



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης

Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Έρευνα Συγκυρίας

Βιομηχανία τροφίμων

Τζέση Βουμβάκη

Επικεφαλής Ανάλυσης Επιχειρηματικότητας

(+30210) 334 1549

e-mail: fvoumv@nbg.gr

Αθανασία Κουτούζου

(+30210) 334 1528

e-mail: koutouzou.ath@nbg.gr

Γεώργιος Σακκάς

(+30210) 334 1547

e-mail: sakkas.georgios@nbg.gr

Νίκη Κωνσταντοπούλου

(+30210) 334 1646

e-mail: konstantopoulou.niki@nbg.gr

Ιούνιος 2018

- ❑ *Ο κλάδος τροφίμων και ποτών αποδείχθηκε ανθεκτικός στη διάρκεια της κρίσης, διατηρώντας τον κύκλο εργασιών του κοντά στα €15 δις και αυξάνοντας τη συνεισφορά του στις συνολικές πωλήσεις του επιχειρηματικού τομέα στο 7% το 2017 από 5% το 2008. Βασικό στήριγμα για τον κλάδο ήταν οι εξαγωγές, οι οποίες με αύξηση 45% περιόρισαν την επίδραση της ελαφρά πτωτικής εγχώριας κατανάλωσης (-11% κατά την τελευταία δεκαετία). Παρά τις ανθεκτικές πωλήσεις του κλάδου, η λειτουργική αποδοτικότητα κεφαλαίων (ROA) της τάξης του 5,4% (έναντι 9,6% κ.μ.ο. στην ΕΕ) δεν είναι επαρκής για να καλύψει ικανοποιητικά τις υποχρεώσεις που απορρέουν από το δανεισμό του (με το λόγο ξένων προς ίδια κεφάλαια στο 1,7, έναντι 1,2 κ.μ.ο. στην ΕΕ).*
- ❑ *Αν και το μερίδιο των ΜμΕ στις συνολικές πωλήσεις του κλάδου περιορίστηκε στο 32% το 2017 από 41% το 2008 (κυρίως λόγω κλεισίματος επιχειρήσεων), η έρευνα πεδίου της ΕΤΕ σε δείγμα 200 ΜμΕ τροφίμων ανέδειξε το γεγονός ότι **οι ΜμΕ που κατάφεραν να επιβιώσουν της κρίσης αύξησαν τις πωλήσεις τους** περίπου κατά 10% την τελευταία δεκαετία (ποσοστό αντίστοιχο με την πορεία των πωλήσεων των μεγαλύτερων επιχειρήσεων).*
- ❑ *Ειδικότερα, οι ΜμΕ που επιβίωσαν φαίνεται ότι κατάφεραν να **αξιοποιήσουν μερικώς την κάθεται άνοδο του διεθνούς εμπορίου τροφίμων** (κατά 80% την τελευταία δεκαετία). Η – αναμφισβήτητα θετική – άνοδος των εξαγωγών των ελληνικών ΜμΕ τροφίμων κατά 30% την τελευταία δεκαετία δεν ήταν αρκετή για να διατηρήσουν το μερίδιο τους στις (μεγεθυμένες) διεθνείς αγορές (το οποίο περιορίστηκε στο 0,12% το 2017 από 0,16% το 2008). Συγκεκριμένα, μόνο το 11% των μικρών επιχειρήσεων και το 27% των μεσαίων επιχειρήσεων δήλωσε ότι κέρδισε μερίδια αγοράς στο εξωτερικό κατά την τελευταία δεκαετία.*
- ❑ *Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι οι λοιπές εξαγωγικές επιχειρήσεις τροφίμων κατάφεραν να διατηρήσουν σταθερά τα μερίδιά τους στις διεθνείς αγορές (στο 0,36%) – δεικνύοντας ότι τα **ελληνικά τρόφιμα είναι εγγενώς ανταγωνιστικά στις αγορές του εξωτερικού**.*

- Υπό αυτή την οπτική, είναι σημαντικό να δοθεί **στρατηγική έμφαση στα σημεία που χρήζουν βελτίωσης** ώστε να αναδειχθούν τα ενδογενή συγκριτικά πλεονέκτημα των ελληνικών προϊόντων. Συγκεκριμένα, οι ενέργειες βελτίωσης πρέπει αρχικά να εντοπιστούν στους τομείς που η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι εξαγωγική:
 - ✓ Το **ελαιόλαδο** είναι το προϊόν της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων με το εντονότερο συγκριτικό πλεονέκτημα και συνεπώς παρουσιάζει τη μεγαλύτερη δυνατότητα για παραγωγή επιπλέον προστιθέμενης αξίας. Οι απαιτούμενες αλλαγές αναβάθμισης είναι εστιασμένες κυρίως στον περιορισμό των εξαγωγών σε χύμα μορφή (δηλαδή, στην ανάπτυξη και προώθηση *branded* προϊόντων). Ωστόσο, σημειώνεται ότι η υψηλή ανταγωνιστικότητα εξασφαλίζει ήδη υγιή κερδοφορία, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να έχουν περιορισμένη διάθεση για περαιτέρω βελτιώσεις.
 - ✓ Αντίθετα, **το κρασί και τα γαλακτοκομικά** είναι δύο τομείς δεκτικοί σε αλλαγές και ώριμοι για αναδιάρθρωση. Καθώς έχουν ήδη προχωρήσει στις ορθές πρακτικές σε επίπεδο μεμονωμένων επιχειρήσεων (εστίαση στην ποιότητα και τις αναπτυγμένες αγορές), η έμφαση πρέπει τώρα να δοθεί στη διόρθωση των ελλειμμάτων σε επίπεδο στρατηγικής κλάδου. Στο κρασί, προτεραιότητα είναι οι συνενώσεις για την επίτευξη οικονομιών κλίμακας, ενώ στα γαλακτοκομικά, οι συνεργασίες για την αναβάθμιση του δικτύου διανομής.
 - ✓ Στα **φρούτα και λαχανικά**, οι αλλαγές που απαιτούνται είναι σημαντικά ευρύτερες. Πέρα από ριζική επαναχάραξη στρατηγικής του προϊόντος, χρειάζονται σημαντικές επενδύσεις για βελτίωση τεχνολογίας παραγωγής (κυρίως με στόχο τον περιορισμό της εποχικότητας) και επέκταση δικτύου διανομής (με εστίαση στις αγορές της Δυτικής ΕΕ). Έμφαση είναι σημαντικό να δοθεί στην αποδοτική προώθηση φρέσκων προϊόντων (στα πρότυπα της Ιταλίας και της Ισπανίας), τα οποία προσφέρουν δυνατότητες υψηλότερης προστιθέμενης αξίας σε σχέση με τα επεξεργασμένα (π.χ. κομπόστα). Το εγχείρημα δομικής αναδιάρθρωσης του κλάδου, αν και φιλόδοξο, αποκτά δυναμική επιτυχίας λόγω της αξιοσημείωτης διάθεσης των επιχειρήσεων για συνεργασία, και της υψηλής διεθνούς ζήτησης για το προϊόν.
- Συνεπώς, ορμώμενοι από την επίτευξη της αυξημένης εξωστρέφειας των ΜμΕ τροφίμων εν μέσω κρίσης (κατά €0,3 δις την τελευταία δεκαετία), είναι σημαντικό να προχωρήσουμε στη δημιουργία υγιών δομών και συνεπών στρατηγικών ώστε να αξιοποιηθεί πλήρως η ανταγωνιστική πρώτη ύλη των ελληνικών τροφίμων. Η **ανάκτηση των μεριδίων της ελληνικής μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας στις διεθνείς αγορές τροφίμων** μπορεί να αυξήσει τις ελληνικές εξαγωγές κατά €0,5 δις ετησίως.

□ Η βιομηχανία τροφίμων και ποτών – έμφαση στις ΜμΕ

□ Προοπτικές και προκλήσεις ανά προϊόν

□ Παράρτημα

- Προστιθέμενη αξία
- Εξαγωγές
- Επιχειρηματικές επιδόσεις
- Η σημασία της επωνυμίας (brand)

- Ελαιόλαδο
- Κρασί
- Γαλακτοκομικά
- Φρούτα και λαχανικά

- Χαρτογράφηση του τομέα των ΜμΕ στην Ελλάδα
- Περιγραφή δείγματος
- Κατασκευή δείκτη εμπιστοσύνης
- Ταυτότητα της δειγματοληπτικής έρευνας

Σχετικά ανθεκτικός αποδείχθηκε ο κλάδος των τροφίμων κατά τη διάρκεια της κρίσης

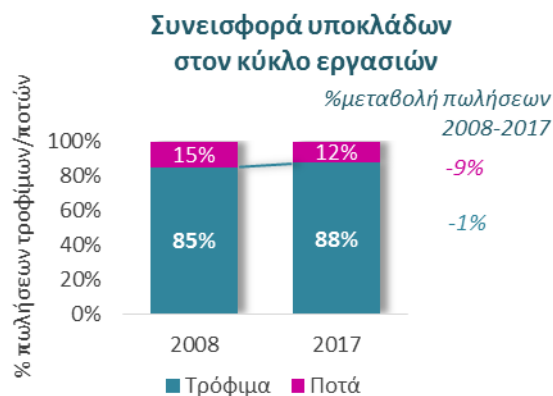


Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

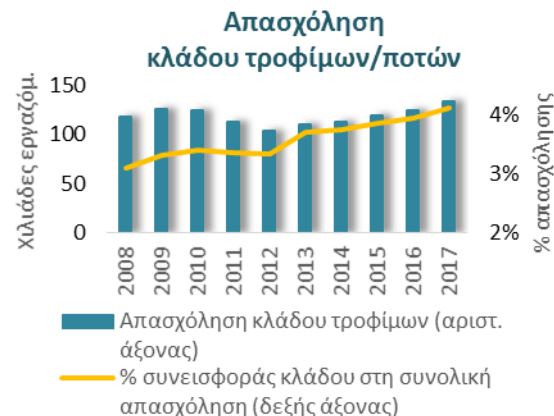
□ Παρά το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, η εγχώρια βιομηχανία τροφίμων και ποτών διατήρησε τον κύκλο εργασιών της κοντά στα €15 δις κατά το διάστημα 2008-2017 (με μία μικρή μείωση του μεριδίου των ποτών στον κλάδο στο 12% το 2017 από 15% το 2008). Έτσι, η συνεισφορά της στις συνολικές πωλήσεις του ελληνικού επιχειρηματικού τομέα αυξήθηκε στο 7% το 2017 από 5% το 2008. Η ανθεκτικότητα του κλάδου επίσης αντικατοπτρίζεται στην ομαλή πορεία της απασχόλησης, η οποία (μετά από μικρή πτώση την περίοδο 2011-2015) επανήλθε στα προ κρίσης επίπεδα (της τάξης των 130,000 εργαζομένων) - αυξάνοντας τη συνεισφορά του κλάδου στη συνολική απασχόληση στο 3,6% το 2017 (από 2,6% το 2008).

