του ότι μια ΜΜΕ είναι πιο ευέλικτη και υπάρχει μια μικρή πιθανότητα να την εξαγοράσει. Υπάρχει επίσης ανάγκη για την εκπαίδευση του προσωπικού των ΜΜΕ για βελτίωση της παραγωγικότητας και ποιότητας, καθώς και σχετικά με τις νέες μεθόδους παραγωγής και τις νέες τεχνολογίες. Το κράτος θα πρέπει να παράσχει στις ΜΜΕ την απαιτούμενη χρηματοοικονομική, διοικητική και τεχνική υποστήριξη για να τις βοηθήσει να εφαρμόσουν την μακροπρόθεσμη στρατηγική τους στην ανταγωνιστικότητα και στην ανάπτυξη τους.

Μερικά από τα μέτρα τα οποία εφαρμόζονται σε χώρες τις Ε.Ε. για την προώθηση της παγκοσμιοποίησης των ΜΜΕ, είναι τα εξής :

- Παροχή συμμετοχικών δανείων στις μη εξαγωγικές επιχειρήσεις για προώθηση των εξαγωγών (Γαλλία).
- Μείωση φορολογίας για ενέργειες που έχουν χαρακτήρα διεθνοποίησης (Ισπανία).
- Επιδοτούμενα βραχυπρόθεσμα δάνεια που χρηματοδοτούν έως 85% της αξίας των εξαγωγών σε εξαγωγικές ΜΜΕ (Ιταλία).
- Σεμινάρια κατάρτισης πάνω σε θέματα εξαγωγών (Σουηδία).

Μέσα στα πλαίσια της υποστήριξης των ΜΜΕ στον τομέα της διεθνοποίησης έχουν εφαρμοσθεί διάφορα προγράμματα από χώρες της Ε.Ε. τα οποία σημείωσαν αρκετή επιτυχία και ως εκ τούτου θα μπορούσαν να αποτελέσουν παράδειγμα προς μίμηση και για άλλες χώρες. Πολλές φορές όμως η έλλειψη γνώσεων και η έλλειψη υποκίνησης στον επιχειρηματία εμποδίζουν στην παγκοσμιοποίηση της ΜΜΕ. Όπως φαίνεται, η αιτία του κακού και στον τομέα αυτό ευρίσκεται στη διοίκηση της επιχείρησης.

2.7 Ανθρώπινο Δυναμικό

Όπως έχει αναφερθεί ένας από τους βασικούς ρόλους των ΜΜΕ για την οικονομία σε διεθνές επίπεδο, είναι η δυνατότητα τους να δημιουργούν απασχόληση.

Οι περισσότερες χώρες έχουν εφαρμόσει διάφορα μέτρα για να βοηθήσουν τη δημιουργία θέσεων εργασίας από τις ΜΜΕ. Τα σημαντικότερα από αυτά είναι :

- Χρηματοοικονομική υποστήριξη για την εκπαίδευση του προσωπικού (Αυστραλία).
- Μείωση των ασφαλιστικών εισφορών για την αύξηση απασχολούμενων (Βέλγιο).
- Φορολογικές ελαφρύνσεις και επιχορηγήσεις 3750 Ευρώ για κάθε επί πλέον θέση εργασίας που δημιουργείται (Βέλγιο).
- Μείωση ασφαλιστικών εισφορών σε συνδυασμό με φορολογικές απαλλαγές σε περιοχές που πλήττονται από μεγάλη ανεργία (Γαλλία).
- Προώθηση της χρήσης συμβάσεων μερικής απασχόλησης (Ιταλία, Ισπανία).
- Επιχορηγήσεις για πρόσληψη αποφοίτων με λιγότερο από τριετή απασχόληση (Πορτογαλία, Νορβηγία).

Η εκπαίδευση επίσης του εργατικού δυναμικού των ΜΜΕ έχει αναφερθεί ότι συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση της αποδοτικότητας και στην ταχεία ανάπτυξη των ΜΜΕ.

2.8 Διοίκηση

Η διοίκηση είναι ένας από τους κύριους παράγοντες για την καλή πορεία μιας επιχείρησης. Η οργάνωση και ο τρόπος διοίκησης μιας ΜΜΕ είναι πολύ διαφορετική από αυτή της μεγάλης επιχείρησης. Η βασική διαφορά τους συνίσταται στα εξής :

Στις μεγάλες επιχειρήσεις ο στόχος του στρατηγικού μάνατζμεντ είναι η πρόβλεψη των συνθηκών του ανταγωνισμού, η διατύπωση των μακροπρόθεσμων στόχων και της στρατηγικής για την επίτευξη τους και στη συνέχεια ο έλεγχος του κατά πόσον οι στόχοι αυτοί επιτεύχθηκαν. Αντιθέτως, στις ΜΜΕ δεν υπάρχει στην ουσία στρατηγικός προγραμματισμός αλλά η δραστηριότητα της διοίκησης εστιάζεται στο να μπορέσει η επιχείρηση να προσαρμοστεί όσο πιο γρήγορα γίνεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες του περιβάλλοντος της και όχι στην πρόβλεψη και στον έλεγχο αυτών των συνθηκών. Ο λόγος πίσω από αυτό είναι το είδος της διοίκησης που εφαρμόζεται στις ΜΜΕ. Η μικρομεσαία επιχείρηση ακολουθεί ένα χαλαρά δομημένο είδος διοίκησης χωρίς ακριβούς ορισμούς δικαιωμάτων και υποχρεώσεων, καθηκόντων και ευθυνών. Υπάρχει στενή και άτυπη σχέση μεταξύ της διοίκησης και του προσωπικού και οι προσλήψεις γίνονται κυρίως βάσει των προσωπικών γνωριμιών και όχι βάσει των γνώσεων και ικανοτήτων των υποψήφιων. Το αποτέλεσμα του είδους αυτού της διοίκησης των ΜΜΕ είναι κατώτερο επίπεδο απόδοσης, πράγμα που σε τελική ανάλυση μπορεί ακόμα και να απειλήσει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Από μελέτες που έχουν γίνει πάνω σε ταχύτατα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις έχει διαπιστωθεί ότι οι επιχειρήσεις αυτές ακολουθούν μια πιο τυπική διοικητική οργάνωση και υπάρχει διαχωρισμός μεταξύ της ιδιοκτησίας της επιχείρησης και του μάνατζμεντ. Είναι πολύ σημαντικό ο ιδιοκτήτης της ΜΜΕ να αντιληφθεί έγκαιρα την ανάγκη της ανάθεσης των διοικητικών ευθυνών σε ειδικούς-επαγγελματίες του μάνατζμεντ. Στις επιτυχημένες ΜΜΕ έχει διαπιστωθεί ότι ακολουθείται στρατηγικός προγραμματισμός με μεγάλη έμφαση στη χρήση τεχνικών πρόβλεψης των χρηματοοικονομικών στοιχείων της επιχείρησης σε συστηματική βάση, ιδιαίτερα των ταμιακών ροών, των κερδών και πωλήσεων Jennings και Beaver, (1997). Επίσης οι Peel και Bridge (1998) προτείνουν ότι ο βασικός στόχος στο στρατηγικό προγραμματισμό των ΜΜΕ είναι η βελτίωση της αποδοτικότητας τους. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας τους πάνω σε βιομηχανικές ΜΜΕ της Βρετανίας, οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούσαν τις τεχνικές προϋπολογισμού επενδύσεων στο στρατηγικό τους προγραμματισμό, σημείωσαν βελτίωση της απόδοσης τους.

Ένας βασικός ανασταλτικός παράγοντας για την απόκτηση ικανών διοικητικών στελεχών στις ΜΜΕ είναι η αδυναμία τους να πληρώσουν τις υψηλές αμοιβές που απαιτούνται. Για την αντιμετώπιση αυτής της αδυναμίας τους ένα μέτρο στήριξης τους θα ήταν η επιδότηση των μισθών εξειδικευμένων στελεχών ή το μέτρο που εφαρμόζει η Ιρλανδία με την δωρεάν παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών ή την ωρομίσθια απασχόληση πεπειραμένων υψηλόβαθμων στελεχών που βρίσκονται στη σύνταξη. Όλες οι εμπειρικές μελέτες πάντως συμφωνούν στο ότι η βασική αιτία της αδυναμίας των ΜΜΕ να επιτύχουν και να διατηρήσουν

ένα ικανοποιητικό επίπεδο απόδοσης είναι η χαμηλή διοικητική ικανότητα του επιχειρηματία-μάντζερ.

Πολλοί συγγραφείς, όπως οι Kets de Vries (1997), Cooper (1986), Caird (1989), και Cosh και Hughes (1993), ισχυρίζονται ότι το βασικό κίνητρο ίδρυσης και λειτουργίας μιας ΜΜΕ για τους ιδιοκτήτες-μάντζερ, είναι η ανεξαρτησία και το γόητρο τα οποία απολαμβάνουν, έχοντας τη δική τους επιχείρηση, και όχι η δυνατότητα χρηματικών απολαβών. Ένα πολύ μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων που κατέχονται και διοικούνται από ιδιώτες επιχειρηματίες ενδιαφέρονται για γρήγορο ρυθμό μακροπρόθεσμης ανάπτυξης (10%) σε νέα προϊόντα και αγορές, και ένα 35% στοχεύει σε σταθερή μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.

2.9 Στρατηγική των Επιχειρήσεων

Η μικρομεσαία επιχείρηση ανήκει στην κατηγορία των προσωπικών επιχειρήσεων για τον απλούστατο λόγο ότι τα εξειδικευμένα διοικητικά στελέχη είναι περιορισμένα ενώ ο ιδιοκτήτης-διευθυντής παίζει μεγάλο ρόλο στην επιτυχία ή αποτυχία της εταιρίας.

Η συγκέντρωση εξουσίας στο πρόσωπο του ιδιοκτήτη καθιστά δύσκολο τον προγραμματισμό για το μέλλον. Επειδή ο ιδιοκτήτης - διευθυντής είναι το πρόσωπο κλειδί στην ανάπτυξη της μικρομεσαίας επιχείρησης θα πρέπει να είναι ένα άτομο το οποίο να διαθέτει δημιουργική φαντασία δηλαδή μια μορφή επενδυτικής δραστηριότητας και να εργάζεται σκληρά. Οι επιχειρηματίες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων παίζουν το σημαντικότερο ρόλο για την ανάπτυξη της εταιρίας αφού εκείνοι χαράσσουν συγκεκριμένη κατεύθυνση και με τις δικές τους αποφάσεις συμβάλλουν στη μεγιστοποίηση της αξίας της εταιρίας. Με κίνητρο το κέρδος αλλά και την επιθυμία της μικρομεσαίας εταιρίας για καινοτομία και επέκταση σε νέες αγορές και μεθόδους παραγωγής, είναι τα δύο σημαντικά βήματα που μπορούν να οδηγήσουν την εταιρία σε ραγδαία ανάπτυξη. Ο επιχειρηματίας που διευθύνει μια μικρομεσαία επιχείρηση πρέπει να διακρίνεται για την ενεργητικότητά του και τη ριψοκινδυνότητα του αφού δεσμεύει μεγάλα χρηματικά ποσά για αναπτυξιακούς σκοπούς.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να έχουν μια σταθερή πορεία ανάπτυξης και μακροβιότητα έχουν ένα αποτελεσματικό στρατηγικό σχέδιο. Μια αποτελεσματική διοίκηση οδηγεί την επιχείρηση στην επαρκή χρήση των διαθέσιμων υλικών και ανθρώπινων πόρων και επομένως τον αποδοτικό συνδυασμό των πόρων για την παραγωγή ωφέλιμων αγαθών και υπηρεσιών αλλά και στην βαθιά κατανόηση της αγοράς στην οποία κινούνται (δηλαδή ποιοι είναι οι πελάτες τους, χρήση των προϊόντων τους ή των υπηρεσιών τους). Οι στόχοι και η πολιτική που ακολουθεί η επιχείρηση πρέπει να είναι στο πλαίσιο της στρατηγικής. Οι στόχοι πρέπει να οριοθετούνται ανάμεσα στην απόδοση και το αποτέλεσμα δηλαδή ανάμεσα:

- Στη θέση της εταιρίας στην αγορά
- Στην καινοτομία
- Στην παραγωγικότητα
- Στους φυσικούς και οικονομικούς πόρους
- Στην κερδοφορία

- Στην ανάπτυξη ηγετικών στελεχών
- Στην στάση των εργαζομένων και απόδοση αυτών
- Στην δημόσια ευθύνη

Η κάθε επιχείρηση πρέπει να δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα σε όλες αυτές τις περιοχές οι οποίες αποτελούν τη βάση για επιβίωση και ευημερία. Η ανάπτυξη της στρατηγικής διοίκησης και γενικά ενός στρατηγικού σχεδίου εξασφαλίζει το συντονισμό και τον προγραμματισμό, δύο από τις βασικότερες αρχές της διοικητικής επιστήμης.

Το μίγμα της στρατηγικής διοίκησης πρέπει να αξιολογείται με βάση τα παρακάτω κριτήρια:

- Ελάχιστα standards
- Ύψος πωλήσεων
- Επιχειρηματικός κίνδυνος
- Πιθανή συμβολή στην ανταγωνιστικότητα
- Περιθώρια αποκλίσεων απόδοσης
- Απαιτήσεις οικονομικών πόρων
- Ενδυνάμωση

Η διαδικασία του σχεδιασμού-προγραμματισμού συνδέεται στενά με το στρατηγικό management αφού καθορίζει τι πρέπει να εκπληρώσει η εταιρία στο μέλλον και πως μπορεί να το πετύχει. Η στρατηγική διοίκηση μπορεί να εφαρμοστεί με διάφορες τεχνικές. Πρόκειται πάντως για μια μεθοδική διαδικασία παρόμοια με εκείνη του σχεδιασμού-προγραμματισμού.

Σε αυτή τη διαδικασία λοιπόν, περιλαμβάνονται κάποια στάδια που είναι:

- Καθορισμός στόχων.
- Χρονική κλιμάκωση στόχων.
- Αναγνώριση φάσης ανάπτυξης της εταιρίας ή προσδιορισμός της υφιστάμενης.
- Κατάστασης της επιχείρησης.
- Καταγραφή μειονεκτημάτων και πλεονεκτημάτων επιχείρησης.
- Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών δράσης.
- Επιλογή προγράμματος δράσης.
- Εφαρμογή στρατηγικής.
- Έλεγχος και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων. Μέτρηση των πραγματικά επιτευχθέντων αποτελεσμάτων σε κάθε τομέα δράσης και χρονική στιγμή. Σε αυτό το στάδιο χρειάζονται πληροφορίες και σύγκριση των πληροφοριών.

Τα προγράμματα δράσης μιας μικρομεσαίας επιχείρησης κατατάσσονται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

- Με βάση τη χρονική διάρκεια διακρίνονται σε μακροχρόνια και βραχυχρόνια
- Με βάση το εύρος των στόχων διακρίνονται σε στρατηγικά και λειτουργικά
- Με βάση το κριτήριο της ελαστικότητας διακρίνονται σε άκαμπτα και ευέλικτα.

Εδώ θα πρέπει να αναφέρουμε ότι ο στρατηγικός προγραμματισμός σχετίζεται με την κατάρτιση μακροχρόνιων προγραμμάτων και με τη μελλοντική κατεύθυνση της εταιρίας. Επίσης αφού ο στρατηγικός προγραμματισμός καθορίζει την μακροχρόνια προοπτική της επιχείρησης πρέπει να είναι ευέλικτος δηλαδή να προσαρμόζεται εύκολα στις παρουσιαζόμενες συνθήκες του περιβάλλοντος αλλά και να μπορούν να αντιμετωπίζουν τις τυχόν δυσμενείς συνθήκες που ενδέχεται να παρουσιαστούν λόγω περιβαλλοντικής αβεβαιότητας της επιχείρησης. Άρα λοιπόν, ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι από τις βασικότερες λειτουργίες της διοίκησης και ασχολείται με το μέλλον της εταιρίας. Μια πρόβλεψη όμως παρέχει προϋποθέσεις πάνω στις οποίες θα εκπονηθούν τα σχέδια-προγράμματα και θα προσδιοριστούν τα πλαίσια λειτουργίας της επιχείρησης στο μέλλον. Επειδή η λειτουργία του στρατηγικού προγραμματισμού είναι μια δύσκολη υπόθεση και έχει περιορισμούς ειδικά για τις μικρομεσαίες εταιρίες ανάμεσα στους οποίους είναι η αβεβαιότητα του οργανωτικού περιβάλλοντος, η έλλειψη χρόνου και η αύξηση των εξόδων, κλπ., η πρώτη βασική προϋπόθεση του στρατηγικού προγραμματισμού μιας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι η αναγνώριση και αξιολόγηση του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Το εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης απαρτίζεται από το ύψος των πωλήσεων, τα οικονομικά, την παραγωγή και την χρησιμοποίηση της τεχνολογίας, το προσωπικό και τη γενικότερη οργάνωση. Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης αποτελείται από τους παράγοντες της αγοράς, τον ανταγωνισμό (αριθμός ανταγωνιστών, μέγεθος, κλπ.), τους διάφορους πολιτικοοικονομικούς παράγοντες, τεχνολογικούς και κοινωνικούς παράγοντες. Υπάρχουν όμως και άλλες προϋποθέσεις ανάμεσα στις οποίες είναι:

- Σαφήνεια των στόχων και της εξουσίας των επιμέρους διευθύνσεων-τμημάτων της επιχείρησης
- Συμμετοχή όλων των διοικητικών στελεχών στο σχέδιο-πρόγραμμα
- Η κατάληξη του σχεδίου-προγράμματος πρέπει να είναι σαφής, αντικειμενική και ευέλικτη
- Ορθή λήψη αποφάσεων
- Καλό συντονισμό.

Μια μέθοδος που έχει αποδειχτεί αρκετά χρήσιμη για τον καθορισμό στρατηγικού προγραμματισμού είναι η διοίκηση με αντικειμενικούς σκοπούς (Management by Objectives). Το βασικό χαρακτηριστικό του management by objectives είναι ότι οι στόχοι και οι σκοποί της εταιρίας δεν επιβάλλονται αλλά υιοθετούνται με βάση την αμοιβαία συμφωνία των υφιστάμενων με την ανώτατη διοίκηση της επιχείρησης. Είναι ένας συμμετοχικός τρόπος προσδιορισμού των αντικειμενικών σκοπών και στόχων για όλα τα επίπεδα της εταιρίας και ταυτόχρονα εξασφαλίζει τη θεληματική συνεργασία όλων των ατόμων που εκπόνησαν το σχέδιο-πρόγραμμα. Τα βήματα για το management by objectives είναι:

- Καθορισμός στόχων
- Συμμετοχή όλων των manager στον καθορισμό των στόχων και των κριτηρίων της

- απόδοσης
- Η συνεχής αναθεώρηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων

Η εισήγηση αυτή επιχειρεί μια προσέγγιση στο χώρο του στρατηγικού management για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Ο στρατηγικός προγραμματισμός και σχεδιασμός αποτελεί μια από τη βασικότερη ίσως λειτουργία της διοίκησης μιας μικρομεσαίας επιχείρησης αφού τη βοηθά να προσαρμόσει έγκαιρα τους στόχους της στην εκάστοτε πραγματικότητα, να αποφύγει σπατάλη χρήματος αλλά το κυριότερο σπατάλη χρόνου. (Σαϊτή Α., 2000)

2.10 Επιχειρηματική Αριστεία και αξιολόγηση στρατηγικής

Οι ολοένα αυξανόμενες απαιτήσεις της ελληνικής αγοράς, ειδικότερα όσον αφορά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η μεγάλη ανταγωνιστικότητα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, οι νέοι νομικοί περιορισμοί που θεσπίζονται από την ελληνική κυβέρνηση και την Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και οι σύγχρονοι κοινωνικό-οικονομικοί περιορισμοί, καθιστούν αναγκαία τη συνεχή και απερίσπαστη προσπάθεια των επιχειρήσεων για βελτίωση.

Στο πλαίσιο αυτό, τα μοντέλα επιχειρηματικής αριστείας στοχεύουν στη βελτίωση και αναβάθμιση των ποιοτικών χαρακτηριστικών των επιχειρήσεων μέσω μιας διαδικασίας αυτοαξιολόγησης. Η διαδικασία αυτή λαμβάνει υπόψη τόσο τους εσωτερικούς όσο και τους εξωτερικούς παράγοντες, προσβλέποντας όχι μόνο στην αύξηση της απόδοσης και της κερδοφορίας, αλλά απευθυνόμενη και σε κάθε είδους τομέα που έχει να κάνει με το περιβάλλον δράσης, όπως είναι οι τομείς που αναφέρονται στη διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, οι τομείς που καλύπτουν τη σχέση της επιχείρησης με τους προμηθευτές και τους πελάτες της κ.τ.λ.

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, οι περισσότεροι οργανισμοί αντιμετώπισαν σημαντικές αλλαγές στην αγορά και στον τρόπο λειτουργίας τους. Ο διεθνής ανταγωνισμός δημιούργησε ένα πιο ασταθές και εχθρικό περιβάλλον. Οι πελάτες έγιναν πιο απαιτητικοί ο ανταγωνισμός πιο μεγάλος και ο ρυθμός ανάπτυξης νέων τεχνολογιών αυξήθηκε σε μεγάλο βαθμό. Σαν αποτέλεσμα, για να αντιμετωπίσουν οι οργανισμοί τις παραπάνω συνθήκες, υιοθέτησαν της αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (Porter and Tanner, 1998). Οι αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας εξελίχθηκαν με την πάροδο των χρόνων ώστε να μπορέσουν να είναι εφαρμόσιμες και για μικρότερες επιχειρήσεις. Σήμερα ο όρος «Διοίκηση Ολικής Ποιότητας» έχει γίνει συνώνυμος με την επίτευξη «Επιχειρηματικής Αριστείας» (Business Excellence).

Η ιδιαιτερότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όσον αφορά την υλοποίηση προγραμμάτων επιχειρηματικής αριστείας επικεντρώνεται κυρίως στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που αυτές έχουν (π.χ. κουλτούρα, τρόπος λειτουργίας, τρόπος ανταπόκρισης στις ανάγκες των πελατών κ.τ.λ.).

Οι βασικές διαφορές, συγκριτικά με μεγαλύτερες εταιρίες εστιάζονται στα εξής :

- Η κουλτούρα, οι στρατηγικοί στόχοι και οι λειτουργίες της επιχείρησης (συμπεριλαμβανομένων της γενικής διοίκησης, της παραγωγής, των πωλήσεων, του μάρκετινγκ, κτλ) των ΜΜΕ απορρέουν από τον προσωπικό τρόπο διοίκησης λίγων ή ακόμα και ενός ατόμου.
- Η στρατηγική των ΜΜΕ καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από την αντίδραση στις συγκεκριμένες εξελίξεις της αγοράς και σε μικρότερο βαθμό από τη σε βαθμό ανάλυση.
- Η επιτυχία των ΜΜΕ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις διοικητικές ικανότητες, την εκπαίδευση, τη μόρφωση και την προσωπική εμπειρία της ηγεσίας της επιχείρησης, που στην προκειμένη περίπτωση μπορεί να είναι ο επιχειρηματίας ή ο ιδιοκτήτης της.
- Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα δεν έχουν τις απαιτούμενες διοικητικές γνώσεις και η επαγγελματική τους εμπειρία περιορίζεται μόνο στη δική τους επιχείρηση.
- Στις ΜΜΕ δεν υπάρχει ξεκάθαρη κατανομή διοικητικών ευθυνών, με αποτέλεσμα την επικάλυψη εργασιών.
- Λόγω της έλλειψης διαθέσιμων πόρων είναι δύσκολη η συλλογή και ανάλυση των απαραίτητων πληροφοριών για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης, την ανάλυση των αναγκών της αγοράς και τη σύγκριση και υιοθέτηση αποτελεσμάτων πρακτικών που χρησιμοποιούνται από άλλες επιχειρήσεις. Αυτό κάνει δύσκολη τη συνεχή βελτίωση των ΜΜΕ και την ανάπτυξη καινοτομιών, τα οποία είναι απαραίτητα για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας.
- Υπάρχει έλλειψη μακροχρόνιου προγραμματισμού.

2.11 Πλεονεκτήματα των ΜΜΕ

1. Ένα από τα πλεονεκτήματα των ΜΜΕ έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων είναι η παραγωγική ευελιξία. Το οριακό κόστος μεταβολής της παραγωγικής διαδικασίας είναι μικρότερο για τις μικρές επιχειρήσεις. Έτσι σε κλάδους που χαρακτηρίζονται από συχνές αλλαγές στην παραγωγική διαδικασία οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να ισοσκελίζουν το μειονέκτημα του υψηλότερου μέσου κόστους. Η ευελιξία είναι ένα συγκριτικό πλεονέκτημα των μικρών επιχειρήσεων το οποίο θα πρέπει να το χρησιμοποιήσουν για να επιβιώσουν σε μια βιομηχανία έντασης κεφαλαίου. Η χρήση νέας τεχνολογίας αφομοιώνεται γρηγορότερα και σε μεγαλύτερο βαθμό από μια μικρή παρά από μια μεγάλη επιχείρηση.
2. Οι μικρές επιχειρήσεις δείχνουν μεγάλη προσαρμοστικότητα στις συνθήκες της αγοράς και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων λόγω της οργανωτικής και διοικητικής τους δομής. Το κόστος προσαρμογής για την παραγωγή νέου προϊόντος εμφανίζεται να είναι μικρότερο στη μικρή επιχείρηση σε σχέση με τη μεγάλη.
3. Οι μικρές επιχειρήσεις είναι σημαντικά καινοτόμοι. Αυτό αποδεικνύεται από τις εργασίες των Acs & Audretsch (1987 , 1988) οι οποίοι συνιστούν την εφαρμογή

στρατηγικής προσανατολισμένης προς την τεχνολογία, δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη και τη συνεργασία επιχειρήσεων σε τομείς όπου μπορούν να αλληλοσυμπληρώνονται.

