

ΕΡΓΟ:
ΕΤΗΣΙΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2011, 2012,
ΜΕ ΘΕΜΑ :
«Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

Παραδοτέο 2:
ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ
ΤΡΟΠΟΥ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΟ 2011



Ανάδοχος:
ICAP Group ΑΕ



29 Φεβρουαρίου 2012

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΡΕΥΝΩΝ	3
1.1	ΣΤΟΧΟΣ ΤΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ.....	3
1.2	ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΟΥΣ 'ΕΡΕΥΝΑΣ (DESK RESEARCH).....	4
1.3	ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ 'ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΕ 800 ΜΜΕ	10
1.3.1	<i>Ανάπτυξη του ερωτηματολογίου και των αξόνων των συνεντεύξεων</i>	<i>11</i>
1.3.2	<i>Δειγματοληψία πληθυσμού αναφοράς</i>	<i>16</i>
1.3.3	<i>Διενέργεια έρευνας πεδίου.....</i>	<i>24</i>
1.3.4	<i>Επεξεργασία Δεδομένων.....</i>	<i>25</i>
1.3.4.1	Ποιοτικός έλεγχος αξιοπιστίας των δεδομένων	25
1.3.4.2	Επεξεργασία των δεδομένων	26
1.3.4.3	Στατιστική επεξεργασία των στοιχείων	28
1.3.4.4	Παρουσίαση Αποτελεσμάτων της Έρευνας.....	34
1.4	ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΛΑΔΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ	35
1.5	. ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΕ ΤΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ	38
1.6	ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ.....	40
2	ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	41
3	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ	42

1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΡΕΥΝΩΝ

1.1 ΣΤΟΧΟΣ ΤΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Σκοπός των ερευνών που θα διεξαχθούν στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου «Ετήσιες Εκθέσεις για τα έτη 2011, 2012 με θέμα "Η κατάσταση και οι προοπτικές των ΜΜΕ στην Ελλάδα"» είναι να αποτυπωθούν και αναλυθούν οι διαχρονικές εξελίξεις των πλέον χαρακτηριστικών ποσοτικών και ποιοτικών γνωρισμάτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χώρα μας έτσι όπως αυτές διαμορφώνονται στην ευρύτερη πολιτική και οικονομική ολοκλήρωση των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας.

Ειδικότερα ο Ανάδοχος θα φροντίσει μέσα από τις προσφερόμενες υπηρεσίες του:

- να αποτυπώσει τον επιχειρηματικό χάρτη της χώρας με τη χωροταξική, τομεακή, κλαδική διάρθρωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην ελληνική επικράτεια καθώς και τη διάρθρωση της επιχειρηματικότητας με όρους δικτυώσεων (clustering) και πόλων καινοτομίας,
- να παρουσιάσει τα ποσοτικά μεγέθη και ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μεταξύ των οποίων, ενδεικτικά, περιλαμβάνονται απασχόληση, νομική μορφή, προστιθέμενη αξία, εξαγωγές, αριθμοδείκτες οικονομικής δραστηριότητας, χρήση τεχνολογιών, ενσωμάτωση καινοτομιών, επίπεδο κατάρτισης, απόκτηση και χρήση δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού,
- να εντοπίσει, ποιοτικά και ποσοτικά τις συνέπειες και επιπτώσεις της οικονομικής συγκυρίας στη λειτουργία και ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων,
- να παρουσιάσει τη δομή, σύνθεση και λειτουργία του επιχειρηματικού θεσμικού και ρυθμιστικού περιβάλλοντος, εντός του οποίου ασκείται η επιχειρηματική δραστηριότητα, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά
- να εντοπίσει τα ιδιαίτερα και κρίσιμα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της δράσης και λειτουργίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χώρα μας και να προκρίνει κατευθύνσεις στοχευμένων ενεργειών,
- να διερευνήσει τις προοπτικές, τις δυνατότητες και τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των δυναμικών τομέων, κλάδων καθώς και δικτύων και πόλων καινοτομίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα και να προτείνει τακτικές και στρατηγικές επιλογές για την ανάπτυξή τους
- να καταλήξει σε ουσιαστικά και τεκμηριωμένα συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής για το σχεδιασμό και άσκηση δράσεων και μέτρων στήριξης των

μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο πλαίσιο των προτεραιοτήτων της εθνικής και ευρωπαϊκής πολιτικής.

Για την εκπόνηση της Ετήσιας Έκθεσης του 2011 κρίνεται σκόπιμο να διεξαχθεί έρευνα τόσο για την συγκέντρωση δευτερογενών όσο και πρωτογενών δεδομένων. Η επεξεργασία των δεδομένων αυτών θα πραγματοποιείται ενώ θα εκπονούνται παράλληλα οι πρώτες ενότητες της έκθεσης. Οι πληροφορίες που θα συλλεχθεί θα τροφοδοτήσει όλα τα κεφάλαια της έκθεσης και θα αποτελέσει κρίσιμο παράγοντα κατά την υλοποίηση των κλαδικών μελετών. Στις παραγράφους που ακολουθούν αναλύεται η μεθοδολογία υλοποίησης των ερευνών, των κλαδικών μελετών και το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης τους.

1.2 ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΟΥΣ ΈΡΕΥΝΑΣ (DESK RESEARCH)

Η ελληνική οικονομία διανύει τη δυσχερέστερη περίοδο στην πρόσφατη οικονομική της ιστορία. Η κρίση που εκδηλώθηκε στην ελληνική οικονομία κατά το 2009 οδήγησε στην ενεργοποίηση – τον Μάιο του 2010 – του μηχανισμού στήριξης της ελληνικής οικονομίας από τα κράτη μέλη της ζώνης του ευρώ και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ) και στην κατάρτιση κοινού προγράμματος οικονομικής πολιτικής από την Ελληνική Κυβέρνηση, την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.

Οι συγκεκριμένες συνθήκες διαμορφώνουν ένα ιδιαίτερα δυσχερές περιβάλλον για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά και η παρουσίαση τους πρέπει να αποτελεί το υπόβαθρο για την ανάλυση κάθε κλαδικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει όλο σχεδόν το φάσμα της ελληνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εκδηλώνεται με μία σειρά από δυσμενείς συνθήκες όπως πτώση της ζήτησης των προϊόντων και υπηρεσιών, πίεση για χαμηλότερες τιμές και μεγαλύτερη πίστωση, ενώ παρουσιάζονται έντονα προβλήματα είσπραξης απαιτήσεων αλλά και εξόφλησης υποχρεώσεων με παράλληλη προβληματική και ελλιπή χρηματοδότηση από τις τράπεζες.

Κάτω από τις παρούσες δυσμενείς συνθήκες ανακύπτουν μία σειρά από ζητήματα που αν αγνοηθούν υπάρχει κίνδυνος να αλλοιωθεί η πραγματική εικόνα της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης από μια μηχανιστική και επιφανειακή ανάλυση των οικονομικών της αποτελεσμάτων.

Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζονται οι επιπτώσεις και οι συνέπειες της κρίσης στους παρακάτω τομείς της χρηματοοικονομικής διαχείρισης των επιχειρήσεων:

- Ζητήματα ρευστότητας και προβλήματα διαχείρισης εμπορικής πίστωσης σε εταιρικούς πελάτες. Οι κυριότεροι συντελεστές της αλυσίδας αξίας των προϊόντων

και υπηρεσιών (value chain) είναι οι προμηθευτές, παραγωγοί, χονδρέμποροι, λιανικοί έμποροι και καταναλωτές. Λόγω της οικονομικής κρίσης ο ένας παράγοντας της αγοράς πιέζει τον άλλον για μεγαλύτερη πίστωση σύμφωνα με τη διαπραγμάτευση δύναμη που διαθέτει στην εκάστοτε αγορά.

- Αξιολόγηση της οικονομικής επίδοσης και μέθοδοι αποτίμησης. Η έλλειψη ρευστότητας έχει άμεση επίδραση στις ταμειακές ροές της επιχείρησης. Στη χρηματοοικονομική θεωρία οι ταμειακές ροές έχουν ιδιαίτερη σημασία αφού θεωρούνται το μέσο με το οποίο η εταιρία προσπαθεί να μεγιστοποιήσει την αξία της επένδυσης των μετόχων της. Ο σκοπός της επιχείρησης είναι να παράγει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο πλεόνασμα στις ταμειακές της ροές (free cash flow) οι οποίες ισούται με τα λειτουργικά κέρδη μετά φόρων μείον την απαιτούμενη επένδυση που χρειάστηκε να προβεί η επιχείρηση στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για να επιτύχει αυτή την κερδοφορία.
- Αξιολόγηση της χρηματοοικονομικής απόδοσης. Η Οικονομική Προστιθέμενη Αξία (ΟΠΑ) (Economic Value Added) η οποία ισούται με τα λειτουργικά κέρδη μετά φόρων μείον το κόστος κεφαλαίου, πόσο δηλαδή η επιχείρηση πρέπει να αποδώσει στους επενδυτές της, μετόχους και τράπεζες). Σημειώνεται ότι το κόστος κεφαλαίου αποτελεί την απόδοση της επένδυσης που απαιτούν οι επενδυτές σύμφωνα με το ρίσκο που έχουν αναλάβει μέσω τις επένδυσης τους. Δηλαδή όσο πιο υψηλό ρίσκο έχει μία επένδυση τόσο μεγαλύτερο θα είναι το κόστος κεφαλαίου που θα επιβαρύνει την επιχείρηση και τόσο χαμηλότερη θα είναι η ΟΠΑ.
- Ζητήματα λειτουργικού και χρηματοοικονομικού ρίσκου (μόχλευσης) και ανάλυση νεκρού σημείου. Η πτώση των πωλήσεων και η πίεση για χαμηλότερες τιμές και μεγαλύτερη πίστωση αυξάνουν την ανάγκη για δανεισμό από τις τράπεζες. Όπως αναφέρουν παράγοντες της αγοράς, το τραπεζικό σύστημα δεν έχει ανταποκριθεί όσο θα επιθυμούσαν.

Η παρατηρούμενη πτώση σε κύκλους εργασιών και κέρδη, για το σύνολο των επιχειρήσεων, επιφέρει περικοπές στα λειτουργικά κόστη, είτε με μείωση δαπανών πρώτων υλών, είτε με μείωση δαπανών προσωπικού εξειδικευμένου και ανειδίκευτου. Ωστόσο, η ύφεση δεν είναι ανάγκη να είναι μόνο μια εποχή αμυντικών κινήσεων και εστίασης στο λειτουργικό επίπεδο, αλλά και ευκαιρία σημαντικών κινήσεων και εκμετάλλευσης ασυνεχειών σε στρατηγικό επίπεδο.

Σε λειτουργικό επίπεδο, η προσαρμογή σε συνθήκες μειωμένης ζήτησης γίνεται χρησιμοποιώντας όλα τα διαθέσιμα μέσα σε επίπεδο μείωσης δαπανών, ενίσχυσης της ρευστότητας, τιμολόγησης και προϊόντικών στρατηγικών. Η συστηματική εφαρμογή των

μέτρων αυτών μπορεί να οδηγήσει όχι μόνο σε βραχυπρόθεσμη βελτίωση της ρευστότητας, αλλά και σε μεσοπρόθεσμη σημαντική εξοικονόμηση λειτουργικών δαπανών. Παράλληλα όμως, σε στρατηγικό επίπεδο, η κρίση θα δημιουργήσει ασυνέχειες (και συνεπώς σημαντικές ευκαιρίες) σε πολλά μέτωπα, όπως αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών, στο ανταγωνιστικό περιβάλλον, στο ρυθμιστικό καθεστώς, αλλά και στη δυνατότητα αξιοποίησης ανθρώπινων πόρων. Οι επιχειρήσεις οι οποίες θα έχουν τη διορατικότητα, την τόλμη και τα κεφάλαια να τις εκμεταλλευτούν όχι μόνο θα επιβιώσουν, αλλά και θα εξέλθουν ισχυρότερες από την κρίση. Για να πραγματοποιηθεί αυτό θα πρέπει να αναπτυχθούν και να οργανωθούν εξίσου σύγχρονα τμήματα οικονομικής διεύθυνσης που δεν θα θυμίζουν σε τίποτα τα παραδοσιακά απαρχαιωμένα οικονομικά τμήματα. Λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαίτερα κρίσιμη υφιστάμενη κατάσταση, ο βασικός σκοπός της δευτερογενούς έρευνας είναι η χαρτογράφηση των ελληνικών ΜΜΕ και η παρουσίαση ποσοτικών μεγεθών και ποιοτικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικής δραστηριότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εξετάζοντας τους παράγοντες που προαναφέρθηκαν και τον βαθμό που επηρέασαν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Οι άξονες στους οποίους θα στηριχθεί η χαρτογράφηση είναι:

➤ **Αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης των ΜΜΕ στην Ελλάδα**

- Γεωγραφική Κατανομή και συγκέντρωση
- Πληθυσμός επιχειρήσεων
- Χαρακτηριστικά επιχειρήσεων
- Τάσεις και προοπτικές των ΜΜΕ

➤ **Εξελίξεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον, προβλήματα, απειλές, ευκαιρίες και προοπτικές για τις ελληνικές ΜΜΕ**

- στο κανονιστικό πλαίσιο
- στο φορολογικό πλαίσιο
- στο δημοσιονομικό πλαίσιο
- στην αγορά χρήματος, κεφαλαίων και πιστώσεων
- στις μεταρρυθμίσεις διοικητικού χαρακτήρα
- στη ζήτηση των προϊόντων και των υπηρεσιών
- στην κατάσταση και την πορεία συγκεκριμένων κλάδων της οικονομίας
- στο τεχνολογικό πλαίσιο και την καινοτομία
- στον τρόπο οργάνωσης της εργασίας

- στη συνεργασία των επιχειρήσεων κ.α.
- **Μέτρα πολιτικής έναντι των ΜΜΕ**
 - Εθνική Πολιτική και τα Μέτρα που έχουν υιοθετηθεί κατά την τελευταία τριετία
 - Χρηματοδοτικά εργαλεία υποστήριξης
- **Εξελίξεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον των ΜΜΕ σε Ευρωπαϊκό επίπεδο**
- **Ευκαιρίες και προοπτικές ανάπτυξης των ΜΜΕ**
- **Νέες κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής πολιτικής έναντι των ΜΜΕ**

Για την διεξαγωγή της δευτερογενούς έρευνας θα χρησιμοποιηθούν έγκυρες πηγές ώστε να συλλεχθούν αξιόπιστα δεδομένα τα οποία ο Ανάδοχος θα επεξεργαστεί κατάλληλα. Οι πηγές άντλησης δεδομένων ενδεικτικά είναι:

- Ελληνική Στατιστική Αρχή – ΕΛΣΤΑΤ (πρώην ΕΣΥΕ)
- Στατιστική Υπηρεσία της Ε.Ε (Eurostat)
- Αρμόδια Υπουργεία
- Εμπορικά Επιμελητήρια
- Συλλογικοί φορείς επιχειρήσεων
- Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ)
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.)
- Κλαδικές μελέτες της ICAP Group AE

Κάθε χρόνο η ICAP Group A.E. εκπονεί περίπου **65 κλαδικές μελέτες**, οι οποίες αναλύουν σε βάθος τη δομή, τις εξελίξεις και τις προοπτικές σε διάφορους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Το περιεχόμενό τους έχει αναβαθμιστεί και ορισμένα από τα νέα θέματα που εξετάζονται επισταμένως είναι η ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος του κλάδου βάσει της μεθόδου των πέντε δυνάμεων του Porter, η ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων, καθώς επίσης οι ευκαιρίες και οι απειλές που παρουσιάζονται σε κάθε κλάδο (SWOT analysis). Στο πλαίσιο συστηματικής εξέτασης των κάθε φορά σημαντικότερων κλάδων της Ελληνικής Οικονομίας, οι κλαδικές μελέτες της ICAP Group A.E.:

- Παρουσιάζουν το θεσμικό πλαίσιο εντός του οποίου λειτουργούν οι επιχειρήσεις
- Εξετάζουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση
- Περιγράφουν τη δομή του κλάδου και τις επικρατούσες συνθήκες ανταγωνισμού

- Παρουσιάζουν τις σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου, τους ισολογισμούς τους και την εκτίμηση για τα μερίδια αγοράς των κυριοτέρων εξ' αυτών
- Αναλύουν τα χρηματοοικονομικά δεδομένα των επιχειρήσεων και του κλάδου
- Εκτιμούν τη συνολική κατανάλωση, τις εισαγωγές και εξαγωγές
- Περιγράφουν το ανταγωνιστικό περιβάλλον, επισημαίνουν τα προβλήματα και εξετάζουν τις προοπτικές εξέλιξης του κάθε κλάδου.