□ Παράλληλα, βελτιωμένη είναι η σχετική θέση του κλάδου τροφίμων στη βιομηχανία, καλύπτοντας σχεδόν το 40% του κύκλου εργασιών της βιομηχανίας (εκτός πετρελαίου) το 2017 από 28% το 2008 (και σε σχέση με 17% κ.μ.ο. στην ΕΕ), καθώς οι συστατικές επιδράσεις της κρίσης ήταν λιγότερο έντονες:

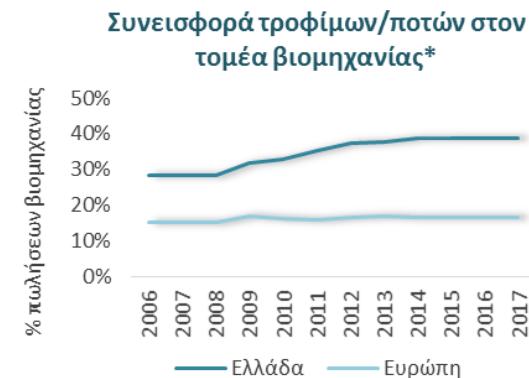
- ✓ Η εγχώρια ζήτηση για τρόφιμα περιορίστηκε λιγότερο σε σχέση με την συνολική εγχώρια κατανάλωση (-11% έναντι -22% κατά το διάστημα 2008-2017).
- ✓ Το μερίδιο των τροφίμων στις διεθνείς αγορές σημείωσε πτώση της τάξης του 16% (στο 0,5% το 2017 από 0,6% το 2009) έναντι πτώσης της τάξης του 24% στα λοιπά αγαθά (0,1% το 2017 από 0,2% το 2009), επιτρέποντας στα τρόφιμα να επιτύχουν καλύτερη αξιοποίηση της ανοδικής διεθνούς αγοράς (κατά 80% το διάστημα 2009-2017). Ως αποτέλεσμα, οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων αυξήθηκαν κατά 45% την τελευταία δεκαετία (έναντι 37% για τις συνολικές εξαγωγές).



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

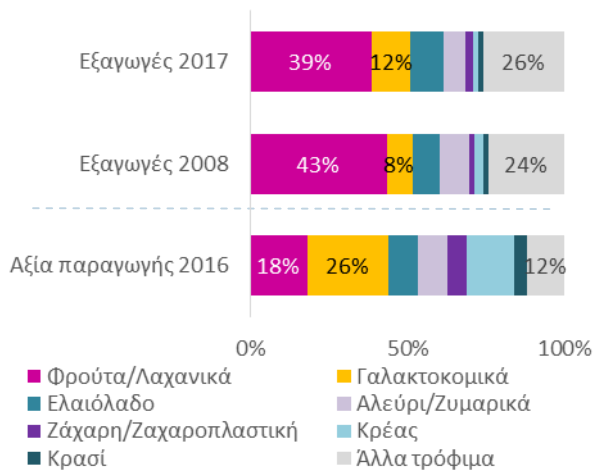


* εκτός πετρελαίου

Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

Στη Δυτική Ευρώπη κατευθύνεται το 60% των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων

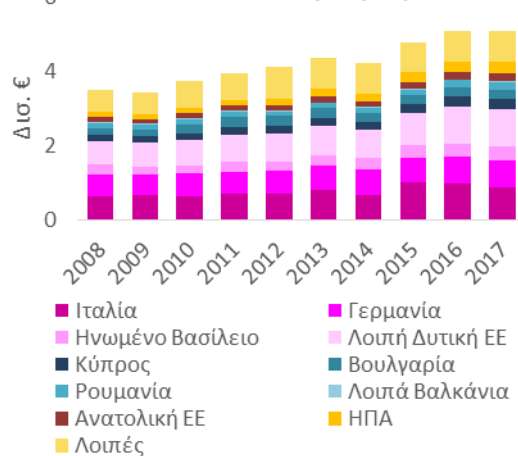
Εξαγωγές και αξία παραγωγής ανά προϊόν



Πηγή: Eurostat, εκτιμήσεις ΕΤΕ

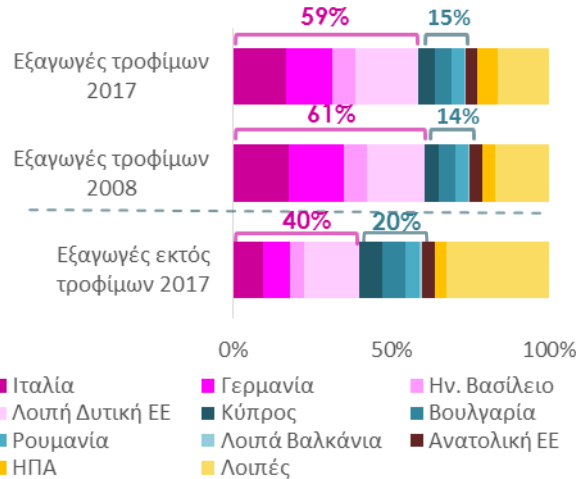
- **Σημαντικότερο εξαγωγικό προϊόν** της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων είναι **τα φρούτα και λαχανικά**, καλύπτοντας σχεδόν το 40% των εξαγωγών του κλάδου (έναντι 18% σε όρους παραγωγής). Ωστόσο, την **υψηλότερη αύξηση** εξαγωγών κατά την τελευταία δεκαετία πέτυχαν τα **γαλακτοκομικά** (καλύπτοντας 12% των εξαγωγών τροφίμων την τελευταία διετία, έναντι 8% προ κρίσης), και το **ελαιόλαδο** (καλύπτοντας 10% των εξαγωγών τροφίμων την τελευταία διετία, έναντι 8% προ κρίσης)
- Όσον αφορά τις χώρες προορισμού, η **Δυτική Ευρώπη** κυριαρχεί απορροφώντας μερίδιο της τάξης του 60% των εξαγωγών τροφίμων (έναντι μεριδίου της τάξης του 40% στις λοιπές ελληνικές εξαγωγές) – με τα 3/4 αυτών να κατευθύνονται σε Ιταλία, Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο.
- Συγκεκριμένα, η Ιταλία κυρίως εισάγει ελληνικό ελαιόλαδο (32% των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στη χώρα), η Γερμανία εισάγει κυρίως φρούτα και λαχανικά (44% των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στη χώρα) και το Ηνωμένο Βασίλειο εισάγει κυρίως φρούτα/λαχανικά και γαλακτοκομικά (42% και 29%, αντίστοιχα, των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στη χώρα).

Ελληνικές εξαγωγές τροφίμων και ποτών ανά προορισμό



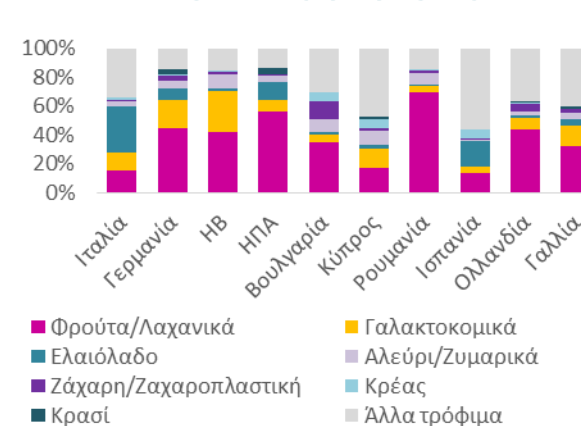
Πηγή: Eurostat, εκτιμήσεις ΕΤΕ

Ελληνικές εξαγωγές ανά προορισμό



Πηγή: Eurostat, εκτιμήσεις ΕΤΕ

Ελληνικές εξαγωγές τροφίμων στους βασικούς προορισμούς

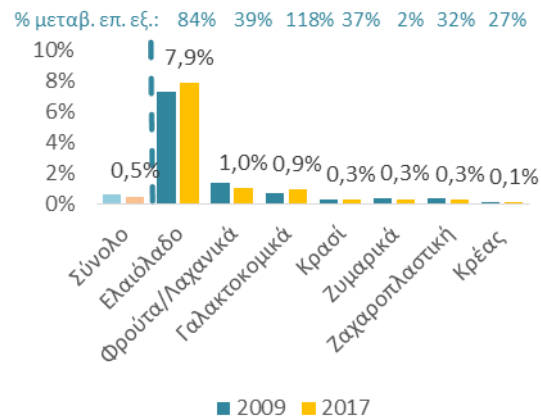


*71% των ελληνικών εξαγωγών για το 2017

Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

Χάνουν μερίδια τα ελληνικά τρόφιμα στις διεθνείς αγορές (κυρίως τα φρούτα), ωστόσο θετικά ξεχωρίζει η δυναμική σε ελαιόλαδο, ελιές, γιαούρτι, φέτα και φιστίκια

Μερίδιο ελληνικών εξαγωγών τροφίμων και ποτών στον κόσμο



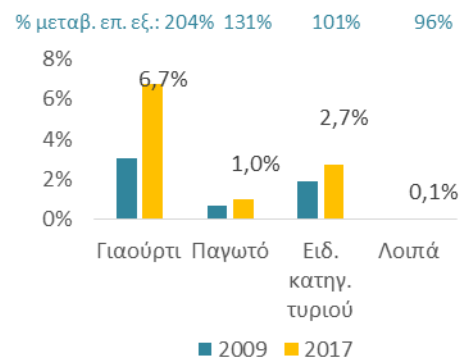
Πηγή: Eurostat, Comtrade, εκτιμήσεις ETE

□ Παρά την αύξηση εξαγωγών τροφίμων σε σχέση με τα προ κρίσης επίπεδα, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας σημείωσε μικρή πτώση τόσο στην Ευρώπη (στο 1% το 2017 από 1,2% το 2009) όσο και στον κόσμο (πτώση της τάξης του 16% στο 0,5% το 2017 από 0,6% το 2009). Η **σημαντικότερη απώλεια μεριδίων παρουσιάστηκε στα φρούτα και λαχανικά**, με την Ελλάδα να καλύπτει 1% των παγκόσμιων εξαγωγών το 2017 από 1,4% το 2009. Συγκεκριμένα, ισχυρός είναι ο διεθνής ανταγωνισμός στα φρούτα όπου η Ελλάδα διαθέτει σχετικά υψηλά μερίδια (όπως τα πορτοκάλια, τα ροδάκινα/βερικόκα, τα σταφύλια και τα πεπόνια), καθώς πιέζεται από ανερχόμενες χώρες της Λατινικής Αμερικής και της Νότιας Αφρικής.