4. Σύμφωνα με εμπειρικές μελέτες οι μικρές επιχειρήσεις αναπτύσσονται ταχύτερα από μεγάλες της ίδιας ηλικίας όπως επίσης οι νεώτερες μεταξύ επιχειρήσεων ίσου μεγέθους.
5. Οι ΜΜΕ δημιουργούν θέσεις εργασίας. Στις Δυτικές χώρες η συμμετοχή των ΜΜΕ στην συνολική απασχόληση έχει αυξηθεί ενώ οι μεγάλες επιχειρήσεις απολύουν εργαζόμενους. Οι ΜΜΕ είναι βασικά επιχειρήσεις έντασης εργασίας. Η αύξηση της απασχόλησης στις ΜΜΕ στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1988-1997 ήταν 2% κατ' έτος έναντι 0,4% κατ' έτος για όλη την Ευρώπη. Στην Ε.Ε. σύμφωνα με τις μετρήσεις του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου για ΜΜΕ του 1997, το 70% των θέσεων εργασίας του μη πρωτογενούς ιδιωτικού τομέα, ήταν 64 εκατ. άτομα, απορροφήθηκαν από τις ΜΜΕ , ενώ την περίοδο 1992-96, πάνω από το 75% της αύξησης της απασχόλησης οφείλονταν στη δημιουργία θέσεων εργασίας από τις ΜΜΕ .
6. Εξυπηρετούν ιδιαίτερες ανάγκες και εξειδικευμένη ζήτηση πελατών που λόγω μικρού μεγέθους αγοράς δεν μπορούν να καλύψουν οι μεγάλες επιχειρήσεις.
7. Εκμεταλλεύονται τοπικές πρώτες ύλες.
8. Παράγουν προϊόντα που απαιτούν εξειδικευμένες ικανότητες στην παραγωγική διαδικασία (μικροηλεκτρονική-πληροφορική). Οι ΜΜΕ δραστηριοποιούνται σε κλάδους καταναλωτικών αγαθών έντασης εργασίας, και σε κλάδους έντασης τεχνολογίας (Πετράκης, 1996).

2.12 Αδυναμίες και Προβλήματα των ΜΜΕ

1. Οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα ρευστότητας, πράγμα που τις ωθεί στη λήψη τραπεζικών δανείων σε σχετικά υψηλό κόστος. Οι ΜΜΕ έχουν πολύ περιορισμένη πρόσβαση στις κεφαλαιαγορές με αποτέλεσμα εκτός από τη δυσκολία εξεύρεσης πόρων να υφίστανται και υψηλό κόστος κεφαλαίου. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις αυτές έχουν μεγάλη δυσκολία στην ανάπτυξη επενδυτικών προγραμμάτων μεγάλης εμβέλειας. Οι τράπεζες είναι διστακτικές στο να παρέχουν δάνεια στις ΜΜΕ λόγω του υψηλού κινδύνου πτώχευσης που έχουν και της έλλειψης ικανού αριθμού εμπράγματων εγγυήσεων (Gupta 1969, Cosh and Hughes 1993, Rivaud-Danset 1998, Bussel 1999). Επιπλέον, για να ικανοποιηθούν για τον κίνδυνο που αναλαμβάνουν ζητούν υψηλά επιτόκια. Το αποτέλεσμα είναι οι ΜΜΕ να καταλήγουν

κυρίως στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό και να υποφέρουν από υψηλό κόστος χρηματοοικονομικών εξόδων, πράγμα που έχει αρνητική επίδραση στην αποδοτικότητά τους. Ακόμη, λόγω του μεγαλύτερου κύκλου παραγωγής των ΜΜΕ, οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μεγάλες ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης τις οποίες καλύπτουν κυρίως με βραχυπρόθεσμο τραπεζικό δανεισμό. Σύμφωνα με πειραματική μελέτη που διεξήχθη από τη Γαλλική Κεντρική Τράπεζα, το μέγεθος μιας επιχείρησης μπορεί να θεωρηθεί ως βασικός παράγοντας όσον αφορά το ύψος των εμπορικών πιστώσεων και των αποθεμάτων στη βιομηχανία (Boissonade & Palu 1991). Πράγματι ο μέσος χρόνος είσπραξης εμπορικών πιστώσεων ανέρχεται σε 40 ημέρες για τις ΜΜΕ, έναντι μόνο 20 ημερών για τις μεγάλες επιχειρήσεις. Από έρευνα που έγινε σε δείγμα ελληνικών επιχειρήσεων (Γεωργόπουλος, 1998) βρέθηκε ότι όσο μεγεθύνεται η επιχείρηση τότε έχει στη διάθεση της μια ευρύτερη ποικιλία πηγών χρηματοδότησης. Ακόμη, σύμφωνα με την εργασία των Cressy & Olofsson (1997) σχετικά με μια ανασκόπηση των τρόπων χρηματοδότησης των ΜΜΕ στην Αγγλία, οι ΜΜΕ χαρακτηρίζονται από :

- Χαμηλή παγιοποίηση, δηλαδή η σχέση καθαρά πάγια / σύνολο απασχολούμενων κεφαλαίων είναι χαμηλή.
- Υψηλή δέσμευση κεφαλαίων σε λογαριασμούς εισπρακτέους από πωλήσεις επί πιστώσεις.
- Υψηλή χρήση εμπορικών πιστώσεων και ιδιαίτερα βραχυπρόθεσμων δανείων για την χρηματοδότηση των περιουσιακών τους στοιχείων.
- Βασική πηγή χρηματοδότησης τους είναι τα παρακρατηθέντα κέρδη.

2. Η έλλειψη γνώσεων διοίκησης. Περίπου το 12% του εργατικού δυναμικού της Δυτικής Ευρώπης είναι επιχειρηματίες. Ο μάνατζερ-βιοτέχνης της μικρής επιχείρησης είναι στις περισσότερες περιπτώσεις και ο ιδιοκτήτης. Επειδή προέρχεται από τον τομέα της παραγωγής, αποδίδει μεγάλη σημασία σε αυτή και εκτελεί τις διευθυντικές εργασίες ως βοηθητικές και δευτερεύουσες. Εξασκεί απολυταρχική διοίκηση ελέγχοντας όλες τις εξουσίες διότι πιστεύει ότι δεν υπάρχουν ικανά άτομα στη μονάδα του για να εκτελέσουν εξίσου καλά τις εργασίες που αυτός καλεί. Παράλληλα δεν δείχνει διάθεση να δεχθεί τις συμβουλές ή την κριτική τρίτων. Δίδει προτεραιότητα στην τοποθέτηση "έμπιστων" παρά επαγγελματιών μάνατζερ. Χρησιμοποιεί κριτήρια αρχαιότητας και αφοσίωσης στην προώθηση και τις αμοιβές των εργαζομένων παρά συστήματα που συνδέουν την αμοιβή με την απόδοση. Ενδεικτικό των επιπτώσεων στην απόδοση είναι η χαμηλή παραγωγικότητα στις οικογενειακές επιχειρήσεις. Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότεροι επιχειρηματίες συνειδητοποιούν την ανάγκη εφαρμογής σύγχρονων μεθόδων διοίκησης και οργάνωσης. Μια από τις κύριες αδυναμίες των μάνατζερ των

MME στην οποία οι περισσότεροι ερευνητές συμφωνούν είναι η έλλειψη στρατηγικού προγραμματισμού.

3. Παραδοσιακά μια από τις βασικές αδυναμίες των MME έχει να κάνει με τη σπάνια και αναποτελεσματική χρήση των εξωτερικών πηγών πληροφόρησης.
4. Το θέμα της ανάπτυξης εξαγωγικής δραστηριότητας από τις MME εμφανίζει επίσης σημαντικές αδυναμίες. Το μικρό μέγεθος των μονάδων, η μικρή παραγωγική δυναμικότητα, η έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών, το σχετικά υψηλό κόστος έρευνας αγοράς εξωτερικού, η έλλειψη δικτύων πληροφόρησης, η έλλειψη εξαγωγικής νοοτροπίας και εμπειρίας και ποιοτικού ελέγχου της παραγωγής σε πολλές από αυτές, αποτελούν βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες για την προώθηση των εξαγωγών των MME.
5. Οι MME βρίσκονται σε δυσμενέστερη θέση από τις μεγάλες επιχειρήσεις στο θέμα της προμήθειας πρώτων υλών. Τούτο οφείλεται στη δυσχέρεια πρόσβασης τους στις πηγές παραγωγής πρώτων υλών λόγω μικρών ποσοτήτων, αδυναμίας έγκαιρου προγραμματισμού με αποτέλεσμα την κάλυψη τους από την ελεύθερη αγορά σε υψηλές τιμές. Επιβάλλεται να υποστηριχθούν οι MME με τη δημιουργία συνεταιριστικών ή κοινοπρακτικών προμηθευτικών μονάδων.
6. Το θέμα του μάρκετινγκ μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι το πλέον παραμελημένο και ανοργάνωτο στις μικρές επιχειρήσεις. Η ανάπτυξη της ιδέας και πρακτικής του μάρκετινγκ στη MME θα βοηθούσε σημαντικά την ανάπτυξη της. Επίσης χαρακτηριστικές είναι οι υστερήσεις πολλών ελληνικών προϊόντων σε θέματα ποιότητας, σχεδιασμού, συσκευασίας και μάρκετινγκ. Ιδιαίτερα έντονη είναι η έλλειψη επώνυμων προϊόντων.
7. Οι MME έχουν υψηλό ποσοστό δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, αλλά και υψηλό ποσοστό αποχωρήσεων (πτωχεύσεων). Ο μέσος όρος ρυθμού “γεννήσεων” νέων επιχειρήσεων στην Ε.Ε. είναι 10% ετησίως ενώ στην Ελλάδα 12% . Οι “θάνατοι” επιχειρήσεων σχετίζονται με τους οικονομικούς κύκλους. Υπολογίζεται ότι ποσοστό μεταξύ 35-45% των επιχειρήσεων διακόπτουν τη λειτουργία τους 3 έτη μετά την ίδρυση τους και 60% μετά από 8-10 έτη . Οι μεταποιητικές και κατασκευαστικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι πιο επιρρεπείς στις πτωχεύσεις από ότι είναι οι επιχειρήσεις υπηρεσιών.

Οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την πτώχευση είναι :

- Εξωτερικοί παράγοντες όπως αλλαγές στη δομή της αγοράς, ανεπαρκή δυναμικότητα παραγωγής και αλλαγές στους κανονισμούς.
- Χρηματοοικονομικά προβλήματα συνδεδεμένα με υψηλή δανειακή επιβάρυνση.

- Κακή διαχείριση
 - Λοιποί παράγοντες
8. Υψηλό ποσοστό θνησιμότητας. Τα διάφορα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ ιδιαίτερα στην Ελλάδα, όπως η δυσχέρεια πρόσβασης στο χρηματοπιστωτικό σύστημα, το ασταθές φορολογικό σύστημα, η έλλειψη πληροφόρησης και δικτύωσης, έλλειψη τεχνοοικονομικής υποδομής, έχουν ως αποτέλεσμα ο δείκτης θνησιμότητας τους να φθάνει το 50%. Επιπλέον τα τελευταία χρόνια ο μέσος όρος ζωής των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εμφανίζεται σημαντικά μειωμένος, ενώ υπάρχει απώλεια επενδυμένου κεφαλαίου. Σήμερα το 10-12% των επιχειρήσεων κλείνει ή αλλάζει δραστηριότητα κάθε χρόνο με αποτέλεσμα η μέση διάρκεια ζωής τους να έχει πέσει κάτω από τα 10 χρόνια.
 9. Μεταβίβαση. Η ηλικία του 1/3 περίπου των επιχειρηματιών-ιδιοκτητών των ελληνικών ΜΜΕ είναι άνω των 50 ετών, γεγονός που σημαίνει ότι γρήγορα θα πρέπει να μεταβιβάσουν την επιχείρησή τους σε μέλη της οικογένειάς τους ή στους εργαζόμενους της επιχείρησης. Για να αποδεχθούν όμως τη μεταβίβαση, οι επιχειρηματίες χρειάζονται κίνητρα φορολογικά, νομοθετικά και γραφειοκρατικά από το κράτος αλλά και συμβουλευτικές υπηρεσίες από τις τράπεζες και τα επιμελητήρια. Είναι ενθαρρυντικό για το μέλλον των ελληνικών ΜΜΕ ότι, σύμφωνα με μια μελέτη του Χασιδ (Παν/μιο Πειραιώς), το επίπεδο εκπαίδευσης των σημερινών επιχειρηματιών είναι πολύ ανώτερο από εκείνο των γονέων τους και ανώτερου του μέσου έλληνα.
 10. Ο δυνατότητες της χώρας σε προϊόντα υψηλής τεχνολογίας είναι περιορισμένες. Οι ελληνικές ΜΜΕ είναι μικρές και δεν μπορούν να δανείσουν σημαντικά ποσά σε έρευνα και τεχνολογία ώστε να βελτιώσουν τα προϊόντα τους, πράγμα που περιορίζει την ανάπτυξη τους.

Η πλειονότητα των ελληνικών ΜΜΕ δεν αναπτύσσει συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις, κάτι που μπορεί να αποδοθεί στη νοοτροπία της πλειοψηφίας των ελληνικών επιχειρηματιών οι οποίοι δεν επιθυμούν να απολέσουν τον έλεγχο της επιχείρησής τους. (Ψιμάρνη-Βούλγαρη Φ, Ζοπουνίδης Κ., 2000)

2.13 ΜΜΕ στην Ελλάδα :

Συνθήκες χρεοκοπίας δημιουργούνται από την κατακόρυφη πτώση της αγοράς, η οποία «βουλιάζει» στην ύφεση και την απαξίωση κάθε μέρα που περνάει. Σε όλους τους κλάδους του εμπορίου και της οικονομίας η κρίση έχει επιβάλει μια πρωτοφανή οικονομική ασφυξία, με τους τζίρους των μικρών και των μεγάλων επιχειρήσεων να γνωρίζουν μια άνευ προηγουμένου μείωση, με αποτέλεσμα να αναδεικνύεται μια νέα πραγματικότητα.

Κατ' αρχάς για την ελληνική επιχειρηματικότητα, η οποία βρίσκεται αντιμέτωπη με τον αφανισμό, αφού χιλιάδες επιχειρήσεις κλείνουν ή πρόκειται να κλείσουν άμεσα, και δεύτερον για την ελληνική κοινωνία, η οποία αντιμετωπίζει πρόβλημα ρευστότητας.

Το εκρηκτικό μείγμα της μείωσης της αγοραστικής ικανότητας με την έλλειψη προοπτικής οδηγεί καταναλωτές και επιχειρηματίες σε κοινή μοίρα, όπου η κατάσταση του ενός επηρεάζει τον άλλον, σπρώχνοντας και τους δύο σε αδιέξοδο.

Είναι χαρακτηριστικό ότι άλλοτε παραδοσιακά ισχυροί κλάδοι γνωρίζουν μια πρωτοφανή ύφεση, ενώ όλα δείχνουν ότι τα χειρότερα έπονται. Ειδικότερα, σημαντική πτώση κατά 19,2% σημείωσε ο όγκος των πωλήσεων (συμπεριλαμβανομένων των καυσίμων) στο λιανικό εμπόριο της χώρας το Δεκέμβριο 2009, ενώ σε μέσα επίπεδα το 2010 ο όγκος των πωλήσεων μειώθηκε κατά 6,2%.

Η πτώση κατά 19,2% οφείλεται κυρίως στη μείωση των πωλήσεων σε έπιπλα-ηλεκτρικά είδη-οικιακό εξοπλισμό (-34,6%), καύσιμα και λιπαντικά αυτοκινήτων (-20,7%), βιβλία-χαρτικά-λοιπά είδη (-16,7%), μεγάλα καταστήματα τροφίμων (-14,4%) και φαρμακευτικά-καλλυντικά (-9,5%).

Ειδικά για τα καύσιμα καταγράφεται κατακόρυφη πτώση στις πωλήσεις τον Φεβρουάριο του 2010, καθώς η καθίζηση στην αγορά καυσίμων, σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα τον προηγούμενο χρόνο, άγγιξε το 20%. Πέρυσι είχαμε πτώση των πωλήσεων 8,4% για τις βενζίνες, 11,2% για το πετρέλαιο κίνησης και 12,6% για το ντίζελ θέρμανσης, ενώ περισσότερα από 1.000 πρατήρια έχουν κλείσει, υπολειτουργούν ή λειτουργούν περιστασιακά και οι πιστώσεις από την πλευρά των εταιρειών εμπορίας δίνονται με φειδώ.

Η μείωση των πωλήσεων, έφερε τις περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις το τελευταίο διάστημα σε σοβαρά οικονομικά προβλήματα. Η αύξηση των απλήρωτων λογαριασμών, και των επιχειρήσεων που κηρύττουν πτώχευση είναι το κλήμα που βιώνει η αγορά το τελευταίο διάστημα. Το πλέον ενδεικτικό στοιχείο της οικονομικής ασφυξίας στην οποία έχουν περιέλθει οι επιχειρήσεις, είναι η αδυναμία τους να πληρώσουν πάγια και βασικά έξοδα.

Οι ακάλυπτες επιταγές έχουν γεμίσει την αγορά, καθώς τον Φεβρουάριο του 2011 ανήλθαν σε 182 εκατ. ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση 365% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2010 και αύξηση 5,64% σε σχέση με τον Ιανουάριο του 2010.

Κάθετη πτώση στις πωλήσεις έχουν οι μικρές επιχειρήσεις στο κλάδο των ακινήτων αφού η πτώση της ζήτησης κατοικιών έφτασε έως και 70%. Περί τις 1.300 κατασκευαστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ανέγερση ακινήτων έχουν βάλει λουκέτο μέσα σε έναν χρόνο και έχουν διαγραφεί από την Ένωση Κατασκευαστών, η οποία αριθμεί 15.000 μέλη. Παράλληλα, ένα 30% των εταιρειών αυτών, ήτοι πάνω από 4.100, βρίσκεται σε πλήρη αδράνεια και το υπόλοιπο κάνει ανεγέρσεις απλά για να επιβιώσει.

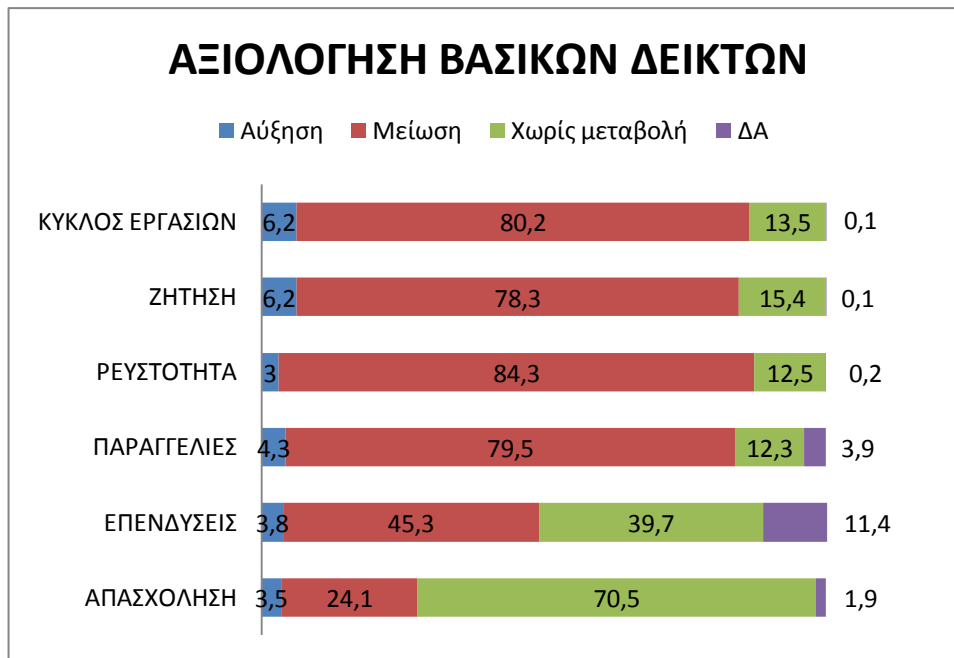
(Πηγή: Εφημερίδα έθνος, Δ.Σ. ΚΑΝΕΛΛΗΣ)

Τι δείχνουν στοιχεία της ΓΣΕΒΕΕ αναφορικά με την πορεία το 2010 και το τρέχον εξάμηνο.

Ιδιαίτερα δυσοίωνο για την προοπτική εκατοντάδων χιλιάδων μικρομεσαίων επιχειρήσεων και αντίστοιχων εργαζομένων φαίνεται πως είναι το 2011, καθώς τα προβλήματα που τις ταλάνισαν την προηγούμενη χρονιά, όχι μόνο δεν ξεπεράστηκαν, αλλά, αντιθέτως, επιδεινώθηκαν. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την Τρίτη συγκριτική πανελλαδική έρευνα της MARC, που παρουσιάστηκε πρόσφατα και διενεργήθηκε για λογαριασμό του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Ελλάδος (ΙΜΕ - ΓΣΕΒΕΕ), είναι πολύ ανησυχητικά για τη συντριπτική πλειονότητα των ΜΜΕ. Σύμφωνα με αυτά, υπάρχει άμεσος κίνδυνος να διακόψουν εντός του έτους τη λειτουργία τους 225.000 επιχειρήσεις και συνακόλουθα να χαθούν περίπου 320.000 θέσεις απασχόλησης που αντιστοιχούν σε μικρούς εργοδότες, αυτοαπασχολούμενους και μισθωτούς.

Σύμφωνα με την έρευνα, το 68% των επιχειρηματιών προβλέπει επιδείνωση της γενικής οικονομικής κατάστασης, ενώ την ίδια στιγμή το 70% προβλέπει μείωση στο κύκλο εργασιών, το 74,3% μείωση της ρευστότητας, το 70,5% και το 70,8% μείωση στη ζήτηση και στις παραγγελίες. Σε ότι αφορά τις επενδύσεις, αύξηση προβλέπει μόνο το 3,2% μείωση το 43,2% και στασιμότητα το 37,9% .

Τα παραπάνω ευρήματα έρχονται να αθροιστούν στα ήδη δυσμενή στοιχεία του δεύτερου εξαμήνου του προηγούμενου έτους, όπου το 84,2% των επιχειρήσεων κατέγραψε επιδείνωση της οικονομικής τους κατάστασης, όπως θα δούμε και στο πιο κάτω πίνακα.

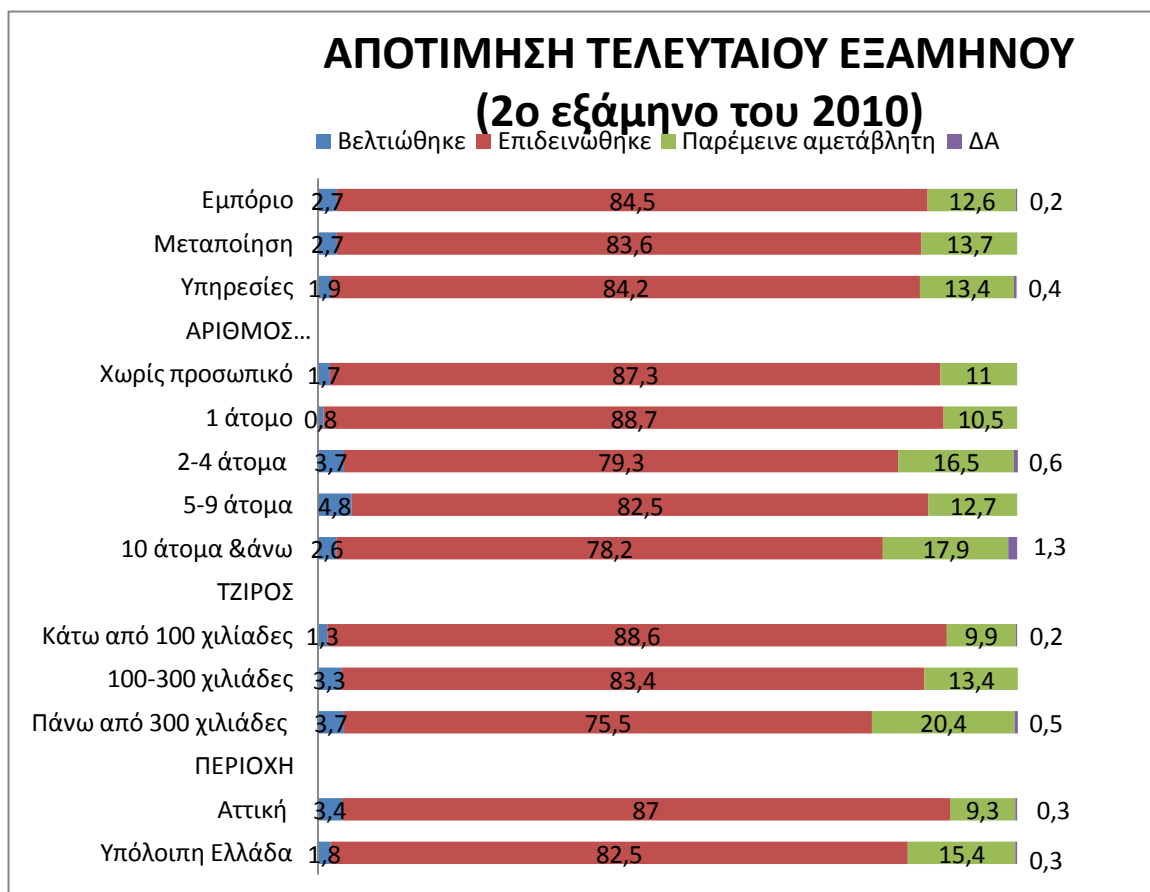


Ειδικότερα, φαίνεται επιδείνωση στον κύκλο εργασιών με το ποσοστό του 80,2%, στη ζήτηση το 78,3%, στη ρευστότητα το 84,3%, στις παραγγελίες το 79,1%, ενώ στις επενδύσεις αύξηση κατέγραψε μόνο το 3,8%, μείωση το 45,3% και στασιμότητα το 39,4% .