Για την εκπόνηση των μελετών η ICAP Group A.E., στηρίζεται στη βάση δεδομένων των ελληνικών επιχειρήσεων που διαθέτει (ICAP DATABANK) η οποία διαθέτει την πλέον σύγχρονη Τράπεζα Δεδομένων, μοναδική στην Ελλάδα, όπου μεταξύ άλλων βρίσκονται αναλυτικά και επεξεργασμένα στοιχεία οικονομικών και εμπορικών πληροφοριών για περισσότερες από 250.000 επιχειρήσεις αλλά και σε εκτενείς έρευνες πεδίου που διενεργεί προκειμένου να συλλέξει τα απαιτούμενα για κάθε μελέτη δεδομένα.

Στα πλαίσια εκπόνησης κάθε μελέτης πραγματοποιείται μεγάλος αριθμός τηλεφωνικών και προσωπικών συνεντεύξεων, τόσο με αρμόδιους φορείς όσο και με εκπροσώπους μεγάλων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων του εκάστοτε κλάδου.

Στο πλαίσιο της δευτερογενούς έρευνας θα συλλεχθούν στοιχεία από την Ε.Ε για τη διενέργεια συγκρίσεων με τις λοιπές χώρες-μέλη εφόσον κριθεί αναγκαίο.

Μια σειρά επιπλέον πηγών θα μπορούσε να είναι:

- Στοιχεία προερχόμενα από διεθνείς και ευρωπαϊκές βάσεις δεδομένων με έμφαση στα στατιστικά στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Eurostat) όπως οι comext και Structural Business Statistics που περιέχουν αφ ενός μεν στοιχεία διεθνούς εμπορίου, εισαγωγές και εξαγωγές σε αξία και σε όγκο, αφ ετέρου δε δεδομένα για τον εταιρικό τομέα της οικονομίας των κρατών-μελών της ΕΕ, όπως π.χ. ενάρξεις και διακοπές λειτουργίας επιχειρήσεων, κ.ά.
- Δευτερογενή πραγματικά στοιχεία παραγόμενα από Στατιστικούς Οργανισμούς, Ερευνητικά κέντρα και ιδρύματα και λοιπούς φορείς της Ελλάδος αλλά και του εξωτερικού όπως η STAN του ΟΟΣΑ που περιέχει δεδομένα οικονομικής δραστηριότητας, όπως π.χ. προστιθέμενη αξία και απασχόληση, για όλους του κλάδους NACE των κρατών-μελών του οργανισμού
- Κείμενα εργασίας, μελέτες, άρθρα, δημοσιεύσεις, επίσημες εκδόσεις, νομικά κείμενα της ελληνικής πολιτείας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως:
 - Annual Report on EU Small and Medium sized Enterprises 2010/2011 (European Commission, DG-Enterprise)

- SME in Greece – Basic Figures 2010/2011 (European Commission Enterprise and Industry)
- κλπ
- Πορίσματα επιστημονικών επιτροπών, ειδικών ομάδων εργασίας, συμπεράσματα ημερίδων, συνεδρίων και άλλων εκδηλώσεων σχετικών με τις εξελίξεις και τις προοπτικές του κλάδου του εμπορίου.

Με την αξιοποίηση των παραπάνω πηγών ο Ανάδοχος θα συλλέξει πλήθος δεδομένων το οποίο θα αξιολογήσει και επεξεργαστεί κατάλληλα. Τα στοιχεία που θα ληφθούν υπόψη κατά τον εντοπισμό θεμάτων επιχειρηματικού ενδιαφέροντος των ΜΜΕ είναι ενδεικτικά οι εξής:

- Επιχειρηματική δραστηριότητα
 - δημιουργία,
 - μεταβίβαση,
 - πτωχεύσεις,
 - παύση λειτουργίας επιχειρήσεων. κλπ.
- Συνεισφορά στην απασχόληση.
 - ανεργία
 - αλλαγές στο καθεστώς συλλογικών συμβάσεων
 - ευέλικτη μορφή απασχόλησης
 - ελαστικά ωράρια εργασίας , κλπ
- Ανταγωνιστικότητα
 - εξαγωγικές επιδόσεις,
 - υπεργολαβικές δραστηριότητες,
 - επενδύσεις στο εξωτερικό, κλπ
- Παραγωγικότητα.
- Συμμετοχή στο εθνικό προϊόν.
- Επιπτώσεις από τις διαρθρωτικές αλλαγές στις ΜΜΕ.
- Συμβολή στην τοπική, περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη.

Τελικά η ομάδα έργου του Συμβούλου θα αναγνωρίσει ένα σύνολο θεμάτων και θα τα καταγράψει με σκοπό την ιεράρχηση και αξιολόγηση τους σε επόμενο στάδιο.

Στο πλαίσιο της έρευνας γραφείου θα εξετασθούν:

- Κατευθύνσεις και προτεραιότητες των πολιτικών της Ε.Ε. για την επιχειρηματικότητα και ειδικότερα για τις ΜΜΕ – Αποτίμηση των σχετικών

πολιτικών στόχων έναντι άλλων ανταγωνιστικών οικονομιών, όπως οι ΗΠΑ και η Κίνα

- Συνθετική παρουσίαση των πολιτικών και των “καλών πρακτικών” που υιοθετούν άλλες χώρες της Ε.Ε., ώστε να αναδειχθούν τα σημαντικότερα πεδία δράσης και οι κατάλληλες προσεγγίσεις και τρόποι υλοποίησης (σχεδιασμός – εφαρμογή – παρακολούθηση - αξιολόγηση)
- Η συμβολή των ΜΜΕ στην οικονομία της χώρας:
 - ο Συμβολή των ΜΜΕ στη διαμόρφωση των συνολικών μεγεθών της εθνικής οικονομίας, δείκτες επιδόσεων των ΜΜΕ: κύκλος εργασιών, εξαγωγές, απασχόληση, Ε&Α, επιμόρφωση κ.λπ.
 - ο Διαχρονική απεικόνιση της συνεισφοράς των ΜΜΕ στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας ως συνόλου, ή σε συγκεκριμένους κλάδους και τομείς οικονομικής δραστηριότητας
 - ο Συγκριτική συμβολή των ΜΜΕ στις διαδικασίες και ρυθμούς ανάπτυξης των διαφόρων περιοχών της χώρας
 - ο Άλλη προσέγγιση που να αποτυπώνει τη συμβολή των ΜΜΕ στο οικονομικό γίγνεσθαι.

1.3 ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΈΡΕΥΝΑΣ ΣΕ 800 ΜΜΕ

Στόχος της παρούσας έρευνας είναι να προσδιορίσει την ταυτότητα και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ΜΜΕ αλλά και τις αντιλήψεις, προσδοκίες και απόψεις τους για το παρόν και το μέλλον της επιχειρηματικότητας και ανταγωνιστικότητας.

Στις παραγράφους που ακολουθούν παρουσιάζεται η μεθοδολογία στην οποία θα στηριχθεί η εν λόγω έρευνα. Επίσης, στο τέλος του παραδοτέου παρατίθεται το ερωτηματολόγιο όπως αυτό έχει διαμορφωθεί βάσει της μεθοδολογίας που αναλύεται ακολούθως. Η τελική μορφή του ερωτηματολογίου θα καθοριστεί με την σύμφωνη γνώμη και έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής, εφόσον έχει διαπιστωθεί πως καλύπτει τις ανάγκες του έργου και βεβαιωθεί πως εξυπηρετεί τους στρατηγικούς στόχους που έχει θέσει το παρόν έργο.

Η έρευνα θα διενεργηθεί μέσω τηλεφωνικών συνεντεύξεων. Αυτό συνεπάγεται την εκτενή συλλογή και επεξεργασία των πρωτογενών στοιχείων της επιχειρηματικής δραστηριότητας, τον υπολογισμό των οικονομικών δεικτών αλλά και την καταγραφή των τάσεων και εξελίξεων στον χώρο των ΜΜΕ. Ακολουθεί η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί για την διεξαγωγή της έρευνας

1.3.1 Ανάπτυξη του ερωτηματολογίου και των αξόνων των συνεντεύξεων

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου αποτελεί επίπονη αλλά και την σημαντικότερη φάση της μεθόδου. Πρέπει να είναι εξαρχής διευκρινισμένο σε ποιόν απευθύνεται, ποιος είναι ο αποδέκτης και υπόχρεος απάντησης του ερωτηματολογίου και ποιοι είναι οι στόχοι του ερωτηματολογίου.

Από την απάντηση στα παραπάνω ερωτήματα εξαρτάται ο τύπος και το περιεχόμενο των ερωτήσεων, οι οποίες σε οποιαδήποτε περίπτωση πρέπει να είναι:

- Άμεσες
- Κατανοητές
- Σαφείς
- Μη επιδεχόμενες διττές απαντήσεις

Οι σχετικές διαδικασίες που ακολουθούνται είναι οι εξής:

Θεματικές ενότητες

Στο πλαίσιο της έρευνας πεδίου σε 800 στελέχη επιχειρήσεων και επιχειρηματιών ΜΜΕ για την ετήσια έκθεση του 2011 σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο με έμφαση στον ερωτώμενο και το επιχειρησιακό του περιβάλλον.

Οι θεματικές ενότητες του ερωτηματολογίου στηρίχθηκαν κυρίως σε:

- Καταγραφή των επίκαιρων προβλημάτων και προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στα πλαίσια της ενιαίας αγοράς και της διεθνοποιημένης οικονομίας, αλλά και των συγκυριών ή ιδιαιτεροτήτων της εγχώριας αγοράς
- Νέες οργανωτικές δομές και στρατηγικές ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ
- Διερεύνηση νέων μορφών συνεργασιών όπως δίκτυα, κάθετη ή οριζόντια συνεργασία κ.λπ.
- Λοιπές διαπιστώσεις ή προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ
- Συγκριτική ανάλυση των επιδόσεων των εγχώριων ΜΜΕ με τις αντίστοιχες επιχειρήσεις μικρών ανοικτών οικονομιών της Ε.Ε., που έχουν ανάλογα χαρακτηριστικά με την ελληνική οικονομία, καθώς και με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο

Ενδεικτικά, οι επιμέρους ερευνητικοί στόχοι του σταδίου της συγκεκριμένης έρευνας πεδίου είναι, μεταξύ άλλων:

- Κατάρτιση μίας πλήρους τυπολογίας προφίλ επιχειρηματιών (αξιοποιώντας τις αντιλήψεις, απόψεις, σκέψεις και επιδιώξεις τους σχετικά με όσα έχουν προαναφερθεί)

- Εξέταση και κατανόηση του τρόπου με τον οποίο γίνονται αντιληπτές έννοιες όπως επιχειρηματικότητα, ανταγωνισμός, ανάπτυξη, παγκοσμιοποίηση, κοινωνία της γνώσης, κτλ.
- Αποτύπωση και ανάλυση των κεντρικών επιδιώξεων των ιδιοκτητών ΜΜΕ
- Καταγραφή και αξιολόγηση των προσδοκιών, ελπίδων, προβληματισμών, των διευθυντών ΜΜΕ μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα
- Ζητήματα που σχετίζονται με την οικονομική φυσιογνωμία της επιχείρησης
- Θέματα που άπτονται του τομέα της ενδοεπιχειρησιακής οργάνωσης και στρατηγικής
- Αντιλήψεις και στάσεις απέναντι στη χρήση νέων τεχνολογιών
- Συνολική αντίληψη και αξιολόγηση της αγοράς στην οποία δραστηριοποιούνται
- Προσβασιμότητα σε ευρωπαϊκά προγράμματα και διαδικασίες απορρόφησης πόρων, αναγκών, προβλημάτων και επιδιώξεων των ελλήνων επιχειρηματιών
- Εικόνα για τον ΕΟΜΜΕΧ και το Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ

Ως ενδεικτικές θεματικές ενότητες του ερωτηματολογίου από τον Σύμβουλο μπορούν να εκτιμηθούν οι εξής:

❖ Ενότητα 1: Βασικά στοιχεία επιχείρησης και επιχειρηματία

Τα βασικά στοιχεία της επιχείρησης (νομική μορφή, εξειδίκευση και ηλικία ιδιοκτήτη, άλλες δραστηριότητες) καταγράφονται έτσι ώστε να είναι εφικτές ορισμένες συσχετίσεις με πιο ειδικές ερωτήσεις επόμενων θεματικών, οι οποίες βοηθούν στην εξήγηση κάποιων τάσεων ή επιλογών από την πλευρά των επιχειρηματιών. Παράλληλα οι βασικές αυτές ερωτήσεις, συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας αρχικής επιχειρηματικής φυσιογνωμίας, στη βάση των επιχειρήσεων, των ιδιοκτητών – επιχειρηματιών, αλλά ακόμη και των κλάδων.

❖ Ενότητα 2: Συγκριτικά πλεονεκτήματα της επιχείρησης

Στην ενότητα αυτή γίνεται μία προσπάθεια εντοπισμού των ειδικών χαρακτηριστικών και πλεονεκτημάτων των επιχειρήσεων όπως τα βαθμονομούν οι ερωτηθέντες. Σκοπός είναι η αποτύπωση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και πως αυτά σχετίζονται με την υιοθέτηση νέων τεχνολογικών μέσων.

❖ Ενότητα 3: Βασικά χαρακτηριστικά λειτουργίας της επιχείρησης

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται ορισμένα βασικά στοιχεία που αφορούν την ίδια την λειτουργία της επιχείρησης η οποία, ως γνωστό, επηρεάζει είτε άμεσα είτε έμμεσα, τη στρατηγική της επιχείρησης ως προς την απασχόληση μόνιμου ή εποχικού προσωπικού.

Ειδικότερα καταγράφεται ο τρόπος διοίκησης της επιχείρησης, τα προϊόντα και το ενδεικτικό πελατολόγιο της αλλά και ο βαθμός αξιοποίησης και χρήσης του ανθρώπινου δυναμικού και του εξοπλισμού της επιχείρησης

❖ Ενότητα 4: Αξιοποίηση ΤΠΕ

Στη θεματική αυτή ενότητα, συλλέγονται στοιχεία που αφορούν το επίπεδο χρήσης της πληροφορικής και του διαδικτύου της επιχείρησης. Καταγράφεται το επίπεδο μηχανοργάνωσης (Λογιστήριο, logistics, ERP, εταιρική ιστοσελίδα, e-shop, κλπ) και πως αυτό ενισχύει την λειτουργία της επιχείρησης και υποβοηθά την αύξηση των πωλήσεων.

❖ Ενότητα 5: Έρευνα - Ανάπτυξη - Καινοτομία

Η θεματική αυτή ενότητα στοχεύει στην καταγραφή των επιχειρήσεων που έχουν υιοθετήσει νέες τεχνολογίες και τα αποτελέσματα της χρήσης καινοτομιών στην εξέλιξη τους καθώς και την τάση για χρήση καινοτόμων διαδικασιών ή προϊόντων από όσες επιχειρήσεις δεν έχουν εκσυγχρονιστεί μέσω νέων τεχνολογιών. Παράλληλα εστιάζει στην αποτύπωση της ένταξης της καινοτομίας μέσω αξιοποίησης του υπάρχοντος ανθρώπινου δυναμικού και το βαθμό κατάρτισης του εφόσον αυτό απαιτήθηκε, ή την χρήση νέου εξειδικευμένου προσωπικού.

Ειδικότερα εξετάζεται αν οι επιχειρήσεις έχουν εισαγάγει τελευταία, κάποιο βελτιωμένο προϊόν είτε αυτό είναι υλικό αγαθό είτε υπηρεσία. Αποτυπώνεται μέσω του ερωτηματολογίου αν η επιχείρηση έχει κάνει μία στροφή σε νέες παραγωγικές διαδικασίες με προϊόντα που είναι καινούργια όχι μόνο για αυτήν αλλά και για τον κλάδο που δραστηριοποιείται και καταγράφονται τόσο το είδος της καινοτομικής δραστηριότητας όσο και πιθανές συμφωνίες - συνεργασίες που μπορεί να προέκυψαν με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς. Τέλος εξετάζονται οι επιπτώσεις της καινοτομικής δραστηριότητας στις επιχειρήσεις, τα εμπόδια και οι ανασταλτικοί παράγοντες υιοθέτησης της αλλά και ενέργειες που ενδεχομένως να συνέβαλαν στο να ενταθούν οι επενδύσεις προς αυτήν.

❖ Ενότητα 6: Μελλοντική πορεία

Στην τελευταία αυτή θεματική ενότητα, ο επιχειρηματίας εκτιμά τις μελλοντικές προοπτικές τόσο της επιχείρησής του όσο και του κλάδου στον οποίο ανήκει. Επίσης κατατίθεται η γνώμη του επιχειρηματία για το οικονομικό περιβάλλον της περιοχής του όσον αφορά την ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Στην παρούσα φάση ο Ανάδοχος έχει καταρτίσει ερωτηματολόγιο, στηριζόμενος στην παραπάνω θεματολογία, το οποίο παρουσιάζεται στο τελευταίο κεφάλαιο του παραδοτέου. Η έρευνα που θα λάβει χώρα σε ένα μεγάλο και αντιπροσωπευτικό δείγμα επιχειρήσεων

(800 μικρομεσαίες επιχειρήσεις) αποτελεί ένα από τα βασικότερα εργαλεία που θα οδηγήσει στην διεξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και θα υποβοηθήσει την εκπόνηση της Ετήσιας Έκθεσης του 2011. Συνεπώς η έγκριση του ερωτηματολογίου από την Αναθέτουσα Αρχή θεωρείται αναγκαία, δεδομένου ότι τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την έρευνα θα τροφοδοτήσουν την χάραξη στρατηγικών στόχων στον χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Τύποι ερωτήσεων

Οι τύποι των ερωτήσεων που θα χρησιμοποιηθούν για την διενέργεια της έρευνας πεδίου, για την ετήσια έκθεση του 2011, χαρακτηρίζονται «κλειστού» τύπου, με την πραγματοποίηση τηλεφωνικών συνεντεύξεων.