□ Ωστόσο, συγκεκριμένα προϊόντα ξεχώρισαν καταφέροντας να **κερδίσουν μερίδια στη διεθνή αγορά κατά τη διάρκεια της κρίσης**:

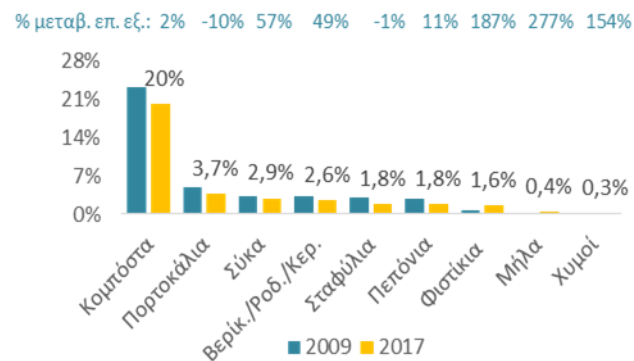
- ✓ Το ελληνικό ελαιόλαδο κάλυψε το 7,9% της διεθνούς αγοράς το 2017 από 7% το 2009.
- ✓ Το ελληνικό γιαούρτι κάλυψε το 6,7% της διεθνούς αγοράς το 2017 από 3% το 2009, ενώ η φέτα οδήγησε το μερίδιο της Ελλάδας στην κατηγορία ειδικού τύπου τυριών στο 2,7% το 2017 από 1,9% το 2009.
- ✓ Θετικές εξαιρέσεις φρούτων και λαχανικών που κατάφεραν να κερδίσουν μερίδια αγοράς είναι οι ελιές (26% το 2017 από 19% το 2009), τα φιστίκια (2% το 2017 από 1% το 2009), τα μήλα (0,4% το 2017 από 0,3% το 2009) και οι χυμοί (0,3% το 2017 από 0,2% το 2009).

Μερίδιο ελληνικών εξαγωγών γαλακτοκομικών στον κόσμο



Πηγή: Eurostat, Comtrade, εκτιμήσεις ETE

Μερίδιο ελληνικών εξαγωγών φρούτων στον κόσμο



Πηγή: Eurostat, Comtrade, εκτιμήσεις ETE

Μερίδιο ελληνικών εξαγωγών λαχανικών στον κόσμο



Πηγή: Eurostat, Comtrade, εκτιμήσεις ETE

Η κρίση στοίχισε σε όρους κερδοφορίας, ενώ παράλληλα οι ΜμΕ χάνουν μερίδιο αγοράς στον κλάδο

- Η **ανθεκτικότητα** του κλάδου αντικατοπτρίζεται στις εταιρικές επιδόσεις, με πτώση πωλήσεων μόλις 2% μεταξύ 2008-2017 (-1% στα τρόφιμα και -9% στα ποτά), έναντι -29% για το σύνολο βιομηχανίας. Ωστόσο, ενώ ο κλάδος κατάφερε να αυξήσει την ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού (σε 0,82 το 2017, από 0,72 το 2008), η κρίση φαίνεται να **στοίχισε σε όρους κερδοφορίας**, με το περιθώριο λειτουργικού κέρδους (EBITDA) να σημειώνει πτώση 4 ποσοστιαίων μονάδων (στο 6,6% το 2017, έναντι 7,9% στη βιομηχανία συνολικά). Υπό την επίδραση των δύο αυτών αντίρροπων δυνάμεων, η λειτουργική απόδοση ενεργητικού (ROA) περιορίστηκε κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες (παραμένοντας οριακά πάνω από το μέσο όρο της βιομηχανίας). Επιπλέον, η ανοδική μόχλευση του κλάδου επιβάρυνε τη σχετική του θέση σε όρους δανειακής επιβάρυνσης (δείκτης δάνεια προς EBITDA 7,6 έναντι 7,1 στη βιομηχανία).
- Εστιάζοντας στο κομμάτι των ΜμΕ, η εικόνα είναι αμφίσημη. Από τη μια πλευρά, **οι ΜμΕ που κατάφεραν να επιβιώσουν της κρίσης αύξησαν τις πωλήσεις τους** περίπου κατά 10% την τελευταία δεκαετία (ποσοστό αντίστοιχο με την πορεία των πωλήσεων των μεγαλύτερων επιχειρήσεων). Από την άλλη πλευρά, κατά τη διάρκεια της κρίσης έκλεισαν επιχειρήσεις που αντιστοιχούσαν στο 1/3 των πωλήσεων του 2008 – με αποτέλεσμα, το μερίδιο του τομέα των ΜμΕ στις συνολικές πωλήσεις του κλάδου να περιοριστεί στο 32% το 2017 από 41% το 2008. Επιπλέον, οι ΜμΕ υστερούν σημαντικά σε λειτουργικό ROA, έχοντας ως βασικό βαρίδι τη χαμηλή ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού (0,42 έναντι 0,96 κ.μ.ο. στην ΕΕ), εν μέρει λόγω εποχικότητας παραγωγής που δεν έχει εξομαλυνθεί μέσω χρήσης τεχνολογίας και δευτερευόντως τη χαμηλή κερδοφορία (περιθώριο EBITDA 5% έναντι 8,3% κ.μ.ο. στην ΕΕ). Αν και ο δείκτης ξένων προς ίδια κεφάλαια είναι κοντά στον ευρωπαϊκό μέσο όρο, το σημαντικά χαμηλότερο λειτουργικό ROA οδηγεί το δείκτη δάνεια προς EBITDA στο 17,4, σε σχέση με 3,7 κ.μ.ο. για τις ευρωπαϊκές ΜμΕ τροφίμων.

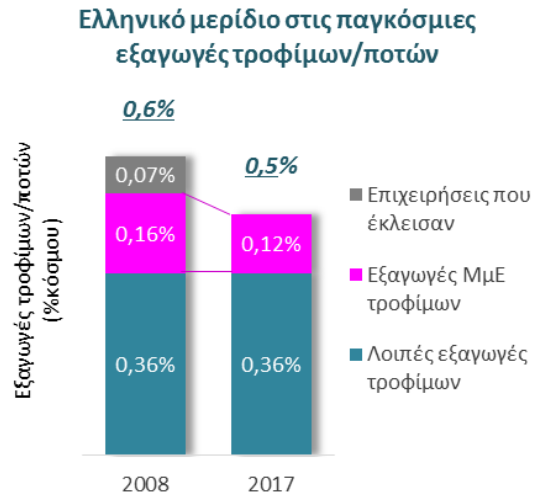
Κλάδος τροφίμων - ποτών στην κρίση					
	Τρόφιμα-Ποτά		Βιομηχανία*		Τρόφ.-Ποτά Ε.Ε.
	2008	2017	2008	2017	2017
% Μεταβ. πωλήσεων (2008-2017)		-2%		-29%	17%
Ταχύτητα Κυκλοφ. Ενεργητικού	0,72	0,82	0,69	0,66	1,27
Ταχύτητα Κυκλοφ.Παγίων	1,65	2,02	1,79	1,76	4,76
Περιθώριο Λειτ. Κέρδους (Ebitda)	10,3%	6,6%	9,7%	7,9%	7,5%
Λειτουργικο ROA	7,4%	5,4%	6,7%	5,2%	9,6%
Ξένα/Ίδια Κεφάλαια	1,17	1,68	1,25	1,54	1,24
Δάνεια / Ebitda	4,16	7,60	4,69	7,14	2,90
Χρημ/κά έξοδα / (Ebitda)	23%	39%	27%	36%	9%

* Ελληνική βιομηχανία εκτός του κλάδου πετρελαιοειδών

Κλάδος τροφίμων - ποτών 2017 ανά μέγεθος						
	ΜμΕ			Μεγάλες		
	Τρόφ.-Ποτά	Βιομηχ.*	Τρόφ.-Ποτά Ε.Ε.	Τρόφ.-Ποτά	Βιομηχ.*	Τρόφ.-Ποτά Ε.Ε.
% Μεταβ. πωλήσεων (2008-2017)	-25%	-40%	8%	8%	-25%	20%
Ταχύτητα Κυκλοφ. Ενεργητικού	0,42	0,59	0,96	0,94	0,71	1,32
Ταχύτητα Κυκλοφ.Παγίων	1,07	1,38	2,63	2,74	2,07	5,24
Περιθώριο Λειτ. Κέρδους (Ebitda)	5,0%	5,8%	8,3%	7,4%	9,0%	7,4%
Λειτουργικο ROA	2,1%	3,4%	8,0%	7,0%	6,4%	9,8%
Ξένα/Ίδια Κεφάλαια	1,51	1,21	1,58	1,70	1,82	1,20
Δάνεια / Ebitda	17,4	10,3	3,71	5,91	6,04	2,79
Χρημ/κά έξοδα / (Ebitda)	70%	51%	13%	31%	31%	9%

* Ελληνική βιομηχανία εκτός του κλάδου πετρελαιοειδών

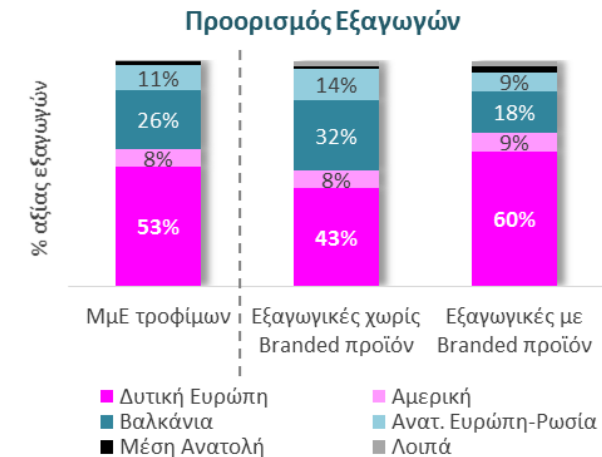
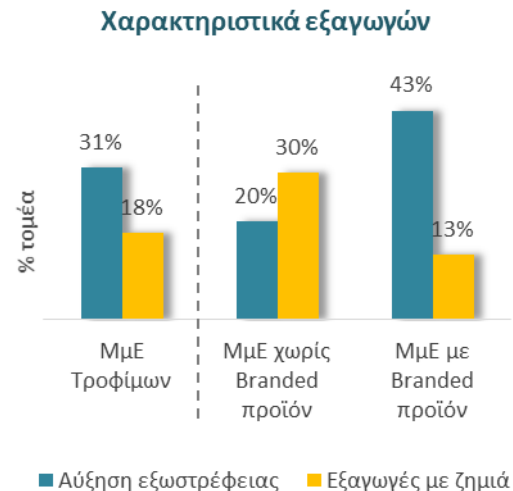
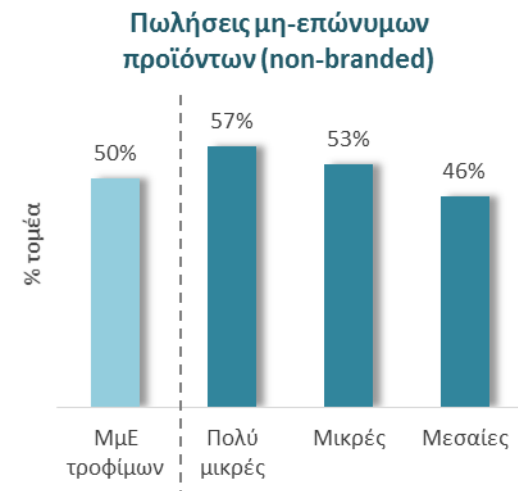
Οι μειωμένες επιδόσεις των ΜμΕ τροφίμων στη διάρκεια της κρίσης οδήγησαν στην απώλεια μεριδίων στις διεθνείς αγορές