Όσο αφορά την απασχόληση, 1 στις 4 επιχειρήσεις αναγκάστηκε να μειώσει το προσωπικό της. Αυτό μεταφράζεται σε απώλειες 100.000 θέσεων εργασίας για το 2^ο εξάμηνο του 2010. Για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις η απώλεια θέσεων εργασίας είναι υψηλότερη με ποσοστό 35%.

Επιπλέον σχεδόν 3 στους 10 επιχειρηματίες προβλέπουν ότι θα προχωρήσουν το 1^ο εξάμηνο του 2011 σε μείωση προσωπικού, ενώ μόνο το 4,9% δηλώνει ότι θα προχωρήσει σε προσλήψεις.

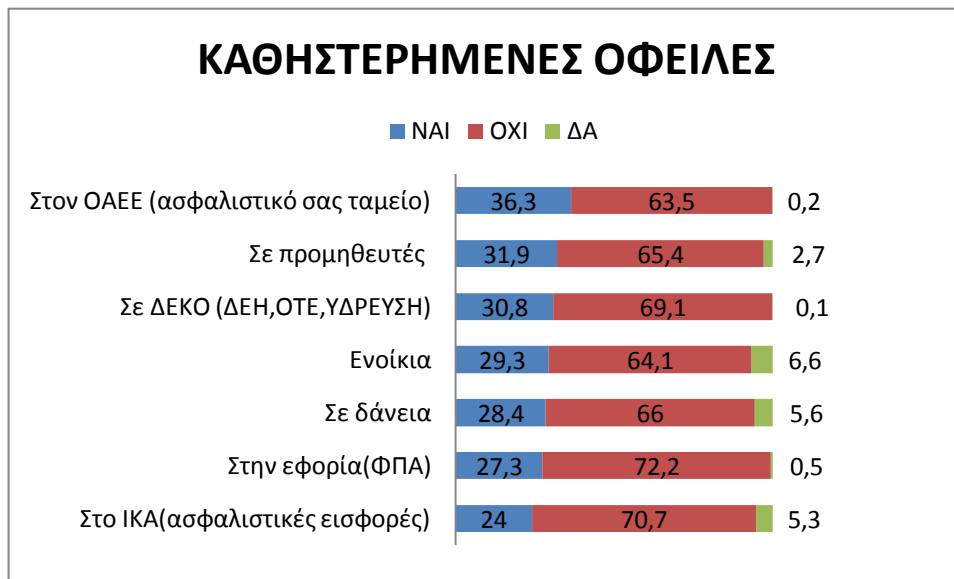
Σύμφωνα με τη ΓΣΕΒΕΕ, τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι οι προσδοκίες είναι χειρότερες από εκείνες των δύο προηγούμενων ερευνών, στοιχείο που δείχνει ότι το οικονομικό κλίμα στις μικρές επιχειρήσεις βρίσκεται στο χειρότερο σημείο. Αξίζει να αναφερθεί ότι τόσο στην αποτίμηση όσο κυρίως στις προβλέψεις η επιδείνωση έχει εξαπλωθεί και στους τρεις τομείς της οικονομικής δραστηριότητας , αφού, ακόμα και στον τομέα των υπηρεσιών, ο οποίος μέχρι και το πρώτο εξάμηνο του 2010 εμφάνιζε τις μικρότερες απώλειες, δείχνει πλέον να επηρεάζεται εξίσου σημαντικά με τους υπόλοιπους δύο τομείς.



Μισθοί – ωράρια εργασία

Πάνω από 4 στις 10 επιχειρήσεις καταγράφουν προβλήματα στην μισθοδοσία των εργαζομένων τους, ενώ την ίδια στιγμή, 7 στους 10 επιχειρηματίες δηλώνουν ότι δεν χρειάστηκε να μειώσουν τους μισθούς των εργαζομένων τους. Ωστόσο, 3 στους 10 επιχειρηματίες δηλώνουν ότι έχουν αναγκαστεί να προχωρήσουν σε μείωση ωρών εργασίας. Ανησυχητικό είναι επίσης το γεγονός ότι πάνω από τις μισές επιχειρήσεις θεωρούν πιθανό να προχωρήσουν το επόμενο εξάμηνο σε μείωση μισθών ή ωρών εργασίας των εργαζομένων.

Η έλλειψη ρευστότητας και η πτώση στον τζίρο έχουν αποτυπωθεί και στις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι μικρές επιχειρήσεις, ώστε να ανταποκριθούν έγκαιρα στη κάλυψη βασικών υποχρεώσεων, όπως θα δούμε στο πιο κάτω γράφημα.



Συγκεκριμένα όπως φαίνεται :

- Σχεδόν 1 στις 4 επιχειρήσεις έχει οφειλές στο ΙΚΑ.
- Σχεδόν 3 στις 10 επιχειρήσεις έχουν οφειλές στην εφορία (27,3%) σε δάνεια (28,4%) και σε ενοίκια (29,3%).
- Πάνω από 3 στις 10 επιχειρήσεις έχουν οφειλές σε ΔΕΚΟ- ΔΕΗ, ΟΤΕ, ύδρευση – (30,8%) και σε προμηθευτές (31,9%).
- Τέλος σχεδόν 4 στις 10 επιχειρήσεις (36,3%) έχουν καθυστερημένες οφειλές στον ΟΑΕΕ, ποσοστό που επιβεβαιώνεται και από τα επίσημα στοιχεία του οργανισμού.

Ακάλυπτες επιταγές

Μόνο μία στις δύο επιχειρήσεις του δείγματος χρησιμοποιεί στις συναλλαγές της επιταγές, εκ των οποίων 3 στις 10 επιχειρήσεις πραγματοποιούν πάνω από το 50% των συναλλαγών τους, μέσω επιταγών. Η χρήση των επιταγών δείχνει να μειώνεται. Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι μισές επιχειρήσεις από όσες πραγματοποιούν συναλλαγές με επιταγές, διατηρούν επιταγές που είναι ήδη ακάλυπτες (37,9%) και δεν τις «σφραγίζουν» ή διατρέχουν μεγάλο κίνδυνο να μην καλυφθούν (7,3%). Η κατάσταση αυτή που είναι μια επιπρόσθετη συνέπεια της έλλειψης ρευστότητας και πτώση της κατανάλωσης έχει οδηγήσει τις επιχειρήσεις να επιθυμούν τη μείωση του χρονικού ορίου εξόφλησης των επιταγών.

Τραπεζική χρηματοδότηση

Οι 8 στις 10 επιχειρήσεις, το 2^ο εξάμηνο του 2010, δεν απευθύνθηκαν σε τράπεζες για χρηματοδότηση, αλλά και το 20,1% των επιχειρήσεων, που απευθύνθηκε, μόνο για το 31,8% έγινε δεκτό το αίτημα τους. Το στοιχείο αυτό δείχνει ότι η έλλειψη ρευστότητας και το αρνητικό οικονομικό κλίμα οφείλονται κατα κύριο λόγο στο ότι το τραπεζικό σύστημα και ο χρηματοπιστωτικός τομέας γενικότερα έχει αποκοπεί πλήρως από την πραγματική οικονομία. Η κατάσταση αυτή αποτυπώνεται και στις στάσεις των επιχειρήσεων του δείγματος, αφού 9 στις 10 επιχειρήσεις θεωρούν ότι οι τράπεζες δεν στηρίζουν τις προσπάθειες ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Η δυσaréσκεια αυτή αποτυπώνεται επίσης στο ότι περίπου 9 στις 10 επιχειρήσεις (85,9%) προτιμούν να στηριχτούν οι μικρές επιχειρήσεις, έστω και αν αυτό σημαίνει κλείσιμο μιας τράπεζας.

(Πηγή: Εφημερίδα «Ναυτεμπορική», έρευνα για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 11/02/2011, σελ.30)

Λίγες μικρομεσαίες είχαν εναλλακτικό πλάνο για περίοδο κρίσης

Απροετοίμαστες για περιπτώσεις κρίσεων που μπορεί να τις οδηγήσουν ακόμη και στην καταστροφή είναι οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπως προκύπτει από παγκόσμια έρευνα της Symantec. Η έρευνα καταδεικνύει ότι, παρόλο που οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται σε κίνδυνο, δεν έχουν θέσει ως προτεραιότητα ένα πλάνο disaster preparedness (εναλλακτικό πλάνο για περίπτωση κρίσης) μέχρι να έρθουν αντιμέτωποι με μια καταστροφή ή απώλεια δεδομένων. Τα στοιχεία αποκαλύπτουν επίσης ότι το κόστος από την έλλειψη ετοιμότητας είναι υψηλό, θέτοντας έτσι τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις σε κίνδυνο να σταματήσει η λειτουργία τους.

2.14 ΜΜΕ στην Κύπρο :

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι, κατά κοινή ομολογία, το πιο δυναμικό κομμάτι της Κυπριακής οικονομίας. Στην Κύπρο δραστηριοποιούνται περίπου 67.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις, από τις οποίες οι 63.000 περίπου είναι μικρές ή πολύ μικρές, αφού απασχολούν από ένα έως δέκα άτομα προσωπικό.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, σε όλη την Ευρώπη και στην Κύπρο, ήταν η ατμομηχανή της ανάπτυξης στα χρόνια πριν την κρίση. Μάλιστα οι Κύπριοι βρίσκονται στις πρώτες θέσεις πανευρωπαϊκά μεταξύ των επίδοξων επιχειρηματιών, αλλά και όσων περνούν από τα λόγια στην πράξη. Η κρίση έχει πλήξει σκληρά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Σε αυτές τις συνθήκες, η στήριξη που μπορεί να προσφέρει η Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και οι εθνικές και τοπικές Αρχές αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία. Η στήριξη αυτή δεν περιορίζεται απλώς στην τόνωση της επιχειρηματικότητας. Παράλληλα, έχει πολύ σημαντικές μακροοικονομικές και στρατηγικές διαστάσεις, αφού υιοθετεί μια ολοκληρωμένη αντιμετώπιση των δημοσίων οικονομικών και του χρηματοπιστωτικού συστήματος και με στόχο όχι απλώς την έξοδο από την κρίση, αλλά και τη διαμόρφωση των συνθηκών που θα επιτρέψουν στην επιχειρηματικότητα να ανθίσει σε περιβάλλον σταθερότητας.

Δυστυχώς τα τελευταία χρόνια όλες αυτές οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα που επιδεινώθηκαν σημαντικά με την οικονομική κρίση και καθιστούν τη συνέχιση της πορείας και ανάπτυξής τους ιδιαίτερα επισφαλή.

Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα στοιχεία που ανέδειξαν οι έρευνες του Ευρωβαρομέτρου τα τελευταία χρόνια είναι το εξής: το 66% των Κυπρίων θέλουν να έχουν την δική τους δουλειά και το ποσοστό αυτό είναι το υψηλότερο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπου ο μέσος όρος βρίσκεται στο 45%. Παρενθετικά, να πω ότι η μόνη χώρα που εξέτασε η συγκεκριμένη έρευνα και που φάνηκε να έχει υψηλότερο ποσοστό βρίσκεται έξω από την Ευρωπαϊκή Ένωση και δεν είναι άλλη από την Κίνα όπου το ποσοστό των επίδοξων επιχειρηματιών φτάνει το 71%.

Και είναι επίσης εξαιρετικά ενδιαφέρον ότι το 95% των Κυπρίων που συμμετείχαν σε αυτή την έρευνα για την επιχειρηματικότητα το 2009 θεωρούν τους εαυτούς τους ανθρώπους εφευρετικούς, με επιχειρηματικές ιδέες και εδώ το ποσοστό είναι υψηλότερο και από την Κίνα.

Τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν και ότι οι Κύπριοι δεν μένουν στα λόγια. Το ποσοστό των Κυπρίων που έχουν ξεκινήσει μια δική τους επιχείρηση που παραμένει εν λειτουργία υπερβαίνει το 15%, σαφώς πάνω από τον μέσο όρο στην Ευρωπαϊκή Ένωση που βρίσκεται γύρω στο 10%.

Και η προσφορά αυτών των επιχειρηματιών είναι μεγάλη. Το 2008, την πιο πρόσφατη χρονιά για την οποία έχουμε πλήρη στοιχεία, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Κύπρο προσέφεραν σχεδόν 200.000 θέσεις εργασίας, ποσοστό 84% της συνολικής απασχόλησης. Την ίδια χρονιά, το αντίστοιχο ποσοστό συμμετοχής των μικρομεσαίων στην απασχόληση στην Ευρώπη των 27 ήταν 68%, μια διαφορά οπωσδήποτε ενδεικτική.

Ανάλογη είναι και η εικόνα από την σκοπιά της προστιθέμενης αξίας. Το 2008 και πάλι, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Κύπρο παρήγαγαν το 79 % της συνολικής προστιθέμενης αξίας, το αντίστοιχο ποσοστό την ίδια χρονιά στην Ευρώπη των 27 ήταν 58%.

Από το 2002 μέχρι το 2008, οι Ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις δημιούργησαν περίπου 10 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας, αριθμό που αναλογεί σε ποσοστό 80% του συνόλου των νέων θέσεων που δημιουργήθηκαν σε εκείνη την περίοδο. Αλλά, βέβαια, η κρίση έχει πλήξει σκληρά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Πέρσι και φέτος, υπολογίζεται ότι περίπου 3 εκατομμύρια θέσεις εργασίας θα χαθούν εξ αιτίας της κρίσης στον κλάδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, πάνω από το 40% των 7 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας που αναμένεται να είναι οι απώλειες εξ αιτίας της κρίσης στην Ευρωπαϊκή οικονομία. Σε αυτές τις συνθήκες, η στήριξη που μπορεί να προσφέρει η Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και οι εθνικές και τοπικές αρχές αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία.

Η στήριξη αυτή παίρνει πολλές μορφές, περιλαμβάνει την απλοποίηση των γραφειοκρατικών διαδικασιών, την υποβοήθηση της επιμόρφωσης του προσωπικού, την ενίσχυση της έρευνας και της καινοτομίας και, βέβαια, την διευκόλυνση της χρηματοδότησης.

Με την παρέμβαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης προσπαθεί η κυπριακή κυβέρνηση να τόνωση την επιχειρηματικότητα με μια σημαντική μακροοικονομική στρατηγική διάσταση. Στόχος της δεν είναι απλώς να βγούμε από την κρίση αλλά και να δημιουργήσει μακροπρόθεσμα τις συνθήκες εκείνες που θα επιτρέψουν στην επιχειρηματικότητα να ανθήσει μέσα σε ένα κλίμα σταθερότητας.

Γι' αυτό και στις 29 Σεπτεμβρίου 2010, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατέθεσε ένα συνολικό πακέτο προτάσεων για την οικονομική διακυβέρνηση και την ενίσχυση της εποπτείας των δημοσίων οικονομικών, με δυνατότητα, για πρώτη φορά να επιβάλλονται και οικονομικές κυρώσεις στα Κράτη Μέλη που δεν τηρούν τα συμφωνημένα.

Η Επιτροπή υπέβαλε τις νέες της προτάσεις για την ρύθμιση του ιδιωτικού χρηματοπιστωτικού τομέα, προτάσεις τολμηρές που θέλουν να εξασφαλίσουν ότι οι τράπεζες δεν θα αντιμετωπίσουν πάλι προβλήματα σαν κι αυτά που οδήγησαν στην παρούσα κρίση και ότι, τα όποια προβλήματα θα αντιμετωπίσουν στο μέλλον, οι ίδιες οι τράπεζες θα είναι σε θέση να αναλάβουν το κόστος της αντιμετώπισης τους – και όχι οι πολίτες.

Αυτή η ενιαία, ολοκληρωμένη αντιμετώπιση των δημοσίων οικονομικών και του χρηματοπιστωτικού συστήματος έχει ως κοινό παρονομαστή την συνετή διαχείριση, απαραίτητη προϋπόθεση για να δημιουργηθεί το κλίμα ασφάλειας και σταθερότητας μέσα στο οποίο η επιχειρηματικότητα θα μπορέσει να ανθήσει, μέσα στο οποίο θα μπορέσουμε να ξαναμπούμε στον δρόμο της ανάπτυξης.

Το 2009 ήταν μια χρονιά χωρίς προηγούμενο για την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, τόσο για την συνολική μας δραστηριότητα όσο και για τις χρηματοδοτήσεις μας στην Κύπρο. Οι χρηματοδοτήσεις στην Κύπρο το 2009 ήταν διπλάσιες από τον ετήσιο μέσο όρο των τελευταίων τεσσάρων ετών. Η Τράπεζα έπαιξε επίσης πρωτοπόρο ρόλο δημιουργώντας νέες χρηματοδοτικές δυνατότητες. Λόγω της σημασίας των χρηματοδοτήσεων της ΕΤΕπ για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, την οποία υπογράμμισε η κυπριακή κυβέρνηση, και ιδίως ο Υπουργός κ. Σταυράκης, εγκαινιάστηκε το 2009 μια χωρίς προηγούμενο συνεργασία με τις τρεις μεγαλύτερες κυπριακές τράπεζες, για τη στήριξη της δραστηριότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χώρα. Αυτό επέτρεψε να προσεγγιστούν ακόμη περισσότερες μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της κυπριακής οικονομίας, και παράλληλα, να στηριχθεί το χρηματοπιστωτικό σύστημα.

Το 2009, η ΕΤΕπ χορήγησε 13 δισ. ευρώ υπό μορφή πιστωτικών γραμμών σε ενδιάμεσες τράπεζες στην Ευρωπαϊκή Ένωση, για στοχευόμενες χρηματοδοτήσεις μικρομεσαίων επιχειρήσεων (αύξηση κατά 55% έναντι του προηγούμενου έτους). Η χρηματοδοτική δραστηριότητα της ΕΤΕπ στις περιοχές σύγκλισης ανήλθε σε 29 δισ. ευρώ (έναντι 21 δισ. ευρώ το 2008, ήτοι αύξηση κατά 36%) και αντιπροσώπευε το 37% του συνόλου των χορηγήσεων της Τράπεζας. Οι χρηματοδοτήσεις ήταν γεωγραφικά ισοκατανεμημένες στο σύνολο της ΕΕ. Στα νέα κράτη μέλη χορηγήθηκαν συνολικά 13 δισ. ευρώ.

Το 2009, η ΕΤΕπ ένωσε τις δυνάμεις της με τις μεγαλύτερες κυπριακές τράπεζες - Τράπεζα Κύπρου, Marfin Laiki Bank και Ελληνική Τράπεζα - για να στηρίξει την πραγματική οικονομία και να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κρίσης. Στο πλαίσιο της συνεργασίας αυτής η ΕΤΕπ χορήγησε συνολικά 138 εκατ. ευρώ για τη στήριξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς και έργων υποδομής μικρού και μεσαίου μεγέθους πραγματοποιούμενων από δημόσιους φορείς (συμπεριλαμβανομένων οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης) ή από ιδιωτικούς φορείς ανεξαρτήτως μεγέθους. Οι χρηματοδοτήσεις αυτές αφορούν επενδύσεις στους τομείς της βιομηχανίας, του τουρισμού, των υπηρεσιών, της οικονομίας της γνώσης, της ενέργειας και της προστασίας του περιβάλλοντος στην Κύπρο.

(Πηγή: http://ec.europa.eu/cyprus/news/speeches_articles/20101027_eu_finance_days_el.htm
)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση των ΜΜΕ

Ένας από τους σκοπούς της χρηματοοικονομικής επιστήμης αποτελεί η αξιοποίηση και αξιολόγηση των στοιχείων που έχουν συγκεντρωθεί και καταγραφεί στα λογιστικά γραφεία της επιχείρησης. Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από τις καθημερινές συναλλαγές της επιχείρησης και μπορούν να βοηθήσουν οποιοδήποτε χρήστη λογιστικών καταστάσεων εσωτερικού ή εξωτερικού προκειμένου να λάβει μια απόφαση.

Η ανάλυση των λογιστικών καταστάσεων αποτελεί βασικό εργαλείο για τον προσδιορισμό της χρηματοοικονομικής κατάστασης των οικονομικών οργανισμών. Αρκετοί είναι χρήστες που ενδιαφέρονται για τη χρηματοοικονομική ανάλυση των οικονομικών οργανισμών όπως οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, οι ασκούντες διοίκηση, οι δανειστές, οι υποψήφιοι μελλοντικοί επενδυτές, κ.α.

Η ανάλυση λογιστικών καταστάσεων διακρίνεται σε δύο βασικές κατηγορίες :

- i. Ανάλογα με τη θέση που κατέχει ο αναλυτής σε εσωτερική και εξωτερική ανάλυση. Η εσωτερική ανάλυση πραγματοποιείται από αναλυτές που έχουν άμεση σχέση με τον οικονομικό οργανισμό και επομένως έχουν άμεση πρόσβαση στα βιβλία του οργανισμού. Η εξωτερική ανάλυση πραγματοποιείται από αναλυτές που δεν έχουν άμεση σχέση με τον οικονομικό οργανισμό. Επομένως, τα στοιχεία τα οποία λαμβάνουν προκειμένου να διεξάγουν την ανάλυση στηρίζονται αποκλειστικά και μόνο στα στοιχεία που δημοσιεύονται.
- ii. Ανάλογα με τα στάδια που διενεργείται η ανάλυση διακρίνεται σε τυπική και ουσιαστική ανάλυση. Η τυπική ανάλυση αποτελεί το προπαρασκευαστικό στάδιο της χρηματοοικονομικής ανάλυσης. Η ουσιαστική ανάλυση αφορά τη γνώση των ιδιαίτερων κάθε φορά χαρακτηριστικών του κλάδου που ανήκει ο οικονομικός οργανισμός. Εξαρτάται από την τυπική ανάλυση και προσδιορίζει αριθμοδείκτες που πρέπει σύμφωνα με το σκοπό της ανάλυσης μας να πραγματοποιήσουμε.

3.2 Αριθμοδείκτες

Οι αριθμοδείκτες είναι ένας δείκτης που εκφράζεται σε όρους δύο ή περισσότερων αριθμών. Επίσης είναι κλάσματα του οποίου οι όροι αντιστοιχούν σε διάφορους λογαριασμούς που αποτελούν δεδομένα.

Οι αριθμοδείκτες μας παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για την πορεία ενός οργανισμού. Για την χρήση τους απαιτείται πάντοτε η σύγκριση με ένα σημείο αναφοράς. Οι αριθμοδείκτες παρόλο που μας πληροφορούν για την πορεία ενός οικονομικού οργανισμού δεν μας παρέχουν πληροφορίες ούτε μας δίνουν απαντήσεις για τους λόγους που συνέβη ένα γεγονός αλλά ούτε μας δίνουν λύσεις για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουμε. Επομένως, οι αριθμοδείκτες μας δείχνουν την πορεία ενός οργανισμού και ο χρηματοοικονομικός αναλυτής είναι αυτός που θα χρησιμοποιήσει τα εργαλεία αυτά με στόχο, την μελλοντική πορεία ενός οργανισμού, ώστε να βελτιώσει την οικονομική θέση του.

Χρησιμότητα αριθμοδεικτών

Οι αναλυτές(εσωτερικοί ή εξωτερικοί) προκειμένου να αναλύσουν τις οικονομικές καταστάσεις όπως ο ισολογισμός, κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, κατάσταση ταμειακών ροών, κ.α. χρησιμοποιούν ως μέσα τους χρηματοοικονομικούς δείκτες ή αριθμοδείκτες. Με την χρήση αυτών μπορούν να καθορίσουν τις ανάγκες χρηματοδότησης της επιχείρησης καθώς επίσης και τις δυνατότητες διαπραγμάτευσης που έχει με τους εξωτερικούς της χρηματοδότες. Έτσι, μπορούμε να πληροφορηθούμε σε γενικές γραμμές για τη ρευστότητα, τη δραστηριότητα, την αποδοτικότητα και την βιωσιμότητα της επιχείρησης σε σχέση με τη διάρθρωση των κεφαλαίων της.

Το βασικό πλεονέκτημα των δεικτών, πέρα από την ευκολία υπολογισμού τους, είναι ότι επιτρέπουν συγκρίσεις ανεξάρτητα από το μέγεθος των επιμέρους επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για ανάλυση διαστρωματικών και διαχρονικών δεδομένων (Γκλεζάκος Μ., 2004).

Το γεγονός αυτό τους καθιστά εξαιρετικά χρήσιμους για μια σειρά εφαρμογών (μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο της ανάλυσης της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης και των προοπτικών της επιχείρησης), κυριότερες από τις οποίες είναι οι εξής:

- Εκτίμηση της βιωσιμότητας μιας μονάδας
- Εκτίμηση της αποτελεσματικότητας ενός επενδυτικού σχεδίου (ή γενικότερα, ενός προγράμματος δράσης).
- Πρόβλεψη χρεοκοπίας
- Εκτίμηση της αξίας μιας επιχείρησης

Επίσης είναι πολύ σημαντικοί γιατί βοηθούν τον αναλυτή να πραγματοποιήσει:

- **Διαχρονική ανάλυση (time-series analysis)**

Σύγκριση των χρηματοοικονομικών στοιχείων που παρουσίασε η ίδια η επιχείρηση στο παρελθόν, με τα αντίστοιχα που παρουσίασε η ίδια τα τελευταία έτη. Εξετάζεται εάν η χρηματοοικονομική κατάσταση ή απόδοση της επιχείρησης έχει βελτιωθεί ή έχει χειροτερεύσει με την πάροδο του χρόνου.

- **Διαστρωματική ανάλυση (comparative analysis or cross-sectional analysis)**

Σύγκριση των χρηματοοικονομικών στοιχείων της επιχείρησης με τα αντίστοιχα παρόμοιων επιχειρήσεων ή τη μέση τιμή του κλάδου στον οποίο ανήκει κατά τη διάρκεια του ίδιου χρονικού διαστήματος.