Κλειστές, είναι οι ερωτήσεις που ο ερωτώμενος έχει να επιλέξει ανάμεσα σε έτοιμες απαντήσεις. Συνήθως του ζητείται να ιεραρχήσει τις απαντήσεις του ανάλογα με την σπουδαιότητα που αυτός δίνει, ή απλά να επιλέξει μία ή περισσότερες απαντήσεις.

Οι κλειστές ερωτήσεις έχουν το πλεονέκτημα ότι διευκολύνουν τον ερωτώμενο στο να απαντήσει γρήγορα χωρίς ωστόσο να σκεφτεί πάρα πολύ. Η ιεράρχηση των έτοιμων απαντήσεων που δίδονται, περιορίζει ως ένα βαθμό τα όποια μειονεκτήματα προκύπτουν από το γεγονός ότι οι απαντήσεις είναι έτοιμες, αφού ο ερωτώμενος αναγκάζεται να αξιολογήσει τις προτεινόμενες απαντήσεις. Παράλληλα όμως, οι κλειστές ερωτήσεις διευκολύνουν την επεξεργασία των απαντήσεων και η εξαγωγή συμπερασμάτων λαμβάνοντας υπόψη το μεγάλο πλήθος του δείγματος (800 ΜΜΕ).

Άλλοι τύποι ερωτήσεων τις οποίες ο Σύμβουλος προτίθεται να χρησιμοποιήσει είναι οι εξής:

- **Κλειστές που ζητούν κάποιο ποσοστό ή βαθμό**, είναι οι ερωτήσεις με τις οποίες ζητείται από τον ερωτώμενο να εκτιμήσει ένα μέγεθος (π.χ. ποσοστό χρήσης του εξοπλισμού της επιχείρησής) με την χρήση του ποσοστού, ή να βαθμολογήσει κάποια επίδοση της επιχείρησής του (π.χ. οικονομική) με έναν βαθμό από το 0 μέχρι το 10. Αυτού του είδους οι απαντήσεις διευκολύνουν τους ερωτώμενους να εκτιμήσουν γρήγορα και αποτελεσματικά διάφορα μεγέθη και να τα αποδώσουν με τον καλύτερο και πιο αποτελεσματικό τρόπο.
- **Ερωτήσεις που περιγράφουν διαχρονική εξέλιξη**, χαρακτηρίζονται οι ερωτήσεις στις οποίες ζητείται να δοθούν απαντήσεις που αφορούν διαφορετικές χρονικές στιγμές, (για την υπάρχουσα κατάσταση και για το παρελθόν (πριν από 3 ή 5 χρόνια)). Οι απαντήσεις σε αυτές τις ερωτήσεις καταγράφουν κάποιες βασικές τάσεις και εξελίξεις της επιχείρησής, γεγονός που ενισχύει την πληροφορία.

Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου θα χρησιμοποιηθούν στα ερωτηματολόγια της **διενέργειας έρευνας πεδίου στις 800 ΜΜΕ**, με στόχο να επιταχυνθεί η διαδικασία της συνέντευξης και να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή επεξεργασία των κωδικοποιημένων ερωτημάτων

Διατύπωση ερωτήσεων

Το Προσχέδιο του ερωτηματολογίου εξετάστηκε ενδελεχώς για θέματα λεξιλογίου, εννοιών, γραμματικής, σύνταξης κλπ. από άτομα που διαθέτουν τις κατάλληλες γνώσεις.

Σειρά ερωτήσεων

Η απόφαση της σειράς με την οποία θα μπου οι ερωτήσεις είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς η σειρά επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την ποιότητα της συλλεχθείσας πληροφόρησης. Η κατάταξη των ερωτήσεων ακολουθεί ορισμένους βασικούς κανόνες:

Οι **πρώτες ερωτήσεις** είναι απλές με σκοπό να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του ερωτώμενου.

Για τις ερωτήσεις που είναι αλληλοεξαρτώμενες, τότε κρίθηκε απαραίτητο η μια να ακολουθεί την άλλη με βάση τη **νοηματική εξάρτησή** τους.

Η σειρά των ερωτήσεων ακολουθεί μια **ομαλή ροή**. Όταν ολοκληρώνεται ένα θέμα (με ένα υποσύνολο ερωτήσεων), το θέμα που ακολουθεί έχει μία νοηματική συνέχεια.

Οι **«δύσκολες ερωτήσεις»**, αυτές που κουράζουν, αυτές που θίγουν ή αυτές που δεν ενδιαφέρουν τον ερωτώμενο, τοποθετήθηκαν στο τέλος του ερωτηματολογίου.

Διάταξη και αναπαραγωγή του ερωτηματολογίου

Η στοιχειοθεσία, το μέγεθος των γραμμάτων, η σύνθεση, η σελιδοποίηση, το χαρτί, το χρώμα, η αναπαραγωγή και άλλες λεπτομέρειες τεχνικής καθαρά φύσης διευκολύνουν τόσο τον ερευνητή στη λήψη της συνέντευξης, όσο και την επεξεργασία των δεδομένων που ακολουθεί (ελαχιστοποίηση λαθών στην εισαγωγή των δεδομένων, κλπ.).

Ενημέρωση – Εκπαίδευση Συνεντευκτών

Πριν από την έναρξη της διεξαγωγής των συνεντεύξεων της έρευνας, λαμβάνει χώρα η ενημέρωση και η εκπαίδευση των ερευνητών σχετικά με τα ακόλουθα:

- σκοπό και στόχους της έρευνας
- επιλογή δείγματος
- προσέγγιση κατάλληλων ερωτώμενων

- τρόπο επαφής με ερωτώμενους και συμπλήρωση ερωτηματολογίου
- τρόπο τήρησης δελτίου επαφών
- ιδιαιτερότητες έρευνας
- έλεγχο και τρόπο / ρυθμό παράδοσης ερωτηματολογίων

Προέλεγχος ερωτηματολογίου

Προκειμένου να υλοποιηθεί ο πιλοτικός έλεγχος των ερωτηματολογίων θα πραγματοποιηθεί συνάντηση της ομάδας μελέτης και των υποψήφιων συνεντευκτών (που θα αναλάβουν την εφαρμογή του ερωτηματολογίου κατά την διεξαγωγή της έρευνας). Στην συνάντηση αυτή θα γίνει ενημέρωση και αναλυτική παρουσίαση του ερωτηματολογίου και θα διατυπωθούν παρατηρήσεις προκειμένου να γίνουν οι σχετικές διορθώσεις από τους συνεντευκτές και να διαμορφωθεί το τελικό ερωτηματολόγιο.

Ο πιλοτικός έλεγχος του ερωτηματολογίου θα πραγματοποιηθεί σε ενδεικτικές γεωγραφικές περιοχές. Κάθε συνεντευκτής θα συμπληρώσει 4-5 ερωτηματολόγια σε τυχαίες επιχειρήσεις της επιλεγμένης περιοχής.

Με την ολοκλήρωση του πιλοτικού ελέγχου του ερωτηματολογίου (δοκιμή του ερωτηματολογίου), θα πραγματοποιηθεί συνάντηση της ομάδας μελέτης και των συνεντευκτών κατά την οποία θα αξιολογηθούν τα αποτελέσματά της. Με βάση τις παρατηρήσεις και επισημάνσεις που θα καταγραφούν κατά τη διάρκεια της συνάντησης αυτής, θα γίνουν ορισμένες αλλαγές στο ερωτηματολόγιο με στόχο να ικανοποιηθούν οι βασικές προϋποθέσεις οποιασδήποτε έρευνας με ερωτηματολόγιο, δηλαδή πληρότητα, σωστή δομή, ομαλή ροή πληροφοριών και κατανόησης από τον ερωτούμενο.

1.3.2 Δειγματοληψία πληθυσμού αναφοράς

Η μέθοδος δειγματοληψίας που θα ακολουθηθεί για την επιλογή των δειγμάτων της έρευνας πεδίου σε 800 ΜΜΕ, είναι η μέθοδος της «στρωματοποιημένης κατά συστάδες» τυχαίας δειγματοληψίας.

Με την μέθοδο της δειγματοληψίας κατά συστάδες, χωρίζεται ο πληθυσμός σε ομάδες (σε συστάδες / clusters) και στη συνέχεια γίνεται η επιλογή του τυχαίου δείγματος (με απλή τυχαία δειγματοληψία) από τις συστάδες. Συνεπώς, στην περίπτωση της δειγματοληψίας κατά συστάδες, ένα δείγμα είναι ένα απλό τυχαίο δείγμα στο οποίο κάθε δειγματοληπτική μονάδα είναι μια συλλογή (συστάδα) στοιχείων. Επομένως, είναι σημαντικό οι συστάδες να αποτελούν – όσο το δυνατόν – έναν «μικρόκοσμο» του υπό εξέταση πληθυσμού.

Ο χωρισμός του πληθυσμού σε ομάδες-συστάδες φαινομενικά μοιάζει με τη μέθοδο της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας, όπου και πάλι ο πληθυσμός χωρίζεται σε ομάδες-στρώματα. Υπάρχει όμως μια σημαντική διαφορά ανάμεσα στις δύο μεθόδους. Στην **στρωματοποιημένη δειγματοληψία**, για τη βέλτιστη κατασκευή των στρωμάτων, πρέπει τα στρώματα να είναι όσο το δυνατόν πιο ομοιογενή ως προς τα στοιχεία (μονάδες) που περιέχουν και όσο το δυνατόν πιο ανομοιογενή μεταξύ τους (να διαφέρουν το ένα από το άλλο), ως προς το χαρακτηριστικό που ενδιαφέρει.

Αντίθετα, στην **κατά συστάδες δειγματοληψία** ο διαχωρισμός γίνεται σε όσο το δυνατόν πιο ομοιογενείς συστάδες, με ανομοιογενή στοιχεία η κάθε μια. Η κατά συστάδες δειγματοληψία είναι μία αποτελεσματική μέθοδος, με την οποία λαμβάνεται περισσότερη πληροφορία για κάποια παράμετρο του πληθυσμού με μικρότερο κόστος, ιδίως στην περίπτωση που:

- α) δεν υπάρχει διαθέσιμη λίστα για τα στοιχεία του πληθυσμού ή εφόσον υπάρχει είναι πολύ δαπανηρή η απόκτησή της
- β) το κόστος λήψης των παρατηρήσεων αυξάνει όσο αυξάνει η απόσταση μεταξύ των στοιχείων του πληθυσμού.

Ένα ενδιαφέρον ερώτημα που προκύπτει στην κατά συστάδες δειγματοληψία είναι το εάν είναι προτιμότερος ο διαχωρισμός του πληθυσμού σε πολλές συστάδες με λίγα στοιχεία η καθεμία, ή σε λίγες συστάδες με πολλά στοιχεία. Η απάντηση εξαρτάται από το είδος του πληθυσμού. Εάν τα στοιχεία κάθε συστάδας είναι σχετικά όμοια μεταξύ τους, είναι καλύτερα να έχουμε ένα δείγμα από πολλές συστάδες με λίγα στοιχεία, ενώ αντίθετα, εάν τα στοιχεία έχουν διαφορές μεταξύ τους, είναι καλύτερα να έχουμε ένα δείγμα από λίγες συστάδες με πολλά στοιχεία. Πάντως, στις περισσότερες περιπτώσεις ενδείκνυται ο διαχωρισμός σε πολλές συστάδες με λίγα στοιχεία.

Όταν όλες οι στοιχειώδεις μονάδες των συστάδων του δείγματος λαμβάνονται για εξέταση έχουμε τη λεγόμενη **μονοσταδιακή κατά συστάδες δειγματοληψία**. Όταν όμως λαμβάνεται ένα δείγμα μονάδων από κάθε συστάδα που επελέγη στο δείγμα, έχουμε την **δισταδιακή δειγματοληψία**.

Αναλυτικότερα, στην **δισταδιακή κατά συστάδες δειγματοληψία** αρχικά χωρίζουμε τον πληθυσμό σε συστάδες, με κύριο κριτήριο την ομοιογένεια των συστάδων μεταξύ τους, αλλά και την ανομοιογένεια των στοιχείων εντός της κάθε συστάδας. Στη συνέχεια, λαμβάνεται από κάθε συστάδα ένας αριθμός στοιχείων. Αυτή η διαδικασία διευκολύνει πολύ την έρευνά στην περίπτωση που τα στοιχεία της κάθε συστάδας – παρά την αρχική προσπάθεια για ανομοιογένεια – δίνουν παρόμοια πληροφορία οπότε είναι ανούσιο να μετρηθούν όλα.

Όταν τέλος, η κατά συστάδες δειγματοληψία περιλαμβάνει περισσότερα από δυο στάδια για την επιλογή του τελικού δείγματος ονομάζεται **πολυσταδιακή δειγματοληψία**.

Μια ενδιαφέρουσα μεθοδολογική προσέγγιση, που σε αρκετές περιπτώσεις επιλύει πληθώρα πρακτικών προβλημάτων, είναι η μέθοδος της **κατά συστάδες δειγματοληψίας συνδυαζόμενης με στρωματοποίηση**. Η μέθοδος αυτή είναι ένας συνδυασμός της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας και της δειγματοληψίας κατά συστάδες. Αρχικά ο πληθυσμός χωρίζεται σε L στρώματα και μετά κάθε στρώμα χωρίζεται σε N_h συστάδες. Ο διαχωρισμός θα πρέπει να γίνει έτσι ώστε τα μεν στρώματα να είναι κατά το δυνατόν ομοιογενή ως προς τις μονάδες τους και ανομοιογενή μεταξύ τους, οι δε συστάδες ομοιογενείς μεταξύ τους και ανομοιογενείς ως προς τα στοιχεία που περιέχουν (π.χ. τα στρώματα θα μπορούσαν να είναι νομοί και οι συστάδες να είναι οι πόλεις του εκάστοτε νομού). Η συγκεκριμένη μέθοδος ενδείκνυται για μεγάλους πληθυσμούς και μάλιστα εκεί όπου ο διαχωρισμός σε στρώματα δεν μπορεί να εξασφαλίσει την ομοιογένεια των στρωμάτων, πράγμα που σημαίνει ότι η εφαρμογή μόνο της στρωματοποιημένης θα οδηγούσε σε κακές εκτιμήτριες των υπό εξέταση χαρακτηριστικών, εφόσον υπάρχουν μεγάλες διασπορές. Το μέγεθος των συστάδων N_h εξαρτάται από το είδος του πληθυσμού, ενώ ο αριθμός των συστάδων του δείγματος n_h από το κατά πόσο τα στοιχεία κάθε συστάδας είναι όμοια (οπότε παίρνουμε μεγάλο n_h), ή όχι (οπότε παίρνουμε μικρό αριθμό συστάδων n_h).

Από κάθε στρώμα λαμβάνεται ένα δείγμα n_h συστάδων με απλή τυχαία δειγματοληψία. Εάν εξεταστούν όλα τα στοιχεία των συστάδων που επελέγησαν, τότε έχουμε **μονοσταδιακή στρωματοποιημένη κατά συστάδες δειγματοληψία**. Εάν από τις επιλεγμένες συστάδες πάρουμε ένα δείγμα με απλή τυχαία δειγματοληψία, έχουμε **δισταδιακή**, ενώ στην περίπτωση που τα στάδια εκλογής του τελικού δείγματος είναι πολλά, τότε έχουμε **πολυσταδιακή** δειγματοληψία.

Από τις διαθέσιμες μεθοδολογίες δειγματοληψίας, καταλληλότερη για τις ανάγκες του παρόντος έργου είναι η στρωματοποιημένη κατά συστάδες δειγματοληψία. Τα θεωρητικά και πρακτικά πλεονεκτήματα της μεθόδου συνοψίζονται ως εξής:

- Λαμβάνονται **καλύτερες εκτιμήσεις** σε σύγκριση με την απλή τυχαία δειγματοληψία, την στρωματοποιημένη και την κατά συστάδες.
- Απαιτείται **μικρότερο μέγεθος δείγματος**, καθώς αυτό θα είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού.
- Εξάγονται διαφορετικές **εκτιμήσεις των χαρακτηριστικών για κάθε στρώμα** και είναι δυνατή η **σύγκριση** των αποτελεσμάτων μεταξύ των στρωμάτων (π.χ μεταξύ των διαφορετικών γεωγραφικών περιοχών).