Πηγή: Eurostat, Comtrade, Έρευνα ΕΤΕ, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

□ Βάσει έρευνας πεδίου σε δείγμα 200 ΜμΕ τροφίμων, διαπιστώσαμε ότι οι αδύναμες επιδόσεις των ΜμΕ οδήγησαν στην απώλεια μεριδίων στις διεθνείς αγορές κατά τη διάρκεια της κρίσης. Συγκεκριμένα, καθώς οι εξαγωγές των ελληνικών ΜμΕ τροφίμων αυξήθηκαν κατά 30% την τελευταία δεκαετία (συγκριτικά με 80% για τη διεθνή αγορά τροφίμων), το μερίδιο τους περιορίστηκε στο 0,12% το 2017 από 0,16% το 2008 (το οποίο αν είχε διατηρηθεί, οι εξαγωγές του κλάδου θα ήταν υψηλότερες κατά €0,5 δισ.). Παράλληλα, υπήρξε επιπλέον απώλεια μεριδίων λόγω του κλεισίματος εξαγωγικών ΜμΕ (της τάξης του 0,07% της διεθνούς αγοράς). Σημειώνουμε ότι οι λοιπές εξαγωγικές επιχειρήσεις τροφίμων* δε φάνηκε να αντιμετωπίζουν αντίστοιχα προβλήματα ανταγωνιστικότητας καθώς κατάφεραν να ακολουθήσουν την κάθετη ανοδική πορεία της διεθνούς ζήτησης και έτσι να διατηρήσουν τα μερίδια τους.

□ Το γεγονός ότι το ½ των ΜμΕ τροφίμων προωθούν κυρίως μη επώνυμα προϊόντα (57% των πολύ μικρών έναντι 46% των μεσαίων) φαίνεται να συγκρατεί τα λειτουργικά αποτελέσματα αλλά και την αποτελεσματικότητα της εξαγωγικής στρατηγικής του κλάδου. Συγκεκριμένα, οι ΜμΕ τροφίμων με μη επώνυμα προϊόντα αύξησαν την εξωστρέφεια την τελευταία δεκαετία σε ποσοστό μόλις 20% (έναντι 43% για τις ΜμΕ με επώνυμα προϊόντα), ενώ παράλληλα εξαγουν συχνά με ζημιά – με τη Δυτική ΕΕ να απορροφά λιγότερο από το ½ των εξαγωγών τους (43%, έναντι 60% για τις ΜμΕ με επώνυμα προϊόντα).



* Οι λοιπές εξαγωγικές επιχειρήσεις τροφίμων περιλαμβάνουν τις μεγάλες βιομηχανίες τροφίμων και το χονδρεμπόριο.

- Η βιομηχανία τροφίμων και ποτών – έμφαση στις ΜμΕ

- Προοπτικές και προκλήσεις ανά προϊόν

- Παράρτημα

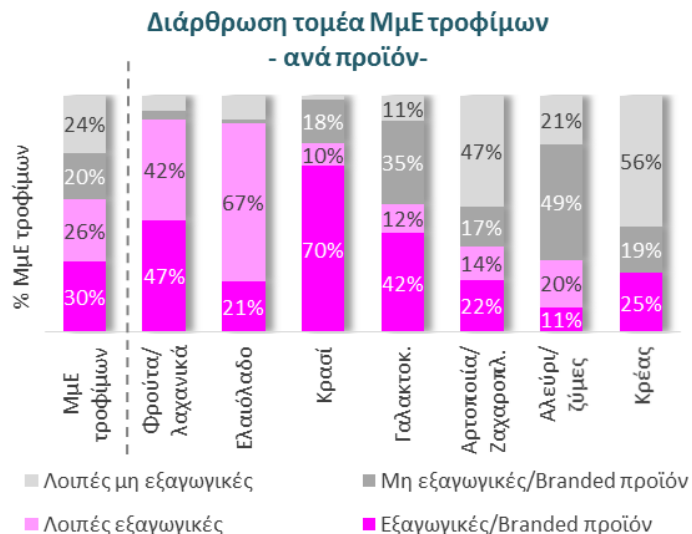
- Προστιθέμενη αξία
- Εξαγωγές
- Επιχειρηματικές επιδόσεις
- Η σημασία της επωνυμίας (brand)

- Ελαιόλαδο
- Κρασί
- Γαλακτοκομικά
- Φρούτα και λαχανικά

- Χαρτογράφηση του τομέα των ΜμΕ στην Ελλάδα
- Περιγραφή δείγματος
- Κατασκευή δείκτη εμπιστοσύνης
- Ταυτότητα της δειγματοληπτικής έρευνας

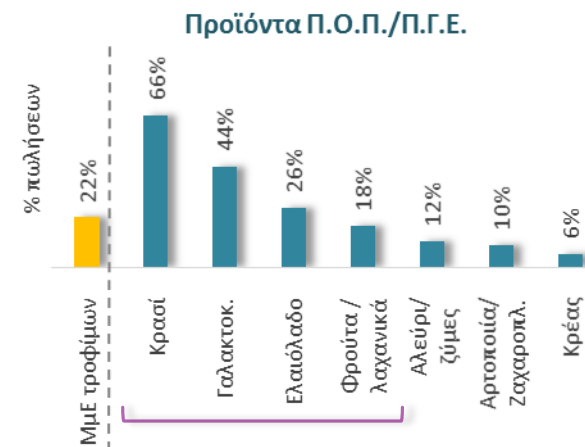
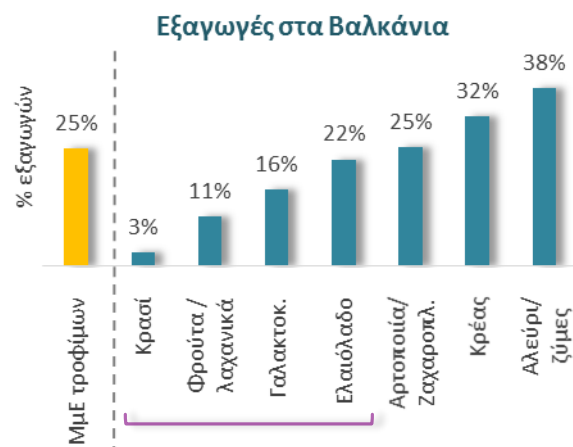
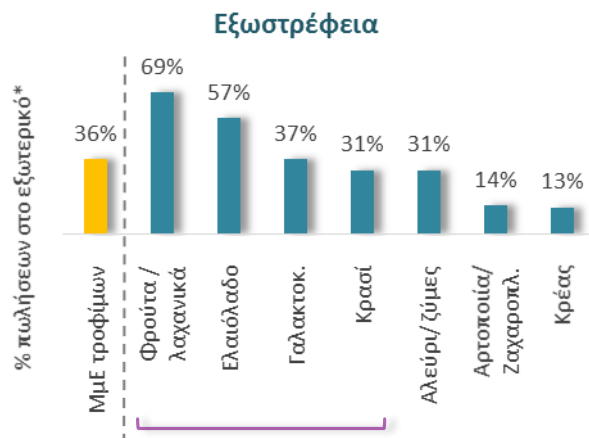
Τα 4 προϊόντα αιχμής της Ελλάδας: Τα Παραδοσιακά (ελαιόλαδο και φρούτα) και τα Ανερχόμενα (κρασί και γαλακτοκομικά)

11



Καθώς κάθε προϊόν έχει έντονες διαφορές σε όρους τρέχουσας κατάστασης αλλά και μελλοντικής δυναμικής, κρίνεται σκόπιμο να εστιάσουμε σε συγκεκριμένες κατηγορίες τροφίμων για να εντοπίσουμε συγκριτικά πλεονεκτήματα και προκλήσεις, ώστε να συνάγουμε προτάσεις πολιτικής. Υπό αυτή την προοπτική επιλέξαμε τα **4 προϊόντα που ξεχωρίζουν σε εξωστρέφεια** (δηλαδή, άνω του ½ του τομέα εξάγει), τα οποία βάσει της έντασης εξωστρέφειας τους ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες:

- ✓ Οι **παραδοσιακοί εξαγωγείς** (ελαιόλαδο και φρούτα/λαχανικά), οι οποίοι εξάγουν άνω του ½ των πωλήσεων τους
 - ✓ Οι **ανερχόμενοι εξαγωγείς** (κρασί και γαλακτοκομικά), οι οποίοι εξάγουν περίπου το 1/3 των πωλήσεων τους (ποσοστό ωστόσο διαχρονικά αυξανόμενο).
- Οι εξαγωγικοί προορισμοί των 4 αυτών προϊόντων αφορούν σε μεγάλο βαθμό **αναπτυγμένες αγορές**, καθώς στα Βαλκάνια κατευθύνονται μερίδια της τάξης του 5%-20% (έναντι 32% κ.μ.ο. για τα λοιπά τρόφιμα). Παράλληλα, τα προϊόντα αυτά ξεχωρίζουν σε **όρους Π.Ο.Π.**, με ποσοστά που κυμαίνονται από 20% μέχρι 70% (έναντι 9% κ.μ.ο. για τα λοιπά τρόφιμα).

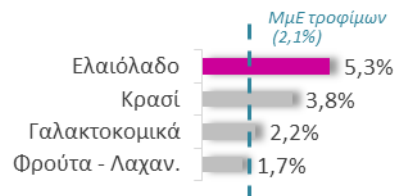


* αφορά τις πωλήσεων των ΜμΕ που εξάγουν

Ελαιόλαδο: Ένα προϊόν υψηλής ανταγωνιστικότητας που πωλείται σε μεγάλο βαθμό χύμα

12

Λειτουργικό ROA

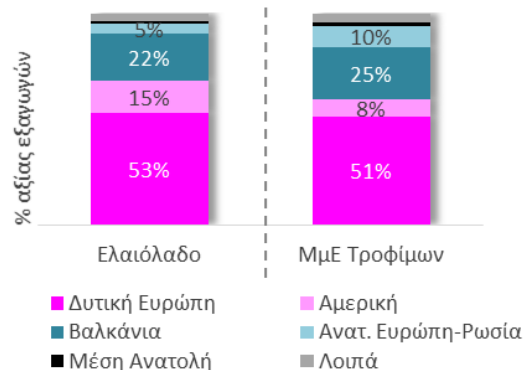


Βασικοί χρημ/κοί δείκτες 2017

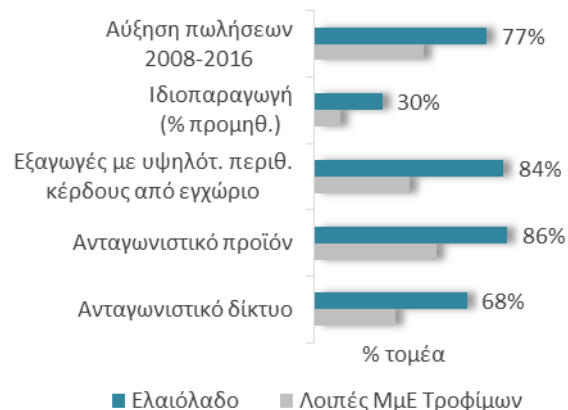
	Ελαιόλ.	Τρόφιμα	Τρόφιμα Ε.Ε.
Ταχύτητα Κυκλοφ. Εν.	0,43	0,42	0,96
Περιθώριο Λειτ. Κέρδους (Ebitda)	12,5%	5,0%	8,3%
Λειτουργικό ROA	5,3%	2,1%	8,0%
Ξένα/Ίδια Κεφάλαια	0,90	1,51	1,58
Δάνεια / Ebitda	4,67	17,4	3,71