Οι αριθμοδείκτες ομαδοποιήθηκαν σε τρεις βασικές κατηγορίες, (α) σε αριθμοδείκτες αποδοτικότητας, (β) αριθμοδείκτες φερεγγυότητας και (γ) αριθμοδείκτες διαχείρισης.

3.3 Δείκτες Αποδοτικότητας

Οι αριθμοδείκτες της κατηγορίας αυτής παρουσιάζουν την αποδοτικότητα της επιχείρησης, τη δυναμικότητα των κερδών και την ικανότητα της διοίκησης της.

Η ικανότητα δημιουργίας κερδών ενδιαφέρει τους μετόχους, τους πιστωτές, τη διοίκηση και γενικά τους εργαζόμενους σε μια επιχείρηση. Οι μέτοχοι ενδιαφέρονται να γνωρίζουν την αποδοτικότητα μιας επιχείρησης είτε για να επιλέξουν τις μετοχές της ως επένδυση είτε για να αποφασίσουν εάν θα τις διατηρήσουν στο χαρτοφυλάκιο τους, καθώς αυξήσεις της αποδοτικότητας μιας επιχείρησης σχετίζονται με αυξήσεις του πλούτου των μετόχων. Οι διάφοροι πιστωτές ενδιαφέρονται να γνωρίζουν την ικανότητα μιας επιχείρησης αν εξυπηρετεί τις υποχρεώσεις της προκειμένου να βοηθηθούν στις αποφάσεις χορήγησης πιστώσεων. Η διοίκηση μιας επιχείρησης συνήθως αμείβεται με βάση τις επιτεύξεις της. Την καλύτερη ένδειξη για τις επιτεύξεις της παρέχουν κατά κόρον οι αριθμοδείκτες αποδοτικότητας. Η διοίκηση επίσης θέτει στόχους για την επιλογή επενδυτικών προγραμμάτων, οι οποίοι συνήθως εκφράζονται με τη μορφή αναμενόμενης αποδοτικότητας των επενδύσεων, ο δε έλεγχος επίτευξης αυτών των στόχων εξετάζει αποκλίσεις από επιθυμητούς βαθμούς αποδοτικότητας. Γενικά, μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί αριθμοδείκτες αποδοτικότητας στις φάσεις προγραμματισμού των διαφόρων επενδύσεων, ελέγχου και αμοιβής των υπεύθυνων στελεχών. Όλες όμως οι κατηγορίες των εργαζομένων θα πρέπει να επιζητούν αυξήσεις των αμοιβών τους ανάλογες με την αύξηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης όπου εργάζονται.

Συχνά η έννοια της αποδοτικότητας ταυτίζεται με την έννοια της αποτελεσματικότητας της διοίκησης μιας επιχείρησης. Την καλύτερη βέβαια ένδειξη για την αποτελεσματικότητα της διοίκησης παρέχει η μακροχρόνια αποδοτικότητα της επιχείρησης, και ιδιαίτερα όταν υπολογίζεται για έναν ολόκληρο οικονομικό κύκλο. Οι δείκτες αποδοτικότητας είναι οι δείκτες αυτοί που συνδέονται με την ικανότητα της επιχείρησης στο να κάνει πωλήσεις και επομένως να δημιουργεί κέρδη. Η κατηγορία αυτή χωρίζεται σε τρεις βασικές υποκατηγορίες: στο περιθώριο κέρδους, στην απόδοση επενδύσεων, και στην ανακύκλωση του κεφαλαίου.

3.3.1. Δείκτες Περιθωρίου Κέρδους

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται το μικτό περιθώριο κέρδους και το καθαρό περιθώριο κέρδους. (Ζοπουνίδης Κ., 2003).

3.3.1.1 Μικτό περιθώριο κέρδους

Η διαφορά μεταξύ των πωληθέντων αγαθών και του κόστους πωλήσεων καλείται μικτό κέρδος επί των πωλήσεων ή μικτό περιθώριο επί των πωλήσεων. Ο δείκτης αυτός δείχνει την λειτουργική αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης, καθώς και την πολιτική των τιμών που ακολουθεί. Όσο υψηλότερες τιμές λαμβάνει ο αριθμοδείκτης αυτός τόσο το καλύτερο, διότι θα πρέπει η επιχείρηση να πραγματοποιεί ένα ικανοποιητικό ύψος μικτού κέρδους, γιατί μόνο έτσι θα μπορεί να καλύψει τα λειτουργικά και άλλα έξοδα και να παρέχει ένα ικανοποιητικό καθαρό εισόδημα σε σχέση με τις καθαρές πωλήσεις και την καθαρή θέση. Ο αριθμοδείκτης αυτός, αποτελεί ένδειξη της αποτελεσματικότητας των λειτουργιών της επιχείρησης και υπολογίζεται εάν διαιρεθεί το μικτό κέρδος με τις πωλήσεις, δηλαδή υπολογίζεται με βάση την ακόλουθη σχέση :

$$\text{Μικτό Περιθώριο Κέρδους} = \frac{\text{Πωλήσεις} - \text{Κόστος Πωλήσεων}}{\text{Πωλήσεις}}$$

και δείχνει το ποσοστό του μικτού περιθωρίου που υπολείπεται μετά την αφαίρεση του κόστους των πωληθέντων αγαθών. Οι μεταβολές των πωλήσεων προς τα πάνω κατά κανόνα επηρεάζουν ευνοϊκά το μικτό αποτέλεσμα, αφού βελτιώνουν τη διαφορά μεταξύ πωλήσεων και κόστους πωληθέντων. Προς όφελος της επιχείρησης είναι να πουλάει ταχυσκίνητα προϊόντα με σχετικά χαμηλό μικτό κέρδος αντί για αργοκίνητα προϊόντα με σχετικά υψηλό μικτό κέρδος. Ο ιδανικός συνδυασμός είναι η πώληση ταχυσκίνητων προϊόντων με μεγάλο περιθώριο μικτού κέρδους. Εξάλλου, το κόστος πωληθέντων, που στο μεγαλύτερο του μέρος αποτελείται από μεταβλητά (σχεδόν αναλογικά) στοιχεία, ακολουθεί τις μεταβολές αυτές, όχι όμως πλήρως αναλογικά, γιατί εμπεριέχει και σταθερά (μη μεταβλητά) στοιχεία. Το σταθερό μέρος του κόστους πωληθέντων, είναι εκείνο που επηρεάζει ευνοϊκά το λόγο **Κόστος Πωλήσεων / Πωλήσεις** με κάθε αύξηση των πωλήσεων, αφού τα σταθερά στοιχεία του κόστους κατανέμονται σε περισσότερες μονάδες πωλήσεων και προκαλούν έτσι μείωση του κατά πωλούμενη μονάδα κόστους.

3.3.1.2 Καθαρό Περιθώριο Κέρδους

Υπολογίζεται με βάση τη σχέση:

$$\text{Καθαρό Περιθώριο Κέρδους} = \frac{\text{Κέρδη μετα φόρων}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Όπως διαφαίνεται πιο πάνω, οι αριθμοδείκτες περιθωρίου κέρδους δεν είναι παρά η έκφραση του κέρδους σαν ποσοστό του κύκλου εργασιών. Ο αριθμοδείκτης του καθαρού περιθωρίου ή καθαρού κέρδους είναι το ποσοστό του καθαρού κέρδους που πετυχαίνει η επιχείρηση στη διάρκεια της χρήσης από τις πραγματοποιούμενες πωλήσεις.

Πολλαπλασιαζόμενος ο δείκτης αυτός επί τοις 100, δίνει το ποσοστό των κερδών που μένει στην επιχείρηση μετά την αφαίρεση από τις καθαρές πωλήσεις, το κόστος των πωληθέντων και των υπολοίπων εξόδων. Ο αριθμοδείκτης περιθωρίου μικτού κέρδους είναι σημαντικός, διότι επηρεάζει τη διαμόρφωση του συγκεκριμένου αριθμοδείκτη. Η μελέτη του πρέπει να αρχίζει πάντοτε από την εξέταση των πωλήσεων και στη συνέχεια του κόστους πωληθέντων, δύο παραγόντων που καθορίζουν το μικτό αποτέλεσμα. Μεγαλύτερες τιμές του δείκτη αυτού σημαίνει επικερδή επιχείρηση.

3.3.1.3. Δείκτης περιθωρίου Κ.Π.Φ.Τ.

Ο αριθμοδείκτης είναι το ποσοστό του καθαρού κέρδους προ φόρων και τόκων που πετυχαίνει η επιχείρηση στη διάρκεια της χρήσης από τις πραγματοποιούμενες πωλήσεις. Πολλαπλασιαζόμενος ο δείκτης αυτός επί τοις 100, δίνει το ποσοστό των κερδών που μένουν στην επιχείρηση. Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Κ. Π. Φ. Τ.}}{\text{Πωλήσεις}}$$

3.3.2 Απόδοση των επενδύσεων

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται η χρηματοοικονομική αποδοτικότητα και η βιομηχανική αποδοτικότητα.

3.3.2.1 Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα:

Είναι η σύγκριση των κερδών προς, τα από την επιχείρηση δεσμευμένα Ίδια Κεφάλαια για τον καθορισμό του ετήσιου ποσοστού κέρδους. Δείχνει σε ποσοστά το μέγεθος της γονιμότητας του Ίδιου Κεφαλαίου. Είναι δηλαδή το επιτόκιο του ετήσιου τοκισμού του κεφαλαίου και όσο μεγαλύτερος είναι από το δείκτη της προηγούμενης χρονιάς τόσο μεγαλύτερη ευημερία υπάρχει στην εταιρία. Σε περίπτωση μείωσης, παρατηρείται πτώση της αποδοτικότητας της εταιρίας. Υπολογίζεται βάση της σχέσης:

Καθαρά Κέρδη μετά φόρων
Ίδια Κεφάλαια

και απεικονίζει την αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων της οικονομικής μονάδας. Σύμφωνα με διεθνές νόρμες τιμές του αριθμοδείκτη αυτού μεγαλύτερες από εικοσιπέντε τοις εκατό είναι ικανοποιητικές, μεταξύ μηδέν και εικοσιπέντε τοις εκατό είναι μέτριες και μικρότερες του μηδενός μη ικανοποιητικές. (Σιαφάκας Χρηματιστός, 1991).

3.3.2.2 Βιομηχανική αποδοτικότητα

Η βιομηχανική αποδοτικότητα ή αλλιώς ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού υπολογίζεται με τον εξής λόγο:

$$\frac{Κ.Π.Φ.Τ.}{Σύνολο Ενεργητικού}$$

Εκφράζει την αποδοτικότητα ως προς τα κέρδη προ φόρων και τόκων. Είναι ο αριθμοδείκτης που μετρά την απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, καθώς και των επί μέρους τμημάτων αυτού. Στο σύνολο των περιουσιακών στοιχείων δεν περιλαμβάνονται οι συμμετοχές όπως και άλλες παρόμοιες επενδύσεις, δηλαδή αυτές που δεν συντελούν στη δημιουργία κερδών. Λόγω των υπάρχοντων αποσβέσεων και του πληθωρισμού πολλές φορές χρησιμοποιείται ως σύνολο ενεργητικού η μέση τιμή του, που είναι το ενεργητικό αρχής συν το ενεργητικό τέλους διαιρούμενο δια δύο. Έτσι υπολογίζεται το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων που πράγματι απασχολήθηκε στην διάρκεια της χρήσης. Σύμφωνα με διεθνές νόρμες τιμές του αριθμοδείκτη αυτού μεγαλύτερες από είκοσι τοις εκατό είναι ικανοποιητικές μεταξύ πέντε και είκοσι τοις εκατό είναι μέτριες και μικρότερες του πέντε τοις εκατό μη ικανοποιητικές.

3.3.2.3. Δείκτης Απόδοσης Παγίων:

Είναι ο αριθμοδείκτης που μετρά την απόδοση των παγίων περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης σε σχέση με τα κέρδη προ φόρων και τόκων. Υψηλές τιμές του συγκεκριμένου δείκτη δείχνουν ότι η επιχείρηση βασίζει τα κέρδη της στην αποδοτικότητα των παγίων περιουσιακών στοιχείων της.

Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{Κ.Π.Φ.Τ.}{Πάγιο Ενεργητικό}$$

Το συμπέρασμα μας από όσα ελέγχθησαν μέχρι τώρα για τους αριθμοδείκτες αποδοτικότητας και περιθωρίου κέρδους, ότι η αποδοτικότητα είναι συνάρτηση των ακόλουθων παραγόντων και είναι τόσο μεγαλύτερη:

- Όσο μεγαλύτερο είναι το κέρδος.
- Όσο μεγαλύτερο είναι το κεφάλαιο.
- Όσο μεγαλύτερο είναι το περιθώριο κέρδους.
- Όσο μεγαλύτερη είναι η ταχύτητα κυκλοφορίας του κεφαλαίου.

3.4 Ανακύκλωση Κεφαλαίου

Οι αριθμοδείκτες της κατηγορίας αυτής παρουσιάζουν το βαθμό χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων σε σχέση με τις πωλήσεις. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν ο δείκτης Κυκλοφορίας Ενεργητικού, ο δείκτης κυκλοφορίας Ιδίων Κεφαλαίων και ο δείκτης Κυκλοφορίας Υποχρεώσεων.

3.4.1 Δείκτης Κυκλοφορίας Ενεργητικού:

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει τη σχέση του κύκλου εργασιών και του κυκλοφορούντος ενεργητικού μαζί με τα πάγια στοιχεία και κατ' επέκταση την αποτελεσματικότητα της επιχειρήσεως να χρησιμοποιεί μικρή ή μεγάλη αξία του συνολικού ενεργητικού για να επιτυγχάνει ορισμένο όγκο πωλήσεων. Επιπλέον, παρέχει πληροφορίες και για την αποτελεσματική διαχείριση των διαφόρων στοιχείων του ενεργητικού από τη διοίκηση μιας επιχείρησης. Η αξιοπιστία του αριθμοδείκτη είναι μεγαλύτερη, όταν συσχετίζεται με αντίστοιχους αριθμοδείκτες προηγούμενων χρήσεων και άλλων ομοειδών επιχειρήσεων. Τέλος, είναι απαραίτητο να λαμβάνεται υπόψη η περίπτωση αλλοιώσεως του κύκλου εργασιών ένεκα αυξήσεως των τιμών, ενώ η αξία των παγίων παραμένει αμετάβλητη.

Υπολογίζεται ως εξής:

$$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

3.4.2 Δείκτης κυκλοφορίας Ιδίων Κεφαλαίων

Δίνει την ταχύτητα ανακυκλώσεως (περιστροφής) του ίδιου κεφαλαίου ή τον αριθμό των χρησιμοποιήσεων του μέσα σε μια διαχειριστική περίοδο. Υπό κανονικές συνθήκες, όσο μεγαλύτερος τόσο καλύτερος είναι, γιατί αυτό σημαίνει πιο εντατική εκμετάλλευση του κεφαλαίου. Παρουσιάζει παρόλα ταύτα μεγαλύτερη αξιοπιστία, όταν συσχετίζεται με τους άλλους αριθμοδείκτες αποδοτικότητας της ίδιας επιχειρήσεως και με αντίστοιχους αριθμοδείκτες άλλων επιχειρήσεων του κλάδου. (Αβραμίδης Α., 2008).

Υπολογίζεται βάση της σχέσης:

$$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

3.4.3 Δείκτης Κυκλοφορίας Υποχρεώσεων

Εκφράζεται από τη σχέση:

$$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο των Υποχρεώσεων}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει πόσες χρηματικές μονάδες του κύκλου εργασιών αντιστοιχούν σε κάθε μονάδα των υποχρεώσεων (βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες) καθώς επίσης και την ένταση εκμεταλλεύσεώς τους. Για πιο αξιόπιστα συμπεράσματα, ο αναλυτής πρέπει να λαμβάνει υπόψη την περίπτωση αύξησης του κύκλου εργασιών ένεκα αύξησης των τιμών, ενώ ο αριθμός των πωλούμενων μονάδων παραμένει σταθερός ή μειώνεται.

3.5 Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακής Ρευστότητας ή Δείκτης Γενικής Ρευστότητας:

Υπολογίζεται με τη διαίρεση των κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις δηλαδή με βάση την παρακάτω σχέση:

$$\frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Τα κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία και οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις είναι τα δύο συστατικά στοιχεία του υπολογισμού του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, αφού όπως σημειώθηκε το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι η διαφορά αυτών των δύο ομάδων στοιχείων. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίον μερικές φορές ο δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας αποκαλείται και αριθμοδείκτης κεφαλαίου κίνησης. Σχετικά με τις τιμές με τις οποίες μπορεί να πάρει θα πρέπει να σημειώσουμε τα ακόλουθα: τιμές μεγαλύτερες από δύο είναι πολύ καλή και σημαίνουν ότι τα κυκλοφοριακά περιουσιακά στοιχεία είναι μεγαλύτερα από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι μεγαλύτερο του μηδενός) και αποτελούν ένδειξη ύπαρξης ρευστότητας από μέρους της επιχείρησης, μεταξύ ενάμιση και δύο είναι καλή, μεταξύ ενάμιση και ένα είναι μέτρια και τέλος, τιμές μικρότερες από τη μονάδα είναι μη ικανοποιητική αφού σημαίνουν ότι τα κυκλοφοριακά περιουσιακά στοιχεία είναι μικρότερα από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι μικρότερο του μηδενός) και αποτελούν ένδειξη της μη ύπαρξης ρευστότητας από μέρους της επιχείρησης.

Ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας είναι, κατά γενική ομολογία, το πιο πλατιά διαδεδομένο μέτρο της ρευστότητας και της βραχυχρόνιας χρηματοοικονομικής ευρωστίας της επιχείρησης. Οι βασικοί λόγοι που έχουν οδηγήσει στην πλατιά χρησιμοποίηση του αριθμοδείκτη αυτού ως μέτρου της ρευστότητας της επιχείρησης είναι οι ακόλουθοι:

1. Ο αριθμοδείκτης αυτός μετράει το βαθμό στον οποίο τα κυκλοφοριακά περιουσιακά στοιχεία καλύπτουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Όσο μεγαλύτερο είναι το ύψος των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων σε σχέση με τις τρέχουσες υποχρεώσεις τόσο μεγαλύτερη είναι η εγγύηση ότι αυτές οι υποχρεώσεις θα μπορέσουν να ικανοποιηθούν από τα υπάρχοντα περιουσιακά στοιχεία. Γενικά μπορεί να ειπωθεί ότι μια υψηλή τιμή του αριθμοδείκτη αυτού συνεπάγεται μικρότερο κίνδυνο για τα άτομα που έχουν επενδύσει χρηματικά ποσά στην επιχείρηση.

2. Το πλεόνασμα των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων πάνω από τις τρέχουσες υποχρεώσεις παρέχει ένα περιθώριο ασφάλειας ή με άλλα λόγια ένα «στρώμα» προστασίας έναντι ζημιών που είναι δυνατό να πραγματοποιηθούν στην περίπτωση εκποίησης ή ρευστοποίησης κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων εκτός από τα μετρητά. Όσο πιο ουσιαστικό είναι αυτό το περιθώριο προστασίας τόσο ασφαλέστερη είναι η ικανοποίηση των πιστωτών, αφού τόσο πιο ευνοϊκή θα είναι η θέση της επιχείρησης σχετικά με την ικανότητα της:

- να ικανοποιήσει τα τρέχοντα χρέη της, τις επιβαρύνσεις τόκων μονιμότερου χαρακτήρα, την καταβολή των μερισμάτων και
- να απορροφήσει λειτουργικές ζημίες, μειώσεις στην αξία αντικατάστασης των αποθεμάτων, υπερβολική δέσμευση κεφαλαίων στις μη εισπρακτέες απαιτήσεις.

3. Ο αριθμοδείκτης αυτός μετράει το απόθεμα (περίσσειμα) των ρευστών κεφαλαίων πάνω από τις τρέχουσες υποχρεώσεις. Το απόθεμα αυτό είναι διαθέσιμο ως ένα περιθώριο ασφάλειας έναντι της αβεβαιότητας και των τυχαίων διαταραχών, στις οποίες υπόκεινται οι ροές των κεφαλαίων της επιχείρησης. Τυχαιές διαταραχές, όπως απεργίες, έκτακτες ζημίες και άλλα αβέβαια γεγονότα μπορούν προσωρινά και απροσδόκητα να μειώσουν και ακόμα να σταματήσουν την εισροή κεφαλαίων στην επιχείρηση.

Παρά το γεγονός αυτό προτού υπεισέλθουμε στη χρησιμοποίηση του θα πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι ο αριθμοδείκτης αυτός παρουσιάζει σοβαρές θεωρητικές, καθώς επίσης και πρακτικές αδυναμίες και περιορισμούς. Πρέπει να σημειωθεί ότι μετράει την ικανότητα των παρόντων κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων να εξοφλήσουν τις υπάρχουσες τρέχουσες υποχρεώσεις και θεωρεί το πλεόνασμα, εάν φυσικά υπάρχει, ως ένα απόθεμα ρευστών διαθέσιμο για την ικανοποίηση τυχόν διαταραχών στη ροή των κεφαλαίων και άλλων απρόοπτων γεγονότων.

3.5.1 Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας

Ο αριθμοδείκτης αυτός που μετράει την άμεση ρευστότητα συμπληρώνει τον αριθμοδείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας. Για τον υπολογισμό του αριθμοδείκτη αυτού θα πρέπει τα κυκλοφοριακά περιουσιακά στοιχεία να ομαδοποιηθούν σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τα μετρητά και τα περιουσιακά στοιχεία που είναι ισοδύναμα με τα μετρητά. Τα περιουσιακά στοιχεία που είναι ισοδύναμα με τα μετρητά ή διαφορετικά τα σχετικά ρευστοποιήσιμα περιουσιακά στοιχεία είναι οι καταθέσεις, τα εμπορεύσιμα χρεόγραφα (που θεωρούνται προσωρινή επένδυση) και οι απαιτήσεις. Με άλλα λόγια, η ομάδα αυτή περιλαμβάνει τα στοιχεία που στην ελληνική πραγματικότητα εμφανίζονται στους ισολογισμούς στην ομάδα λογαριασμών με τίτλο: Απαιτήσεις και Διαθέσιμα. Τα στοιχεία της κατηγορίας αυτής είτε είναι άμεσα διαθέσιμα είτε μπορούν να γίνουν διαθέσιμα σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα για την εξόφληση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων. Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα περιουσιακά στοιχεία με τη μικρότερη ρευστότητα, όπως τα αποθέματα και τα αποπληρωθέντα έξοδα που κανονικά απαιτούν κάποιο χρονικό διάστημα για να μετατραπούν σε μετρητά. Στην ελληνική πραγματικότητα, τα αποθέματα στον ισολογισμό ταυτίζονται με το κυκλοφοριακό ενεργητικό, ενώ τα αποπληρωθέντα έξοδα συμπεριλαμβάνονται στην ομάδα λογαριασμών Απαιτήσεις και Διαθέσιμα. Τα περιουσιακά στοιχεία αυτής της κατηγορίας, ειδικότερα τα αποθέματα, εκτός του ότι παρουσιάζουν μεταξύ των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων τη μικρότερη ρευστότητα είναι συγχρόνως το

περιουσιακό στοιχείο από τη ρευστοποίηση του οποίου είναι πολύ πιθανό να προκύψουν ζημίες. Με βάση τα παραπάνω, προκύπτει η παρακάτω σχέση:

$$\frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό} - \text{Αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Σχετικά με τις τιμές τις οποίες μπορεί να πάρει ο αριθμοδείκτης θα πρέπει να σημειωθούν τα ακόλουθα: τιμές μεγαλύτερες από 1,2 είναι πολύ καλή, σημαίνουν ότι τα μετρητά και τα ισοδύναμα μετρητών (περιουσιακά στοιχεία αμέσου ρευστότητας) είναι μεγαλύτερα από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις και αποτελούν ένδειξη ύπαρξης ρευστότητας από μέρους της επιχείρησης, τιμές μεταξύ 1 και 1,2 είναι καλή, μεταξύ 0,8 και 1 είναι μέτρια και έχουμε μια κατάσταση αδιαφορία από άποψη ρευστότητας αφού τα περιουσιακά στοιχεία αμέσου ρευστότητας καλύπτουν ακριβώς τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Τέλος, τιμές μεταξύ 0,5 και 0,8 είναι μη ικανοποιητική αποτελούν ένδειξη της μη ύπαρξης ρευστότητας από μέρους της επιχείρησης. Η τιμή του αριθμοδείκτη άμεσης ρευστότητας όταν είναι το λιγότερο ίση με τη μονάδα, κατά την άποψη αρκετών αναλυτών καταστάσεων, θα πρέπει να θεωρείται ως ένδειξη μιας αρκετά καλής τρέχουσας χρηματοοικονομικής κατάστασης..

3.5.2 Δείκτης Ταμειακής Ρευστότητας

Δίνεται από τη σχέση:

$$\frac{\text{Διαθέσιμα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός εμφανίζει την ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται αμέσως στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της με τα μετρητά του ταμείου της και τους λογαριασμούς καταθέσεων όψεως των τραπεζών. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης, τόσο καλύτερος είναι ο βαθμός ρευστότητας. Πρέπει όμως να αναφερθεί ότι πολύ μεγάλος βαθμός ρευστότητας, δεν σημαίνει πάντοτε σωστή οικονομική διαχείριση, ιδίως όταν η επιχείρηση είναι σε θέση να ανταπεξέρχεται στις υποχρεώσεις της με μικρότερο βαθμό ρευστότητας. Επομένως το άριστο ύψος του αριθμοδείκτη αυτού πρέπει να κυμαίνεται σε ένα σημείο, το οποίο θα επιτρέπει στην επιχείρηση να ανταποκρίνεται στα βραχύχρονα χρέη της με σχετική άνεση, χωρίς όμως ένα σημαντικό μέρος των διαθεσίμων της να συσσωρεύεται στο ταμείο της και στις τράπεζες. Πρακτικά το επίπεδο του αριθμοδείκτη πρέπει να βρίσκεται πάντοτε κάτω από τη μονάδα.