- Είναι ευκολότερη η **εκλογή δείγματος και η εξέτασή του** εφόσον υπάρχει η δυνατότητα καταμερισμού των εργασιών της συλλογής των πληροφοριών και της επεξεργασίας τους (επιμερίζοντας π.χ. τον έλεγχο ανά γεωγραφική περιοχή, κλπ.).
- Είναι εφικτή η χρήση της μεθόδου **όταν δεν υπάρχει λίστα δεδομένων**.
- Μειώνεται το **κόστος** της δειγματοληψίας και ενδείκνυται ιδιαίτερα όταν η αύξηση της απόστασης μεταξύ των παρατηρήσεων συνεπάγεται και αύξηση του κόστους της έρευνας.

Η μέθοδος της στρωματοποιημένης κατά συστάδες δειγματοληψίας θα χρησιμοποιηθεί στις ερευνητικές διαδικασίες σε επιχειρήσεις.

Η κατηγοριοποίηση του πληθυσμού αναφοράς ως προς το αντικείμενο θα βασισθεί στην κωδικοποίηση των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας (NACE). Με βάση την κωδικοποίηση αυτή είναι εφικτή περαιτέρω η ομαδοποίηση των επιχειρήσεων σε κατηγορίες κλάδων και η «σκιαγράφηση» της επιχειρηματικής φυσιογνωμίας ανά κάθε εξεταζόμενη γεωγραφική περιοχή, η διερεύνηση πιθανών συσχετίσεων, καθώς και ενδεχόμενη «κανονικοποίηση» σε κλαδικούς δείκτες (π.χ. η κατανομή επιχειρήσεων ως προς το σχετικό τους μέγεθος απασχόλησης σε σύγκριση με τη μέση [average] ή τη διάμεσο [median] τιμή στον κλάδο).

Ο πληθυσμός της έρευνας αντλείται από τη βάση επιχειρηματικών δεδομένων της ICAP, η οποία περιλαμβάνει περισσότερες από 500.000 επιχειρήσεις και είναι η μεγαλύτερη και πληρέστερη στο είδος της για τον ελλαδικό χώρο. Τονίζεται ότι η εν λόγω βάση δεδομένων (ICAP DataBank) περιλαμβάνει:

- βασικά στοιχεία της επιχείρησης όπως νομική μορφή και ιστορικό τυχόν μεταβολών, έτος ίδρυσης, έδρα, εταίροι / μέτοχοι και διοίκηση, δραστηριότητες (βασική – τυχόν άλλες), ακίνητα, απασχόληση, συμμετοχές κ.α.
- ποιοτικά δεδομένα της επιχείρησης όπως προϊόντα / υπηρεσίες, πελάτες, προμηθευτές, εισαγωγές και εξαγωγές (και σχετικοί όροι συναλλαγής), συνολική εικόνα της δραστηριότητας και οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης, στοιχεία συναλλακτικής συμπεριφοράς, πιστοληπτική ικανότητα θέση στον κλάδο κ.α.
- οικονομικά δεδομένα της επιχείρησης όπως μετοχικό / εταιρικό κεφάλαιο, οικονομικά δεδομένα ισολογισμού, εφόσον η επιχείρηση υποχρεούται στην δημοσίευση του, ανάλυση παγίων, αποθεμάτων, κερδοφορίας, δαπανών, υποχρεώσεων και απαιτήσεων, δείκτες δανεισμού και πιστοληπτικής ικανότητας, στοιχεία προσωπικού κ.α., ενώ υπολογίζεται σημαντικός αριθμός αριθμοδεικτών (π.χ. αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων, ξένα προς ίδια κεφάλαια, δείκτες περιθωρίου κέρδους και ρευστότητας, μέσοι χρόνοι εξόφλησης κτλ.) Η βάση δεδομένων

περιλαμβάνει πλήρη στοιχεία οικονομικών καταστάσεων περισσότερων των 100.000 εταιρειών (σε χρονικό βάθος 3ετίας και άνω).

Σημειώνεται γενικότερα ότι τα προαναφερόμενα ποσοτικά δεδομένα τηρούνται ανά έτος σε βάθος χρόνου μέχρι την πρώτη χρονολογία διαθεσιμότητας αυτών (π.χ. ίδρυση της επιχείρησης, πρώτη δημοσίευση ισολογισμού, έναρξη παρακολούθησης της επιχείρησης κτλ.). Είναι συνεπώς δυνατή η εξέταση χρονικών σειρών και η εύρεση τάσεων / χρονικών μεταβολών για την εξαγωγή ποσοτικών ή και ποιοτικών συμπερασμάτων (π.χ. αύξουσα ή φθίνουσα πορεία επιχείρησης ή και ολόκληρου κλάδου ή υποκλάδου, τυχόν «περιοδικότητα» διακυμάνσεων κτλ.).

Με βάση τα παραπάνω, είναι εφικτή όχι μόνο η χρήση πλήθους ποσοτικών κριτηρίων για την διαμόρφωση του δείγματος, αλλά και η εκμετάλλευση ποιοτικών στοιχείων για την «βελτιστοποίηση» του δείγματος, π.χ. την εξαίρεση επιχειρήσεων που αδρανούν (έστω και αν δεν έχουν πτωχεύσει ή τεθεί σε εκκαθάριση). Σε περίπτωση που η Αναθέτουσα Αρχή επιθυμεί την εξαγωγή δείγματος από τα μητρώα επιχειρήσεων που ενδεχομένως διαθέτει, αυτά θα διασταυρωθούν με τα αντίστοιχα δεδομένα της ICAP DataBank ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη αξιοπιστία του πληθυσμού έρευνας.

Όπως προαναφέρθηκε, θα διερευνηθεί το ενδεχόμενο ομαδοποίησης του πληθυσμού των επιχειρήσεων σε κατηγορίες ευρύτερων κλάδων, προκειμένου να αναδειχθεί με μεγαλύτερη σαφήνεια η παραγωγική φυσιογνωμία βασιζόμενη στην *σημασία* και την *θέση* της *ανταγωνιστικότητας* ανά κλάδο και ανά γεωγραφική περιοχή και να προκύψει ευρύτερη βάση για την εκτέλεση στρωματοποιημένης δειγματοληψίας. Όπως είναι γνωστό, η ομαδοποίηση κατά κωδικούς NACE βασίζεται κυρίως στην παραγωγική διαδικασία της κάθε δραστηριότητας, τα μέσα που χρησιμοποιεί, τις πρώτες ύλες, τον βαθμό επεξεργασίας, τον τύπο του τελικού προϊόντος, κλπ. Στην προκειμένη περίπτωση, χωρίς να παραγνωρίζεται η βασική μορφή της παραγωγικής διαδικασίας κάθε δραστηριότητας, τα κριτήρια ομαδοποίησης δεν μπορούν να περιοριστούν σ' αυτή τη μονοδιάστατη οπτική, δεδομένου ότι ο τελικός στόχος του έργου εστιάζεται στην ανταγωνιστικότητα και τις απαιτήσεις της (κατάρτιση, εξειδικεύσεις, αριθμός απασχολούμενων κλπ). Η ομαδοποίηση παρέχει ευρύτερο πληθυσμό ο οποίος αναμένεται να διευκολύνει τη στρωματοποίηση σε συνδυασμό και με άλλες μεταβλητές. Μια ενδεικτική κατηγοριοποίηση θα μπορούσε να βασισθεί στις ακόλουθες κατηγορίες:

α/α	Διψήφιοι Κωδικοί NACE	Κατηγορία (ευρύτερος κλάδος)
1	01 έως 14	Πρωτογενής - Λατομεία
2	15	Τρόφιμα
3	17-18-19	Ενδύματα
4	20 έως 40	Ξύλο - Μέταλλο
5	45	Κατασκευές
6	50	Αυτοκίνητο
7	51	Χονδρικό Εμπόριο
8	52	Λιανικό Εμπόριο
9	55	Ξενοδοχεία - Εστιατόρια
10	80	Εκπαίδευση
11	60 έως 99 (εκτός από τον 80)	Παροχή Υπηρεσιών

Αναλυτικά οι παραπάνω κατηγορίες περιλαμβάνουν:

Κατηγορίες Επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν ανά κατηγορία

- 1η
- επιχειρήσεις του πρωτογενή τομέα, αγροτικές και
 - επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της εξόρυξης (ορυχεία και λατομεία)
- 2η
- επιχειρήσεις επεξεργασίας, τυποποίησης και παραγωγής τροφίμων και ποτών.
- 3η
- βιοτεχνίες και βιομηχανίες :
- παραγωγής νημάτων και υφασμάτων (κλωστοϋφαντουργίες),
 - κατασκευής γουναρικών, ενδυμάτων και υποδημάτων
- 4η
- βιοτεχνίες και βιομηχανίες ξύλου και επίπλων,
 - βιοτεχνίες εκτυπώσεων,
 - βιοτεχνίες επεξεργασίας χημικών ουσιών και προϊόντων,
 - βιοτεχνίες πλαστικών και γυαλιού,
 - βιοτεχνίες παραγωγής δομικών υλικών (τσιμέντο,

Κατηγορίες Επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν ανά κατηγορία

- ασβέστης κλπ),
- βιοτεχνίες παραγωγής μετάλλων και μεταλλικών προϊόντων και επίπλων,
 - επιχειρήσεις κατασκευής μηχανών, εξοπλισμού, ιατρικών οργάνων, ηλεκτρονικών υπολογιστών
- 5η
- επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κατασκευαστικό κλάδο (χωματουργικές, υδραυλικές, ηλεκτρολογικές)
 - εργολάβοι κατασκευής έργων.
- 6η
- επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον κλάδο του αυτοκινήτου
 - συνεργεία επισκευής και συντήρησης οχημάτων,
 - πρατήρια πώλησης καυσίμων,
 - πλυντήρια,
 - φανοποιεία, κλπ.
- 7η
- εμπορικές επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης αγαθών.
- 8η
- εμπορικές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης αγαθών.
- 9η
- επιχειρήσεις εστιατορίων, και ξενοδοχείων.
- 10η
- επιχειρήσεις του τομέα της εκπαίδευσης όπου περιλαμβάνονται όλες οι σχολές, τα φροντιστήρια, γυμναστήρια κλπ.
- 11η
- επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα παροχής υπηρεσιών (εκτός από την προηγούμενη κατηγορία). Ειδικότερα περιλαμβάνονται :
- υπηρεσίες μεταφορών,
 - ταξιδιωτικά γραφεία,
 - ταχυδρομικές υπηρεσίες,
 - ασφάλειες,
 - χρηματοπιστηριακές επιχειρήσεις,
 - μεσίτες,
 - επιχειρήσεις εκμίσθωσης μηχανημάτων και εξοπλισμού,

Κατηγορίες Επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν ανά κατηγορία

- υπηρεσίες παροχής συμβουλών (και πληροφορικής),
- υπηρεσίες υγείας,
- υπηρεσίες ψυχαγωγίας,
- υπηρεσίες φροντίδας ανθρώπου (κομμωτήρια κλπ) και λοιπές υπηρεσίες.

Το δείγμα θα επιλεγεί από το συνολικό πληθυσμό των επιχειρήσεων με στρωματοποιημένη δειγματοληψία ανά ευρύτερο κλάδο και ανά γεωγραφική περιοχή. Ως προς την γεωγραφική κατανομή καταρχάς θα ακολουθεί τις διοικητικές περιφέρειες της χώρας, θα διερευνηθεί όμως και το ενδεχόμενο ενιαίας αντιμετώπισης όμορων περιφερειών με παρεμφερή γνωρίσματα (π.χ. Β. – Ν. Αιγαίο) ή άλλων ευρύτερων ομάδων περιφερειών (π.χ. περιφέρειες σύγκλισης - περιφέρειες σταδιακής εισόδου - περιφέρειες σταδιακής εξόδου), καθώς και (αντίστροφα) της διακριτής αντιμετώπισης των μεγαλύτερων πολεοδομικών συγκροτημάτων (κυρίως της πρωτεύουσας) λόγω μεγάλου μεγέθους και ειδικών χαρακτηριστικών ως προς την παραγωγική δομή και τη δομή της απασχόλησης. Στη διαδικασία θα ληφθεί υπόψη ο απόλυτος αριθμός επιχειρήσεων ανά ευρύτερο κλάδο και περιοχή, το μέγεθος του οποίου έχει σημαντικές αποκλίσεις και κάποιες φορές είναι αρκετά μικρό (με αποτέλεσμα να μην ενδείκνυται, μεταξύ άλλων και για το λόγο αυτό, η τυχαία δειγματοληψία).

Η στρωματοποιημένη δειγματοληψία θα γίνει με βάση το πληθυσμιακό μέγεθος της κάθε κλαδικής ομάδας. Έτσι, το δείγμα στην ομάδα επιχειρήσεων ενός κλάδου με λίγες επιχειρήσεις θα είναι μεγαλύτερο ως ποσοστό, από το δείγμα ενός κλάδου με πολλές επιχειρήσεις. Με αυτή τη διαδικασία, εξασφαλίζεται η αντιπροσωπευτικότητα των διαφόρων κλάδων (υπό την έννοια ότι δεν θα χαθούν σημαντικά ποιοτικά στοιχεία επιμέρους κλάδων λόγω μικρού πληθυσμού και άρα πολύ μικρού δείγματος).

Στη συνέχεια και αφού προκύψει ο αριθμός των επιχειρήσεων – δειγμάτων ανά περιοχή και κατηγορία δραστηριότητας, επιλέγεται με μερικώς τυχαίο τρόπο ο αριθμός των δειγμάτων. Δηλαδή, στο εσωτερικό κάθε κατηγορίας, ανάλογα με την κατανομή και το βάρος κάποιων επιχειρήσεων θα τηρηθεί μια εσωτερική ισορροπία στην επιλογή των δειγμάτων. Μεταξύ αυτών των επιχειρήσεων η επιλογή θα είναι τυχαία.

Προκειμένου να αντιμετωπιστούν ενδεχόμενα προβλήματα κατά το στάδιο της εφαρμογής της έρευνας (άρνηση ή μη εύρεση των επιχειρηματιών του δείγματος) θα επιλεγεί σε κάθε περιοχή και σε κάθε κατηγορία κλάδων, ένα κύριο και ένα συμπληρωματικό δείγμα επιχειρήσεων. Η επιλογή και των δύο δειγμάτων θα γίνει σύμφωνα με τον παραπάνω

τρόπο (μερικώς τυχαίο). Δηλαδή, σε μια συγκεκριμένη κατηγορία μιας περιοχής θα επιλεγεί ο απαιτούμενος αριθμός των δειγμάτων και θα αποτελεί το κύριο δείγμα. Ακολούθως θα επαναλαμβάνεται η ίδια διαδικασία η οποία θα οδηγήσει στο συμπληρωματικό δείγμα. Το ολικό μέγεθος των δειγμάτων θα είναι τουλάχιστον τριπλάσιο από τον προβλεπόμενο αριθμό ερωτηματολογίων έτσι ώστε να καλυφθούν τα όποια προβλήματα προκύψουν.

Γεωγραφικά, η έρευνα θα καλύψει το σύνολο της Ελλάδος, συμπεριλαμβανομένων αγροτικών και νησιωτικών περιοχών σύμφωνα με τη διαίρεση της χώρας σε Διοικητικά Διαμερίσματα (NUTS II).

1.3.3 Διενέργεια έρευνας πεδίου

1. ΈΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ ΣΕ 800 ΜΜΕ

Η έρευνα θα εκτελεσθεί με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων μέσω τηλεφωνικής επαφής. Θα πραγματοποιούνται **συνολικά τέσσερις τηλεφωνικές κλήσεις (1 αρχική και 3 επανακλήσεις) για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων** με τις επιλεγμένες επιχειρήσεις, σε διαφορετικές ώρες ή/και ημέρες. Στόχος είναι να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό ποσοστό ανταπόκρισης. Σε οποιαδήποτε περίπτωση –αν μετά τις τέσσερις τηλεφωνικές κλήσεις- δεν διεξαχθεί συνέντευξη, γίνεται αντικατάσταση της επιλεγμένης επιχείρησης με την επόμενη επιχείρηση στη λίστα.

Η όλη μεθοδολογία διεξαγωγής της έρευνας θα αποτυπωθεί σε ένα «πρωτόκολλο συλλογής δεδομένων», σε τρόπο ώστε η τυποποίηση και καταγραφή των βημάτων που θα ακολουθηθούν για τη συλλογή των στοιχείων να διασφαλίζει ότι η συλλογή των δεδομένων θα επηρεαστεί σε όσο το δυνατόν μικρότερο βαθμό από την υποκειμενική κρίση του κάθε επιμέρους ερευνητή.