- Το ελαιόλαδο είναι **ένα από τα πιο εξωστρεφή προϊόντα**, με το 88% του τομέα να έχει εξαγωγική δραστηριότητα και να πραγματοποιεί το 57% των πωλήσεων του στο εξωτερικό - γεγονός που στήριξε τις πωλήσεις του κλάδου στην περίοδο της κρίσης (77% του τομέα αύξησε πωλήσεις). Αξιοσημείωτο είναι ότι το 1/3 των πρώτων υλών της βιομηχανίας είναι ιδιοπαραγωγή.
- Το **περιθώριο λειτουργικής κερδοφορίας** των ΜμΕ του κλάδου είναι **εξαιρετικά υψηλό** (12,5% έναντι 8,3% για τις ευρωπαϊκές ΜμΕ τροφίμων), με το 84% του τομέα να πετυχαίνει υψηλότερα περιθώρια στο εξωτερικό σε σχέση με την εγχώρια αγορά. Σύμφωνα με τις επιχειρήσεις του κλάδου, η υγιής κερδοφορία αποτελεί αντανάκλαση της υψηλής ανταγωνιστικότητας τόσο του προϊόντος όσο και του δικτύου διανομής. Παράλληλα, τα θετικά λειτουργικά αποτελέσματα κρατούν χαμηλά τη μόχλευση, με το δείκτη ξένων προς ίδια κεφάλαια στο 0,9 έναντι 1,5 κ.μ.ο. σε λοιπές ΜμΕ τροφίμων τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ.
- Ως μελανό σημείο εμφανίζεται η **χαμηλή ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού** (δηλαδή, η δυνατότητα των απασχολούμενων κεφαλαίων να παράγουν πωλήσεις). Αυτό σε μεγάλο βαθμό αντανακλά (i) την αδυναμία να εξαχθεί υψηλή προστιθέμενη αξία από το παραγόμενο προϊόν (λόγω του υψηλού ποσοστού διάθεσης σε χύμα μορφή), καθώς και (ii) το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων (λόγω της διάθεσης των παραγωγών για αυτόνομη ανάπτυξη και της αρνητικής οπτικής για τα clusters). Σύμφωνα με εκτιμήσεις μας, η «χαμένη» προστιθέμενη αξία από την εξαγωγή χύμα ελαιόλαδου (κυρίως στην Ιταλία) είναι της τάξης των €150 εκ. ετησίως.

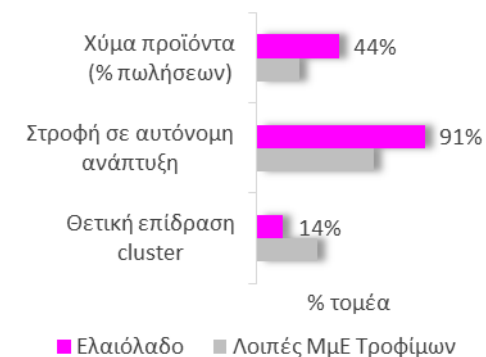
Προορισμός Εξαγωγών



Δυνατά σημεία



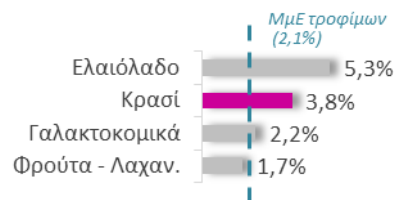
Προκλήσεις



Κρασί: Η ύπαρξη έντονου διεθνούς ανταγωνισμού απαιτεί περαιτέρω συγκέντρωση του κλάδου

13

Λειτουργικό ROA



Βασικοί χρημ/κοί δείκτες 2016

	Κρασί	Τρόφιμα	Τρόφιμα Ε.Ε.
Ταχύτητα Κυκλοφ. Εν.	0,22	0,42	0,96
Περιθώριο Λειτ. Κέρδους (Ebitda)	17,4%	5,0%	8,3%
Λειτουργικό ROA	3,8%	2,1%	8,0%
Ξένα/Ιδια Κεφάλαια	0,94	1,51	1,58
Δάνεια / Ebitda	6,63	17,4	3,71

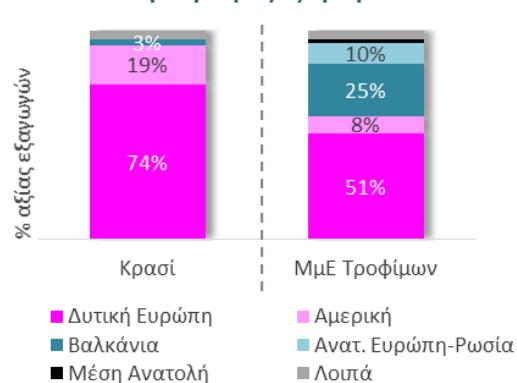
□ Η οινοποιία συγκεντρώνει το **υψηλότερο ποσοστό δυναμικών εταιρειών με συνδυασμό εξωστρέφειας και επωνυμίας** (70% του τομέα, έναντι 30% για τις ΜμΕ τροφίμων). Το 76% του τομέα έχει αυξήσει πωλήσεις στη διάρκεια της κρίσης (έναντι 50% των λοιπών ΜμΕ τροφίμων) ενώ απολαμβάνει υψηλό περιθώριο λειτουργικού κέρδους (17,4% έναντι 5% για τις ΜμΕ τροφίμων).

□ Οι καλές αυτές επιδόσεις φαίνεται να οφείλονται σε ένα συνδυασμό **ορθών πρακτικών με επίκεντρο την ποιότητα**:

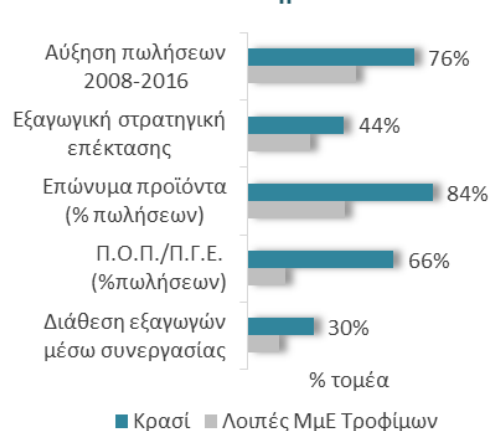
- ✓ Στρατηγική στόχευση ανεπτυγμένων αγορών Δυτικής Ευρώπης και Αμερικής (93% των εξαγωγών, έναντι 59% στις ΜμΕ τροφίμων)
- ✓ Προώθηση επώνυμων προϊόντων (84% των πωλήσεων κρασιού, έναντι 44% στις λοιπές ΜμΕ τροφίμων), και υψηλός βαθμός αναγνώρισης Π.Ο.Π./Π.Γ.Ε. (66% των πωλήσεων, έναντι 17% στις λοιπές ΜμΕ τροφίμων).

□ Αχίλλειο πτέρνα του κλάδου αποτελεί η **εξαιρετικά χαμηλή ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού** (σχεδόν το 1/5 του ευρωπαϊκού μέσου όρου). Οι επιχειρήσεις του κλάδου αναγνωρίζουν ως βασικό πρόβλημα το μικρό τους μέγεθος. Υπό αυτή την προοπτική, ο κλάδος εμφανίζεται **στρατηγικά ώριμος για την επόμενη μέρα**, αναγνωρίζοντας την ανάγκη επενδύσεων και δηλώνοντας πρόθυμος για τις απαιτούμενες συνεργασίες με στόχο την επίτευξη οικονομικών κλίμακας.

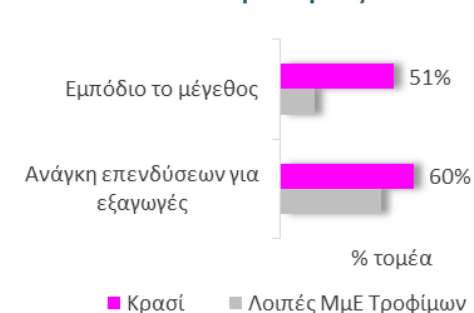
Προορισμός Εξαγωγών



Δυνατά σημεία

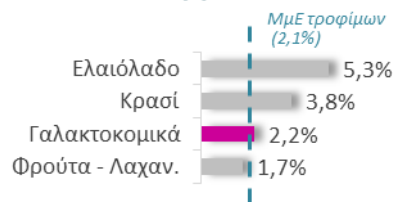


Προκλήσεις



Γαλακτοκομικά: Επενδύσεις στο δίκτυο διανομής απαιτούνται για να ενισχυθεί η κερδοφορία στις αγορές εξωτερικού

Λειτουργικό ROA



Βασικοί χρημ/κοί δείκτες 2016

	Γαλακτ.	Τρόφιμα	Τρόφιμα Ε.Ε.
Ταχύτητα Κυκλοφ. Εν.	0,49	0,42	0,96
Περιθώριο Λειτ. Κέρδους (Ebitda)	4,5%	5,0%	8,3%
Λειτουργικό ROA	2,2%	2,1%	8,0%
Ξένα/Ίδια Κεφάλαια	0,93	1,51	1,58
Δάνεια / Ebitda	11,98	17,4	3,71

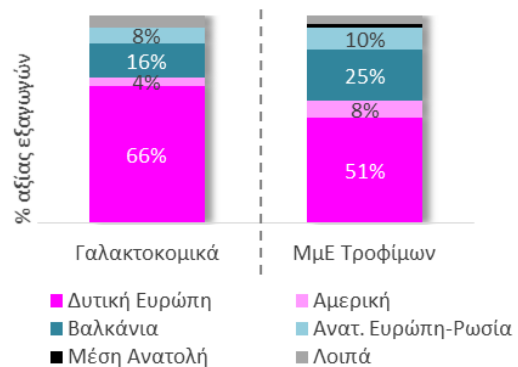
□ Ενώ η **εξωστρέφεια** των ΜμΕ γαλακτοκομικών είναι ακόμα κοντά στον μέσο όρο τροφίμων (της τάξης του 35% των πωλήσεων), η **μελλοντική τάση** εκτιμάται **ανοδική** καθώς i) το 55% του τομέα αύξησε εξωστρέφεια στη διάρκεια της κρίσης (έναντι 29% των λοιπών ΜμΕ τροφίμων), ii) το 80% του τομέα το έχει ως στρατηγική προτεραιότητα για το μέλλον (έναντι 54% για τις λοιπές ΜμΕ τροφίμων).