3.5.3 Δείκτης Συνολικής Ικανότητας Δανεισμού

Υπολογίζεται βάση της σχέσης:

$$\frac{\text{Σύνολο Υποχρεώσεων}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$$

Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει το βαθμό κάλυψης των συνολικών υποχρεώσεων, βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες υποχρεώσεις, του οικονομικού οργανισμού από την συνολική περιουσία του.

Σύμφωνα με διεθνές νόρμες τιμές του αριθμοδείκτη αυτού μεγαλύτερες από 66,7% είναι ικανοποιητικές, μεταξύ 66,7% και 80% είναι μέτριες και άνω του 80% σημαίνει υπερχρέωσή του.

3.5.4 Δείκτης πίεσης Ξένου Κεφαλαίου

Υπολογίζεται βάση της σχέσης :

$$\frac{\text{Ξένα Κεφάλαια}}{\text{Συνολικά κεφάλαια}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός παρουσιάζει το ποσοστό συνεισφοράς των τρίτων στην συνολική περιουσία του οργανισμού. Όσο χαμηλότερες τιμές λαμβάνει ο δείκτης αυτός τόσο υψηλότερη ασφάλεια απολαμβάνουν οι πιστωτές. Ωστόσο, ιδιαίτερα χαμηλές τιμές δεν αποτελούν εχέγγυα σωστής διαχείρισης του οργανισμού ως προς τον τρόπο χρηματοδότησης του. Για το λόγο αυτό πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και άλλα χαρακτηριστικά όπως ο τομέας δραστηριοποίησης του οργανισμού. Ένας σχετικά χαμηλός δείκτης υποχρεώσεων προς συνολικά κεφάλαια είναι ενδεικτικός της ικανότητας δανεισμού μιας επιχείρησης καθώς οι πιστωτές είναι συνήθως πρόθυμοι να χορηγήσουν πρόσθετες πιστώσεις μόνο όταν υπάρχει ένας σχετικά υψηλός βαθμός προστασίας τους από μια ενδεχόμενη χρεοκοπία.

3.6 Δείκτες Φερεγγυότητας

Εδώ ανήκουν κυρίως οι δείκτες δανειακής επιβάρυνσης. Η συνολική δανειακή επιβάρυνση (δηλαδή το σύνολο των υποχρεώσεων) επηρεάζει καθοριστικά τόσο την οικονομική αποδοτικότητα της επιχείρησης όσο και τη ρευστότητα. Η αποδοτικότητα επηρεάζεται λόγω της ανάγκης πληρωμής των τόκων. Αντίστοιχα, η ρευστότητα επηρεάζεται λόγω της εξόφλησης των δανείων. Έτσι, όσο μικρότερος είναι ο αριθμοδείκτης δανειακής επιβάρυνσης, τόσο ευνοϊκότερη είναι η θέση της επιχείρησης. Κανονικά, οι υποχρεώσεις δεν πρέπει να είναι μεγαλύτερες από το μισό του παθητικού. (Μπασέλ Υ., 1992).

Η διοίκηση της επιχείρησης, στην προσπάθεια της να διατηρήσει την παρούσα υγεία της χρηματοοικονομικής θέσης, καθώς επίσης και να πετύχει τη μελλοντική επιβίωση της επιχείρησης θα πρέπει να προσέξει ιδιαίτερα δύο σημαντικά χρηματοοικονομικά καθήκοντα της που αναφέρονται στη ρευστότητα και αποδοτικότητα των εργασιών της επιχείρησης. Οι έννοιες αυτές σχετίζονται, αυτό όμως δεν θα πρέπει σε καμιά περίπτωση να οδηγήσει στο να θεωρηθούν ταυτόσημες. (Παπαδόπουλος Δ., 1986).

Μακροχρόνια η ρευστότητα εξαρτάται από τη μακροχρόνια αποδοτικότητα. Εάν μακροχρόνια η επιχείρηση δεν πραγματοποιεί κέρδη, τότε είναι σίγουρο ότι δεν θα υπάρχει στη διάθεση της κανένας τρόπος άντλησης κεφαλαίων για να εξοφλήσει τα χρέη της.

Βραχυχρόνια όμως η ρευστότητα και αποδοτικότητα αποτελούν προβλήματα ανεξάρτητα μεταξύ τους. Κατ' αυτό τον τρόπο θα μπορούσε να ειπωθεί ότι αποτελούν ανταγωνιστικούς στόχους για τη διοίκηση της επιχείρησης. Από τα δύο αυτά προβλήματα προτεραιότητα επίλυσης βραχυχρόνια έχει το πρόβλημα της ρευστότητας. Και αυτό γιατί μια επιχείρηση που

δεν πραγματοποιεί κέρδη βραχυχρόνια είναι δυνατό να διατηρεί ικανοποιητικό βαθμό ρευστότητας και έτσι να επιβιώσει στις δύσκολες καταστάσεις. Από την άλλη πλευρά όμως, επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κέρδη μπορούν να αντιμετωπίσουν πρόβλημα έλλειψης μετρητών με αποτέλεσμα να αναγκασθούν να αναστείλουν τις δραστηριότητες τους.

Η ρευστότητα είναι ζήτημα βαθμού. Μια έλλειψη ρευστότητας μπορεί να σημαίνει ότι η επιχείρηση δεν είναι σε θέση να επωφεληθεί από τις ευνοϊκές εκπτώσεις που προσφέρονται από τους προμηθευτές, καθώς επίσης ότι δεν είναι ικανή να επωφεληθεί από τις ευνοϊκές επιχειρηματικές ευκαιρίες καθώς παρουσιάζονται σε αυτήν. Στο στάδιο αυτό έλλειψη ρευστότητας συνεπάγεται έλλειψη ελευθερίας επιλογής, καθώς επίσης και περιορισμούς στην ελευθερία κινήσεων της διοίκησης της επιχείρησης. Μια πιο σοβαρή έλλειψη ρευστότητας σημαίνει ότι η επιχείρηση δεν είναι σε θέση να πληρώσει τα τρέχοντα χρέη της και τις υποχρεώσεις της. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μια αναγκαστική εκποίηση μη κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων και στην πιο σοβαρή μορφή σε χρεοκοπία και πτώχευση.

Σχετικά με τις επιμέρους ομάδες ατόμων που έχουν επενδύσει χρήματα στην επιχείρηση, αξίζει πρέπει να σημειωθεί ότι για τους μετόχους της επιχείρησης μια έλλειψη ρευστότητας μπορεί να σημαίνει μειωμένη αποδοτικότητα ή μπορεί να σημαίνει απώλεια ελέγχου και μερική ή ολική απώλεια του επενδυθέντος κεφαλαίου. Στην περίπτωση των φορέων της επιχείρησης που μετέχουν απεριόριστα σε όλες τις υποχρεώσεις της επιχείρησης, η ζημία τους μπορεί να επεκταθεί και πέρα από το αρχικό κεφάλαιο που επένδυσαν στην επιχείρηση. Για τους πιστωτές, η έλλειψη ρευστότητας μπορεί να σημαίνει καθυστέρηση στην είσπραξη των τόκων και του κεφαλαίου που τους οφείλονται ή μπορεί να σημαίνει τη μερική ή ολική απώλεια των χρηματικών ποσών που τους οφείλονται. Οι πελάτες, καθώς επίσης και οι προμηθευτές των αγαθών και υπηρεσιών μιας επιχείρησης μπορούν επίσης να επηρεασθούν από μια βραχυχρόνια χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Τέτοιες επιδράσεις μπορούν να πάρουν τη μορφή της ανικανότητας της επιχείρησης να εκτελέσει τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις διάφορες συμβάσεις αγοραπωλησίας που έχει πραγματοποιήσει καθώς επίσης και της χειροτέρευσης των σχέσεων της με τους προμηθευτές.

Από τα προαναφερθέντα γίνεται πλέον φανερό γιατί έχουν προταθεί τόσα πολλά μέτρα ρευστότητας και γιατί η μέτρηση της ρευστότητας καταλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος της ανάλυσης αριθμοδεικτών και γενικότερα βέβαια της ανάλυσης χρηματοοικονομικών καταστάσεων.

3.6.1 Δείκτης Μακροπρόθεσμης Ικανότητας Δανεισμού

Ο δείκτης αυτός δείχνει τι ποσοστό των Ίδιων Κεφαλαίων αποτελούν τα μακροχρόνια ξένα κεφάλαια και είναι ενδεικτικός του βαθμού προστασίας των μακροχρόνιων πιστωτών με τα ίδια κεφάλαια. (Γκίκας Δ., 2002). Η εξέταση της διαχρονικής συμπεριφοράς του αριθμοδείκτη των ιδίων κεφαλαίων προς τα μακροχρόνια ξένα και τα ίδια κεφάλαια ή του αριθμοδείκτη μακροπρόθεσμης ικανότητας δανεισμού, όπως συχνά αναφέρεται στη βιβλιογραφία, επιτρέπει στον αναλυτή να παρατηρήσει τι είδους ξένα κεφάλαια, μακροχρόνια ή βραχυχρόνια, επιλέγει η διοίκηση μιας επιχείρησης προκειμένου να χρηματοδοτεί τις δραστηριότητες της και ποιες είναι οι προσδοκίες της διοίκησης για το μελλοντικό κόστος των ξένων κεφαλαίων. Μεγάλες τιμές του δείκτη δείχνουν αξιοπιστία προς το μακροπρόθεσμο δανεισμό. Εάν, για παράδειγμα, μία επιχείρηση αναμένει διαχρονική μείωση των επιτοκίων δανεισμού, τότε θα προτιμήσει να δανειστεί βραχυχρόνια και θα μειώσει τις μακροχρόνιες υποχρεώσεις της με την προοπτική να δανειστεί μακροχρόνια, όταν τα επιτόκια έχουν αγγίξει το χαμηλότερο σημείο.

Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις} + \text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

3.6.2 Δείκτης Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων προς Ενεργητικό

Δείχνει το ποσοστό από το συνολικό ενεργητικό που χρησιμοποιείται για την τακτοποίηση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων. Υψηλές τιμές του δείκτη οδηγούν στο συμπέρασμα ότι μεγάλο ποσό του ενεργητικού σπαταλάτε για την πληρωμή βραχυχρόνιων δανείων. Σε περίπτωση χαμηλής τιμής του οι επιχειρήσεις τείνουν προς το μακροπρόθεσμο δανεισμό. Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

3.7 Δείκτες Επίδοσης Διαχείρισης

3.7.1 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Ρευστοποίησης Απαιτήσεων

Ο δείκτης Ρευστοποίησης Απαιτήσεων δείχνει το χρόνο που διαρκεί η ρευστοποίηση των απαιτήσεων σε μέρες και ορίζεται από την σχέση:

$$\text{Μέση περίοδος είσπραξης των απαιτήσεων} = \frac{365 \cdot \text{Απαιτήσεις}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Απαιτήσεις = Απαιτήσεις πελατών + Γραμμάτια και Επιταγές Εισπρακτέες + Χρεώστες Διάφοροι

Ο αριθμοδείκτης παρουσιάζει κατά μέσο όρο το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί από τη στιγμή που θα δημιουργηθεί μια απαίτηση από τον οικονομικό οργανισμό σε τρίτο πρόσωπο και την ημερομηνία είσπραξης της. Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει στην ουσία την πιστωτική πολιτική του οργανισμού προς τους πελάτες του. Όσο μικρότερη τιμή παίρνει ο δείκτης αυτός τόσο καλύτερο για τον οργανισμό.

3.7.2 Μέση Περίοδος Εξόφλησης Πληρωτέων Λογαριασμών

Εκφράζεται από τη σχέση:

$$\frac{365 * \text{Προμηθευτές}}{\text{Πωλήσεις}}$$

όπου οι προμηθευτές είναι σύμφωνα με το Ε.Γ.Λ.Σ.:

Προμηθευτές + Γραμμάτια Πληρωτέα + Επιταγές + Πιστωτές Διάφοροι

Κατά τη μελέτη της ρευστότητας συσχετίζονται και οι δείκτες ταχύτητας ρευστοποιήσεως απαιτήσεων και μέσης περιόδου εξόφλησης πληρωτέων λογαριασμών, δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις για να διευκολυνθούν στις πληρωμές τους, επιδιώκουν ώστε ο χρόνος εισπράξεως των απαιτήσεων να είναι μικρότερος εκείνου της πληρωμής των υποχρεώσεων. Όταν συμβαίνει το αντίθετο, δηλαδή οι πληρωμές γίνονται πιο γρήγορα από τις εισπράξεις, συνήθως ο δείκτης γενικής ρευστότητας είναι σχετικά υψηλός και δείχνει άνεση πληρωμών της επιχειρήσεως. Πολλαπλασιάζοντας επί 365 τον καθένα από τους δύο δείκτες λαμβάνεται ο χρόνος σε μέρες.

3.7.3 Δείκτης Βασικού Διαστήματος Βιωσιμότητας

Το Βασικό Διάστημα Βιωσιμότητας (ΒΔΒ) εκφράζεται από τη σχέση :

$$\frac{\text{Συννικικά Στοιχεία Εξασφάλισης Βιωσιμότητας}}{\text{Προβλεπόμενα Ημερήσια Έξοδα}/365 \text{ ημέρες}}$$

Ο δείκτης αυτός εκφράζει τον αριθμό ημερών που είναι σε θέση να λειτουργήσει η επιχείρηση βασιζόμενη στο ρευστοποιήσιμο ενεργητικό της (με εξαίρεση των αποθεμάτων).

Ο αριθμητής περιλαμβάνει τα Μετρητά, τα Εμπορεύσιμα Χρεόγραφα, τα Γραμμάτια Εισπρακτέα και τις Απαιτήσεις, ενώ ο παρονομαστής περιλαμβάνει το Κόστος Πωλήσεων, τα Έξοδα Λειτουργίας Έρευνας & Ανάπτυξης και τα Έξοδα Διοικητικής Λειτουργίας.

3.7.4 Δείκτης σημασίας λειτουργικών εξόδων ή δείκτης σημασίας γενικών και διοικητικών εξόδων

Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Λοιπά Λειτουργικά Έξοδα}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Η σχέση μεταξύ λειτουργικών εξόδων και πωλήσεων είναι μια σημαντική σχέση, η δε ανάλυση των επιμέρους στοιχείων των λειτουργικών εξόδων σε σχέση με τον όγκο πωλήσεων αντικατοπτρίζει την ικανότητα της διοίκησης της επιχείρησης να προσαρμόζει τα έξοδα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες πωλήσεων. Όσο μεγαλύτερη τιμή του δείκτη αυτού σημαίνει μεγαλύτερο βάρος για τον οικονομικό οργανισμό σε κάλυψη των εξόδων και επομένως συμπίεση των καθαρών κερδών χρήσης. Ένας αριθμός εξόδων στις πωλήσεις, είναι τα έξοδα διαφήμισης και προώθησης πωλήσεων, τα έξοδα αποστολής των προϊόντων, οι μισθοί και οι

προμήθειες των πωλητών και τα τηλεφωνικά έξοδα, συνήθως αυξάνονται ή μειώνονται εξαιτίας των μεταβολών στον όγκο πωλήσεων. Τα γενικά και τα διοικητικά έξοδα από την άλλη μεριά τείνουν να παραμένουν κατά προσέγγιση τα ίδια εκτός εάν οι πωλήσεις αυξάνονται ή μειώνονται κατά σημαντικό βαθμό ή εάν μεταβάλλεται το γενικό επίπεδο τιμών. Φυσικά θα πρέπει να αναμένεται οι λειτουργικές δαπάνες να διαφέρουν από την μια επιχείρηση στην άλλη ή από το ένα έτος στο άλλο για την ίδια επιχείρηση σύμφωνα με τις λειτουργικές μεθόδους, τις λειτουργίες και τις υπηρεσίες που εκτελούνται. Η σχέση μεταξύ λειτουργικών εξόδων προς πωλήσεις μπορεί να μελετηθεί καλύτερα εάν για κάθε στοιχείο των λειτουργικών εξόδων σχηματιστεί ένα ξεχωριστό αριθμοδείκτη που υπολογίζεται εάν διαιρεθεί το ύψος του συγκεκριμένου λειτουργικού εξόδου με το ύψος των πωλήσεων. Οι αριθμοδείκτες αυτοί δείχνουν το ποσοστό των καθαρών πωλήσεων που αναλώθηκε από τα διάφορα λειτουργικά έξοδα. Αυτοί οι αριθμοδείκτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την πραγματοποίηση συγκριτικής ανάλυσης μεταξύ παρόμοιων επιχειρήσεων ή της ίδιας επιχείρησης πάνω σε διαχρονική βάση.

$$\frac{\text{Γενικά και Διοικητικά Έξοδα}}{\text{Πωλήσεις}}$$

$$\frac{\text{Έξοδα Λειτουργίας}}{\text{Πωλήσεις}}$$

3.7.5 Δείκτης Σημασίας Χρηματοοικονομικών Εξόδων
Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Χρηματοοικονομικές έξοδα}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Δείχνει το ποσοστό που καταλαμβάνουν οι χρεωστικοί τόκοι και τα συναφή έξοδα έναντι των πωλήσεων. Όσο μικρότερος είναι ο δείκτης αυτός τόσο καλύτερα είναι για την επιχείρηση.

3.7.6 Δείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια

Ο δείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια λέει ότι όσο μικρότερη είναι η αναλογία των Ξένων προς τα Ίδια Κεφάλαια της εταιρίας, τόσο μικρότερη είναι η εξάρτησή της από τον εξωτερικό δανεισμό. Γενικά, όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης Ξένα/ Ίδια κεφάλαια τόσο μεγαλύτερος είναι και ο κίνδυνος για την εταιρία να κηρύξει πτώχευση.

Ο υπολογισμός του δείκτη γίνεται ως εξής :

$$\frac{\text{Σύνολο Υποχρεώσεων}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

3.7.7 Δείκτης Παγιοποίησης της περιουσίας

Ο δείκτης παγιοποίησης περιουσίας λέει όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία των ξένων κεφαλαίων στο σύνολο των κεφαλαίων μιας επιχείρησης τόσο περισσότερο χρεωμένη εμφανίζεται αυτή και τόσο μεγαλύτερες είναι οι σταθερές επιβαρύνσεις και υποχρεώσεις της για την εξόφληση τους. Υπάρχει δηλαδή μεγάλη πίεση στην επιχείρηση για την πληρωμή τόκων και την επιστροφή των δανειακών κεφαλαίων, όταν αυτά καταστούν ληξιπρόθεσμα.

Εκφράζεται από τη σχέση :

$$\frac{\text{Πάγιο Ενεργητικό}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

Τα ίδια κεφάλαια, επειδή είναι μόνιμα, επενδύονται κατά κανόνα σε μακροχρόνιες επενδύσεις και εκτίθενται σε περισσότερους κινδύνους από ότι τα δανειακά. Σε περίπτωση που μια επιχείρηση δεν είναι σε θέση να εξοφλήσει τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τη χρησιμοποίηση των ξένων κεφαλαίων θα έχει σαν συνέπεια να υποστούν ζημιά τα ίδια κεφάλαια αυτής (Κριαράς Ν., 2009).

3.7.8 Δείκτης Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων προς Ενεργητικό

Δείχνει το ποσοστό από το συνολικό ενεργητικό που χρησιμοποιείται για την τακτοποίηση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων. Υψηλές τιμές του δείκτη οδηγούν στο συμπέρασμα ότι μεγάλο ποσό του ενεργητικού σπαταλάτε για την πληρωμή βραχυχρόνιων δανείων. Σε περίπτωση χαμηλής τιμής του οι επιχειρήσεις τείνουν προς το μακροπρόθεσμο δανεισμό.

Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

3.8 Δείκτες Δομής ενεργητικών με παθητικών στοιχείων

$$\text{Δείκτης Παγιοποίησης της περιουσίας} = \frac{\text{Πάγιο ενεργητικό}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$$

Ο παραπάνω αριθμοδείκτης περιγράφει την περιουσιακή δομή ενός οικονομικού οργανισμού. Η περιουσιακή δομή διαφέρει από κλάδο σε κλάδο. Ωστόσο και μέσα στον ίδιο κλάδο παρουσιάζονται διαφοροποιήσεις σύμφωνα με το επίπεδο τεχνολογικής και καινοτομικής διαφοροποίησης αυτών. Κατά βάση οι βιομηχανικές επιχειρήσεις παρουσιάζονται ως εντάσεως κυκλοφοριακής περιουσίας, ενώ οι μικτές επιχειρήσεις παρουσιάζουν μια ισοκατανομή κατά μέσο όρο μεταξύ των παγίων και των κυκλοφοριακών στοιχείων.

Για την παρουσίαση της διάρθρωσης της περιουσιακής δομής σε συνδυασμό των πηγών και χρήσεων των κεφαλαίων πιο αντιπροσωπευτικοί αριθμοδείκτες παρουσιάζονται οι εξής :

Υποχρεώσεις Κεφάλαιο Κίνησης

Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις Κεφάλαιο Κίνησης

Οι τιμές των αριθμοδεικτών αντικατοπτρίζουν το μέρος των διαρκών κεφαλαίων που προορίζεται για τη χρηματοδότηση του κύκλου εκμετάλλευσης της επιχείρησης.

Το Κεφάλαιο Κίνησης δείχνει το μέρος των διαρκών κεφαλαίων (Ίδια Κεφάλαια και Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις) σε σχέση με το καθαρό πάγιο ενεργητικό. Για τον υπολογισμό του κεφαλαίου κίνησης υπάρχουν δύο τρόποι :

$$\text{Κεφάλαιο Κίνησης} = \text{Ίδια Κεφάλαια} + \text{Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις} \\ - \text{Καθαρό Πάγιο Ενεργητικό}$$

$$\text{Κεφάλαιο Κίνησης} = \text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό} - \text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}$$

3.9 Αριθμοδείκτης Χρόνου Παραμονής Αποθεμάτων

Ο αριθμοδείκτης αυτός λέγεται και δείκτης αποθεμάτων με βάση τις πωλήσεις τους ή και μελλοντικός αριθμοδείκτης και απεικονίζει πόσων ημερών (αν πολλαπλασιαστεί με 365) πωλήσεις καλύπτουν τα υπάρχοντα αποθέματα αν δεν γίνει καμία αγορά ή σταματήσει η παραγωγή (Μπασέλ Υ., 1992). Ουσιαστικά δείχνει τη παραμονή των αποθεμάτων στην αποθήκη κατά τη διάρκεια μιας διαχειριστικής περιόδου. Επειδή τα αποθέματα αποτελούν την σπονδυλική στήλη του κεφαλαίου κίνησης των επιχειρήσεων, ενδιαφέρει άμεσα τη διοίκηση η δυνατότητα μετατροπής τους σε χρηματικά μέσα ώστε να διατηρείται πάντοτε ο επιθυμητός βαθμός ρευστότητας. Ο αναλυτής θα πρέπει να είναι επιφυλακτικός με τις πιθανές ερμηνείες που μπορούν να προκύψουν από τον αριθμοδείκτη.

Μικρός χρόνος παραμονής δε σημαίνει πάντοτε και ευχέρεια πωλήσεων, ούτε οικονομική απασχόληση των κεφαλαίων που είναι επενδυμένα στα αποθέματα. Ο μικρός χρόνος πιθανώς να οφείλεται σε διατήρηση πολύ χαμηλών αποθεμάτων ή ένεκα της εσφαλμένης αντίληψης, ότι τα μικρά αποθέματα συνεπάγονται οπωσδήποτε μικρότερο κόστος επενδυμένου κεφαλαίου. Οι νεότερες μέθοδοι διαχείρισης αποθεμάτων αποβλέπουν στον άριστο συνδυασμό δύο βασικών δαπανών, που συνεπάγονται τα αποθέματα, δηλαδή της δαπάνης του επενδυμένου κεφαλαίου και της δαπάνης αναπληρώσεως των αποθεμάτων ώστε η συνολική δαπάνη να είναι η ελάχιστη δυνατή. Για περισσότερα αξιόπιστα συμπεράσματα πρέπει να συνδυάζεται με άλλους αριθμοδείκτες ομοειδών επιχειρήσεων.

Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Αποθέματα}}{\text{Πωλήσεις}}$$

3.9.1 Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού

Εκφράζει το βαθμό χρησιμοποίησης του συνόλου των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Δείχνει εάν υπάρχει ή όχι υπερεπένδυση κεφαλαίων σε σχέση με το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιεί. Μια υψηλή τιμή του δείκτη σημαίνει ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία προκειμένου να πραγματοποιεί πωλήσεις. Αντίθετα, μια χαμηλή τιμή αποτελεί ένδειξη μη εντατικής χρησιμοποίησης αυτών, όποτε θα πρέπει ή να αυξήσει το βαθμό χρησιμοποίησης τους ή να ρευστοποιήσει μέρος αυτών. Υπολογίζεται ως εξής:

$$\frac{\text{Μικτό Κέρδος}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

3.10 Δείκτες Ποσοστιαίας Συνθέσεως Ενεργητικού

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι δείκτες που εκφράζονται με τις σχέσεις:

$$\frac{\text{Αποθέματα+Εισπρακτέοι Λογαριασμοί}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}, \quad \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}},$$
$$\frac{\text{Αποθέματα}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}, \quad \frac{\text{Διαθέσιμα}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

Δείχνουν το ποσοστό που καταλαμβάνουν τα αποθέματα μαζί με τους εισπρακτέους λογαριασμούς, το κυκλοφορούν ενεργητικό, τα αποθέματα μόνα τους και τέλος τα διαθέσιμα σε σχέση με το σύνολο του ενεργητικού αντίστοιχα. Η σύνθεση του ενεργητικού παρουσιάζει ενδιαφέρον γιατί δείχνει σε γενικές γραμμές το μέτρο ρευστότητας της περιουσίας. Επιπλέον, ξεχωρίζει κατά κάποιο τρόπο την εμπορική από τη βιομηχανική επιχείρηση, αφού όπως είναι γνωστό, η πρώτη κατά κανόνα δεν χρησιμοποιεί μεγάλη αναλογία παγίων σε αντίθεση με τη δεύτερη. Ορισμένοι κλάδοι όπως οι εμπορικές επιχειρήσεις, η βιομηχανία ηλεκτρικών συσκευών και η κλωστοϋφαντουργία απασχολούν σημαντικό ποσοστό κυκλοφορούντων. Οι εμπορικές επιχειρήσεις, όπως είναι φυσικό, απασχολούν μεγάλα αποθέματα εμπορευμάτων για μεταπώληση, ενώ η βιομηχανία ηλεκτρικών συσκευών και η κλωστοϋφαντουργία απασχολούν σημαντικά αποθέματα πρώτων υλών και μισοτελειωμένων προϊόντων στα διάφορα στάδια παραγωγής και ακόμη χαρακτηρίζονται περισσότερο σαν βιομηχανίες εντάσεως εργασίας, παρά εγκαταστάσεων. Ο χαρακτηρισμός όμως αυτός μπορεί να μεταβληθεί στο μέλλον λόγω προόδου της τεχνολογίας (για παράδειγμα αυτοματισμοί στην παραγωγή). Η διάρθρωση του ενεργητικού ενδιαφέρει κυρίως από την άποψη του βαθμού ρευστότητας των περιουσιακών στοιχείων, αφού όπως είναι γνωστό, ορισμένα από αυτά

ρευστοποιούνται σχετικά εύκολα (εμπορεύματα, πρώτες ύλες, απαιτήσεις και άλλα). Η σημασία του βαθμού ρευστότητας των στοιχείων του ενεργητικού έγκειται στο ότι σε περιόδους υφέσεως επηρεάζει την ικανότητα της επιχειρήσεως να περιορίζει ανάλογα με τις ανάγκες της την αξία των κυκλοφορούντων και να εξοικονομεί με αυτόν τον τρόπο κεφάλαια, που αλλιώς δεν θα απέδιδαν τίποτα.

Όμως η χρησιμότητα των αριθμοδεικτών συνθέσεως των στοιχείων του ενεργητικού φαίνεται, όταν παρακολουθείται η εξέλιξη τους στη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου. Τότε η μεταβολή προς το χειρότερο ορισμένων από αυτούς, μπορεί να κρούει τον κώδωνα του κινδύνου για επερχόμενες δυσμενείς εξελίξεις, ώστε να ληφθούν τα κατάλληλα προληπτικά μέτρα. Όταν μάλιστα η παρακολούθηση αυτή των αποθεμάτων γίνεται σε συνδυασμό με την συσχέτιση τους προς αντίστοιχους αριθμοδείκτες άλλων ομοειδών επιχειρήσεων, που θεωρούνται επιτυχημένες, η χρησιμότητα τους είναι ακόμη μεγαλύτερη.

3.11 Αριθμοδείκτης Προσωπικού

Ο δείκτης αυτός ανήκει σε μια ευρεία κατηγορία αριθμοδεικτών στους αριθμοδείκτες παραγωγικότητας. Εκφράζεται με τη σχέση:

$$\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Εργαζόμενοι}}$$

και δείχνει την παραγωγικότητα των πωλητών ή εργαζομένων ή καλύτερα τις πωλήσεις ανά εργαζόμενο. Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι σημαντικά αποτελεσματικός όταν γίνονται συγκρίσεις επιχειρήσεων που ανήκουν στους ίδιους τομείς και δίνει σαφή εικόνα της παραγωγικότητας των εργαζομένων. Πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχουν πολλοί παράγοντες που δυσχεραίνουν τις συγκρίσεις αυτές όπως η φυσική ικανότητα των πωλητών να πείθουν το πελάτη, διαφορές στις τοποθεσίες καταστημάτων και άλλα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4. Ανάλυση σημαντικών Δεικτών ανά έτος

4.1 Μεθοδολογική Προσέγγιση της Χρηματοοικονομικής Στρατηγικής των Μεταποιητικών ΜΜΕ

Η εκτίμηση της χρηματοοικονομικής κατάστασης των ΜΜΕ ενδιαφέρει πολλούς φορείς. Η πολιτεία, οι τράπεζες, οι ασφαλιστικές εταιρίες, οι προμηθευτές, οι εξαγοράστριες εταιρίες, οι επενδυτές και τα ακαδημαϊκά ιδρύματα είναι οι σημαντικότεροι από τους φορείς που έχουν άμεσο ενδιαφέρον για τη χρηματοοικονομική κατάσταση των ΜΜΕ. Βασική επιδίωξη όλων αυτών είναι να μπορούν να προσδιορίσουν την οικονομικά εύρωστη επιχείρηση ή να ορίσουν ένα σύνολο επιχειρήσεων που θα μπορούσε να αποτελέσει επιχειρήσεις στόχους για πιθανή συνεργασία. Σε κάποιες περιπτώσεις και το σύνολο των αδύνατων ή προβληματικών επιχειρήσεων θα ήταν δυνατό να αποτελέσει το αντικείμενο του ενδιαφέροντος. Μια τέτοια περίπτωση θα ήταν το ενδιαφέρον της πολιτείας ή των τοπικών επιμελητηρίων να εντοπίσουν και στη συνέχεια να βοηθήσουν τις ΜΜΕ οι οποίες παρουσιάζουν προβλήματα βιωσιμότητας.

Στην περίπτωση της ταξινόμησης των ΜΜΕ δεν υπάρχουν εκ των προτέρων προκαθορισμένες ομάδες. Επίσης, στην παρούσα εργασία έγινε η υπόθεση ότι δεν υπήρχε η δυνατότητα ταξινόμησης των επιχειρήσεων από ειδικό. Ελήφθησαν δηλαδή υπόψη συνθήκες που επικρατούν σε πολλούς δημόσιους οργανισμούς σήμερα, αλλά και σε ιδιωτικές επιχειρήσεις, όπου ο χρόνος του ανώτερου εξειδικευμένου στελέχους είναι πολύτιμος και θα πρέπει να χρησιμοποιείται στη λήψη αποφάσεων και όχι στην επεξεργασία στοιχείων.

Κατά την αξιολόγηση μιας επιχείρησης, ένα μέρος της ανάλυσης περιλαμβάνει σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου στον οποίο ανήκει η επιχείρηση (ο οποίος αντανακλά τις ιδιαιτερότητες της παραγωγής, κεφαλαιακής δομής, αποδοτικότητας, κ.λπ.) και όχι με ένα πρότυπο δυναμικής ή αδύνατης επιχείρησης γενικά. Η σύγκριση όμως της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς της επιχείρησης με το μέσο όρο των δυναμικών επιχειρήσεων του κλάδου ή των μετρίων ή αδύνατων, ανάλογα με το στόχο της ανάλυσης, θα βοηθούσε περισσότερο τον αποφασίζοντα.

4.2 Οι Επιχειρήσεις μου και η Στατιστική τους Ανάλυση

Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα εργασία είναι όσο το δυνατόν πιο αμερόληπτο και περιλαμβάνει 31 εταιρίες από όλες τις κατηγορίες του κλάδου. Είναι όλες μικρού και μεσαίου μεγέθους (δηλαδή με αριθμό προσωπικού 2-100 άτομα) και προέρχονται τόσο από την πρωτεύουσα όσο κι από την περιφέρεια της Κύπρου. Επιπλέον, επιλέχθηκαν εταιρίες που είχαν δηλωμένους ισολογισμούς για τα έτη όπου γίνεται η παρούσα ανάλυση.

Το δείγμα δεν περιλαμβάνει μεγάλες εταιρίες γιατί οι εταιρίες μεγαλύτερου μεγέθους έχουν τελείως διαφορετική χρηματοοικονομική συμπεριφορά. Το δείγμα περιλαμβάνει οικονομικά στοιχεία για τέσσερα συνεχόμενα έτη (2006-2009). Τα στοιχεία αυτά περιλαμβάνουν έναν συνοπτικό ισολογισμό και τα κύρια στοιχεία του πίνακα αποτελεσμάτων χρήσης.

Από αυτά υπολογίζονται αριθμοδείκτες οι οποίοι αποτελούν μέτρο της φερεγγυότητας, της αποδοτικότητας, της επίδοσης διαχείρισης και της ανάπτυξης των εταιριών.

Επειδή ορισμένοι δείκτες παρουσιάζουν υψηλή συσχέτιση μεταξύ τους κρίνεται σκόπιμο να παραλειφθούν κάποιοι από αυτούς αφού οι δείκτες με υψηλή συσχέτιση ουσιαστικά έχουν την ίδια σημασία. Με την Παραγοντική Ανάλυση επιλέχθηκαν οι πιο αντιπροσωπευτικοί αριθμοδείκτες.

4.3 Παραγοντική Ανάλυση (Factor Analysis)

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

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

Η παραγοντική ανάλυση έχει δεχθεί πολλές κριτικές όσον αφορά στο ότι στηρίζεται σε υποθέσεις που δεν είναι απαραίτητα ρεαλιστικές, δεν έχει μοναδική λύση, οι παράγοντες που προκύπτουν υπόκεινται σε πολλές ερμηνείες που συχνά είναι αντικρουόμενες, κ.α. Παρ' όλα αυτά όμως η παραγοντική ανάλυση αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο.

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

$$F_i = \sum_{j=1}^p w_{ij} Z_{ij} = w_{i1}Z_1 + w_{i2}Z_2 + \dots + w_{ip}Z_p$$

με $i = 1, 2, \dots, m$ και $j = 1, 2, \dots, p$

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

Η παραγοντική ανάλυση περιλαμβάνει τέσσερα στάδια:

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

Στην παρούσα μελέτη διενεργήθηκε παραγοντική ανάλυση από την οποία εξήχθησαν δεκατέσσερις δείκτες από τους τριάντα συνολικά που ερμηνεύονται αναλυτικά στο κεφάλαιο 3. Η εξαγωγή των παραγόντων έγινε σύμφωνα με το κριτήριο που προτάθηκε από τον Kaiser (1960) και αφορά τους παράγοντες που έχουν ιδιοτιμή (eigenvalue) μεγαλύτερη από τη μονάδα.

Οι επιλεγέντες δείκτες δίνουν επαρκή πληροφόρηση για την χρηματοοικονομική συμπεριφορά των επιχειρήσεων καθώς προέρχονται από τις πιο σημαντικές περιοχές της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο σκοπός της μελέτης είναι να αξιολογήσει τη χρηματοοικονομική επίδοση των επιχειρήσεων του δείγματος.

Οι δείκτες που επηλέχθηκαν από την Παραγοντική Ανάλυση φαίνονται στον πιο κάτω πίνακα :

Κωδικός	Ονομασία
X1	Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα
X2	Βιομηχανική αποδοτικότητα
X3	Μικτό περιθώριο κέρδους
X7	Δείκτης κυκλοφορίας υποχρεώσεων
X9	Δείκτης άμεσης ρευστότητας
X11	Δείκτης ξένων προς ίδια κεφάλαια
X13	Δείκτης σημασίας χρηματ/κών εξόδων
X14	Δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας
X15	Μακροπρόθεσμης ικανότητας δανεισμού
X16	Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις/ Σύνολο παθητικού
X18	Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις/ Κεφάλαιο κίνησης
X19	Πάγιο ενεργητικό/ Σύνολο ενεργητικού
X20	Βασικό διάστημα βιωσιμότητας
X21	Δείκτης σημασίας γενικών και διοικητικών εξόδων

Ακολούθως χρησιμοποιείται η μέθοδος PROMETHEE .

4.4 Θεωρητική παρουσίαση της μεθόδου PROMETHEE

Η μέθοδος PROMETHEE (Preference Ranking Organization METHod for Enrichment Evaluations) είναι μια πολυκριτήρια μέθοδος αξιολόγησης που προτάθηκε για πρώτη φορά από τους Brans, Vincke και Mareschal (1986), και η οποία βασίζεται στη θεωρία των σχέσεων υπεροχής (Roy, 1991). Χρησιμοποιώντας ειδικές συναρτήσεις προτίμησης, για κάθε κριτήριο αξιολόγησης επιτυγχάνει μια ιεράρχηση των εναλλακτικών λύσεων. Στην περίπτωση αυτή τα κριτήρια αξιολόγησης είναι οι 14 ανεξάρτητοι αριθμοδείκτες ενώ οι εναλλακτικές λύσεις είναι οι εταιρίες του δείγματος.

Οι βασικές αρχές που διέπουν τη μέθοδο PROMETHEE σε σχέση με άλλες μεθόδους της ίδιας κατηγορίας (μέθοδοι ELECTRE) είναι οι ακόλουθες τρεις:

- i) Επέκταση της έννοιας των κριτηρίων
- ii) Εκτιμώμενη σχέση υπεροχής
- iii) Εκμετάλλευση της σχέσης υπεροχής

Σε ότι αφορά την αρχή της επέκτασης της έννοιας των κριτηρίων προτείνονται στον αποφασίζοντα νέες συναρτήσεις κριτηρίων όπως κριτήριο τελείως αυστηρό, κριτήριο με γραμμική προτίμηση κ.α. Στη μέθοδο PROMETHEE η εκτιμώμενη σχέση υπεροχής είναι λιγότερο ευαίσθητη σε μικρές τροποποιήσεις και κατά συνέπεια είναι εύκολη η ερμηνεία της. Η εκμετάλλευση της σχέσης υπεροχής στη μέθοδο PROMETHEE πραγματοποιείται ειδικά όταν οι εναλλακτικές λύσεις πρέπει να ταξινομηθούν από την καλύτερη προς τη χειρότερη. Προτείνονται δύο μέθοδοι PROMETHEE, η μέθοδος PROMETHEE I η οποία πραγματοποιεί μια μερική ταξινόμηση των εναλλακτικών λύσεων και η μέθοδος PROMETHEE II η οποία πραγματοποιεί μία πλήρη ταξινόμηση των εναλλακτικών λύσεων.

Για την αξιολόγηση και ιεράρχηση των εταιρειών θα χρησιμοποιηθεί η μέθοδος PROMETHEE II.

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

Η μέθοδος περιλαμβάνει δύο φάσεις:

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

4.5 Ανάπτυξη της σχέσης υπεροχής

Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα των μεθόδων PROMETHEE (Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluations) αποτελεί η ενοποίηση όλων των σύγχρονων απόψεων μοντελοποίησης της προτίμησης με έναν απλό τρόπο.

Η μέθοδος PROMETHEE II επιτρέπει την πλήρη κατάταξη των εναλλακτικών δράσεων, μέσω της χρησιμοποίησης της καθαρής ροής (διαφορά μεταξύ των ροών εκροής και εισροής).

Συγκρίνει ανά δύο όλες τις προς κατάταξη εναλλακτικές δραστηριότητες με βάση τα διάφορα κριτήρια αξιολόγησης. Η σύγκριση αυτή βασίζεται στον υπολογισμό των διαφορών

$$d = f(\alpha) - f(\beta)$$

όπου $f(\alpha)$, $f(\beta)$, είναι οι εκτιμήσεις των δραστηριοτήτων στο κριτήριο f . Στην συνέχεια ορίζεται η συνάρτηση προτίμησης $P(\alpha, \beta)$, η οποία εκφράζει την ένταση της προτίμησης του αποφασίζοντα για την εναλλακτική α έναντι της β και παίρνει τιμές από 0 έως 1, ως εξής:

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

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

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

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

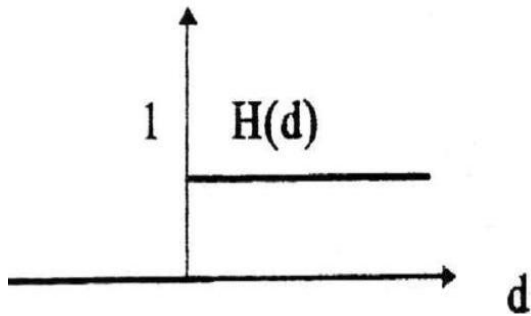
Για τον καθορισμό της μορφής της συνάρτησης προτίμησης, χρησιμοποιούνται έξι τύποι γενικών κριτηρίων

1. Το σύνηθες κριτήριο (usual criterion)

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

$$H(d) = \begin{cases} 0 & \text{αν } d = 0 \\ 1 & \text{αν } d \neq 0 \end{cases}$$

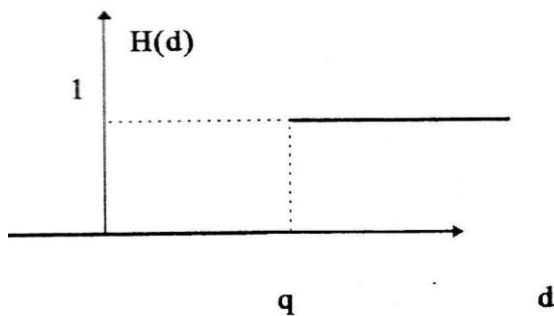
Η συνάρτηση $H(d)$ περιγράφεται στο γράφημα



2. Το σχεδόν κριτήριο (quasi criterion)

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

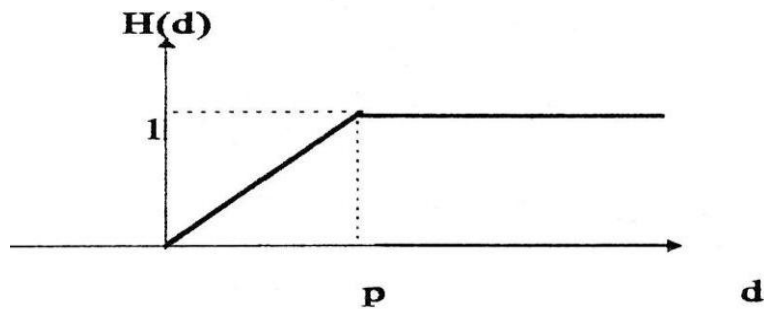
$$H(d) = \begin{cases} 0 & \text{αν } -q \leq d \leq q \\ 1 & \text{αν } d < -q \text{ ή } d > q \end{cases}$$



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

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

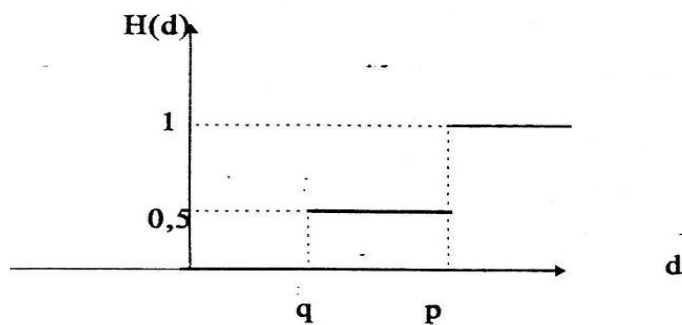
$$H(d) = \begin{cases} \frac{d}{p} & \text{αν } -p \leq d \leq p \\ 1 & \text{αν } d < -p \text{ ή } d > p \end{cases}$$



4. Κριτήριο επιπέδου (level criterion)

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

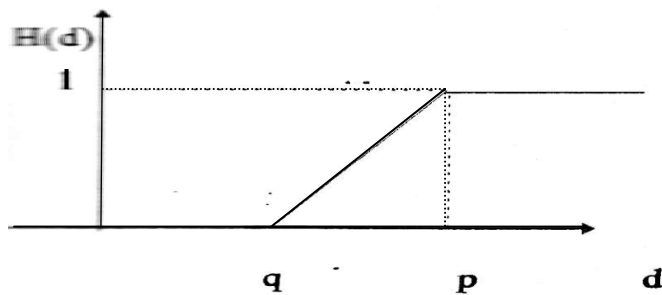
$$H(d) = \begin{cases} 0 & \text{αν } |d| \leq q \\ \frac{1}{2} & \text{αν } q < |d| \leq p \\ 1 & \text{αν } p < |d| \end{cases}$$



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 q και του ορίου προτίμησης p . Η συνάρτηση $H(d)$, σε αυτή την περίπτωση, ορίζεται ως εξής:

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

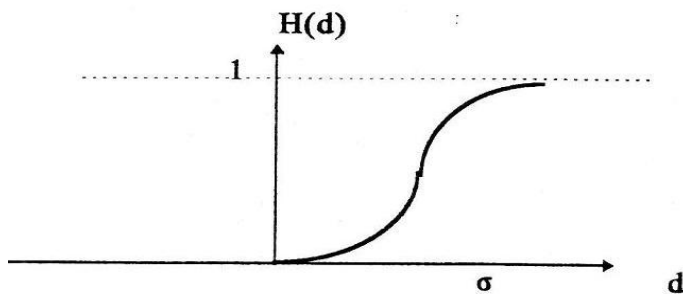


6. Κριτήριο του Gauss (Gaussian criterion)

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

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

Η παράμετρος σ καθορίζει το σημείο αλλαγής στην καμπή της συνάρτησης. Το κριτήριο Gauss παρατηρούμε ότι στη γραφική του απεικόνιση δεν παρουσιάζει ασυνέχειες και γενικότερα ανωμαλίες και το γεγονός αυτό μπορεί να εγγυηθεί τη σταθερότητα των αποτελεσμάτων καλύτερα από οποιοδήποτε άλλο κριτήριο.



Στη φάση αυτή της μεθόδου Promethee, μετά τον καθορισμό της συνάρτησης $H(d)$ για κάθε κριτήριο και αφού γίνει ο καθορισμός των παραμέτρων (P_i, π_i) είναι δυνατός ο υπολογισμός του δείκτη προτίμησης για κάθε ζευγάρι εναλλακτικών δραστηριοτήτων, εξετάζοντας όλα τα κριτήρια εκτίμησης ταυτόχρονα:

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

όπου π_i είναι το βάρος κάθε κριτηρίου f_i ($i=1,\dots,k$), και $\Pi(a,b)$ αντιπροσωπεύει την ένταση προτίμησης του αποφασίζοντα για την εναλλακτική λύση a έναντι της b . Ο δείκτης παίρνει τιμές από το διάστημα 0 έως 1, και ισχύει:

- $\Pi(a,b) \approx 0$: Σημαίνει αδύνατη προτίμηση της εναλλακτικής δραστηριότητας a έναντι της b , για όλα τα κριτήρια,
- $\Pi(a,b) \approx 1$: Σημαίνει ισχυρή προτίμηση της εναλλακτικής λύσης a έναντι της λύσης b , για όλα τα κριτήρια.

Η ΚΑΤΑΤΑΞΗ PROMETHEE

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

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

$$\text{Ροή Εισόδου: } \varphi^-(a) = \sum_{b \in K} \Pi(b, a)$$

$$\text{Ροή Εξόδου: } \varphi^+(a) = \sum_{b \in K} \Pi(a, b), K = \text{σύνολο των εναλλακτικών λύσεων}$$

Η ροή εξόδου δείχνει την υπεροχή της εναλλακτικής δραστηριότητας a έναντι όλων των υπολοίπων εναλλακτικών δραστηριοτήτων, εξετάζοντας ταυτόχρονα όλα τα κριτήρια, ενώ η ροή εισόδου δείχνει την υπεροχή όλων των υπολοίπων εναλλακτικών δραστηριοτήτων έναντι της δραστηριότητας a . Αφαιρώντας τη ροή εισόδου από τη ροή εξόδου, υπολογίζεται η καθαρή ροή,

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

η οποία αποτελεί ένα συνολικό μέγεθος αξιολόγησης της εναλλακτικής α έναντι όλων των υπολοίπων εξεταζόμενων εναλλακτικών.

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

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

Οι σχέσεις υπεροχής που παρατηρούνται είναι ακόλουθες :

$$\begin{cases} \alpha P \beta & (\eta \alpha \text{ υπερέχει της } \beta) & \text{αν } \phi(\alpha) > \phi(\beta) \\ \alpha I \beta & (\alpha, \beta \text{ είναι αδιάφορες μεταξύ τους}) & \text{αν } \phi(\alpha) = \phi(\beta) \end{cases}$$

4.6 Κατάταξη των επιχειρήσεων

Η μέθοδος PROMETHEE II εφαρμόστηκε αρχικά σε όλο το δείγμα των επιχειρήσεων. Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες λειτουργούν ως μεταβλητές στις σχέσεις υπεροχής που δημιουργήθηκαν κατά την εφαρμογή της μεθόδου. Τα βήματα που έγιναν μέχρι την τελική κατάταξη των επιχειρήσεων αναλύονται στη συνέχεια:

- αρχικά στους χρηματοοικονομικούς δείκτες δίδονται τυχαίες τιμές ως βάρη σημαντικότητας για το σύνολο των επιχειρήσεων
- κάθε επιχείρηση στη συνέχεια συγκρίνεται με όλες τις υπόλοιπες σύμφωνα με το κριτήριο Gauss
- το προηγούμενο βήμα επαναλαμβάνεται 500 φορές
- υπολογίζεται ο μέσος όρος από τις παραπάνω 500 επαναλήψεις και προκύπτει η κατάταξη που έχει η επιχείρηση σε σχέση με όλες τις προηγούμενες για ένα έτος
- όλα τα παραπάνω υπολογίζονται για κάθε έτος χωριστά – κάθε επιχείρηση αξιολογείται 2.000 φορές σε σχέση με όλες τις υπόλοιπες για την περίοδο 2006-2009.

Ακολουθούν οι πίνακες που περιλαμβάνουν την τελική κατάταξη των επιχειρήσεων για την περίοδο 2006-2009. Η 1^η θέση είναι η καλύτερη ενώ η 31^η είναι η χειρότερη.