Η έρευνα παρακολουθείται και ελέγχεται καθ' όλη τη διάρκεια της από υπεύθυνο έρευνας πεδίου. Κάθε ομάδα ερευνητών επιβλέπεται από επιθεωρητή ο οποίος βοηθά στο έργο του τον υπεύθυνο διεξαγωγής των συνεντεύξεων και ακολουθεί οδηγίες του υπευθύνου αυτού. Όλοι οι επιθεωρητές ελέγχονται από τον υπεύθυνο της έρευνας πεδίου. Μέσα στα βασικά καθήκοντα των επιθεωρητών είναι η ενημέρωση του υπευθύνου της διεξαγωγής των συνεντεύξεων για την πρόοδο της εργασίας της ομάδας του και για την επίβλεψη της δουλειάς της ομάδας του.

Ο **κατάλληλος ερωτώμενος** είναι είτε ο ιδιοκτήτης (προκειμένου για μικρές επιχειρήσεις, προσωπικές, ΟΕ/ ΕΕ, κλπ.), είτε ο υπεύθυνος της επιχείρησης για τα οικονομικά θέματα / οικονομικός διευθυντής (προκειμένου για μεγαλύτερες επιχειρήσεις).

Αποτέλεσμα της δραστηριότητας θα είναι το σύνολο των 800 συμπληρωμένων και ελεγμένων ερωτηματολογίων για την ετήσια έκθεση του 2011. Θα παραδοθούν το πλήρες δείγμα επιχειρήσεων, τα πρωτογενή δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή και η κωδικοποίηση αυτών που χρησιμοποιήθηκε (lookup tables).

1.3.4 Επεξεργασία Δεδομένων

1.3.4.1 Ποιοτικός έλεγχος αξιοπιστίας των δεδομένων

Έλεγχος ορθής συμπλήρωσης ερωτηματολογίων

Όλα τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια θα ελεγχθούν παρουσία των ερευνητών για να διαπιστωθεί η σωστή και πλήρης συμπλήρωσή τους.

Συγκεκριμένα, το στάδιο αυτό περιλαμβάνει συμπλήρωση των παραλείψεων του ερευνητή ή / και διόρθωση τυχόν λανθασμένων ή ανακόλουθων πληροφοριών.

Πραγματοποιούνται όλοι οι απαραίτητοι έλεγχοι ώστε τα ερωτηματολόγια που παραδίδονται για διάτρηση και ηλεκτρονική επεξεργασία να είναι πλήρη και να μην περιέχουν εμφανή λάθη.

Έλεγχος ορθής εισαγωγής ερωτηματολογίων

Η εισαγωγή των δεδομένων θα γίνει απευθείας από τους συνεντευκτές σε βάση που θα αναπτύξει ο Σύμβουλος στα πλαίσια του έργου. Στη συνέχεια θα ελεγχθεί η ορθότητα της εισαγωγής των δεδομένων (validation). Για το λόγο αυτό θα πραγματοποιηθεί μία σειρά λογικών ελέγχων που θα διασφαλίζει την εγκυρότητα των δεδομένων.

Από την εμπειρία μας αξίζει να σημειωθεί ότι, η εισαγωγή των πρωτογενών στοιχείων στη βάση δεδομένων και ο έλεγχός τους είναι αρκετά χρονοβόρα διαδικασία, λόγω του μεγάλου όγκου των στοιχείων και της απαιτούμενης ιδιαίτερης προσοχής δεδομένου ότι πολλές μεταβλητές αναμένεται να είναι ανοικτές. Στη συγκεκριμένη φάση της έρευνας, οι σημαντικότερες εργασίες που θα πραγματοποιηθούν είναι οι εξής:

- μετά από τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, θα γίνει έλεγχος της ποιότητας του ερωτηματολογίου, χρησιμοποιώντας σε μια πρώτη φάση, τις απαντήσεις του φυλλαδίου αξιολόγησης που έπρεπε ο κάθε συνεντευκτής να συμπληρώσει μετά από τη διεξαγωγή της συνέντευξης. Με αυτή τη διαδικασία, είναι δυνατό να εντοπιστούν τα προβληματικά ερωτηματολόγια και να γίνουν οι απαραίτητες διορθώσεις. Στο στάδιο αυτό, οι σημαντικότερες διορθώσεις αφορούν κατά κύριο λόγο παραλείψεις στοιχείων.

- με τη βοήθεια της Βάσης Δεδομένων, θα πραγματοποιηθούν λογικοί έλεγχοι μεταξύ των διάφορων απαντήσεων με τις σχετικές διορθώσεις. Με την έννοια «λογικός έλεγχος», εννοούμε τη διαδικασία συσχέτισης μεταξύ δύο ή περισσότερων ερωτήσεων από τις οποίες, οι απαντήσεις μερικών από αυτών εξαρτώνται ή σχετίζονται με τις απαντήσεις που δόθηκαν στην πρώτη ερώτηση.

Παράδειγμα λογικού ελέγχου:

Από την πρώτη ερώτηση για την απασχόληση: μεταβλητή C1 (απασχόληση προσωπικού Ναι ή Όχι), εξαρτώνται οι απαντήσεις στις επόμενες ερωτήσεις C1_1, C1_2, C2 και C3.

* Αν η μεταβλητή C1 = 1 (Ναι), τότε η μεταβλητή C1_1 πρέπει να είναι κενή ενώ τουλάχιστον ορισμένες μεταβλητές της ομάδας C1_2, C2 και C3 πρέπει να έχουν θετικές τιμές.

* Αν η μεταβλητή C1 = 0 (Όχι), τότε αναμένεται απάντηση στη μεταβλητή C1_1 ενώ όλες οι υπόλοιπες μεταβλητές C1_2, C2 και C3 πρέπει να είναι κενές

Ο συνολικός αυτός έλεγχος (πριν και μετά την εισαγωγή δεδομένων στη Βάση Δεδομένων) βοηθά στο να αποφευχθούν σημαντικά λογικά σφάλματα που θα αποπροσανατολίσουν την ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

1.3.4.2 Επεξεργασία των δεδομένων

Στο στάδιο αυτό γίνεται η επεξεργασία των καταχωρηθέντων δεδομένων, το πρώτο στάδιο της οποίας είναι η ανάλυση μη-απόκρισης (non-response analysis). Το πρόβλημα των ελλিপών δεδομένων (missing values) είναι από τα σημαντικότερα και πιο δύσκολα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ερευνητές σε αντίστοιχες έρευνες και ο τρόπος επίλυσης του σχετίζεται άμεσα με την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων της ανάλυσης που θα ακολουθήσει.

Τα ελλιπή δεδομένα μπορούν να προκύψουν είτε από την άρνηση του ερωτώμενου να απαντήσει σε μία ή περισσότερες ερωτήσεις (item non-response), είτε από την άρνηση του ερωτώμενου να συμμετάσχει στην έρευνα (unit non-response). Φυσικά οι βάσεις με τα δεδομένα δεν μπορούν να περιέχουν καταχωρήσεις για μονάδες που δεν έδωσαν καμία απάντηση, όμως και αυτό το πρόβλημα πρέπει να αντιμετωπιστεί σε αυτό το στάδιο της μελέτης, δηλαδή μετά την ολοκλήρωση της δειγματοληψίας, ενώ τα στοιχεία που θα συλλεχθούν κατά την εφαρμογή της ανάλυσης μη-απόκρισης στις διάφορες έρευνες καταχωρούνται και αυτά στις αντίστοιχες βάσεις.

Στην πρώτη περίπτωση (item non-response) χρησιμοποιούνται μέθοδοι εκτίμησης των ελλিপών δεδομένων (imputation methods), όπως γραμμική παλινδρόμηση, λογιστική παλινδρόμηση, hot decking μέθοδοι κλπ. Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των

μεθόδων κατά την εφαρμογή τους γίνεται βάσει στατιστικών κριτηρίων τα οποία καθιστούν τον αναλυτή ικανό να επιλέξει την βέλτιστη μέθοδο για κάθε εφαρμογή. Τα κριτήρια επιλογής μεθόδου εκτίμησης ελλειπών δεδομένων βασίζονται κυρίως στη σύγκριση της ποιότητας των δεδομένων πριν και μετά την εφαρμογή της μεθόδου εκτίμησής τους.

Στη δεύτερη περίπτωση (unit non-response) εφαρμόζεται ανάλυση μη-απόκρισης (non-response analysis). Ενδεχομένως οι μονάδες που αρνούνται να συμμετέχουν στην έρευνα να προέρχονται από πληθυσμούς με διαφορετικά χαρακτηριστικά από εκείνες που συμμετέχουν, ενώ πρέπει να ληφθεί υπ' όψη και ο λόγος της μη-απόκρισης. Η ελαχιστοποίηση της μη-απόκρισης είναι θέμα μείζονος σημασίας για κάθε έρευνα. Σύμφωνα με τις οδηγίες της Eurostat, αν η άρνηση των ερωτώμενων να συμμετάσχουν ξεπερνά το 30%, τότε η εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης μη-απόκρισης είναι επιτακτική. Σ' αυτήν την περίπτωση σε τουλάχιστον 10% από τους ερωτώμενους που δεν ανταποκρίθηκαν επαναλαμβάνεται η διαδικασία της έρευνας πεδίου. Δεδομένου ότι το μέγεθος του δείγματος της ανάλυσης μη-απόκρισης είναι σχετικά μικρό, στρωματοποιήσεις που χρησιμοποιήθηκαν κατά την συνολική έρευνα δε χρειάζεται να χρησιμοποιηθούν. Εντούτοις, πληροφορίες σχετικά με τις κατηγορίες στρωματοποίησης πρέπει να είναι διαθέσιμες για τον υπολογισμό βαρών. Κατά την εφαρμογή της, η ανάλυση μη-απόκρισης μπορεί να βασιστεί σε ένα απλό τυχαίο δείγμα του πληθυσμού που δεν ανταποκρίθηκε στο ερωτηματολόγιο.

Περαιτέρω ακολουθεί η εκτίμηση συγκεκριμένων παραμέτρων / δεικτών ανάλογα με το ιδιαίτερο αντικείμενο της έρευνας και ο υπολογισμός διαστημάτων εμπιστοσύνης με καθιερωμένες στατιστικές τεχνικές.

Μετά την εξαγωγή των αποτελεσμάτων της έρευνας θα πραγματοποιηθούν στατιστικές ειδικές αναλύσεις οι οποίες θα βοηθήσουν στην πληρέστερη κατανόηση των ευρημάτων της έρευνας. Ενδεικτικά αναφέρονται οι ακόλουθες ειδικές αναλύσεις που θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν:

Πολυμεταβλητές αναλύσεις οι οποίες όχι μόνο απλοποιούν την εξαγωγή συμπερασμάτων αλλά αναδεικνύουν και κρυφές σχέσεις στα δεδομένα.

Ειδικά γραφήματα πολυμεταβλητής ανάλυσης: Star plots, icon plots κτλ.

Ανάλυση κατά συστάδες (Cluster analysis): Για τον προσδιορισμό δομών στα δεδομένα οι οποίες να δημιουργούν λογικές ταξινομήσεις χαρακτηριστικών. Πιο συγκεκριμένα η ανάλυση κατά συστάδες προσπαθεί να αναγνωρίσει σχετικά ομοιογενείς ομάδες ερωτώμενων βασιζόμενη σε επιλεγμένα χαρακτηριστικά, σχηματίζοντας τις ομάδες έτσι ώστε τα άτομα μέσα στην κάθε μία να είναι όσο το δυνατό πιο όμοια και η διαφορά μεταξύ των ομάδων μέγιστη.

Παραγοντική ανάλυση (Factor analysis): Για την απεικόνιση της δομής απόψεων και αντιλήψεων σε ένα συνολικό πλαίσιο αναφοράς. Πιο αναλυτικά με τη συγκεκριμένη ανάλυση «ενώνονται» παράγοντες / κριτήρια που σε πρώτη προσέγγιση φαίνονται ανεξάρτητα μεταξύ τους κάτω από κοινές «ομπρέλες» μεταβλητών προσφέροντας τη δυνατότητα να μελετηθεί η ουσία των φαινομένων.

1.3.4.3 Στατιστική επεξεργασία των στοιχείων

Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει την επεξεργασία των πρωτογενών στοιχείων που έχουν συλλεχθεί κατά τη διενέργεια της έρευνας πεδίου, με σκοπό την κατάρτιση των κατάλληλων αναφορών αξιολόγησης, που θα συνεισφέρουν στην εξαγωγή συμπερασμάτων και στην ανάπτυξη προτάσεων πολιτικής και δράσεων για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας στους υπό εξέταση κλάδους.

Από αυτή την επεξεργασία θα προκύψει μια σειρά στατιστικών πινάκων με αναλύσεις συχνότητων των απαντήσεων στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Στόχος είναι η συσχέτιση των στοιχείων από την έρευνα πεδίου και η εξαγωγή στατιστικά σημαντικών συμπερασμάτων που επιπλέον τεκμηριώνονται ποιοτικά, με βάση τις απόψεις των εμπειρογνομόνων της Ομάδας Εργασίας του Αναδόχου. Η στατιστική ανάλυση δεν έχει χαρακτήρα πρόβλεψης ή μοντελοποίησης, αλλά αφορά καθαρά την αποτύπωση σημερινών μεγεθών και τάσεων και τον εντοπισμό αλληλοσυσχετίσεων. Για την αναζήτηση στατιστικά σημαντικών σχέσεων θα εφαρμοστούν στατιστικές τεχνικές σύγκρισης μέσω όρων, ποσοστών κ.α..

Γενική Ανάλυση

Εκτός από σειρά βασικών πινάκων και γραφημάτων που θα παρουσιαστούν, θα αξιοποιηθούν σύνθετες πολυμεταβλητές στατιστικές τεχνικές οι οποίες δίνουν μια πιο συνοπτική εικόνα του πολυδιάστατου φαινομένου όπως οι επιδόσεις και οι επιδιώξεις και προβλέψεις των εμπορικών επιχειρήσεων και αποτελούν χρήσιμα εργαλεία για την εξαγωγή συμπερασμάτων σε επόμενα στάδια. Η εμπειρία υποδεικνύει ότι στις συγκεκριμένες συνθήκες εφαρμόζεται ανάλυση των διαθέσιμων δεδομένων, της δομής και των χαρακτηριστικών τους και των συσχετίσεών τους με τη χρήση κατάλληλων στατιστικών πολυμεταβλητών τεχνικών.

Διαμόρφωση του μοντέλου των δεδομένων.

Διαμόρφωση δεικτών ποιότητας των δεδομένων (όπως για παράδειγμα συντελεστές μεταβλητότητας) και αποτίμηση της υφιστάμενης ποιότητας σε «Αρχική Αναφορά Ποιότητας Δεδομένων» με βάση αποτελέσματα εξειδικευμένων στατιστικών αναλύσεων.

Επισημαίνεται όπως προαναφέρθηκε ότι τα δεδομένα υποβάλλονται σε μια σειρά επανελέγχους πριν την καταχώρηση, κατά τη διάρκειά της και μετά από αυτή. Οι επανελέγχοι διεξάγονται παράλληλα με τη συλλογή στοιχείων. Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει ελέγχους ακρίβειας / πληρότητας της εργασίας πεδίου, λογικούς ελέγχους / διασταυρώσεις και τέλος στατιστικούς ελέγχους. Ειδικότερα πραγματοποιείται:

α) έλεγχος όλων των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων παρουσία των ερευνητών για να διαπιστώνεται η σωστή και πλήρης συμπλήρωσή τους. Τυπικά το στάδιο αυτό περιλαμβάνει συμπλήρωση τυχόν εμφανών παραλείψεων ή διόρθωση εμφανών λαθών του ερευνητή, ενώ οι διορθωτικές ενέργειες φτάνουν μέχρι και την ακύρωση του ερωτηματολογίου στην περίπτωση υπερβολικού πλήθους παραλείψεων ή λαθών που δεν επιδέχονται διόρθωση

β) επανελέγχος της εργασίας του κάθε ερευνητή σε ένα ποσοστό της τάξης του 10% (ενδεικτικά αναφέρεται π.χ. ότι κατά τη διεξαγωγή τηλεφωνικών συνεντεύξεων πραγματοποιείται συνακρόαση ή επανάληψη στο 10% των συνεντεύξεων που πραγματοποίησε ο κάθε ερευνητής)

γ) διασταύρωση επιμέρους στοιχείων που δόθηκαν από τους ερωτώμενους με στοιχεία από άλλες πηγές (π.χ. τα στοιχεία της επιχείρησης μπορούν να ελεγχθούν σε σύγκριση με τα στοιχεία που περιλαμβάνει η Βάση Δεδομένων της ICAP) ώστε να διαπιστωθεί ο βαθμός λαθών και παραλείψεων

δ) στατιστικός έλεγχος της αξιοπιστίας του δείγματος, συγκρίνοντας τις κατανομές των μεταβλητών που προέκυψαν από τη συλλογή στοιχείων με ανεξάρτητα δευτερογενή στοιχεία τα οποία είναι διαθέσιμα (π.χ. ανάλογα με το είδος των δεδομένων από πηγές όπως: ΕΣΥΕ, ΤΤΕ, προϋπάρχουσες κλαδικές μελέτες της ICAP κτλ.), για ενδεχόμενη λήψη διορθωτικών μέτρων

Γενικευμένα Γραμμικά Μοντέλα

Τα **γενικευμένα γραμμικά μοντέλα** είναι μια οικογένεια στατιστικών τεχνικών οι οποίες ακολουθούν την φάση της διερεύνησης των δεδομένων (Exploratory analysis). Ο σκοπός της μεθόδου είναι να ποσοτικοποιήσει και να επιβεβαιώσει μια σχέση μεταξύ μεταβλητών. Οι μεταβλητές αυτές χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: τις επεξηγηματικές αυτές δηλαδή που υποθέτουμε ότι επηρεάζουν το φαινόμενο και την εξαρτημένη, την μέτρηση δηλαδή που έχουμε για το υπό μελέτη φαινόμενο. Για παράδειγμα ένας από τους πιθανούς στόχους της ανάλυσης μπορεί να είναι η αξιολόγηση της ικανότητας διαφόρων μεταβλητών να προβλέψουν την συχνότητα ταξιδιού. Μπορεί αυτές οι επεξηγηματικές μεταβλητές να είναι η εισοδηματική κατάσταση του ερωτώμενου ή η απόσταση του τόπου διαμονής του από αεροδρόμιο. κτλ. Επίσης μπορεί ο αναλυτής να εντοπίσει αντικειμενικά ακραίες απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο οι οποίες να έχουν αρνητική επίδραση στην συνολική εκτίμηση. Με

κατάλληλη αντιμετώπιση αυτών των τιμών επιτυγχάνεται ακριβέστερη ποσοτικοποίηση του μεγέθους της μελέτης.