□ Η **στρατηγική προϊόντος** του ανερχόμενου αυτού τομέα είναι προς τη σωστή κατεύθυνση, καθώς φαίνεται να εστιάζει στην **ποιότητα**:

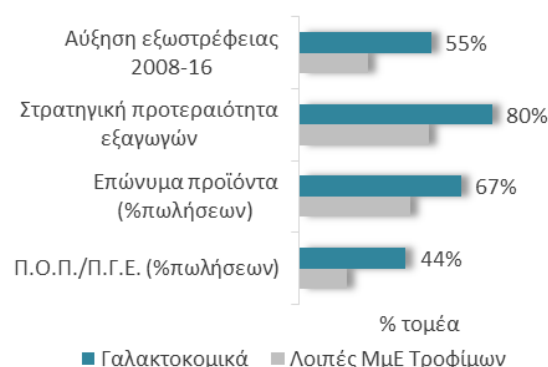
- ✓ Στρατηγική στόχευση ανεπτυγμένων αγορών Δυτικής Ευρώπης (66% των εξαγωγών, έναντι 51% στις ΜμΕ τροφίμων)
- ✓ Προώθηση επώνυμων προϊόντων (67% των πωλήσεων γαλακτοκομικών, έναντι 46% στις λοιπές ΜμΕ τροφίμων), και υψηλός βαθμός αναγνώρισης Π.Ο.Π./Π.Γ.Ε. (44% των πωλήσεων, έναντι 20% στις λοιπές ΜμΕ τροφίμων).

□ Ωστόσο, παρά την ορθή στρατηγική προϊόντος, ο κλάδος φαίνεται να αντιμετωπίζει ακόμα **προβλήματα** όσον αφορά την ωριμότητα του **δικτύου διανομής στο εξωτερικό**. Λόγω της ευπαθούς φύσης των γαλακτοκομικών προϊόντων, η παράμετρος αυτή κρίνεται αποφασιστικής σημασίας. Συγκεκριμένα, καθώς σχεδόν το 70% των εξαγωγών πωλείται με **χαμηλότερο περιθώριο κέρδους** σε σχέση με την εγχώρια αγορά, το λειτουργικό περιθώριο κέρδους του κλάδου περιορίζεται στο 4,5% (έναντι 5,0% στις ΜμΕ τροφίμων στην Ελλάδα και 8,3% στην ΕΕ).

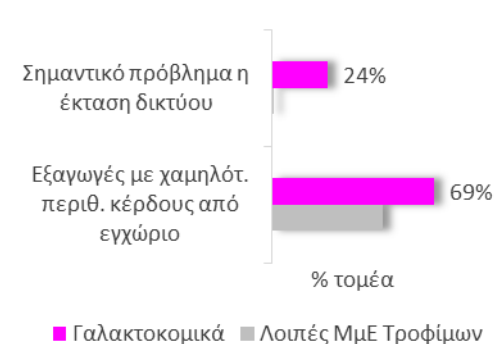
Προορισμός Εξαγωγών



Δυνατά σημεία



Προκλήσεις



Φρούτα και Λαχανικά I: Απαιτείται δομικός επαναπροσδιορισμός της κατεύθυνσης του κλάδου βάσει 3 πυλώνων: (i) χάραξη στοχευμένης στρατηγικής, (ii) αναβάθμιση τεχνολογίας παραγωγής και (iii) βελτίωση δικτύου διανομής

15

Λειτουργικό ROA



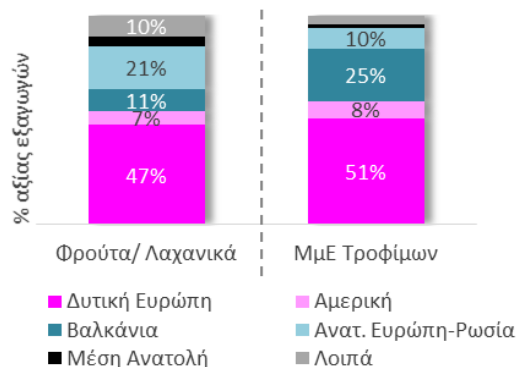
Βασικοί χρημ/κοί δείκτες 2016

	Φρούτα-Λαχ.	Τρόφιμα	Τρόφιμα Ε.Ε.
Ταχύτητα Κυκλοφ. Εν.	0,40	0,42	0,96
Περιθώριο Λειτ. Κέρδους (Ebitda)	4,3%	5,0%	8,3%
Λειτουργικό ROA	1,7%	2,1%	8,0%
Ξένα/Ίδια Κεφάλαια	1,79	1,51	1,58
Δάνεια / Ebitda	21,12	17,4	3,71

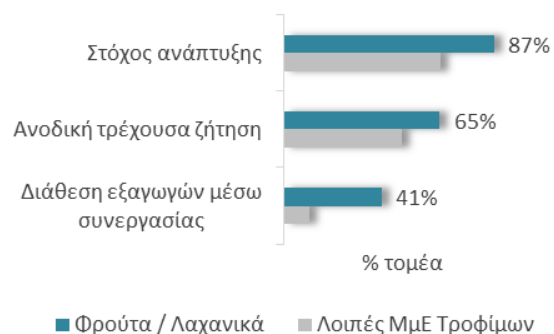
- Το σύνολο σχεδόν του τομέα φρούτων και λαχανικών (89%) είναι εξωστρεφές, με τις εξαγωγές να καλύπτουν το 69% των πωλήσεων. Η **υψηλή εξωστρέφεια ενισχύει τις πωλήσεις** του κλάδου, ο οποίος χαρακτηρίζεται από υψηλό ποσοστό επιχειρήσεων με στόχο ανάπτυξης (87%, έναντι 65% για τις λοιπές ΜμΕ τροφίμων) και υψηλό ποσοστό επιχειρήσεων που αναμένουν ανοδική ζήτηση (65%, έναντι 49% για τις λοιπές ΜμΕ τροφίμων).
- Ωστόσο, η **έλλειψη στρατηγικής εξαγωγών δεν επιτρέπει στην ισχυρή ζήτηση να μεταφραστεί σε υγιή κερδοφορία**. Συγκεκριμένα, το λειτουργικό περιθώριο κέρδους βρίσκεται στο 4,3% (έναντι 5% για τις ΜμΕ των τροφίμων), καθώς σχεδόν το 1/3 των εξαγωγών διενεργείται με ζημιά. Το γεγονός αυτό με τη σειρά του επιβαρύνει τη μόχλευση του κλάδου, με το δείκτη ξένων προς ίδια κεφάλαια να προσεγγίζει το 1,8 έναντι 1,5 για τις ΜμΕ τροφίμων.
- Πέρα από την έλλειψη στοχευμένης στρατηγικής, οι επιχειρήσεις του κλάδου εντοπίζουν άλλες δύο κρίσιμες **παραμέτρους που χρήζουν άμεσης βελτίωσης**:
 - ✓ Η **τεχνολογία παραγωγής** (που κρίνεται προβληματική για το 56% του τομέα, έναντι 29% για τις λοιπές ΜμΕ τροφίμων)
 - ✓ Το **δίκτυο διανομής** (που κρίνεται ανεπαρκές για το 73% του τομέα, έναντι 58% για τις λοιπές ΜμΕ τροφίμων).

Το εγχείρημα δομικής αναδιάρθρωσης του κλάδου, αν και φιλόδοξο, αποκτά δυναμική επιτυχίας λόγω της αξιοσημείωτης διάθεσης και **ωριμότητας των επιχειρήσεων για συνεργασία**.

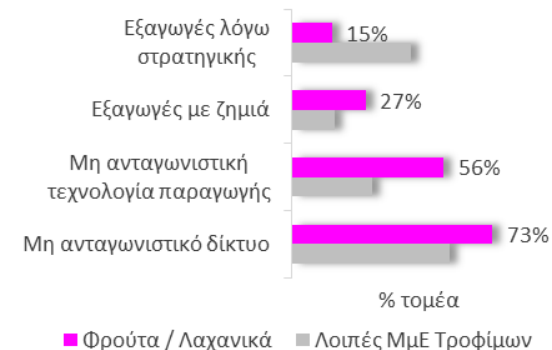
Προορισμός Εξαγωγών



Δυνατά σημεία



Προκλήσεις



Φρούτα και Λαχανικά II: Οι αδυναμίες σε όρους τεχνολογίας και δικτύων διανομής πλήττουν κυρίως τις προοπτικές των φρέσκων φρούτων και λαχανικών (δυσνητικά υψηλής προστιθέμενης αξίας)



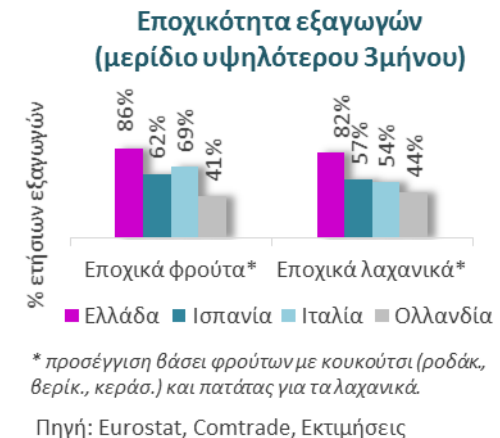
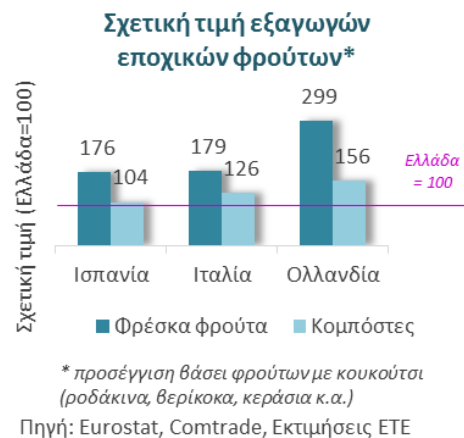
□ Η αξιοποίηση νέων τεχνολογιών και τα αποτελεσματικά δίκτυα διανομής είναι ιδιαίτερα κρίσιμοι παράγοντες στην υποκατηγορία φρέσκων φρούτων και λαχανικών – τα οποία είναι περισσότερο ευπαθή αλλά δυσνητικά υψηλής προστιθέμενης αξίας, αν φτάσουν στην κατάλληλη ποιότητα και μορφή στον τελικό καταναλωτή. Η ισχυρή θέση μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ στις διεθνείς αγορές έχει οδηγήσει στη δημιουργία παγκόσμιων αλυσίδων αξίας **υψηλών τεχνολογικών απαιτήσεων** (συστήματα ελέγχου ποιότητας, ιχνηλασιμότητα, μεταφορά σε συνθήκες συνεχούς ψυκτικής αλυσίδας) στις οποίες λίγοι εγχώριοι παραγωγοί μπορούν να ανταποκριθούν.