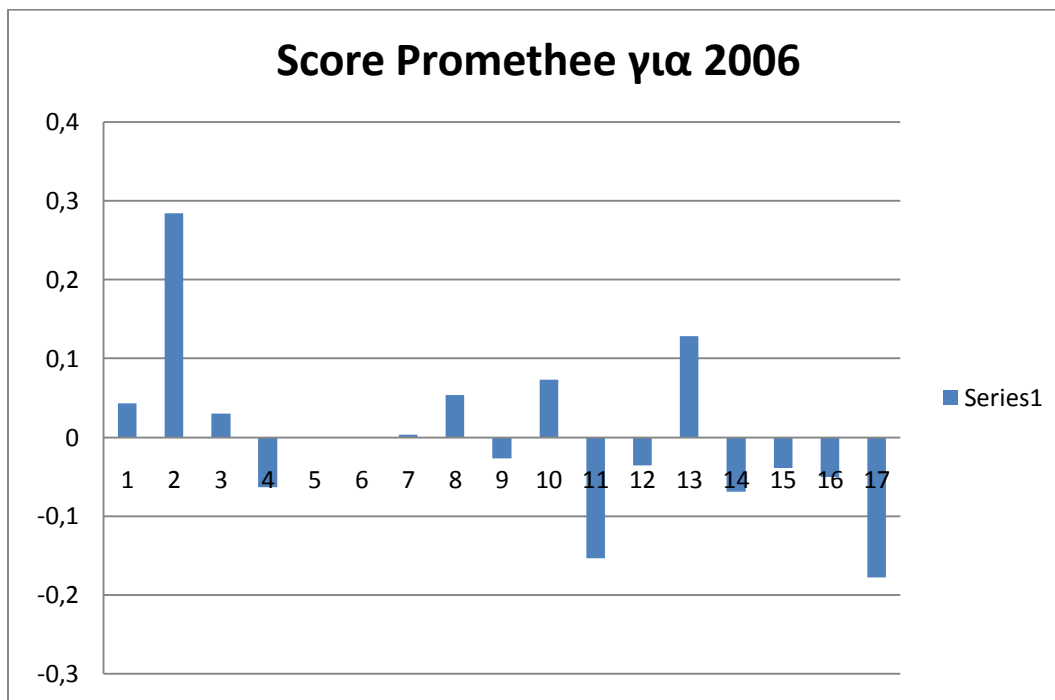
4.7 Αποτελέσματα της μεθόδου PROMETHEE

Ξεκινήσαμε τη διαδικασία ορίζοντας τους τύπους γενικών κριτηρίων για κάθε χρηματοοικονομικό κριτήριο αξιολόγησης, τις παραμέτρους, και τους συντελεστές βαρύτητας των κριτηρίων. Οι παράμετροι εκφράζουν ακριβώς το περιεχόμενο των χρηματοοικονομικών κριτηρίων στα οποία πρόκειται να προσαρμοστούν οι συναρτήσεις προτίμησης.

Η μέθοδος Promethee II με βάση τα αποτελέσματα της καθαρής ροής που προέκυψε, προβαίνει στην πλήρη ταξινόμηση των 31 εταιρειών που όπως φαίνεται πιο κάτω.

Για το έτος 2006 η κατάταξη των εταιρειών διαμορφώνεται ως εξής :

Επιχείρηση	Θέση	Score Promethee
1	5 ^η θέση	0,043311
2	1 ^η θέση	0,28404
3	6 ^η θέση	0,03028
4	12 ^η θέση	-0,06356
7	7 ^η θέση	0,00369
8	4 ^η θέση	0,05398
9	8 ^η θέση	-0,02667
10	3 ^η θέση	0,07345
11	14 ^η θέση	-0,15331
12	9 ^η θέση	-0,03582
13	2 ^η θέση	0,12874
14	13 ^η θέση	-0,06929
15	10 ^η θέση	-0,03868
16	11 ^η θέση	-0,05026
17	15 ^η θέση	-0,17774



Οι εταιρείες 2,13,10,8,1 κατέχουν τις πέντε πρώτες θέσεις με καλύτερη την εταιρεία 2 αφού ο μέσος όρος των καθαρών ροών είναι θετικός. Οι εταιρείες 3,7,9,12,10, καταλαμβάνουν τις μεσαίες θέσεις από την 6^η θέση μέχρι την 10^η θέση αφού η καθαρή ροή είναι κοντά στο μηδέν. Οι εταιρείες 16,4,14,11,17 καταλαμβάνουν τις τελευταίες θέσεις της ταξινόμησης αφού η καθαρή ροή παίρνει αρνητικές τιμές.

Για την καλή σταθερότητα των αποτελεσμάτων παρατηρούμε και τον πίνακα Κατανομής Κατάταξης (rank distribution) όπου μας δείχνει τις φορές που η κάθε εταιρεία κατέλαβε την κάθε θέση στο κάθε κριτήριο ξεχωριστά, και έτσι δικαιολογεί τις τελικές θέσεις που παίρνει η κάθε εταιρεία όπως φαίνεται στον προηγούμενο πίνακα.

Rank distribution (κατανομή κατάταξης)

Επιχείρηση	Θέση 1-5	Θέση 6-10	Θέση 11-15
1	53,80%	25,40%	20,80%
2	99,00%	1,00%	0,00%
3	46,80%	37,60%	15,60%
4	18,80%	30,60%	50,60%
7	28,80%	57,00%	25,20%
8	55,00%	34,40%	10,60%
9	15,00%	55,00%	30,00%
10	59,20%	35,40%	5,40%
11	0,20%	9,40%	90,40%
12	20,60%	49,00%	30,40%
13	70,00%	18,20%	6,60%
14	4,80%	39,00%	38,60%
15	18,60%	42,80%	38,60%
16	3,40%	50,60%	46,00%
17	0,80%	14,60%	84,60%

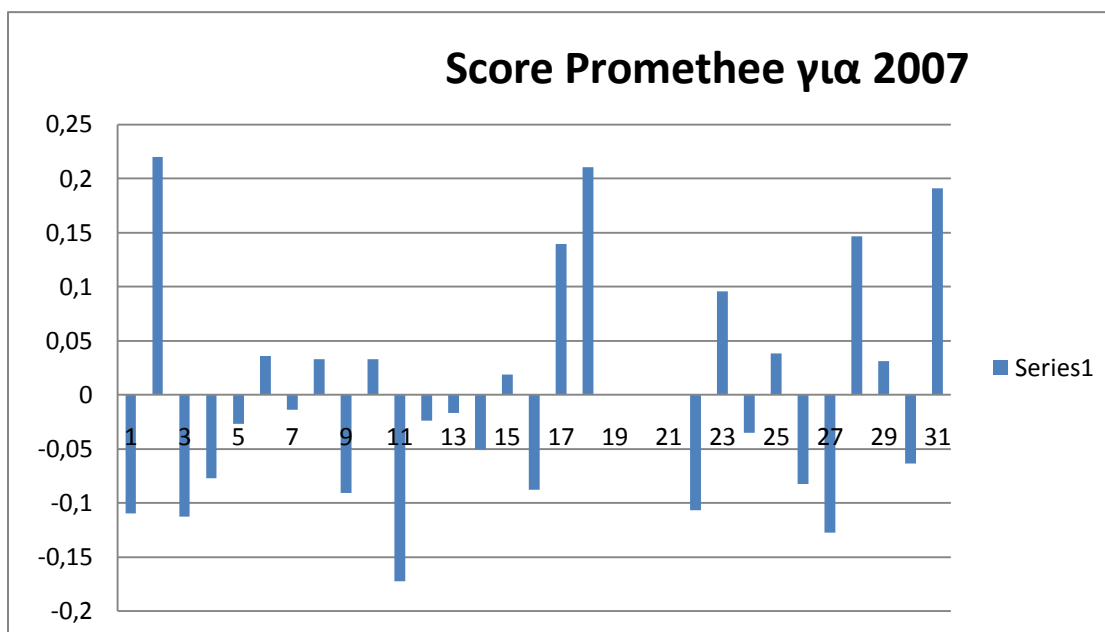
Κατανομή/κατάταξη κάθε εταιρείας

Ο πιο πάνω πίνακας δικαιολογεί την κατάταξη της κάθε εταιρείας. Η εταιρεία 1 σε ποσοστό 53% πήρε τις πέντε πρώτες θέσεις, με 25% παίρνει από την έκτη έως την δέκατη θέση και με ποσοστό 20% παίρνει τις τελευταίες θέσεις, έτσι δικαιολογημένα παίρνει την 5^η θέση στη συνολική της κατάταξη. Η εταιρεία 2 κατέλαβε με ποσοστό 99% τις πέντε πρώτες θέσεις για αυτό και καταλαμβάνει την πρώτη θέση. Η εταιρεία 11 με ποσοστό 0,20% κατέλαβε τις πέντε πρώτες θέσεις, με 9,40% κατέλαβε τις μεσαίες θέσεις και με ποσοστό 90,40% κατέλαβε τις πέντε τελευταίες θέσεις άρα δικαιολογημένα στη συνολική κατάταξη βρίσκεται στη τελευταία θέση.

Για το έτος 2007 η κατάταξη των εταιρειών προκύπτει όπως φαίνεται πιο κάτω:

Εταιρεία	Θέση	Score Promethee
1	25	-0,10933
2	1	0,22027
3	26	-0,11251
4	20	-0,07675
5	16	-0,02672
6	8	0,036155
7	13	-0,01359
8	10	0,033026
9	23	-0,09048
10	9	0,033312
11	28	-0,17228
12	15	-0,0235
13	14	-0,01657
14	18	-0,05031
15	12	0,018939
16	22	-0,08774
17	5	0,139465
18	2	0,210732
22	24	-0,10681
23	6	0,095891
24	17	-0,03529
25	7	0,038252

26	21	-0,08249
27	27	-0,12706
28	4	0,146805
29	11	0,031144
30	19	-0,06352
31	3	0,190953



Οι εταιρείες 2,18,31,28,17,23,25,6,10 κατέχουν τις εννέα πρώτες θέσεις με καλύτερη την εταιρεία 2 αφού παίρνει την μεγαλύτερη τιμή. Οι εταιρείες 8,29,15,7,13,12,5,24,14, καταλαμβάνουν τις μεσαίες θέσεις από την 10^η θέση μέχρι την 18^η θέση αφού η καθαρή ροή είναι κοντά στο μηδέν. Οι εταιρείες 19,4,26,16,9,22,1,3,27,11 καταλαμβάνουν τις τελευταίες θέσεις της ταξινόμησης αφού η καθαρή ροή παίρνει αρνητικές τιμές.

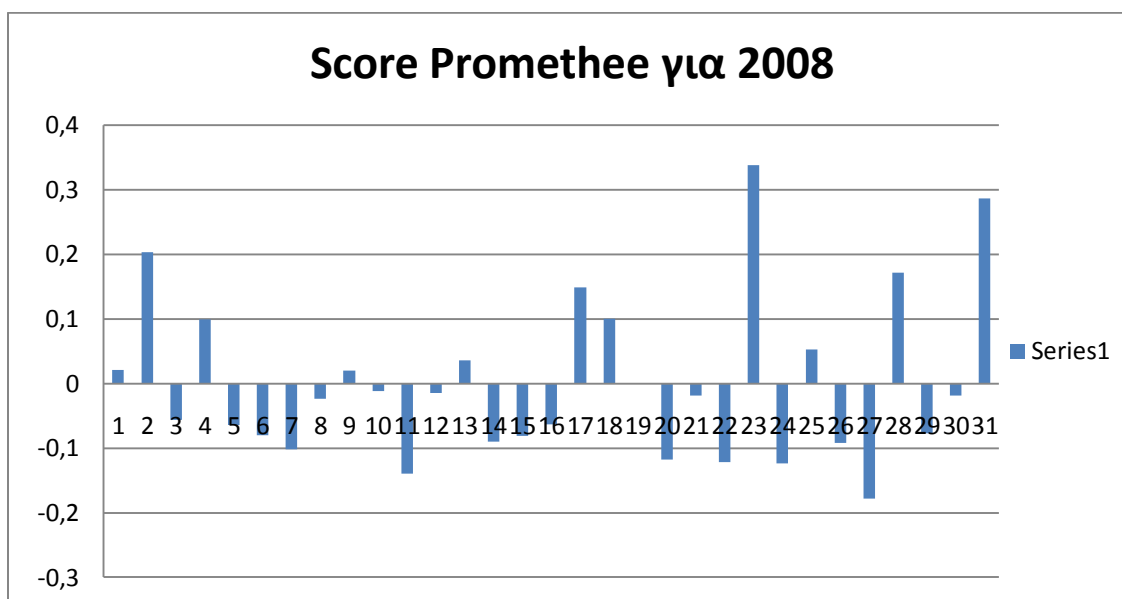
Εταιρεία	Θέση 1-9	Θέση 10-18	Θέση 19-28
1	6%	28%	66%
2	99%	1%	0%
3	21%	12%	67%
4	4%	22%	73%
5	0%	81%	19%
6	43%	54%	3%
7	3%	91%	6%
8	58%	40%	2%
9	12%	29%	59%
10	31%	69%	0%
11	0%	0%	100%
12	0%	81%	19%
13	40%	30%	30%
14	0%	52%	48%
15	21%	79%	0%
16	0%	1%	99%
17	92%	5%	3%
18	96%	4%	0%
22	0%	2%	98%
23	79%	14%	7%
24	11%	40%	49%
25	54%	46%	0%
26	1%	31%	68%
27	1%	3%	96%
28	89%	11%	0%
29	48%	33%	19%
30	0%	33%	66%
31	90%	7%	3%

Σύμφωνα με τον πίνακα Κατανομής Κατάταξης (rank distribution) που παρατηρούμε πιο πάνω φαίνεται ότι η εταιρεία 1 σε ποσοστό 6% πήρε τις πέντε πρώτες θέσεις, με 28% παίρνει από την έκτη έως την δέκατη θέση και με ποσοστό 66% παίρνει τις τελευταίες θέσεις, έτσι δικαιολογημένα παίρνει την 25^η θέση στη συνολική της κατάταξη, που είναι μια μέτρια θέση για την εταιρία. Η εταιρεία 2 κατέλαβε με ποσοστό 99% τις δέκα πρώτες θέσεις και με 1% παίρνει τις υπόλοιπες θέσεις επομένως δικαιολογημένα καταλαμβάνει την πρώτη θέση . Η εταιρεία 11 με ποσοστό 100% κατέλαβε τις δέκα τελευταίες θέσεις άρα δικαιολογημένα στη συνολική κατάταξη βρίσκεται στη τελευταία θέση.

Εταιρείες για το 2008 παρουσίασαν την πιο κάτω κατάταξη μετά την εφαρμογή της μεθόδου Promethee:

ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ	Score Promethee
1	10	0,020667
2	3	0,202787
3	17	-0,05617
4	7	0,098869
5	19	-0,06475
6	21	-0,08026
7	25	-0,10152
8	16	-0,02363
9	11	0,019775
10	12	-0,0118
11	29	-0,13957
12	13	-0,01509
13	9	0,036038
14	23	-0,0901
15	22	-0,08157
16	18	-0,06347
17	5	0,148411
18	6	0,10058
20	26	-0,11734
21	14	-0,01825
22	27	-0,12164

23	1	0,337916
24	28	-0,12339
25	8	0,052425
26	24	-0,09165
27	30	-0,17775
28	4	0,171102
29	20	-0,07755
30	15	-0,01903
31	2	0,285968



Οι εταιρείες 23,31,2,28,17,18,4,25,13,1 κατέχουν τις δέκα πρώτες θέσεις αφού ο μέσος όρος των καθαρών ροών είναι θετικός με καλύτερη την εταιρεία 23, όπως φαίνεται και στο σχήμα. Οι εταιρείες 9,10,12,21,30,8,3,16,5,29 καταλαμβάνουν τις μεσαίες θέσεις από την 11^η θέση μέχρι την 20^η θέση αφού η καθαρή ροή είναι κοντά στο μηδέν. Οι εταιρείες 6,15,14,26,7,20,22,24,11,27 καταλαμβάνουν τις τελευταίες θέσεις της ταξινόμησης αφού η καθαρή ροή παίρνει αρνητικές τιμές.

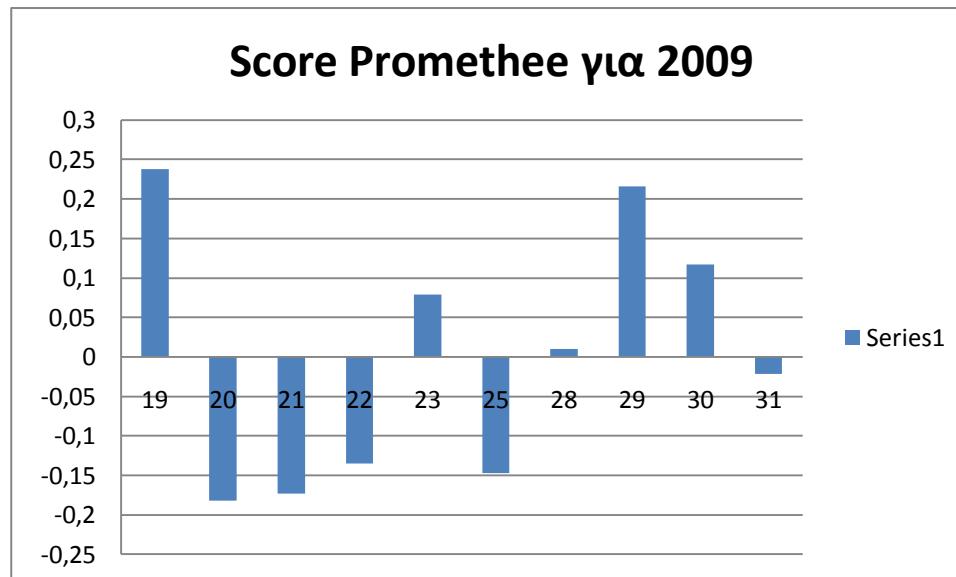
ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Θέση 1-10	Θέση 11-20	Θέση 21-30
1	48%	51%	1%
2	96%	4%	0%
3	15%	45%	40%
4	67%	31%	2%
5	22%	37%	41%
6	8%	40%	52%
7	0%	25%	75%
8	11%	74%	14%
9	57%	36%	7%
10	30%	41%	29%
11	0%	0%	100%
12	13%	66%	21%
13	71%	28%	1%
14	0%	38%	62%
15	0%	54%	45%
16	12%	67%	22%
17	89%	7%	4%
18	75%	16%	9%
20	0%	13%	87%
21	14%	82%	4%
22	0%	11%	89%
23	98%	2%	0%
24	0%	9%	91%
25	55%	45%	0%
26	3%	49%	49%
27	0%	3%	97%
28	97%	3%	0%
29	2%	56%	42%
30	16%	66%	18%
31	100%	0%	0%

Σύμφωνα με τον πίνακα Κατανομής Κατάταξης (rank distribution) που παρατηρούμε πιο πάνω φαίνεται ότι η εταιρεία 1 σε ποσοστό 48% πήρε τις δέκα πρώτες θέσεις, με 51% παίρνει από την εντέκατη έως την εικοστή θέση και με ποσοστό 1% παίρνει τις τελευταίες θέσεις, έτσι δικαιολογημένα παίρνει την 10^η θέση στη συνολική της κατάταξη, που είναι μια μέτρια θέση για την εταιρεία. Η εταιρεία 2 κατέλαβε με ποσοστό 96% τις δέκα πρώτες θέσεις, με 4% παίρνει τις επόμενες δέκα θέσεις και δεν παίρνει καθόλου τις τελευταίες θέσεις άρα δικαιολογημένα καταλαμβάνει την τρίτη θέση. Οι εταιρείες 23 και 31 καταλαμβάνουν την πρώτη και δεύτερη θέση αφού σχεδόν με ποσοστό 100% κατέλαβαν τις δέκα πρώτες θέσεις. Οι εταιρείες 11 και 27 δεν πήραν καμία φορά κάποια από τις πρώτες θέσεις αλλά με ποσοστό 100% κατέλαβαν τις

δέκα τελευταίες θέσεις άρα δικαιολογημένα στη συνολική κατάταξη βρίσκονται στις δύο τελευταίες θέσεις.

Για το έτος 2009 διαμορφώθηκε ο πιο κάτω πίνακας:

ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ	Score Promethee
19	1	0,2376
20	10	-0,1823
21	9	-0,1728
22	7	-0,1350
23	4	0,07913
25	8	-0,1470
28	5	0,00967
29	2	0,21561
30	3	0,11721
31	6	-0,0218



Οι εταιρείες 19,29,30 κατέχουν τις δύο πρώτες θέσεις με καλύτερη την εταιρεία 19 αφού ο μέσος όρος των καθαρών ροών είναι θετικός. Οι εταιρείες 23,28,31 καταλαμβάνουν τις μεσαίες

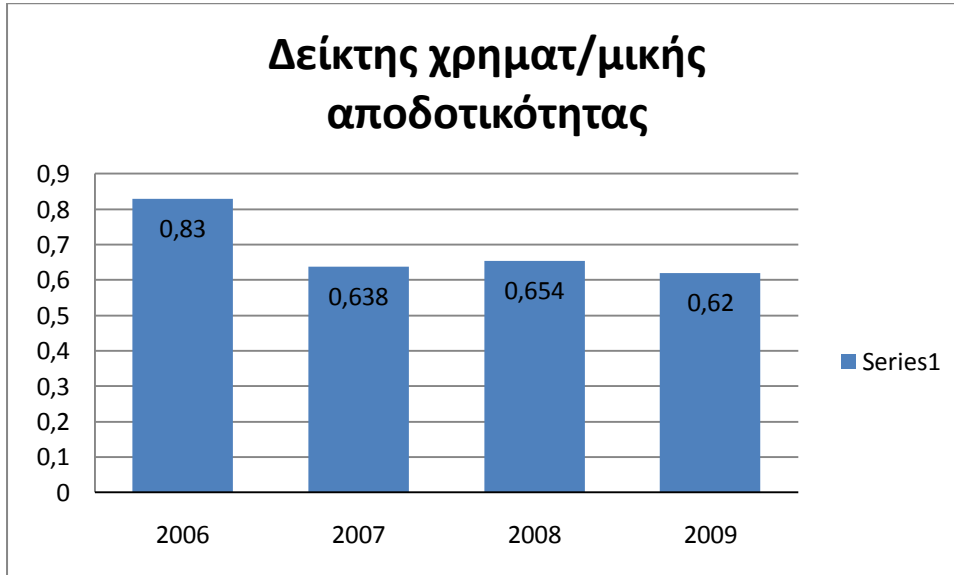
θέσεις από την 4^η θέση μέχρι την 6^η θέση αφού η καθαρή ροή είναι κοντά στο μηδέν. Οι εταιρείες 22,25,21,20 καταλαμβάνουν τις τελευταίες θέσεις της ταξινόμησης αφού η καθαρή ροή παίρνει αρνητικές τιμές.

ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Θέση 1-3	Θέση 4-6	Θέση 7-10
19	94%	6%	0%
20	0%	3%	97%
21	0%	2%	98%
22	1%	26%	72%
23	39%	59%	2%
25	2%	22%	76%
28	18%	59%	23%
29	82%	18%	0%
30	49%	51%	0%
31	15%	54%	31%

Σύμφωνα με τον πίνακα Κατανομής Κατάταξης (rank distribution) που παρατηρούμε πιο πάνω φαίνεται ότι η εταιρεία 19 σε ποσοστό 94% πήρε τις τρεις πρώτες θέσεις, με 6% παίρνει από την τέταρτη έως την έκτη θέση και με ποσοστό 0% παίρνει τις τελευταίες θέσεις, έτσι δικαιολογημένα παίρνει την 1^η θέση στη συνολική της κατάταξη. Οι εταιρίες 23,28,31 κατέλαβαν με μικρό ποσοστό τις δέκα πρώτες θέσεις, με 54% παίρνουν από την τέταρτη έως την έκτη θέση και με πιο μικρό ποσοστό τις τελευταίες θέσεις επομένως δικαιολογημένα καταλαμβάνουν την τέταρτη, πέμπτη και έκτη θέση στην τελική κατάταξη. Η εταιρεία 20,21 με ποσοστό 97% και 98% αντίστοιχα κατέλαβαν τις τέσσερις τελευταίες θέσεις άρα δικαιολογημένα στη συνολική κατάταξη βρίσκονται στις δύο τελευταίες θέσεις.

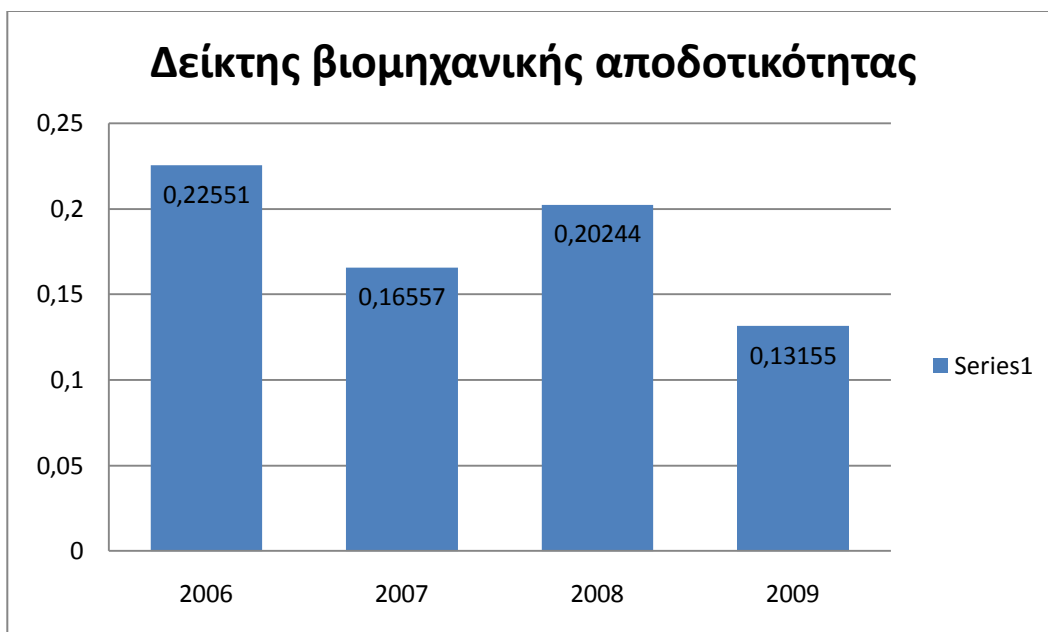
4.8 Σύγκριση δεικτών ανά έτος

Στη συνέχεια ακολουθεί μια στατιστική ανάλυση των δεικτών καταγράφοντας την συμπεριφορά τους κάθε έτος. Αυτό έγινε αφού έβγαλα το μέσο όρο ενός δείκτη για όλες τις επιχειρήσεις για κάθε χρονιά, και στη συνέχεια έφτιαξα γράφημα όπου περιλαμβάνει την τιμή του δείκτη σε όλα τα έτη. Με αυτό το τρόπο θα μπορέσει να βγει ένα γενικό συμπέρασμα για την πορεία των επιχειρήσεων στη διάρκεια του χρόνου που μελετήθηκε.



Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα = *Καθαρά Κέρδη μετά φόρων/Ίδια Κεφάλαια*

Όπως εξηγήσαμε και στο πιο πάνω κεφάλαιο η υψηλή τιμή του αριθμοδείκτη σημαίνει πως η επιχείρηση ευημερεί, κάτι που μπορεί να οφείλεται στην επιτυχημένη διοίκηση της, στις ευνοϊκές για αυτήν οικονομικές συνθήκες και στην εύστοχη χρησιμοποίηση των κεφαλαίων της. Χαμηλή τιμή, αντίστοιχα σημαίνει πως επιχείρηση δεν είναι αποτελεσματική εξαιτίας λανθασμένων επιλογών της διοίκησης, κ.α. Σύμφωνα με την γραφική βλέπουμε ότι ο δείκτης χρηματοοικονομικής αποδοτικότητας για τα τέσσερα έτη που μελετήθηκαν, παίρνει τιμές πάνω από το 0,25, επομένως οι εταιρείες γενικά βρίσκονται σε καλή οικονομικά θέση. Παρατηρούμε όμως ότι υπάρχει μία μείωση του δείκτη από το 2006 μέχρι το 2009 .



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

Ο δείκτης βιομηχανικής αποδοτικότητας μετράει τη γονιμότητα του συνολικού κεφαλαίου του οικονομικού οργανισμού, δηλαδή πόσο αποτελεσματικά χρησιμοποιούνται τα συνολικά κεφάλαια του. Όπως παρατηρούμε για το έτος 2006 παίρνει τιμή μεγαλύτερη από 0,2 και αυτό δείχνει ότι οι εταιρείες βρίσκονταν σε ικανοποιητικό σημείο, για τα επόμενα έτη 2007, 2008, 2009 υπάρχει μια πτώση της τιμής του δείκτη αφού βρίσκονται μεταξύ του 0,05 και 0,20 με αποτέλεσμα να βρίσκεται η βιομηχανική αποδοτικότητα σε όχι και τόσο ικανοποιητικό σημείο.



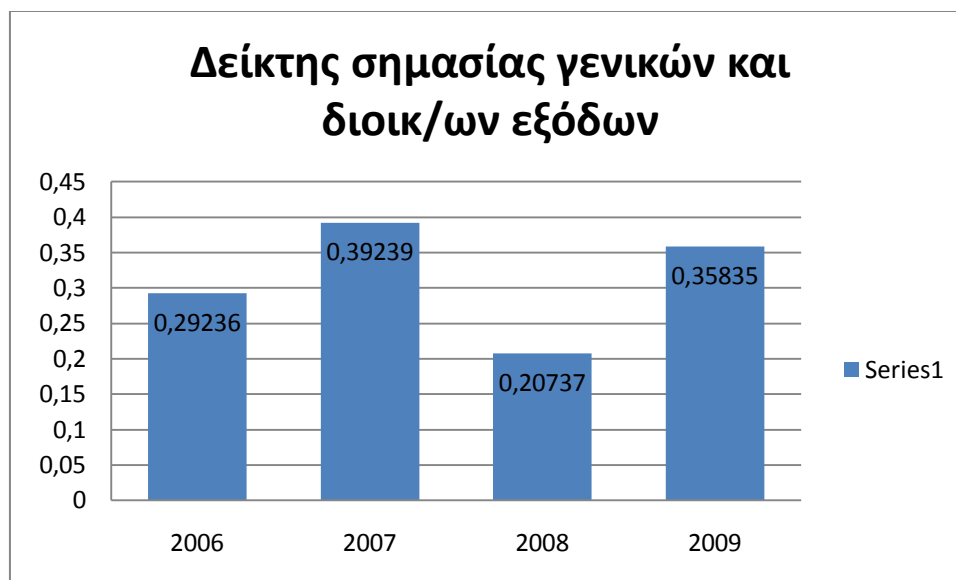
Δείκτης Γενικής Ρευστότητας = Κυκλοφορούν ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας δείχνει το μέτρο ρευστότητας της επιχείρησης, καθώς και το περιθώριο ασφάλειας που διατηρεί η διοίκηση της για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει μια ανεπιθύμητη εξέλιξη στη ροή των κεφαλαίων κίνησης. Παρατηρούμε από την γραφική μας ότι για το 2006 και 2008 κυμαίνεται ο δείκτης μεταξύ 1,5 και 2 άρα βρίσκεται σε καλή κατάσταση. Για τα έτη 2007 και 2009 βρίσκονται πάνω από το 2 άρα βρίσκονται σε πολύ καλή κατάσταση και γενικά δεν παίρνουν τιμές κάτω από το 1,5 που αυτό θα είχε ως συμπέρασμα την κακή θέση που θα βρίσκονταν οι εταιρείες σε θέματα ρευστότητας.



$$\text{Δείκτης μακροπρόθεσμης ικανότητας δανεισμού} = \frac{\text{Ιδια κεφάλαια}}{\text{Ίδια Κεφάλαια} + \text{Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός παρουσιάζει βαθμό κάλυψης των Ίδιων Κεφαλαίων, από την συνολική περιουσία του οργανισμού. Ο δείκτης αυτός σε τιμές κάτω από 0,6 είναι μια κακή τιμή. Σε τιμές μεταξύ 0,667 και 0,80 μεταφράζεται ως μέτρια ένδειξη του δείκτη. Όπως βλέπουμε για τα έτη 2007, 2008 και 2009 ο δείκτης παίρνει τις τιμές 0,7832, 0,7436 και 0,7653 αντίστοιχα που μας δείχνει μία όχι και τόσο καλή κατάσταση των εταιρειών στο θέμα του μακροπρόθεσμου δανεισμού. Για τιμή πάνω από 0,8 ο δείκτης παρουσιάζει μια καλή τιμή. Αυτό φαίνεται στο έτος 2006 αφού παίρνει 1,26 ο δείκτης και αυτό δείχνει αξιοπιστία προς το μακροπρόθεσμο δανεισμό.



$$\text{Δείκτης Σημασίας γενικών και διοικητικών εξόδων} = \frac{\text{Γενικά και Διοικητικά Έξοδα}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Τα έξοδα που πραγματοποιούνται σε ένα οικονομικό οργανισμό εξαρτώνται και από το σύνολο των πωλήσεων. Η γραφική παρουσιάζει μεγάλες τιμές του δείκτη για το κάθε έτος και αυτό σημαίνει μεγαλύτερο βάρος για τις εταιρείες σε κάλυψη των εξόδων και επομένως συμπίεση των καθαρών κερδών χρήσης.

Γενικά οι εταιρείες σύμφωνα με τα πιο πάνω αποτελέσματα δείχνουν πως:

- Οι καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος:
 - ☑ Χαρακτηρίζονται από υψηλή ρευστότητα
 - ☑ Σημαντική αποδοτικότητα
 - ☑ Δεν είναι επιβαρυνμένες δανειακά
 - ☑ Χρησιμοποιούν λιγότερο τον βραχυπρόθεσμο δανεισμό για την αγορά περιουσιακών στοιχείων
- Οι χειρότερες επιχειρήσεις του δείγματος:
 - ☑ Χαρακτηρίζονται από χαμηλή ρευστότητα
 - ☑ Έχουν χαμηλή έως αρνητική αποδοτικότητα
 - ☑ Έχουν υπερβολική δανειακή επιβάρυνση
 - ☑ Βασίζονται στον βραχυπρόθεσμο δανεισμό
- Οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται ως μέτριες έχουν ενδιάμεσες των δυο παραπάνω κατηγοριών επιχειρήσεων, επιδόσεις σε όλους τους δείκτες.

Συμπερασματικά καταλήγει η έρευνα ότι, σημαντικότερο πρόβλημα των ΜΜΕ αναδεικνύεται η δανειακή τους επιβάρυνση και πιο συγκεκριμένα ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός με δυσμενείς επιπτώσεις στη χρηματοοικονομική τους κατάσταση. Το συμπέρασμα αυτό επιβεβαιώνει τη δυσκολία που έχουν οι ΜΜΕ στην σύναψη μακροπρόθεσμων δανείων, κυρίως εξαιτίας της αδυναμίας τους να προσφέρουν τις απαραίτητες εγγυήσεις στις Τράπεζες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5.1 Συμπεράσματα από τη μέθοδο Promethee

Τα αποτελέσματα της μελέτης κρίθηκαν πολύ ικανοποιητικά διότι όλες οι υπό αξιολόγηση εταιρείες ταξινομούνται (ιεραρχούνται) από την καλύτερη έως την χειρότερη. Οι ΜΜΕ του δείγματος ταξινομήθηκαν σε τρεις ομάδες ανά έτος. Οι ομάδες χαρακτηρίστηκαν ως ομάδες δυναμικών, αδύνατων και μέτριων επιδόσεων επιχειρήσεων.

Οι επιχειρήσεις που καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις κατάταξης χαρακτηρίζονται από υψηλή ρευστότητα και σημαντική αποδοτικότητα που ωστόσο εμφανίζει φθίνουσα τάση. Έχουν μεγάλη κυκλοφοριακή ταχύτητα παγίων και μικρότερη, συγκριτικά με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, δανειακή επιβάρυνση. Από την άλλη μεριά, τις τελευταίες θέσεις κατάταξης καταλαμβάνουν επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από χαμηλή ρευστότητα και μικρή αποδοτικότητα. Το σημαντικότερο ωστόσο στοιχείο που τις διαφοροποιεί από τις καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος, είναι η μεγάλη εξάρτηση τους από τον δανεισμό.

Η πολυκριτήρια μέθοδος PROMETHEE προσφέρει μεγάλη βοήθεια στα στελέχη επιχειρήσεων που έχουν να αξιολογήσουν επενδυτικές προτάσεις ή εταιρίες ταξινομώντας τις από την καλύτερη στη χειρότερη. Η χρησιμοποίηση της μεθόδου έδειξε ότι είναι δυνατό εκτός από την ιεράρχηση των εταιριών ή επενδυτικών έργων, να προσδιοριστεί και ένα σημείο ή όριο μέσα στο πλήθος των εταιριών μέχρι το οποίο είναι σκόπιμο να φθάσει κάποια επιχείρηση δηλαδή μετά το όριο να απορρίψει τα υπόλοιπα επενδυτικά έργα ή επιχειρήσεις αφού δεν συμφέρουν.

Οι μελλοντικές έρευνες σε ύλη αξιολόγησης και ιεράρχησης επενδυτικών έργων ή εταιριών με τη βοήθεια πολυκριτήριας μεθοδολογίας πρέπει να περιέχουν:

- Χρησιμοποίηση κριτηρίων αξιολόγησης εταιριών υπό αβέβαιο μέλλον
- Χρησιμοποίηση κριτηρίων αξιολόγησης που θα λαμβάνουν υπόψη τους το πληθωρισμό
- Εισαγωγή ποιοτικών κριτηρίων (Siskos, Zorounidis, 1987)
- Ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου συστήματος υποστήριξης αποφάσεων (ΣΥΑ) για τις ανάγκες του σχεδιασμού και αξιολόγησης επενδυτικών έργων μιας επιχείρησης (σχεδιασμός τράπεζας δεδομένων με χρηματοοικονομικά στοιχεία, σχεδιασμός τράπεζας μοντέλων με πολυκριτήριες μεθόδους απόφασης, ...)

Ο συνδυασμός και η αλληλοσυμπλήρωση των κλασσικών στατιστικών μεθόδων και των νέων πολυκριτήριων μεθόδων στην υποστήριξη λήψης αποφάσεων μπορεί να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα των συστημάτων υποστήριξης αποφάσεων.

Η μεθοδολογία αυτή έχει φανεί χρήσιμη και σε άλλους τομείς δραστηριότητας όπως στην ανάλυση επιμέρους μεταποιητικών κλάδων, στον τομέα των ΜΜΕ παροχής υπηρεσιών, των τουριστικών ΜΜΕ (ξενοδοχείων, πρακτορείων, κ.τ.λ.), στις μεγάλες επιχειρήσεις ανά κλάδο, στις εισηγμένες στο χρηματιστήριο επιχειρήσεις. Η σύγκριση μιας ΜΜΕ με το μέσο όρο μιας ομάδας στην οποία ανήκει στον κλάδο της, έχει βοηθήσει στη διατύπωση καλύτερων

συμπερασμάτων σχετικά με την οικονομική της επίδοση, παρά εάν συγκριθεί με τον μέσο όρο του κλάδου της (όπως συνηθίζεται μέχρι σήμερα).

5.2 Συμπεράσματα – Προοπτική

Η οικονομία της Ελλάδας αλλά και της Κύπρου, χώρες με ενδιάμεσο επίπεδο ανάπτυξης, συμπίεζονται μεταξύ των οικονομιών των ανεπτυγμένων και των αναπτυσσόμενων χωρών. Οι ελληνικές και κυπριακές επιχειρήσεις έχουν να ανταγωνίζονται με πολύ μεγαλύτερους και ισχυρότερους αντιπάλους των προηγμένων χωρών που διαθέτουν καλύτερους πόρους, τεχνογνωσία και μακροπρόθεσμη στρατηγική. Ταυτόχρονα πρέπει να υπερασπιστούν τον εαυτό τους από επιθέσεις επιχειρήσεων σε αναπτυσσόμενες χώρες.

Επιπλέον οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν προβλήματα ανταγωνιστικότητας όπως είναι το επίπεδο μισθών το οποίο είναι μεν υψηλότερο από αυτό των χωρών του τρίτου κόσμου, αλλά είναι και αρκετά υψηλό σε σύγκριση με το επίπεδο των ανεπτυγμένων χωρών λόγω της χαμηλότερης παραγωγικότητας της εργασίας.

Στις ανεπτυγμένες χώρες γίνονται τεράστιες επενδύσεις για τη βελτίωση της τεχνολογίας και δαπανώνται σημαντικά ποσά για έρευνα και ανάπτυξη και για έρευνα αγοράς. Λόγω των επενδύσεων και των δαπανών αυτών οι επιχειρήσεις αυτές υπερέχουν τεχνολογικά και έχουν τη δυνατότητα να παράγουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες που οι καταναλωτές δέχονται να αγοράσουν σε υψηλές τιμές εξασφαλίζοντας έτσι στις επιχειρήσεις αυτές υψηλά περιθώρια κέρδους. Στη χώρα μας οι περιορισμένες δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη ωθούν στην παραγωγή προϊόντων χαμηλής προστιθέμενης αξίας σε μια έντονα αγωνιστική αγορά με μικρά περιθώρια κέρδους το οποίο μειώνεται ακόμα περισσότερο από το υψηλό ανά μονάδα κόστος στο οποίο οδηγούν οι μικρές κλίμακες παραγωγής. Το φαινόμενο επίσης της παγκοσμιοποίησης το οποίο εξελίσσεται ταχύτατα, αναμένεται να έχει σημαντικές επιπτώσεις στις επιχειρήσεις λόγω αυξημένου ανταγωνισμού και ιδιαίτερα στις μικρές επιχειρήσεις όπως είναι η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών ΜΜΕ.

Σε αυτή την κρίσιμη οικονομική περίοδο, απαιτείται άμεσα να ληφθούν συγκεκριμένα μέτρα για την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Κύπρο:

1. Η Κυβέρνηση πρέπει να δημιουργήσει και λειτουργήσει ταμείο εγγυοδοσίας μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όπως έπραξαν και άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Με αυτό τον τρόπο θα εγγυάται δανειοδοτήσεις με χαμηλό επιτόκιο.
2. Παράλληλα με αυτό το μέτρο, θα έπρεπε να δημιουργηθούν, σε ολόκληρη την Κύπρο, Κέντρα Εξυπηρέτησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων με στόχο την αποτελεσματική στήριξη των μικρομεσαίων και γρήγορη διεκπεραίωση υποθέσεων τους χωρίς καταστροφικές γραφειοκρατικές διαδικασίες.
3. Θα έπρεπε ακόμα να στηριχθούν και να υποβοηθηθούν στην αξιοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων.

4. Να παρέχει επιπρόσθετα κίνητρα για ενθάρρυνση της επέκτασης και μεγέθυνσής τους, με συγχωνεύσεις, εξαγορές και επεκτάσεις, και ανάπτυξης έτσι της οικονομικής κλίμακας.

5. Να παρέχει επιπρόσθετα κίνητρα για αναβάθμιση τεχνολογικού εκσυγχρονισμού, αναδιάρθρωση και ανάπτυξή τους.

6. Να δημιουργήσει Οργανισμό Προώθησης Εξαγωγών κυπριακών προϊόντων, που θα ενισχύσει την εξαγωγική προσπάθεια του τόπου που διολισθαίνει, στο εμπορικό ισοζύγιο, και θα στηρίξει μικρές εξαγωγικές επιχειρήσεις που αδυνατούν μόνες να προωθήσουν τα προϊόντα τους στις ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές εμπορίου.

7. Ειδικό σχέδιο παροχής κινήτρων με υποστήριξη σε τεχνογνωσία των επιχειρήσεων για αξιοποίηση του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού.

8. Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και της οικονομίας.

Πρέπει λοιπόν να ενθαρρύνουμε τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες είναι η σπονδυλική στήλη της οικονομίας μας.

Θα μπορούσε δηλαδή η κυβέρνηση να κατακερματίσει μεγάλα δημόσια έργα σε πιο μικρά κομμάτια, για να μπορούν και οι μικρότερες εταιρείες να επωφεληθούν από την ανάληψη των έργων αυτών. (Πηγή εφημερίδα «Χαραυγή»)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία:

Αβραμίδης Α. (2008), Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων, Β Έκδοση, εκδόσεις University Studio Press, Θεσσαλονίκη.

Γεωργόπουλος Α. (1998). Αποτελεί το Μέγεθος των Επιχειρήσεων Αποφασιστική Παράμετρο Άσκησης Πιστωτικής Πολιτικής, ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ Οικονομική Επιθεώρηση, Τεύχος 15.

Γκίκας Δ. (2002), Η ανάλυση και οι χρήσεις των οικονομικών καταστάσεων, Εκδόσεις Γ. Μπένου, Αθήνα.

Ζοπουνίδης Κ. (2003), «ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ», Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Ζοπουνίδης Κ. (1996), « Πολυκριτήρια Μεθοδολογία και Χρηματοοικονομικό Μάνατζμεντ », Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.

Ματσατσίνης Ν. , Γρηγορούδης Ε., Γαγάνης Χ., Ζοπουνίδης Κ., (2010), « Ανάπτυξη & Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων », Εκδόσεις Κλειδάριθμος , Αθήνα.

Μιχαλόπουλος Μ., Γρηγορούδης Ε., Ζοπουνίδης Κ.(2007), «ΣΤΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Μπασέλ Υασίν Διπλωματική Εργασία,(1992). Δημόσιες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα, Πολυτεχνείο Κρήτης, Χανιά

Michael Murphy (1999), ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΜΙΚΡΩΝ ΚΑΙ ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Παπαδόπουλος Δ. (1986), Ανάλυση Χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης, Τόμος Β, Θεσσαλονίκη.

Πετράκης Π. (1996). Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Σαΐτα Α. (2001), Στρατηγικό Management Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα Σημειώσεις παραδόσεων, Χαροκόπει Πανεπιστήμιο.

Σαΐτα, Α. (2000). Εκπαίδευση και Οικονομική Ανάπτυξη. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω (Gutenberg).

Σκουλάς Ν. (2002), « Το Εγχειρίδιο του Μικρού και Μεσαίου Επιχειρηματία », Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.

Ψιμάρνη-Βούλγαρη Φ., Ζοπουνίδης Κ. (2000), «ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ», Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία :

Acs, Z.J. and D. Audretsch (1987). Innovation, Market Structure and Firm Size, Review of Economics and Statistics

Acs, Z.J. and D. Audretsch (1988). Innovation in Large & Small Firms: An Empirical Analysis, American Economic Review

Acs, Z.J. and D. Audretsch (1990a). The Determinants of Small Firm Growth in U.S. Manufacturing, Applied Economics, 22, 143-153.

Acs, Z.J. and D. Audretsch (1990b). Small firms in the 1990s, in: Z.J. Acs and D. Audretsch (eds.), The economics of small firms: A European challenge, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.

Binks, M. and C. Ennew (1996), "Growing Firms & the Credit Constraint", Small Business Economics 8": 17-25.

Boissonade, D. and J.-C. Palu (1991), L'etat du credit inter-enterprises en France, Banque de France-Direction Generale du Credit.

Bolton Committee (1971), "Report of the Committee of Inquiry on Small Firms", Cmnd 4811, London: HMSO

Brans, J.P., Vincke, Ph. and Ph. and Mareschal, B. (1986), «How to select and how to rank projects: The PROMETHEE method», European Journal of Operational Research.

Bussell L. (1999). Growth of Small and Medium Sized Enterprises on Teeside: A Supply Side Perspective, Working paper, University of Teeside.

Caird, S. (1989). A review of methods of measuring enterprise attributes, Durham University Business School, Occasional Paper 8914.

Chandler, A.D. (1962). Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise, MIT, Press, Cambridge.

Chandler, A.D. and Daems, H. (eds.) (1980). Managerial hierarchies: Comparative perspective on the rise of the modern industrial enterprise, Harvard University Press, Cambridge.

Cooper, A.C. (1986). Entrepreneurship and high technology, in D.L. Sexton and R.W. Smilor (eds.), The art and science of entrepreneurship, Cambridge, Ballinger.

Cosh, A. and A. Hughes (1993), *Size, Financial Structure & Profitability: U.K. Companies in the 1980's*, Working paper, Small Business Research Center, University of Cambridge.

Cressy, R. and C. Olofsson (1997), *European SME Financing, An Overview*, Small Business Economics.

Crozier, M. (1977). *L'acteur et le système*, Seuil, Paris.

Droucopoulos, V. and S. Thomadakis (1993). *The share of small and medium-sized enterprise in Greek manufacturing*, Small Business Economics.

Fleming, M. C. (1970), "Inter-Firm Differences in Productivity and their Relation to Occupational Structure & Size of Firm", *Manchester School*, September, 223-245.

Galbraith, J. (1972). *Designing complex organizations*, Addison-Wesley, Reading.

Gunasekaran A., P. Okko, T. Martikainen and P. Yli-Oli (1996). *Improving productivity and quality in small and medium enterprises: Cases and analysis*, International Small Business Journal.

Gupta M. (1969), *the Effects of Size, Growth, and Industry on the Financial Structure of Manufacturing Companies*, Journal of Finance.

Hoeven, van der W.H.M. and W.H.J. Verhoeven (1994), "Creation & Loss of Employment", EIM Small Business Research and Consultancy, Zoetermeer.

Industrial Training Authority of Cyprus (1995). "Profiles of Management Excellence in European Small Enterprises (PROME ESE)", Survey prepared for the 25th European Small Business Seminar, Cyprus.

Jennings, P. and G. Beaver (1997). *The performance and competitive advantage of small firms: A management perspective*, International Small Business Journal.

Kets de Vries, M.F.R. (1977). *The Entrepreneurial personality: A person at the crossroads*, Journal of Management Studies.

Lawrence, P.R. and Lorsch, J.W. (1967). *Organizations and environment*, Harvard University Press, Boston.

Lawrence, P.R. and Lorsch, J.W. (1969). *Differentiation and integration in complex organizations*, Administrative Science Quarterly.

Murray, J.A. and C. O' Gorman (1994), "Going for Growth: Strategies of High Growth Small Businesses", in Lambkin, M. and T. Meenagham (eds.), *Perspectives on Marketing in Ireland*, Oak Tree Press, Dublin.

Peel, C. and J. Bridge (1998). How planning and capital budgeting improve SME performance, Long Range Planning.

Perrow, C.B. (1970). Organizational analysis: A sociological view, Tavistock Publications, London.

Porter, L. and S. Tanner (1998). Assessing business excellence, Butterworth Heinemann, Oxford.

Rivaud-Danset, D., E. Dubocage and R. Salais (1998), Comparison Between the Financial Structure of SME versus Large Enterprises, Final Report for the DG II European Community, I.D.H.E.

Roper S. (1997), Product Innovation and Small Business Growth: A Comparison of the Strategies of German, U.K. and Irish Companies, Small Business Economics.

Roy, B. (1985) Méthodologie multicritère d' aide á la decision Economical, Paris.

Roy, B. and D. Bouyssou (1993). Aide multicritère á la Décision: Méthodes et Cas, Economica, Paris.

Siskos, J and Zopounidis, C. (1987), «The evaluation criteria of the venture capital investment activity: An interactive assessment», European Journal of Operational Research, vol.31, 304-313.

Storey, D.J. (1994), "Understanding the Small Business Sector", Rutledge, London.

Storey, D.J., K. Keasey, R. Watson and P. Wyncarczyk (1987), "The Performance of Small Firms", Coram Helm: London.

Wood, E. (1998), "The Determinants of Innovation in Small and Medium – Sized Enterprises", Globalization, Growth, and Governance, J. Michie and J. G. Smith (eds.), Oxford University Press.

Wyncarczyk, P., R. Watson, D. J. Storey, H. Short and K.Keesay, (1993),"Managerial Lab our Markets in Small and Medium Size Enterprises", Rutledge, London.

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία

<http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=11379&subid=2&pubid=59128961>

http://ec.europa.eu/cyprus/news/speeches_articles/20101027_eu_finance_days_el.htm

http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_el.htm