Τα **γενικευμένα γραμμικά μοντέλα** είναι μια οικογένεια τεχνικών με μεγάλο πεδίο εφαρμογής στις κοινωνικές επιστήμες και γενικά την εφαρμοσμένη έρευνα. Σε κάθε μια από τις ανεξάρτητες μεταβλητές αντιστοιχεί ένας συντελεστής ο οποίος αντικατοπτρίζει την ποσοτική αναγωγή της σχέσης της με την εξαρτημένη. Στην οικογένεια αυτή ανήκει και η γνωστή πολλαπλή παλινδρόμηση, η οποία επιτρέπει την συστηματικοποίηση της σχέσης μεταξύ μιας υπο-ανάλυση μεταβλητής και μιας ή περισσότερων επεξηγηματικών μεταβλητών.

Παραγοντική ανάλυση (Factor Analysis)

Η **Παραγοντική Ανάλυση** έχει ως στόχο τον εντοπισμό μεταβλητών οι οποίες δεν έχουν μετρηθεί από τα δεδομένα της μελέτης. Είναι οι λεγόμενοι 'παράγοντες' οι οποίοι εξηγούν την μορφή των συσχετίσεων που έχουμε παρατηρήσει στις μεταβλητές του ερωτηματολογίου. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η μείωση των διαστάσεων του προβλήματος αφού χτίζεται ένα μοντέλο το οποίο αντί να εμπλέκει πολλές συγκλίνουσες μεταβλητές, χρησιμοποιεί μονάχα τους «κρυμμένους παράγοντες» οι οποίοι βέβαια εμπλέκουν ταυτόχρονα όλες αυτές τις μεταβλητές. Με άλλα λόγια υποθέτοντας ότι ένας παράγοντας δημιουργεί πολλές μεταβλητές (τις απαντήσεις των οποίων έχουμε στην έρευνα) η ανάλυση συνδέει τις μεταβλητές αυτές σε μια κοινή 'ομπρέλα' με αποτέλεσμα η ερμηνεία της συμπεριφοράς των ατόμων να βασίζεται σε ομοειδή μεγέθη.

Ένα άλλο πλεονέκτημα της ανάλυσης είναι ότι δίνει την δυνατότητα να διατυπωθούν υποθέσεις αναφορικά με σχέσεις αιτιότητας οι οποίες δεν είναι δυνατόν να υποστηριχθούν από την παρατηρούμενη συσχέτιση των μεταβλητών. Επιπλέον τα αποτελέσματα της εφαρμογής της μεθόδου μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως υλικό επεξεργασίας σε άλλες μεθόδους οι οποίες σε πρώτη φάση δεν είναι δυνατόν να δώσουν σωστές εκτιμήσεις βασισμένες μόνο στο πρωτογενές υλικό των δεδομένων.

Σε ένα ερωτηματολόγιο όπου αποτυπώνονται οι απόψεις και οι αντιλήψεις ατόμων σε διάφορα θέματα, η πρόκληση για τον ερευνητή είναι να διατυπώσει ερωτήσεις οι οποίες να λαμβάνουν απαντήσεις άμεσα συσχετισμένες με το θεωρητικό ερώτημα. Στην πράξη όμως αυτό είναι δύσκολο, είτε γιατί δεν υπάρχει αντικειμενικός τρόπος μέτρησης, είτε γιατί τα ερωτώμενα άτομα ωθούνται στην επιλογή της απάντησης από λόγους εντελώς άσχετους με το προκείμενο. Η **Παραγοντική Ανάλυση** αποκαλύπτει τέτοιου είδους κρυφές πτυχές ενώνοντας σε κοινό πλαίσιο μεταβλητές. Το κοινό αυτό πλαίσιο ή παράγοντας αποκτά νόημα από το είδος των μεταβλητών οι οποίες το προσδιορίζουν.

Δέντρα Ταξινόμησης (Classification Trees)

Για την κατάτμηση σε ιεραρχική δομή των χαρακτηριστικών του πληθυσμού ανάλογα με το μέγεθος των διαφοροποιήσεων που τους αντιστοιχεί.

Τα **‘Δέντρα Ταξινόμησης’** χρησιμοποιούνται για την ερμηνεία και πρόβλεψη της συμπεριφορά των υπο-εξέταση αντικειμένων (π.χ. πελατών) σε ένα συγκεκριμένο ζήτημα (π.χ. αγορά ενός προϊόντος ή χρήση μιας υπηρεσίας) λαμβάνοντας υπόψη μια σειρά λοιπών χαρακτηριστικών, στάσεων και συμπεριφορών τους. Η ανάλυση αυτή είναι από τις βασικές τεχνικές που χρησιμοποιούνται στο **‘Data Mining’**.

Η διαδικασία υπολογισμού και κατασκευής των **‘Δέντρων Ταξινόμησης’** αποτελείται από τα ακόλουθα βήματα:

- Καθορισμός κριτηρίων προβλεπτικής ακρίβειας
- Διαδικασία ιεράρχησης και διαχωρισμού των υπο-εξέταση χαρακτηριστικών
- Εύρεση του βέλτιστου σημείου τερματισμού της διαδικασίας ιεραρχικού διαχωρισμού.

Για τις διαδικασίες αυτές χρησιμοποιούνται σύνθετες μαθηματικές διαδικασίες, υπολογισμοί **‘αποστάσεων’** και επαναληπτικοί αλγόριθμοι.

Αν και τα **‘Δέντρα Ταξινόμησης’** στηρίζονται και κατασκευάζουν πολύπλοκες μαθηματικές σχέσεις, η γραφική απεικόνιση αυτών δίνει μια ιδιαίτερα κατανοητή και πληροφοριακή εικόνα των σχέσεων των υπο-εξέταση μεταβλητών, του τρόπου που αυτά αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν το τελικό αποτελέσματα (δηλαδή την μεταβλητή που μας ενδιαφέρει να προβλέψουμε).

Σε γενικές γραμμές, τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την ανάλυση **‘Δέντρων Απεικόνισης’** είναι τα εξής:

- Η ιεραρχική δομή με την οποία κατατάσσει τα υπο-εξέταση χαρακτηριστικά, κάνοντας έτσι εμφανή την σχετική σημαντικότητα του κάθε χαρακτηριστικού στο βασικό φαινόμενο που προσπαθούμε να προβλέψουμε.
- Η χρήση γραφικών απεικονίσεων των αποτελεσμάτων των **‘Δέντρων Ταξινόμησης’** και η ευκολία ερμηνείας αυτών
- Η ικανότητα αυτών να εφαρμόζονται σε όλα τα είδη των δεδομένων απόκρισης (διατεταγμένα, ονομαστικά ή και ποσοτικά).
- Η γραφική απεικόνιση των αποτελεσμάτων βοηθά στην άμεση κατανόηση και χρήση αυτών.

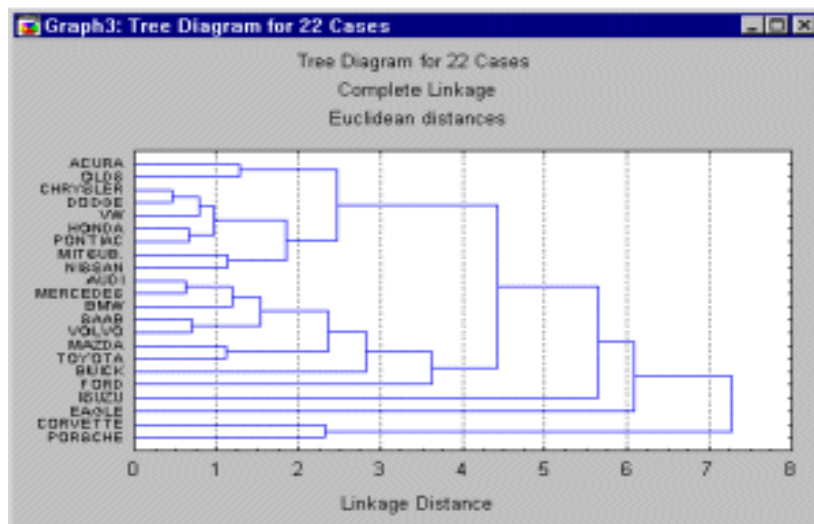
Μια τέτοια ανάλυση μπορεί να αποτελέσει την βάση για τον σχεδιασμό και την βελτίωση προϊόντων και υπηρεσιών έτσι ώστε να καλύπτουν συγκεκριμένες, ειδικές ανάγκες της κάθε ομάδας με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά (ταξινομημένα μαζί) ενώ, γενικότερα,

παρέχουν πληροφορίες στον οργανισμό για το πώς μπορεί να προσεγγίσει αποτελεσματικότερα την κάθε ομάδα.

Ταξινομική Ανάλυση (Factor Analysis)

Η ταξινομική ανάλυση χρησιμοποιείται όταν δεν έχουμε κάνει εκ των προτέρων υποθέσεις για τα δεδομένα μας και είμαστε ακόμα σε ερευνητική φάση. Σε γενικές γραμμές με την παραπάνω μέθοδο `βρίσκουμε` την καλύτερη δυνατή λύση κατηγοριοποιώντας ένα μεγάλο όγκο πληροφοριών σε περισσότερο εύχρηστες και κατανοητές ομάδες (clusters).

Εποπτικά μπορούμε να κατασκευάσουμε ένα διάγραμμα δένδρου (tree clustering) αποτυπώνοντας τις διάφορες κατηγορίες του προβλήματος στον κάθετο άξονα ενώ στον οριζόντιο των αριθμό των κριτηρίων που κάθε φορά χαλαρώνουμε προκειμένου να δημιουργήσουμε τις κατάλληλες ομαδοποιήσεις.



Είναι λογικό ότι η μεγαλύτερη απόσταση διασύνδεσης (linkage distance), έχει σαν αποτέλεσμα να ενώνουμε μεγαλύτερες και μεγαλύτερες ομάδες με παρατηρήσεις περισσότερο ανομοιογενών χαρακτηριστικών. Σε κάθε κομβικό σημείο στο διάγραμμα αντιστοιχεί το κριτήριο βάσει του οποίου έγινε η ενοποίηση των στοιχείων σε μια καινούργια ομάδα.

Πιο αναλυτικά η ταξινομική ανάλυση χρησιμοποιεί τις ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των παρατηρήσεων που απαρτίζουν μια ομάδα οι οποίες και στη συνέχεια θα ονομάζονται αποστάσεις. Από τα πιο διαδεδομένα μέσα μέτρησης αποστάσεων είναι η Ευκλείδεια

απόσταση: $distance(x, y) = \sqrt{\sum_i (x_i - y_i)^2}$ ή $distance(x, y) = \sum_i (x_i - y_i)$, για την περίπτωση που χρησιμοποιούμε διαφορετικές μονάδες μέτρησης.

Στην περίπτωση μας θα χρησιμοποιήσουμε ιεραρχική ταξινόμηση. Εστιάζουμε στην περίπτωση που θέλουμε να μετρήσουμε αποστάσεις μεταξύ ομάδων. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούμε μεθόδους διασύνδεσης (linkage methods) όπως η μονή διασύνδεση που παράγει “αυστηρούς” τύπους ομάδων με την έννοια ότι περιέχουν παρατηρήσεις ισχυρά συσχετισμένα.

Μπορούμε να θέσουμε λιγότερο αυστηρά κριτήρια προκειμένου να δημιουργήσουμε μια ομάδα χρησιμοποιώντας την μέθοδο της πλήρους διασύνδεσης (complete linkage) βάσει της οποίας οι αποστάσεις μεταξύ των ομάδων καθορίζονται με την μεγαλύτερη δυνατή απόσταση μεταξύ δύο οποιονδήποτε σημείων διαφορετικών ομάδων.

Καμπύλες GINI

Οι **συντελεστές GINI**, και οι αντίστοιχες καμπύλες αυτών (γνωστές και ως καμπύλες Lorenz), αποτελούν βασικά στατιστικά εργαλεία μέτρησης ανισοτήτων αναφορικά με συγκεκριμένα μετρήσιμα μεγέθη. Οι **συντελεστές GINI** ποσοτικοποιούν τις διαφοροποιήσεις οι οποίες παρατηρούνται σε συμπεριφορές και στάσεις ενός πληθυσμού, με βάσει στατιστικές έννοιες όπως είναι οι μέσες διαφορές.

Η ιδιαιτερότητά τους οφείλεται, εν μέρει, στο γεγονός ότι μπορούν να απεικονιστούν γραφικά, αυξάνοντας έτσι τη χρηστικότητά τους.

Οι **καμπύλες GINI** απεικονίζουν γραφικά τις διαφοροποιήσεις που παρατηρούνται σε έναν πληθυσμό πελατών αναφορικά με μεγέθη, όπως η συχνότητα χρήσης ταχυδρομικών προϊόντων και υπηρεσιών, ο βαθμός ικανοποίησης τους κ.ο.κ.. Οι διαγραμματικές απεικονίσεις αυτών συνεισφέρουν στην:

- Απόκτηση συνολικής εικόνας για τις ανισότητες μεταξύ των πελατών
- Σύγκριση των ανισοτήτων μεταξύ υπο-ομάδων πελατών που ενδιαφέρουν ιδιαίτερα (όπως για παράδειγμα αυτές που προκύπτουν από άλλες αντίστοιχες πολυμεταβλητές αναλύσεις)

Επιπλέον, ο εντοπισμός έντονων ανισοτήτων είναι δυνατό να συνεισφέρει στον ορθολογικό καταμερισμό της προσπάθειας για βελτίωση των προϊόντων, υπηρεσιών του και κατ’ επέκταση του συνολικού βαθμού ικανοποίησης των πελατών τους.

Γραφήματα

Ειδικά **γραφήματα** πολυμεταβλητής ανάλυσης: Star plots, icon plots κτλ.

Εκτός από τις προαναφερθείσες στατιστικές πολυμεταβλητές αναλύσεις, είναι χρήσιμο σε κάθε περίπτωση μελέτης πολυμεταβλητών δεδομένων να χρησιμοποιήσει κανείς, αρχικά, κάποιες διαγραμματικές απεικονίσεις αυτών.

Για την περίπτωση απεικόνισης πολυμεταβλητών δεδομένων, θα χρησιμοποιηθούν ειδικά γραφήματα όπως *radar* και *bubble plots*, *icon plots* κτλ.

Τα *radar* και *bubble plots* αποτελούν γραφικές απεικονίσεις περισσότερων από 2 μεταβλητών (χαρακτηριστικών) που μας ενδιαφέρουν συνολικά ή για υπο-ομάδες του πληθυσμού. Επιτυγχάνουν να συνοψίσουν ικανοποιητικά μεγάλο σύνολο πληροφοριών, που αφορούν τόσο το μέγεθος όσο και τις συσχετίσεις μεταξύ μετρούμενων μεγεθών.

Η βασική ιδέα των *icon plots* είναι η αντιπροσώπευση μεμονωμένων παρατηρήσεων (π.χ. ατόμων) ως συγκεκριμένα γραφικά αντικείμενα, όπου οι τιμές των χρησιμοποιούμενων μεταβλητών (χαρακτηριστικών) αυτών αντιστοιχούν σε συγκεκριμένες μορφές ή διαστάσεις των γραφικών αντικειμένων. Η αντιστοίχιση πραγματοποιείται με τέτοιο τρόπο ώστε η συνολική εμφάνιση του κάθε αντικειμένου να είναι ενδεικτική των χαρακτηριστικών τα οποία εκφράζει.