□ Οι ελλείψεις της εγχώριας αγοράς σε αυτόν τομέα έχουν οδηγήσει σε **χαμηλό βαθμό προώθησης φρέσκων φρούτων και λαχανικών** (μόλις 36% των ελληνικών εξαγωγών^[1], έναντι 90% σε άλλες μεσογειακές χώρες), τα οποία κατευθύνονται κυρίως σε Βαλκανικές χώρες (60% των εξαγωγών, έναντι μόλις 10% σε ανταγωνιστές που πωλούν κυρίως στη Β.Α. Ευρώπη) και σε χαμηλές τιμές (σχεδόν ½ έναντι μεσογειακών χωρών και ½ έναντι της Ολλανδίας^[2]).

□ Η προσαρμογή των βιομηχανιών τροφίμων στις άνω τεχνολογικές απαιτήσεις και ο εκσυγχρονισμός των προμηθευτών τους, με οδηγό ορθές πρακτικές όπως του Ισραήλ (έρευνα στην καλλιέργεια, οργάνωση δικτύων) και της Ολλανδίας (σύγχρονες μονάδες θερμοκηπίων με συνεχή ποιοτική παραγωγή), θα ενίσχυε την **απόδοση ROA** του κλάδου, μέσω:

- ✓ βελτιωμένων προοπτικών **προώθησης προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας** (αύξηση περιθωρίου κέρδους)
- ✓ καθώς και **εξομάλυνσης της εποχικότητας** (αύξηση ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού), η οποία φθάνει το 85% των ελληνικών εξαγωγών φρέσκων φρούτων/λαχανικών το 3μηνο ψηλής ζήτησης, έναντι 60% σε μεσογειακές χώρες και 40% στην τεχνολογικά προηγμένη Ολλανδία.



[1] Στα πλαίσια της παρούσας ανάλυσης, τα φρέσκα φρούτα προσεγγίζονται μέσω στοιχείων για ροδάκινα, θερίκοκα, κεράσια και λοιπά φρούτα με κουκούτσι, ενώ τα λαχανικά μέσω της πατάτας.

[2] Οι συγκρίσεις αφορούν τους βασικούς ανταγωνιστές της Ελλάδας στη Μεσόγειο (Ιταλία, Ισπανία) και την Ολλανδία, που θεωρείται πετυχημένο παράδειγμα χρήσης τεχνολογίας στην παραγωγή τροφίμων (υπερσύγχρονες μονάδες θερμοκηπίων).

Ο δρόμος για να ανακτήσουν τα ελληνικά τρόφιμα τα μερίδια τους στη διεθνή αγορά



- Από την έρευνα πεδίου μας, διαφάνηκαν συγκεκριμένα αδύναμα σημεία ανά προϊόν που οδήγησαν στην απώλεια μεριδίων στη διεθνή αγορά κατά την τελευταία δεκαετία. Καθώς η ανάκτησή τους θα οδηγούσε σε αύξηση εξαγωγών κατά σχεδόν €0,5 δις ετησίως, είναι σημαντικό να δοθεί **στρατηγική έμφαση στα σημεία που χρήζουν βελτίωσης** ώστε να αναδειχθούν τα εγγενή συγκριτικά πλεονέκτημα των ελληνικών προϊόντων.

- Συνεπώς, ενέργειες πρέπει αρχικά να εντοπιστούν **στα τέσσερα πιο εξωστρεφή τρόφιμα της Ελλάδας**:
 - ✓ Το **ελαιόλαδο** είναι το προϊόν της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων με το εντονότερο συγκριτικό πλεονέκτημα και συνεπώς παρουσιάζει τη μεγαλύτερη δυνατότητα για παραγωγή επιπλέον προστιθέμενης αξίας. Ωστόσο, η ενδογενής υψηλή ανταγωνιστικότητα του εξασφαλίζει ήδη υγιή κερδοφορία, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να έχουν περιορισμένη διάθεση για αλλαγή του προτύπου προώθησης στη αγορά από χύμα σε branded μορφή.
 - ✓ Αντίθετα, **το κρασί και τα γαλακτοκομικά** είναι τομείς δεκτικοί σε αλλαγές και ώριμοι για αναδιάρθρωση. Καθώς έχουν ήδη προχωρήσει στις ορθές πρακτικές σε επίπεδο μεμονωμένων επιχειρήσεων (εστίαση στην ποιότητα και τις αναπτυσσόμενες αγορές), η έμφαση πρέπει να δοθεί σε επίπεδο στρατηγικής κλάδου. Στο κρασί, προτεραιότητα είναι οι συνενώσεις για την επίτευξη οικονομικών κλίμακας ενώ στα γαλακτοκομικά οι συνεργασίες για αναβάθμιση του δικτύου διανομής.
 - ✓ Στα **φρούτα και λαχανικά**, αν και η διάθεση για αναδιάρθρωση του κλάδου είναι παρούσα, οι αλλαγές που απαιτούνται είναι σημαντικά ευρύτερες. Συγκεκριμένα, πέρα από ριζική επαναχάραξη στρατηγικής (για το προϊόν αλλά και τις αγορές-στόχους), χρειάζονται σημαντικές επενδύσεις για βελτίωση τεχνολογίας παραγωγής και επέκταση δικτύου διανομής.



Ελαιόλαδο

- Περιορισμός χύμα πωλήσεων
- Ανάπτυξη κουλτούρας συνεργασίας
- Στοχευμένη στρατηγική εξαγωγών



Κρασί

- Συνενώσεις και συνεργασίες για επίτευξη οικονομικών κλίμακας



Γαλακτοκομικά

- Συνεργασίες για αναβάθμιση δικτύου διανομής



Φρούτα

- Στοχευμένη στρατηγική εξαγωγών
- Βελτίωση τεχνολογίας παραγωγής
- Συνεργασίες για αναβάθμιση δικτύου διανομής

- Η βιομηχανία τροφίμων και ποτών – έμφαση στις ΜμΕ

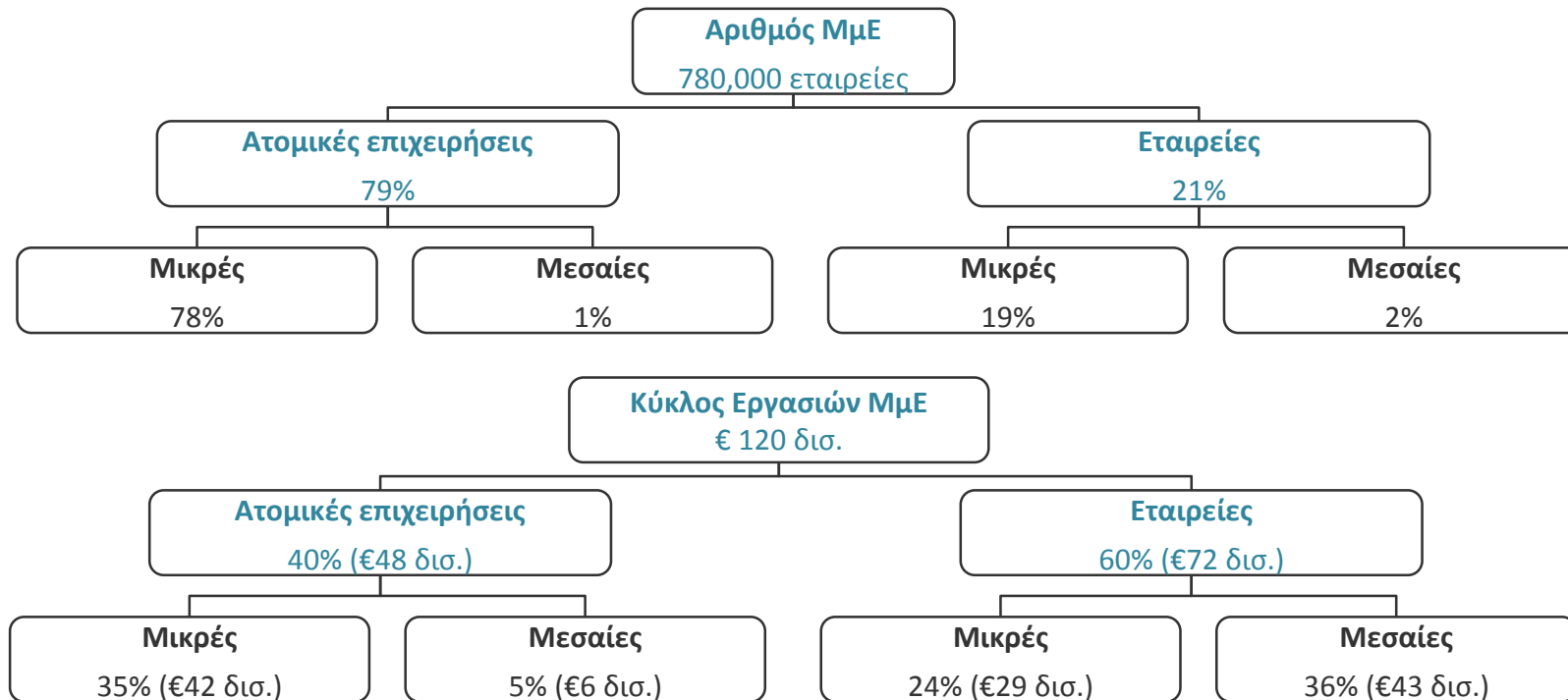
- Προοπτικές και προκλήσεις ανά προϊόν

- Παράρτημα

- Προστιθέμενη αξία
- Εξαγωγές
- Επιχειρηματικές επιδόσεις
- Η σημασία της επωνυμίας (brand)

- Ελαιόλαδο
- Κρασί
- Γαλακτοκομικά
- Φρούτα και λαχανικά

- Χαρτογράφηση του τομέα των ΜμΕ στην Ελλάδα
- Περιγραφή δείγματος
- Κατασκευή δείκτη εμπιστοσύνης
- Ταυτότητα της δειγματοληπτικής έρευνας



* Για τους σκοπούς της ανάλυσης ορίζονται: **μικρές** οι επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών χαμηλότερο του €1 εκατ. και **μεσαίες** οι επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών μεταξύ €1 εκατ. και €10 εκατ..

* Στην άνω χαρτογράφηση τα χαρακτηριστικά κάθε κατηγορίας προσεγγίστηκαν βάσει κατηγοριοποίησης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που διακρίνει τις επιχειρήσεις βάσει αριθμού εργαζομένων (**μικρές**: έως 10 εργαζόμενοι και **μεσαίες**: 10-50 εργαζόμενοι).

Πηγή: Ευρωπαϊκή επιτροπή (SBA Factsheet 2015), Eurostat, ΕΛ.ΣΤΑΤ. (Διαρθρωτική Έρευνα Επιχειρήσεων 2015), Εκτιμήσεις ΕΤΕ

- ❑ Οι σχεδόν 780,000 ΜμΕ στην Ελλάδα συνεισφέρουν ετησίως κύκλο εργασιών της τάξης των €120 δισ.
- ❑ Τα 4/5 των ΜμΕ αντιστοιχούν σε ατομικές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν αντίστοιχο μερίδιο στο σύνολο του εγχώριου εταιρικού τομέα (έναντι μόλις ½ του εταιρικού τομέα στην Ευρώπη).
- ❑ Αν και σε αριθμό υπερτερούν οι ατομικές επιχειρήσεις, το μεγαλύτερο μερίδιο του κύκλου εργασιών (της τάξης του 60%) παράγεται από εταιρείες διάφορων νομικών μορφών (ΑΕ, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ κτλ.).

Κατανομή αριθμού εταιρειών δείγματος*						Σύνθεση εταιρικού τομέα ΜμΕ* (βάσει κύκλου εργασιών)					
Κύκλος εργασιών (εκατ. €)	Βιομηχανία	Υπηρεσίες	Εμπόριο	Κατασκευές	Σύνολο ΜμΕ	Κύκλος εργασιών (εκατ. €)	Βιομηχανία	Υπηρεσίες	Εμπόριο	Κατασκευές	Σύνολο ΜμΕ
1: (0 - 0,1]	73	45	45	30	193	1: (0 - 0,1]	1%	5%	2%	1%	9%
2: (0,1 - 0,5]	73	45	45	30	193	2: (0,1 - 0,5]	3%	6%	12%	1%	22%
3: (0,5 - 1]	74	45	45	30	194	3: (0,5 - 1]	2%	3%	9%	1%	15%
4: (1 - 2,5]	74	45	45	30	194	4: (1 - 2,5]	3%	3%	11%	1%	18%
5: (2,5 - 5]	73	45	45	30	193	5: (2,5 - 5]	4%	4%	8%	1%	17%
6: (5 - 10]	73	45	45	30	193	6: (5 - 10]	4%	4%	9%	2%	19%
Σύνολο ΜμΕ	440	270	270	180	1160	Σύνολο ΜμΕ	17%	25%	51%	7%	100%

* Ανάλογα με τη διαθεσιμότητα στοιχείων υπάρχει πιθανότητα αποκλίσεων της τάξης του 10%

* Σταθμισμένος μέσος όρος τελευταίας δεκαετίας

Πηγή: Μητρώο επιχειρήσεων ΕΛ.ΣΤΑΤ. (2007), ICAP Data, Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

- ❑ Η ανάλυση αφορά δείγμα επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών έως €10 εκατ., τις οποίες για τους σκοπούς της ανάλυσης ορίζουμε ως μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ).
- ❑ Η επιλογή των εταιρειών έγινε μέσω διαστρωματικής δειγματοληψίας (stratified sampling method), κατά τα πρότυπα αντίστοιχων ερευνών που πραγματοποιούνται από διεθνείς οργανισμούς. Ειδικότερα, επιλέχθηκαν συνολικά 1,160 εταιρείες, με τρόπο τέτοιο ώστε να κατανέμονται ομοιόμορφα βάσει δύο βασικών παραγόντων: την τάξη του κύκλου εργασιών (6 τάξεις μεγέθους) και τον κλάδο δραστηριοποίησης (Βιομηχανία, Εμπόριο, Υπηρεσίες, Κατασκευές).
- ❑ Προκειμένου να προκύψουν συμπεράσματα αντιπροσωπευτικά του εταιρικού τομέα ΜμΕ, πραγματοποιήθηκε στάθμιση των απαντήσεων ανάλογα με τη συμμετοχή της κάθε υποκατηγορίας στο συνολικό κύκλο εργασιών του τομέα. Με αυτόν τον τρόπο προέκυψαν συμπεράσματα (i) ανά μέγεθος, (ii) ανά κλάδο και (iii) συνολικά για τον εταιρικό τομέα ΜμΕ. Βάσει της μεθοδολογίας, οι διακρίσεις που γίνονται κατά την ανάλυση που ακολουθεί αναφέρονται κατά κανόνα σε μερίδια βάσει συνεισφοράς στον κύκλο εργασιών και όχι βάσει αριθμού εταιρειών.

- ❑ Στοχεύοντας στην κατασκευή ενός δείκτη εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ, έχουμε συμπεριλάβει κάποιες βασικές ερωτήσεις που αποτυπώνουν το επίπεδο δραστηριότητας κατά το προηγούμενο και επόμενο εξάμηνο. Το πρότυπο των ερωτήσεων βασίζεται στο εναρμονισμένο ερωτηματολόγιο που προτείνουν ο ΟΟΣΑ και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, βελτιώνοντας έτσι τη συγκρισιμότητα του δείκτη.
- ❑ Οι ερωτήσεις του δείκτη έχουν 3 εναλλακτικές απαντήσεις: αύξηση (+), σταθερότητα (=), μείωση (-) ή υψηλότερο από το κανονικό (+), κανονικό (=), χαμηλότερο από το κανονικό (-). Αρχικά μετατρέπουμε τον αριθμό των απαντήσεων ανά κατηγορία (+,=,-) σε ποσοστά και στη συνέχεια υπολογίζουμε το καθαρό ισοζύγιο αφαιρώντας το ποσοστό των (-) από το ποσοστό των (+). Δεύτερο εξάμηνο, ο δείκτης εμπιστοσύνης για κάθε κλάδο είναι ο μέσος όρος των καθαρών ισοζυγίων για τις παρακάτω ερωτήσεις:
 - ✓ Για τη **βιομηχανία**: Επίπεδο παραγγελιών, επίπεδο αποθεμάτων και μελλοντική τάση παραγωγής.
 - ✓ Για τις **υπηρεσίες**: Κατάσταση επιχείρησης προηγούμενου εξάμηνου, παρελθοντική και μελλοντική τάση ζήτησης.
 - ✓ Για το **εμπόριο**: Επίπεδο αποθεμάτων, παρελθοντική και μελλοντική ζήτηση.
 - ✓ Για τις **κατασκευές**: Επίπεδο ανεκτέλεστου υπολοίπου και μελλοντική τάση απασχόλησης.
- ❑ Για το σύνολο του εταιρικού τομέα των ΜμΕ, ο δείκτης εμπιστοσύνης εκτιμήθηκε ως ένας σταθμισμένος μέσος όρος των επιμέρους κλάδων (με σταθμίσεις τα μερίδια του κύκλου εργασιών των κλάδων στην οικονομία).
- ❑ Η τακτική διενέργεια της έρευνας σε εξαμηνιαία βάση θα μας προσφέρει την εικόνα της διαχρονικής πορείας των ΜμΕ, όπως θα αποτυπώνεται στο δείκτη. Για την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων, η σύγκριση θα διενεργείται μεταξύ του τρέχοντος επιπέδου του δείκτη και του μακροχρόνιου μέσου όρου του (με σκοπό τη διόρθωση ενδεχόμενης υπέρμετρης αισιοδοξίας ή απαισιοδοξίας (over-optimism or over-pessimism bias)).
- ❑ Στην πορεία του δείκτη εμπιστοσύνης (όπως και σε τυχόν άλλες διαχρονικές αναλύσεις) δεν λαμβάνεται υπόψη το κλείσιμο εταιρειών παρά μόνο η εξελίξεις που αφορούν τις επιχειρήσεις που βρίσκονται σε λειτουργία κατά την περίοδο διενέργειας της έρευνας.

- ❑ Εταιρία: TNS
- ❑ Μεθοδολογία: Ποσοτική έρευνα, με τη μορφή τηλεφωνικών συνεντεύξεων (Computer Aided Telephone Interviewing- C.A.T.I.), με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου 20 λεπτών.
- ❑ Δείγμα: Συνολικά διεξήχθησαν 1160 συνεντεύξεις (960 στην τρέχουσα μέτρηση και επιπλέον booster 200 συνεντεύξεων σε ΜμΕ εταιρείες τροφίμων):
 - ✓ 580 επιχειρήσεις με τζίρο μέχρι 1εκ. ευρώ (ελεύθεροι επαγγελματίες, ατομικές επιχειρήσεις, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ) – οι 100 αφορούν εταιρείες τροφίμων
 - ✓ 580 επιχειρήσεις με τζίρο από 1-10εκ. ευρώ (ΟΕ, ΕΕ, ΑΕ, ΕΠΕ) – οι 100 αφορούν εταιρείες τροφίμων
- ❑ Γεωγραφική κάλυψη:
 - ✓ Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Ιωάννινα, Καβάλα, Λάρισα, Πάτρα
- ❑ Δειγματοληψία: Πολυσταδιακή, στρωματοποιημένη, μη αναλογική δειγματοληψία ως προς κλάδο, τάξη μεγέθους τζίρου & περιοχή σε κάθε ένα από τα δύο υπο-δείγματα. Quotas ως προς το μέγεθος του τζίρου για το booster δείγμα.
- ❑ Στατιστικό σφάλμα: στο σύνολο κάθε υπό-δείγματος των 480 επιχειρήσεων το μέγιστο στατιστικό σφάλμα είναι +/- 4,15% σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%.
- ❑ Περίοδος διεξαγωγής: 4/10/2017-7/11/2017
- ❑ Διεξαγωγή: Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κώδικες δεοντολογίας της ESOMAR και του ΣΕΔΕΑ και τις προδιαγραφές ποιοτικού ελέγχου που ορίζονται από τον ΠΕΣΣ (Ποιοτικός Έλεγχος Συλλογής Στοιχείων). Για την διεξαγωγή της έρευνας πεδίου εργάστηκαν 49 ερευνητές και 2 επιθεωρητές, με εμπειρία και εξειδίκευση σε έρευνες επιχειρήσεων.



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης

Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Έρευνα Συγκυρίας

Βιομηχανία τροφίμων

Editor:

Νέλλη Τζάκου – Λαμπροπούλου
Γενική Διευθύντρια Λιανικής Τραπεζικής

Το παρόν δελτίο προορίζεται αποκλειστικά για την ενημέρωση επαγγελματιών επενδυτών οι οποίοι καλούνται να προβούν στην υλοποίηση των επενδυτικών τους αποφάσεων χωρίς να στηρίζονται στα περιεχόμενά του. Σε καμία περίπτωση το παρόν δελτίο δεν θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί ή να θεωρηθεί ως πρόταση για πώληση είτε ως παρότρυνση για οποιαδήποτε πρόταση αγοράς. Τα στοιχεία που αναφέρονται στο παρόν δελτίο προέρχονται από πηγές που θεωρούνται αξιόπιστες. Μη όντας σε θέση να αποκλείσει το ενδεχόμενο λάθους από μέρους των εν λόγω πηγών η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος δεν εγγυάται για ακρίβεια, την επικαιρότητα ή τη χρησιμότητα οποιασδήποτε πληροφορίας. Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος και οι θυγατρικές της εταιρίες δε φέρουν καμία ευθύνη για οποιαδήποτε άμεση ή παρεπόμενη ζημία απορρέει από οποιαδήποτε χρήση της παρούσας αναφοράς.

Ιούνιος 2018