Η μελέτη των *icon plots* δίνει μια γρήγορη και συνοπτική εικόνα του συνόλου των χαρακτηριστικών των ατόμων και των υφιστάμενων συσχετισμών μεταξύ αυτών (χωρίς να προχωρεί σε υποθέσεις ή συντμήσεις πληροφορίας όπως γίνεται με τις στατιστικές μεθόδους), ενώ επιπρόσθετα συνεισφέρει στον εντοπισμό 'ομογενών' ομάδων αντικειμένων (πελατών, επιχειρήσεων ή και προϊόντων)

Ο συνοπτικός χαρακτήρας των παραπάνω γραφημάτων τα καθιστούν ιδιαίτερα χρήσιμα για συγκρίσεις τόσο διαχρονικά (κατά την διάρκεια εξέλιξης των ερευνών) όσο και μεταξύ ομάδων πελατών που ενδιαφέρουν ιδιαίτερα ή που έχουν προκύψει από πολυμεταβλητές στατιστικές αναλύσεις.

Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί ότι τα παραπάνω διαγραμματικά εργαλεία θα χρησιμοποιηθούν τόσο στην πρώτη φάση της μελέτης, για την διερεύνηση των δεδομένων, την κατανόηση αυτών και την επιλογή των ορθότερων στατιστικών τεχνικών, ανά περίπτωση, όσο και στην τελική φάση για την διαγραμματική απεικόνιση και ευκολότερη κατανόηση των αποτελεσμάτων στατιστικών αναλύσεων.

1.3.4.4 Παρουσίαση Αποτελεσμάτων της Έρευνας

Με την λήξη της έρευνας θα εκπονηθεί έκθεση αποτελεσμάτων που θα περιλαμβάνει τα περιγραφικά στατιστικά που θα προκύψουν από τη στατιστική επεξεργασία των στοιχείων.

Αρχικά θα εξηγούνται με σαφήνεια τα χαρακτηριστικά βάσει των οποίων πραγματοποιήθηκε η στρωματοποίηση του δείγματος: τα κριτήρια διαχωρισμού του μεγέθους των επιχειρήσεων, τα κριτήρια διαχωρισμού των κλάδων ή «ομάδων» δραστηριοτήτων, τα γεωγραφικά κριτήρια και πως αυτά συμβάλλουν στην κάλυψη όλων των στατιστικά σημαντικών παραμέτρων του προς εξέταση πληθυσμού.

Στην συνέχεια θα παρουσιάζεται η δομή και το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου, βάσει του οποίου διεξήχθη η έρευνα, καθώς και εισαγωγής των αποτελεσμάτων της στη βάση δεδομένων.

Στη συνέχεια θα παρατίθενται τα βασικά αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης της έρευνας που προηγήθηκε. Θα γίνει χρήση βασικών γραφημάτων της ανάλυσης και θα παρατίθενται σε πινακοποιημένη μορφή τα βασικά μέτρα θέσης και διασποράς και οι εν γένει δείκτες που αποτυπώνουν την υφιστάμενη κατάσταση. Παράλληλα θα τονίζονται οι διαπιστωθείσες στατιστικά σημαντικές σχέσεις που διαπιστώθηκαν και τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την εφαρμογή των τεχνικών συσχέτισης (correlation), παλινδρόμησης (regression), ανάλυσης διακριτότητας (discriminant analysis), ανάλυσης διασποράς, ανάλυσης χρονοσειρών κ.λπ. σε συνδυασμό με τις τεχνικές ομαδοποίησης στατιστικών μονάδων και μεταβλητών (cluster analysis, factor analysis).

Πέρα από την διαπίστωση των στατιστικά σημαντικών σχέσεων και την παράθεση των βασικών μέτρων περιγραφικής στατιστικής, κρίνεται σκόπιμο στην έκθεση να διατυπωθούν ορισμένες ποιοτικές αναλύσεις των σχέσεων και τάσεων που διαπιστώθηκαν στην προηγούμενη ενότητα και να ερμηνευθούν τα αίτια προέλευσής τους και η πιθανή σημασία τους. Τέλος θα παρατίθενται συμπεράσματα της προηγηθείσας ανάλυσης.

1.4 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΛΑΔΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ

1. ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ 10 ΚΛΑΔΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ

Ο Σύμβουλος, σε συνεργασία με την Αναθέτουσα Αρχή, θα επιλέξει 10 κλάδους στον τομέα της μεταποίησης και θα προβεί στην κλαδική ανάλυση τους.

Αναφορικά με τις κυριότερες επιχειρήσεις του κλάδου θα δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στο αν αυτές είναι ΜΜΕ και ποιος είναι ο βαθμός συμβολής τους και θα αποτυπωθούν τα οικονομικά χαρακτηριστικά τους, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν, τις προοπτικές εξέλιξης κλπ.

Παράλληλα ο Σύμβουλος θα προβεί στην ανάλυση της συνεισφοράς των ΜΜΕ ανά περιοχή. Η μεθοδολογική προσέγγιση που θα χρησιμοποιηθεί για τις κλαδικές αναλύσεις αποτυπώνεται στα απόμεινα βήματα.

• ΓΕΝΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΛΑΔΟΥ

1. Σύνοψη

Η μελέτη εξέτασης κλάδου ή μελέτη αγοράς επικεντρώνεται στα εξής κύρια σημεία:

- παρουσιάζει το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο
- αναλύει τη δομή της ζήτησης και τους παράγοντες που την επηρεάζουν

- καταγράφει τη δομή της προσφοράς και παρουσιάζει τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις και τα αποτελέσματά τους
- εκτιμά το μέγεθος αγοράς του υπό εξέταση κλάδου (φαινομενική κατανάλωση), τις επενδύσεις, την εγχώρια παραγωγή και το ισοζύγιο εισαγωγών – εξαγωγών
- τέλος, αξιολογεί τα προβλήματα και τις προοπτικές του κάθε κλάδου

2. Προβλήματα – Βελτιώσεις

Βασικό πρόβλημα σε μια έρευνα-μελέτη κλάδου είναι ο βαθμός ανταπόκρισης των ερωτηθέντων. Επιπλέον, ορισμένα από τα προβλήματα που συνήθως εμποδίζουν τη λήψη μεγαλύτερου δείγματος, καθώς και την εκτεταμένη ανάλυση των συλλεχθέντων στοιχείων είναι οι χρονικοί και οι οικονομικοί περιορισμοί.

Ο Ανάδοχος, εκτελώντας την πρωτογενή έρευνα σε 800 μικρομεσαίες επιχειρήσεις, διασφαλίζει την συγκέντρωση δεδομένων από επαρκές δείγμα για κάθε κλάδο, που θα οδηγήσουν σε ασφαλή συμπεράσματα κατά την κλαδική ανάλυση.

3. Ωφέλειες

Οι μελέτες κλάδων παρέχουν ολοκληρωμένη πληροφόρηση για την υφιστάμενη κατάσταση ενός κλάδου, εντοπίζονται τα προβλήματα, δίδονται προτάσεις και γενικά δίνουν μια ολοκληρωμένη εικόνα για τον εξεταζόμενο κλάδο.

Αποτελούν το πρώτο βήμα για οποιαδήποτε επενδυτική δραστηριότητα των επιχειρήσεων (ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμό, κλπ), αλλά και τη βάση πληροφόρησης για τον μελλοντικό σχεδιασμό της επιχειρηματικής δράσης. Αποτελούν λοιπόν το μέσο επικοινωνίας μεταξύ λήψης επενδυτικής απόφασης και αγοράς. Η συμβολή τους είναι σημαντική, καθώς παρέχουν τη δυνατότητα εκτίμησης σχετικά με τα περιθώρια ανάπτυξης μιας επιχείρησης στον εξεταζόμενο κλάδο ή και την επιτυχή της δραστηριοποίηση σ' αυτόν. Η έρευνα αγοράς αποτελεί το "κλειδί στην όποια επιχειρηματική απόφαση". Μια επιχειρηματική απόφαση πρέπει να βασίζεται σε πληροφορίες της αγοράς.

Περαιτέρω, όμως, δύνανται να χρησιμεύσουν και στις αρμόδιες δημόσιες αρχές ως εργαλεία για τον σχεδιασμό πολιτικών και μέτρων βασισμένων σε αναλυτική και επίκαιρη γνώση των συνθηκών της αγοράς και γενικότερα του οικονομικού περιβάλλοντος.

4. Μεθοδολογία εκπόνησης

Στην συνέχεια αναφέρονται συνοπτικά τα στάδια εκπόνησης μιας κλαδικής μελέτης:

Στάδιο 1ο:

Καθορισμός των προϊόντων του κλάδου που θα εξετασθούν στη μελέτη. Συνοπτική προέρευνα. Σχεδιασμός και χρονικός προγραμματισμός των εργασιών.

Θα πρέπει να γίνει σαφής καθορισμός των προϊόντων που θα εξετασθούν. Ο μελετητής ενημερώνεται για το εάν έχουν εκπονηθεί προηγούμενες μελέτες για τον συγκεκριμένο

κλάδο ή ακόμη και για παρεμφερείς κλάδους, τις οποίες πρέπει να συμβουλευτεί. Στο στάδιο αυτό γίνεται συλλογή στοιχείων από τυχόν δημοσιεύματα στον τύπο (ημερήσιο, περιοδικό).

Στάδιο 2ο:

Εντοπισμός των επιχειρήσεων που ανήκουν στον υπό εξέταση κλάδο – υποκλάδο, προκειμένου να καθορισθεί το δείγμα των εταιριών με τις οποίες θα πραγματοποιηθούν συνεντεύξεις. Για το σκοπό αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμη η βάση επιχειρηματικών δεδομένων της ICAP A.E., η οποία είναι η μεγαλύτερη και πληρέστερη στο είδος της στην Ελλάδα.

Στάδιο 3ο:

Σχεδιασμός της δομής των περιεχομένων της μελέτης.

Στάδιο 4ο:

Συλλογή και προκαταρκτική επεξεργασία στοιχείων που προέρχονται από δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης. Τα στοιχεία αυτά προέρχονται από ΕΣΥΕ, Υπουργεία, Συνδέσμους κ.λ.π.

Στάδιο 5ο:

Συλλογή στοιχείων που προέρχονται από πρωτογενείς πηγές πληροφόρησης. Η συλλογή στοιχείων από πρωτογενείς πηγές πληροφόρησης, δηλαδή η έρευνα στις επιχειρήσεις, αποτελεί το σπουδαιότερο και πλέον χρονοβόρο στάδιο της μελέτης. Στα πλαίσια της διεξαγωγής της έρευνας σε 800 ΜΜΕ ο μελετητής θα έρθει σε επικοινωνία, με στελέχη επιχειρήσεων και διάφορους εκπροσώπους του κλάδου, προκειμένου να συλλέξει τα απαραίτητα εκείνα στοιχεία και πληροφορίες που θα τον βοηθήσουν να διαμορφώσει μια πλήρη και όσο το δυνατό πιο εμπειριστατωμένη «εικόνα» για τον κλάδο και τις προοπτικές εξέλιξής του.

Στάδιο 6ο:

Επεξεργασία στοιχείων τόσο αυτών που προέρχονται από πρωτογενείς όσο και από δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης, με σκοπό την παρουσίαση της υφιστάμενης κατάστασης του κλάδου, την εκτίμηση των «ποσοτικών» στοιχείων και την διαχρονική εξέλιξή τους (π.χ. μεγέθη παραγωγής, εισαγωγών, εξαγωγών, κατανάλωσης), την καταγραφή και την επισήμανση των προβλημάτων, των τάσεων και των προοπτικών που διαφαίνονται, τη διεξαγωγή συμπερασμάτων ώστε να προκύψουν οι ανάλογες μελλοντικές εξελίξεις τόσο από πλευράς ζήτησης των εξεταζόμενων προϊόντων, όσο και από πλευράς επιχειρήσεων.

Στάδιο 7ο:

Συγγραφή της μελέτης. Στο τέλος, πραγματοποιείται η σύνταξη – συγγραφή της μελέτης, σύμφωνα με τον σχεδιασμό της δομής των περιεχομένων. Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στη σωστή διατύπωση των λέξεων, σύνταξη των προτάσεων, ώστε το κείμενο να είναι ευκόλως κατανοητό, να μην υπάρχουν ασάφειες και να μην δημιουργούνται «κενά» στον αναγνώστη.

Στάδιο 8ο:

Έλεγχος. Ο έλεγχος πραγματοποιείται αρχικά από τον ίδιο το μελετητή και εν συνεχεία από σχετικό εμπειρογνώμονα.

5. Προϋποθέσεις εφαρμογής

Προκειμένου να ολοκληρωθεί μια κλαδική μελέτη θα πρέπει να έχουν συλλεχθεί τα απαραίτητα στοιχεία από τις πρωτογενείς πηγές πληροφόρησης. Σε περίπτωση που δεν είναι επαρκή τα στοιχεία, η μελέτη δεν θα είναι επιτυχής.

Ο συνδυασμός της πρωτογενούς έρευνας σε 800 ΜΜΕ αλλά και της έρευνας γραφείου που θα πραγματοποιήσει ο Ανάδοχος στα πλαίσια του έργου θα τροφοδοτήσουν τις κλαδικές μελέτες που θα εκπονηθούν για τους 10 επιλεγμένους κλάδους.

1.5 . ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΣΕ ΤΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ

Τα δίκτυα θα αποτελούνται από τρεις τουλάχιστον επιχειρήσεις που συντάσσουν ένα σύμφωνο συνεργασίας για την εκτέλεση συγκεκριμένων ενεργειών, όπως παραγωγή, διανομή κτλ. εντός καθορισμένου χρονικού ορίζοντα.

Τα επιχειρηματικά δίκτυα χαρακτηρίζονται από:

- Κοινή Στρατηγική: Τα μέλη του δικτύου πρέπει να έχουν κοινό στρατηγικό στόχο. Στα επιχειρηματικά δίκτυα ο στόχος είναι η βιωσιμότητα και η κερδοφορία της επιμέρους επιχείρησης αλλά και η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.
- Βασικές δεξιότητες: Κάθε επιχείρηση που συμμετέχει σε κάποιο δίκτυο επιχειρηματικότητας προσθέτει μία αξία στο τελικό αποτέλεσμα ανάλογα με αυτό που εκείνη ξέρει να κάνει καλύτερα.
- Σαφή συμφωνία: Το είδος της συμφωνίας μπορεί να είναι από ένα τυπικό και αυστηρό συμβόλαιο έως και άτυπη προφορική συμφωνία.
- Εμπιστοσύνη: Βασική προϋπόθεση της συνεργασίας είναι η εμπιστοσύνη. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να υπάρχει η πεποίθηση μεταξύ των επιχειρήσεων ότι οι οποιεσδήποτε επιχειρηματικές κινήσεις ή δράσεις πραγματοποιούνται στο πλαίσιο του κοινού συμφέροντος το οποίο δεν αντιβαίνει στο ατομικό συμφέρον.

- Τεχνολογία: Η ανάπτυξη της τεχνολογίας επιτρέπει την άμεση μεταφορά πληροφοριών από επιχείρηση σε επιχείρηση και μειώνει δραστικά το χρόνο και το κόστος των συναλλαγών, επιτρέποντας σε ξεχωριστές επιχειρήσεις να συμπεριφέρονται ως μία.

Ο Σύμβουλος για την ετήσια έκθεση του 2011 θα εξετάσει τρία διαφορετικά δίκτυα επιχειρήσεων. Ο Σύμβουλος θα διερευνήσει την συμπληρωματικότητα των ΜΜΕ για το κάθε δίκτυο και θα εξετάσει τα στοιχεία που συνθέτουν την ανταγωνιστικότητα. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, τα δίκτυα επιχειρήσεων αποτελούνται ως επί το πλείστον από ΜΜΕ. Ο Σύμβουλος θα εξετάσει τη δυναμική της κάθε επιχείρησης στον κλάδο στον οποίο ανήκει, προκειμένου να δειχθεί κατά πόσο ανταγωνιστική μπορεί να γίνει μία ΜΜΕ όταν λειτουργεί κάτω μια «ομπρέλα» ενός δικτύου επιχειρήσεων. Επιπλέον θα εξετασθούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τόσο σε επίπεδο δικτύου όσο και μεμονωμένα η κάθε μία επιχείρηση. Για την ανάλυση των δικτύων ο Σύμβουλος θα ακολουθήσει τη μεθοδολογία της συγκριτικής αξιολόγησης σε δύο επίπεδα:

- ✓ 1^ο επίπεδο είναι η κλαδική ανάλυση της κάθε μιας ΜΜΕ που αποτελεί το δίκτυο και
- ✓ 2^ο επίπεδο είναι η κλαδική ανάλυση του προϊόντος ή/και υπηρεσίας που παράγεται ή/και παρέχεται μέσα από το δίκτυο σε σχέση με τον κλάδο στον οποίο το κάθε προϊόν ή/και υπηρεσία κατατάσσεται.

1.6 ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΣΤΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

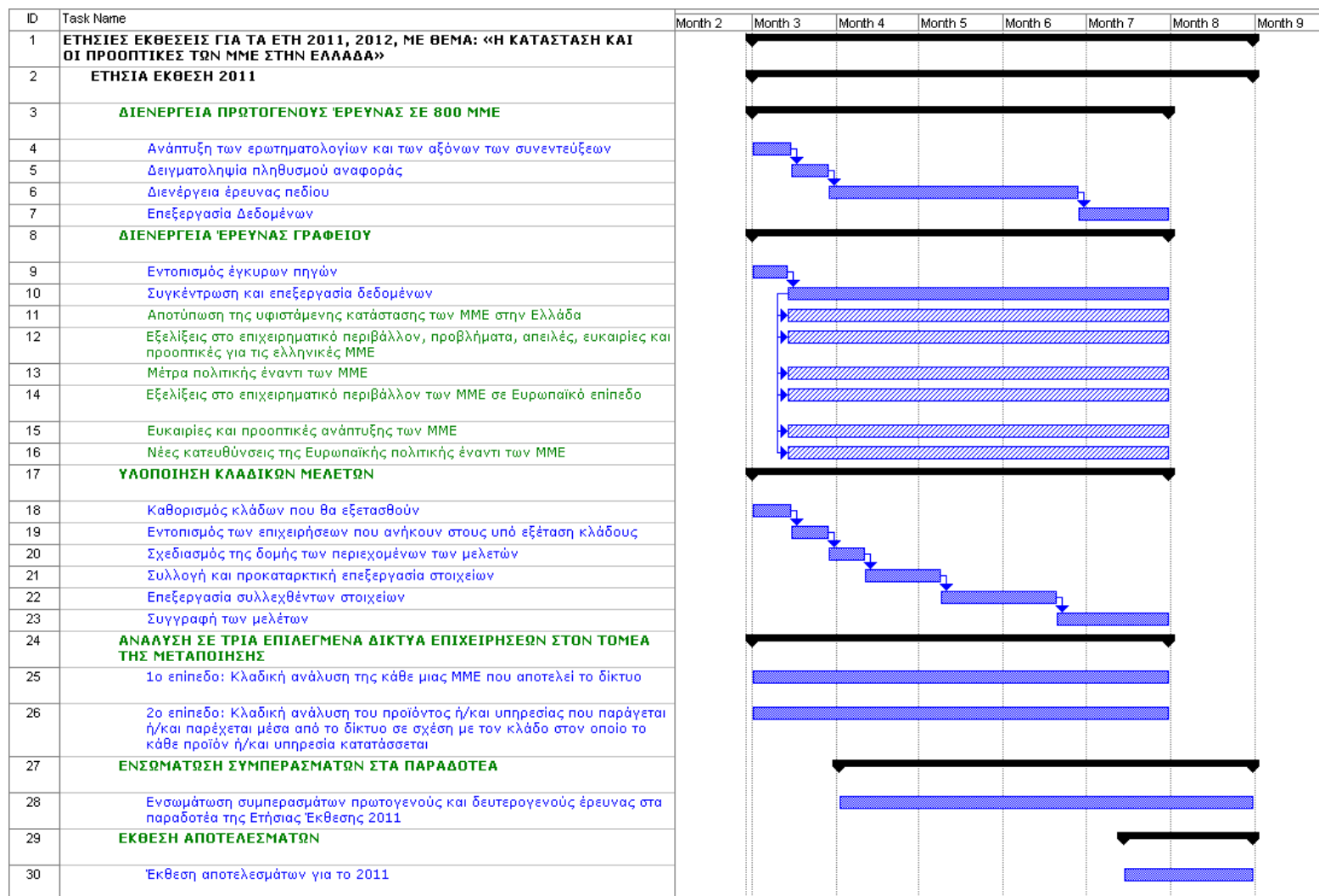
Οι έρευνες που θα διεξάγει ο Ανάδοχος κατά την διάρκεια της εκπόνησης της ετήσιας έκθεσης για το 2011 είναι δύο, η πρωτογενής έρευνα σε 800 ΜΜΕ και η δευτερογενής έρευνα (έρευνα γραφείου) για επιλεγμένους κλάδους. Οι έρευνες αυτές θα διεξάγονται παράλληλα με την συγγραφή των πρώτων ενοτήτων της ετήσιας έκθεσης 2011.

Ο Ανάδοχος, βάσει της μεθοδολογίας εκπόνησης ερευνών που έχει αναλυθεί προηγουμένως, εποπτεύει την πορεία των ερευνών καθόλη την διάρκεια υλοποίησης τους. Οι συνεντευκτές οφείλουν να συμπληρώνουν την βάση δεδομένων με τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια σε τακτά χρονικά διαστήματα, με σκοπό την παρακολούθηση της πορείας της έρευνας και την διασφάλιση της έγκυρης και έγκαιρης ολοκλήρωσης της.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω ο Ανάδοχος θα είναι σε θέση να εξάγει χρήσιμα συμπεράσματα κατά την συγγραφή των επιμέρους τμημάτων της ετήσιας έκθεσης του 2011 και να τα ενσωματώνει στα κεφάλαια της έκθεσης. Παράλληλα θα αποκτά μία άποψη των τάσεων των εξεταζόμενων κλάδων, των προβλημάτων που συνήθως αντιμετωπίζουν και του επιπέδου ανταγωνιστικότητας που υπάρχει στην αγορά.

Το σύνολο των συμπερασμάτων, καθώς και τα στατιστικά επεξεργασμένα δεδομένα θα συμπεριληφθούν στην έκθεση αποτελεσμάτων της έρευνας που θα παραδοθεί στον όγδοο μήνα του έργου όπως ορίζεται από και στο χρονοδιάγραμμα που ακολουθεί.

2 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



3 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Βασικά στοιχεία της επιχείρησης

Πότε ιδρύθηκε η επιχείρηση;

(έτος)

Πόσοι είναι οι κύριοι εταίροι της επιχείρησης;

(αριθμός)

(που έχουν πάνω από 10% μερίδιο ιδιοκτησίας)

Συγκαταλέγονται σε αυτούς οι ιδρυτές της επιχείρησης;

ΝΑΙ/ΟΧΙ

Υπάρχουν κύριοι συνέταιροι που προέρχονται και από την ίδια οικογένεια; (μόνο εφόσον υπάρχουν πάνω από 1 εταίροι)

ΝΑΙ/ΟΧΙ

Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας σε μόνιμη βάση;

(αριθμός)

Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας εποχιακά;

(αριθμός)

Κατά μέσο όρο, οι ετήσιες πωλήσεις της επιχείρησής σας είναι ...

€0 - €30.000

€30.000 - €60.000

€30.000 - €60.000

€60.000 - €100.000

€100.000 - €200.000

€200.000 - €500.000

πάνω από €500.000

Η πορεία των πωλήσεων της επιχείρησης τα δύο τελευταία χρόνια έχει υπάρξει ...

έντονα ανοδική

ανοδική

σταθερή

πτωτική

έντονα πτωτική

Τι ποσοστό των πωλήσεων αυτών αφορούν εξαγωγές σε άλλες χώρες;

0% κάτω από 10% από 10 ως 25% από 25% ως 50% πάνω από 50%

Σε πόσες ξένες χώρες εξαγάγετε συνήθως προϊόντα;

(αριθμός / περίπου)

Κατά μέσο όρο, το μεικτό περιθώριο ποσοστό κέρδους σας στις πωλήσεις είναι ...

ως 5% 6%-15% 16-25% 26-35% πάνω από 35%

2. Συγκριτικό πλεονέκτημα

Όλες οι επιχειρήσεις συνδυάζουν διάφορα χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα. Αν έπρεπε ωστόσο να εξηγήσετε σε κάποιον το κύριο πλεονέκτημα της δικής σας επιχείρησής έναντι των ανταγωνιστών της, ποια από τα παρακάτω που θα σας διαβάσω θα βάζατε πρώτο, και ποιο δεύτερο (μόνο δύο επιλογές, ιεραρχημένες – καλό θα ήταν να διαβάζονται με τυχαία σειρά σε κάθε ερωτηματολόγιο);

Η επωνυμία μας (brand-name) αναγνωρίζεται στην αγορά	
Τα προϊόντα μας είναι μοναδικά και καινοτόμα (είμαστε από τους λίγους που τα προσφέρουν)	
Τα προϊόντα μας είναι καλύτερα σε ποιότητα, και οι πελάτες μας το γνωρίζουν	
Είμαστε ιδιαίτερα ευέλικτοι στο να προσαρμοστούμε στις απαιτήσεις των πελατών μας	
Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούμε είναι οι καλύτερες	
Οι τιμές μας είναι ελκυστικές	

Συγκρίνοντας τον τρόπο που γίνεται η παραγωγή στην επιχείρησή σας, σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου διεθνώς, που θα τοποθετούσατε την επιχείρησή σας σε μια κλίμακα από το 1-7, όπου το 1 σημαίνει ...

	1	2	3	4	5	6	7	
Η παραγωγή γίνεται με τον παραδοσιακό τρόπο								Η παραγωγή γίνεται με την τελευταία λέξη της τεχνολογίας

3. Περιγραφή εσωτερικών λειτουργιών επιχείρησης

Στα παρακάτω ερωτήματα, απαντήστε με έναν αριθμό από το 1-7, ανάλογα με το βαθμό στον οποίο θεωρείται ότι η πρόταση που σας διαβάζω περιγράφει την επιχείρησή σας, δεδομένου του τρόπου λειτουργίας της, του μεγέθους της, του κλάδου που δραστηριοποιείται και του προϊόντος που παράγει. Το 1 σημαίνει «δεν την περιγράφει καθόλου» και το 7 «την περιγράφει απολύτως»	1	2	3	4	5	6	7
Διοίκηση							
... η διοίκηση ασκείται από τον/τους ιδιοκτήτες της επιχείρησης							
... η διοίκηση θέτει κάθε χρόνο συγκεκριμένους στόχους για την πορεία των βασικών μεγεθών της επιχείρησης							
... η διοίκηση της επιχείρησης αρέσκεται στο να δοκιμάζει νέες ιδέες και να αναλαμβάνει νέες πρωτοβουλίες και ρίσκα							
Προϊόν και πελάτες							
... τα προϊόντα της επιχείρησης έχουν επωνυμία που αναγνωρίζεται στην αγορά (brand-name)							
... η επιχείρηση συνεργάζεται κυρίως με λίγους συγκεκριμένους πελάτες, με τους οποίους αναπτύσσει μακροχρόνιες σχέσεις							
... τα προϊόντα της επιχείρησης ανανεώνονται συχνά							
... η επιχείρηση διαθέτει προσωπικό εξειδικευμένο αποκλειστικά στις πωλήσεις							
... η επιχείρηση δίνει μεγάλη έμφαση στο marketing, την έρευνα αγοράς και τη διαφήμιση							
... η επιχείρηση απευθύνεται σε μεγάλο αριθμό πελατών, με τους οποίους δεν αναπτύσσει μακροχρόνιες σχέσεις							
... η επιχείρηση αναλαμβάνει η ίδια τη διανομή και διάθεση των προϊόντων της							
Ανθρώπινοι πόροι							
... οι αμοιβές στην επιχείρηση προσδιορίζονται κυρίως από τα χρόνια προϋπηρεσίας							
... το προσωπικό της επιχείρησης συμμετέχει συχνά σε σεμινάρια και εκπαιδευτικά προγράμματα							
... το προσωπικό της επιχείρησης είναι επαρκώς καταρτισμένο σε θέματα καινοτομίας και νέων τεχνολογιών							

4. Αξιοποίηση ΤΠΕ

Ακολουθούν κάποιες ερωτήσεις σχετικά με τη χρήση της πληροφορικής και του διαδικτύου (internet) στην επιχείρησή σας. Κατ, αρχάς θα ήθελα να σας ρωτήσω τι από τα παρακάτω υπάρχει στην επιχείρησή σας:	ΝΑΙ	ΟΧΙ
... ηλεκτρονικός υπολογιστής		
... σύνδεση με το διαδίκτυο		
... εταιρική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο		
... μηχανογράφηση στο λογιστήριο		
... μηχανογράφηση στην αποθήκη (logistics)		
... λογισμικό πρόγραμμα ERP		
... δυνατότητα πραγματοποίησης παραγγελιών/αγορών μέσω διαδικτύου (λ.χ. μέσω e-shop)		

← Αν ναι, τι % των πωλήσεων της επιχείρησής σας διεκπεραιώνεται μέσω του διαδικτύου;

0 - 25% 25% - 50% 50% - 75% 75% - 100%

Στα παρακάτω ερωτήματα, απαντήστε με έναν αριθμό από το 1-7, όπου το 1 σημαίνει «καθόλου» και το 7 «αποκλειστικά». Η επιχείρηση χρησιμοποιεί το διαδίκτυο ...	1	2	3	4	5	6	7
... στις συναλλαγές της με το δημόσιο (εφορία, ταμεία, κλπ.)							
... στις τραπεζικές της συναλλαγές (web banking)							
... για να επικοινωνεί και διαφημίζεται σε πελάτες							
... για να επικοινωνεί με προμηθευτές και να δίνει παραγγελίες							

5. Έρευνα, ανάπτυξη και καινοτομία

Έχουν εγκατασταθεί συστήματα νέων τεχνολογιών στη λειτουργία της επιχείρησής;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Τι ποσοστό των νέων τεχνολογικών μεθόδων συμβάλει στη λειτουργία της επιχείρησής;

0 - 25%

25% - 50%

50% - 75%

75% - 100%

Εισηγάγε η επιχείρησή σας κάποια νέα ή σημαντικά βελτιωμένη λειτουργία, συμπεριλαμβανομένων των μεθόδων παροχής υπηρεσιών και των τρόπων διανομής προϊόντων;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Είχε η επιχείρησή σας κάποιες συμφωνίες για συνεργασία σε καινοτομικές δραστηριότητες με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Σημειώστε τον τύπο του συνεργαζόμενου φορέα

Άλλες επιχειρήσεις

Προμηθευτές εξοπλισμού, υλικών ή λογισμικού

Πελάτες

Ανταγωνιστές και άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου

Σύμβουλοι, εμπειρογνώμονες

Επιστημονικά εργαστήρια/επιχειρήσεις ΕΤΑ

Πανεπιστήμια ή άλλα ιδρύματα ανώτατης εκπαίδευσης

Κρατικά ή ιδιωτικά μη κερδοσκοπικά ερευνητικά ινστιτούτα

Είστε ικανοποιημένοι από τον βαθμό εξειδίκευσης του προσωπικού και την ενημέρωση της επιχείρησής σας σε θέματα καινοτομίας, έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης ;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Ποιες είναι οι κυριότερες πηγές πληροφόρησης για την καινοτομία για την επιχείρησή σας; (ταξινομείστε ανάλογα με την σπουδαιότητά τους: 1 πολύ σημαντικό.....9 λίγο σημαντικό)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Μέσα στην ίδια την επιχείρηση (συνεργάτες, προσωπικό)									
Άλλες επιχειρήσεις του ίδιου ομίλου									
Προμηθευτές εξοπλισμού, υλικών ή λογισμικού									
Πελάτες									
Ανταγωνιστές και άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου									
Πανεπιστήμια ή άλλα ιδρύματα ανώτατης εκπαίδευσης									
Κρατικά ή ιδιωτικά μη κερδοσκοπικά ερευνητικά ινστιτούτα									
Επαγγελματικά συνέδρια, συναντήσεις, περιοδικά									
Εκθέσεις, παρουσιάσεις									

Πόσο σημαντικές θεωρείτε τις επιπτώσεις της καινοτομικής δραστηριότητας στην επιχείρησή σας; Σημειώστε τον βαθμό επίδρασης από 0 (δεν υπήρχε επίπτωση) έως 3 (υψηλός βαθμός επίδρασης)	1	2	3
Αύξηση της γκάμας των αγαθών ή υπηρεσιών			
Αύξηση του μεγέθους της αγοράς ή του μεριδίου αγοράς			
Βελτίωση της ποιότητας των αγαθών ή υπηρεσιών			
Βελτίωση της παραγωγικής ευελιξίας			
Αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας			
Μείωση του εργατικού κόστους ανά μονάδα προϊόντος			
Μείωση του κόστους πρώτων υλών και ενέργειας ανά μονάδα προϊόντος			
Βελτίωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ή άλλων θεμάτων που σχετίζονται με την υγεία και την ασφάλεια			
Εκπλήρωση κανονισμών ή προδιαγραφών			

Τι ποσοστό δαπανών του κύκλου εργασιών δίδεται για ανάπτυξη καινοτομικών προϊόντων ή/και υπηρεσιών;

0 - 25% 25% - 50% 50% - 75% 75% - 100%

6. Μελλοντική Πορεία

Εκτίμηση της πορείας της επιχείρησης και του κλάδου Σημειώστε την εκτίμηση από 1 (ευνοϊκή), 2 (στάσιμη) έως 3 (δυσοίωνη)	1	2	3
τάση πωλήσεων			
τάση απασχόλησης			
επίπεδο επενδυτικών δαπανών			
πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό			