

Έρευνα EY Ελλάδος

Made in Greece:

Το μεγάλο στοίχημα
των ελληνικών εξαγωγών

Θεσσαλονίκη, 21 Ιουνίου 2018

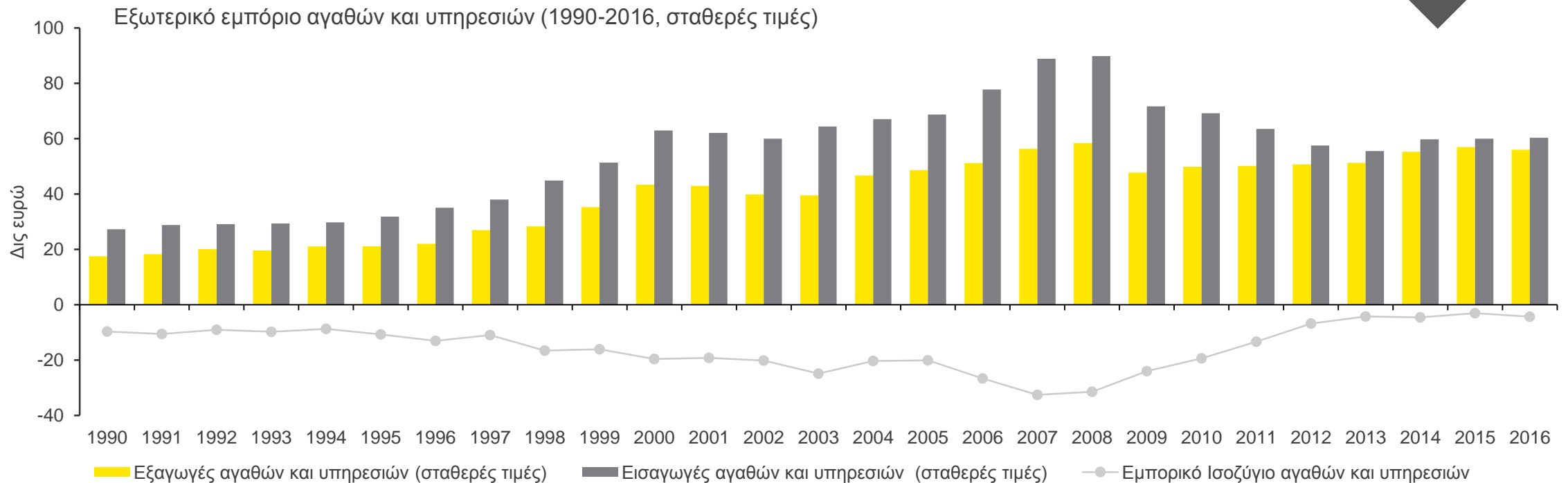


Το εξωτερικό εμπόριο και η πορεία προς την κρίση

- ▶ Παραδοσιακά, η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μεγάλα ελλείμματα στο εμπορικό της ισοζύγιο.
- ▶ Οι περιορισμένες εξαγωγές σε σχέση με τις εισαγωγές, καταδεικνύουν χαρακτηριστικά κλειστής οικονομίας.
- ▶ Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, το έλλειμμα αρχίζει να αυξάνεται με ταχύτατους ρυθμούς: Το 2008 αγγίζει το **18,6%** του ΑΕΠ.

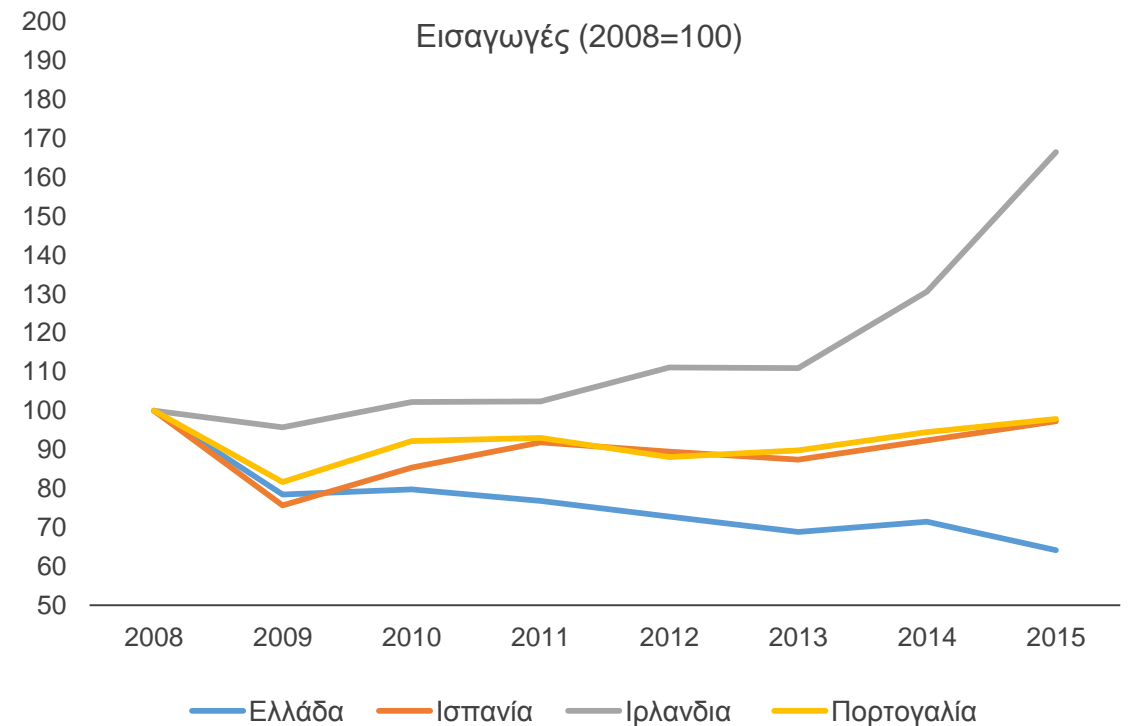
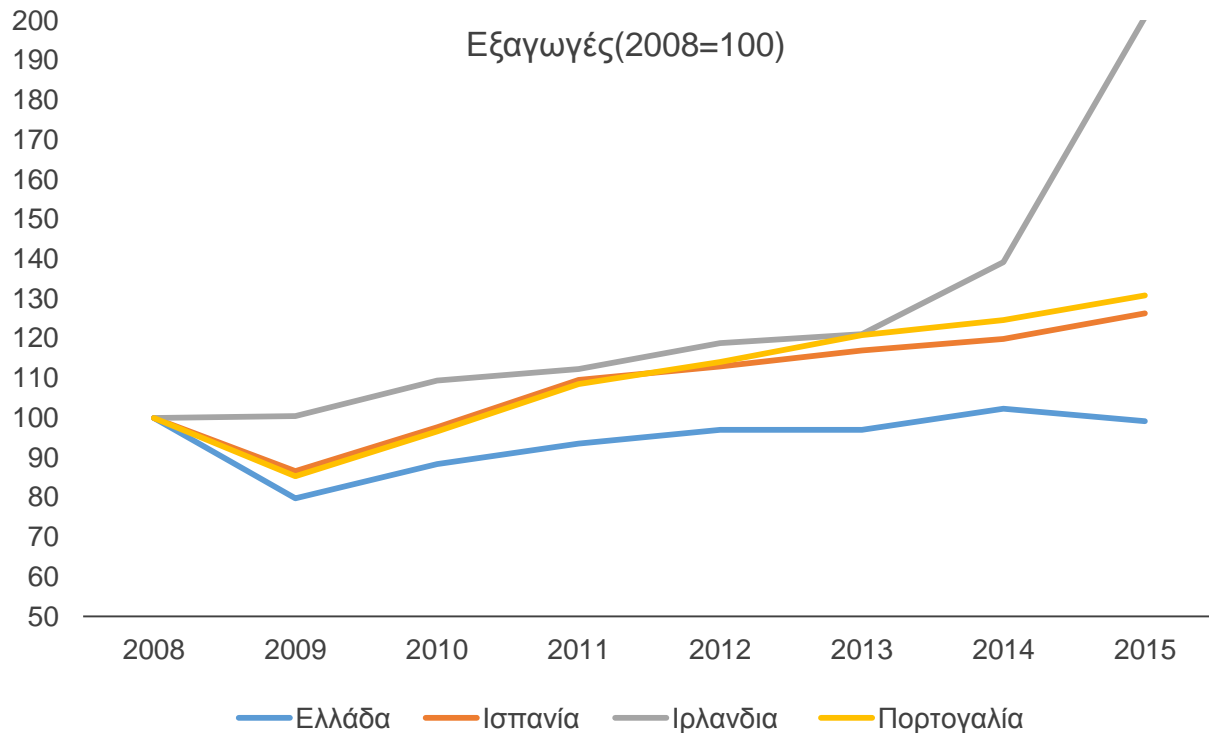
2008

18,6%



Το πρόβλημα εξωστρέφειας της Ελλάδας

- ▶ Σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες σε καθεστώς μνημονίου, οι εξαγωγές της Ελλάδας αυξάνονται μεν, κυρίως σε όγκο, αλλά με ιδιαίτερα ασθενικό ρυθμό από το 2008 μέχρι σήμερα.
- ▶ Άρα, κατ' επέκταση, το πρόβλημα εξωστρέφειας της Ελλάδας φαίνεται να είναι περισσότερο διαρθρωτικού χαρακτήρα και αφορά τόσο στις ίδιες τις επιχειρήσεις, όσο και στο ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον.



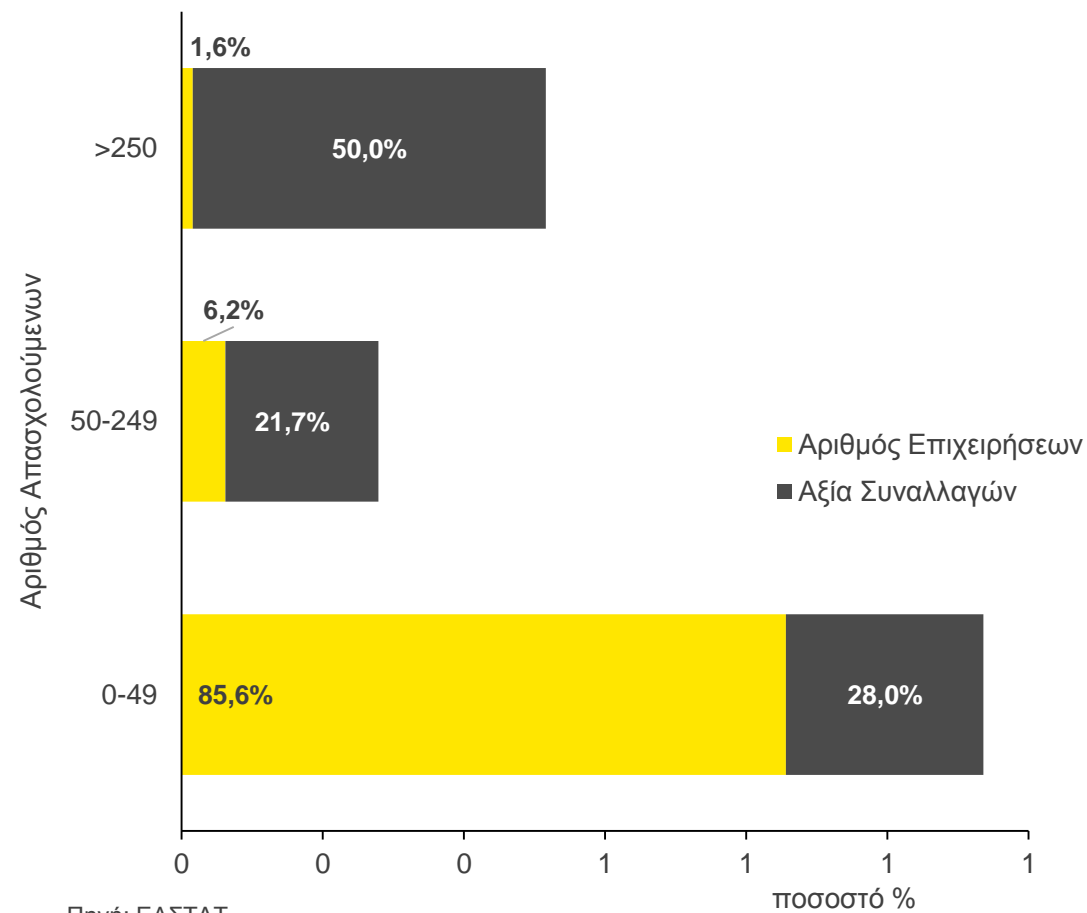
Ποιες επιχειρήσεις εξάγουν;

- ▶ Το 2015, από το σύνολο των **700.000** επιχειρήσεων στην Ελλάδα μόνο οι **17.730** κατέγραψαν εξαγωγική δραστηριότητα, δηλαδή περίπου **2,5%**.
- ▶ Ακόμα και αν απομονώναμε τις επιχειρήσεις στη βιομηχανία και τη μεταποίηση (περίπου **60.000**), και πάλι το ποσοστό των εξαγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου θα εξακολουθούσε να μην είναι πολύ υψηλό (**29%**).
- ▶ **85%** των εξαγωγικών επιχειρήσεων είναι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις (μέχρι 49 ατόμων), αλλά καλύπτουν μόλις το **28%** των εξαγωγών.



- ▶ **1,6%** των εξαγωγικών επιχειρήσεων (δηλαδή, περίπου 265 επιχειρήσεις) πραγματοποίησε το **50%** των εξαγωγών.
- ▶ Οι **5** μεγαλύτερες επιχειρήσεις κάλυψαν το **25,9%** των εξαγωγών.

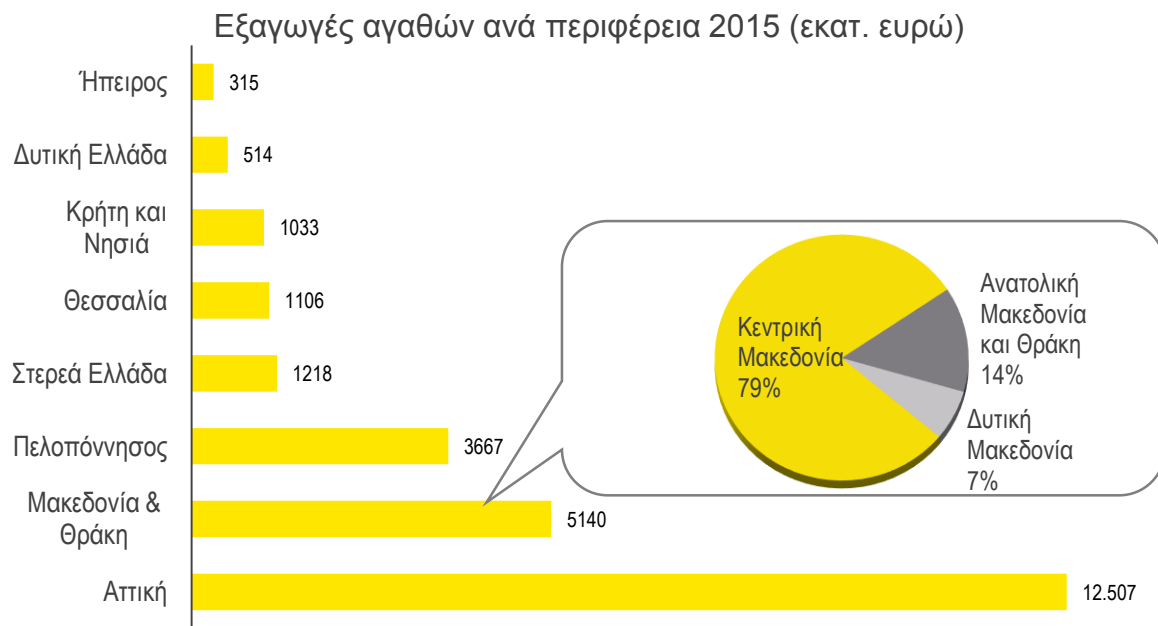
Αριθμός εξαγωγικών επιχειρήσεων και αξία συναλλαγών κατά τάξη μεγέθους της επιχείρησης (% του συνόλου)



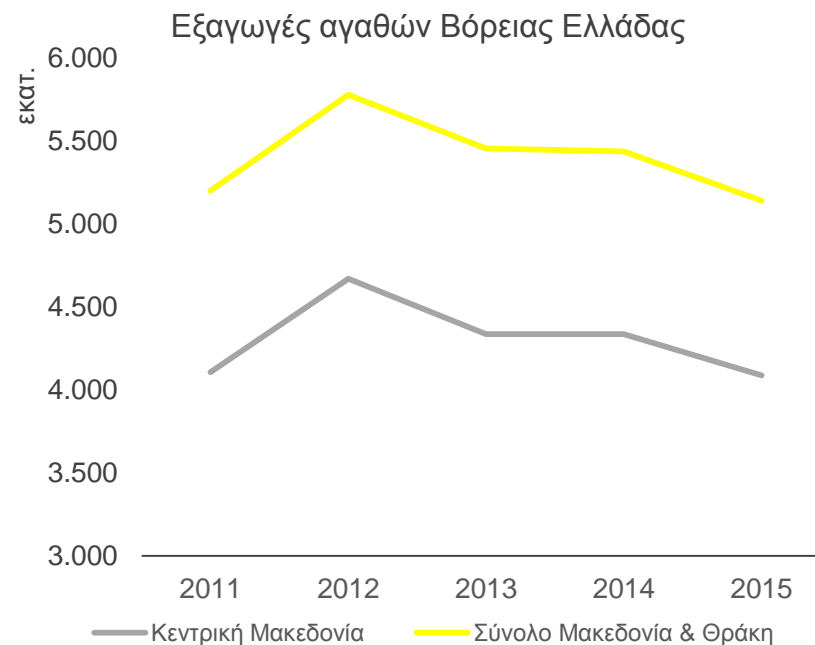
Εξαγωγές: Η συνολική και η εικόνα της Βόρειας Ελλάδας



- ▶ Οι συνολικές εξαγωγές της Βόρειας Ελλάδας φτάνουν τα **5 δις ευρώ** περίπου το 2015, ποσό που αντιστοιχεί στο **20% του συνόλου** των εξαγωγών της χώρας. Σχεδόν το **80%** προέρχεται από την **Κεντρική Μακεδονία**.
- ▶ Η πορεία των εξαγωγών της Μακεδονίας και της Θράκης είναι πτωτική τα τελευταία χρόνια – σημειώνοντας από το 2012 σωρευτικά μείωση περίπου 10%.



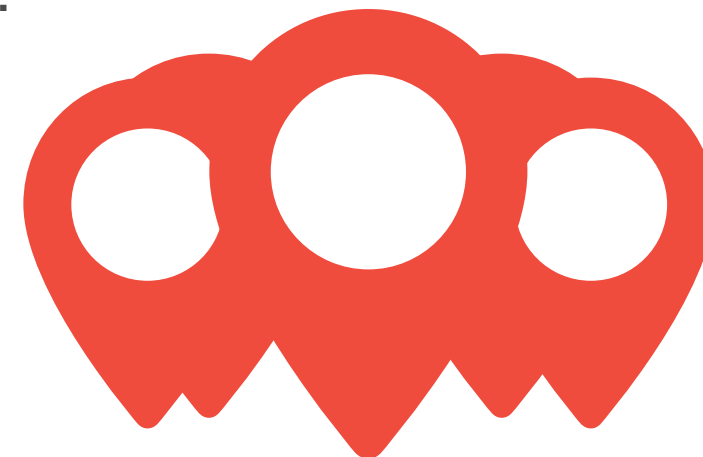
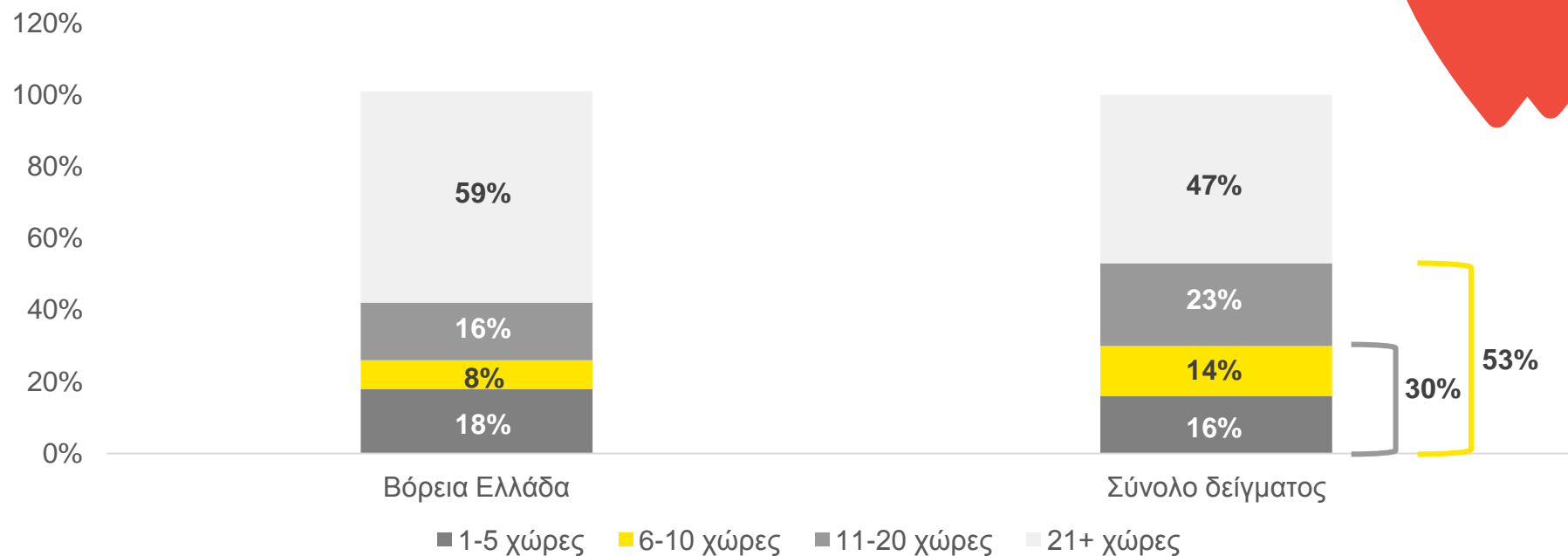
Πηγή: Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών - Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος



Περισσότερες οι χώρες προορισμού για τις επιχειρήσεις της Βόρειας Ελλάδας

- ▶ Καλύτερες οι επιδόσεις των επιχειρήσεων της Βόρειας Ελλάδας ως προς τον αριθμό χωρών στις οποίες εξάγουν, σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα.
- ▶ **59%** στη Βόρεια Ελλάδα, έναντι **47%** σε όλη τη χώρα, εξάγει σε περισσότερες από 21 χώρες.

Αριθμός χωρών προορισμού ανά περιοχή



Η μελέτη της ΕΥ

- ▶ Επιλέχθηκε δείγμα εταιρειών με εξαγωγική δραστηριότητα.
- ▶ Η έρευνα διεξήχθη για λογαριασμό της ΕΥ Ελλάδος από την εταιρεία Ipsos Opinion A.E. σε 2 παράλληλες φάσεις:

Φάση 1^η:

Ποσοτική έρευνα μέσω **149** τηλεφωνικών συνεντεύξεων, με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου κλειστών και ανοιχτών ερωτήσεων. Έρευνα σε επιχειρήσεις:

- ▶ Καλύπτοντας όλο το εύρος των κλάδων της ελληνικής οικονομίας.
- ▶ Σε πολύ μικρές (**9%**), μικρές (**21%**), μεσαίες (**44%**) και μεγάλες επιχειρήσεις (**26%**).
- ▶ Με αντιπροσωπευτική κάλυψη των **13** περιφερειών της χώρας.

Φάση 2^η:

Ποιοτική έρευνα μέσω εις βάθος προσωπικών συνεντεύξεων με επιχειρηματίες ή υπεύθυνους εξαγωγών σε **10** επιχειρήσεις διαφόρων μεγεθών και κλάδων και σε **5** θεσμικούς φορείς (σύνδεσμοι, εμπορικοί ακόλουθοι, εισαγωγείς ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, κλπ.).

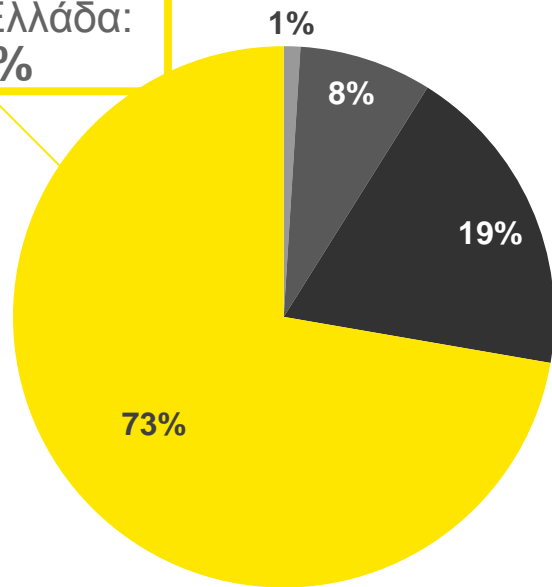


Η κρίση ώθησε αρκετές επιχειρήσεις στις εξαγωγές

- ▶ Σχεδόν 1 στις 3 επιχειρήσεις του δείγματος ξεκίνησαν τις εξαγωγές τα τελευταία 10 χρόνια.
- ▶ Ωστόσο, λιγότερες από 1 στις 10 ξεκίνησαν τα τελευταία 5 χρόνια.

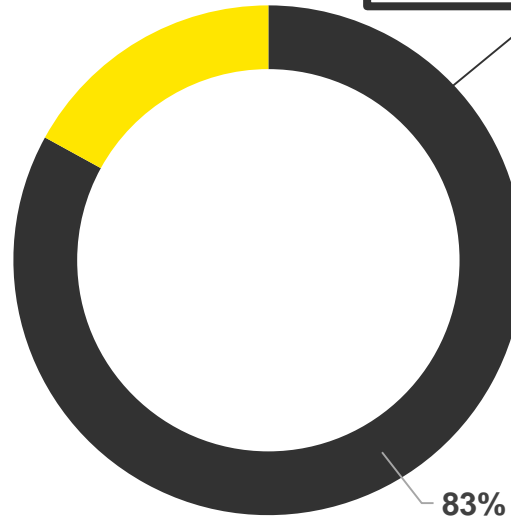
Πριν πόσο καιρό ξεκίνησε η επιχείρησή σας την εξαγωγική δραστηριότητα;

Βόρεια Ελλάδα:
71%



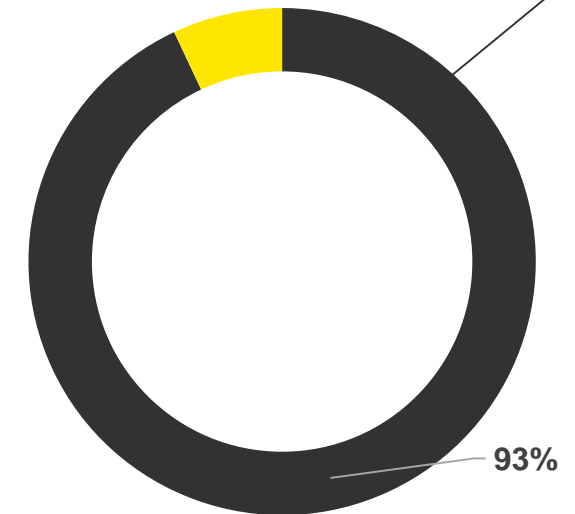
Έχετε αυξήσει τις εξαγωγές σας τα τελευταία 10 χρόνια;

Βόρεια Ελλάδα:
79%



Εκτιμάτε ότι θα αυξηθούν οι εξαγωγές σας τα επόμενα 3-5 χρόνια;

Βόρεια Ελλάδα:
89%



■ < 1 χρόνο ■ 1-5 χρόνια ■ 6-10 χρόνια ■ 11+ χρόνια

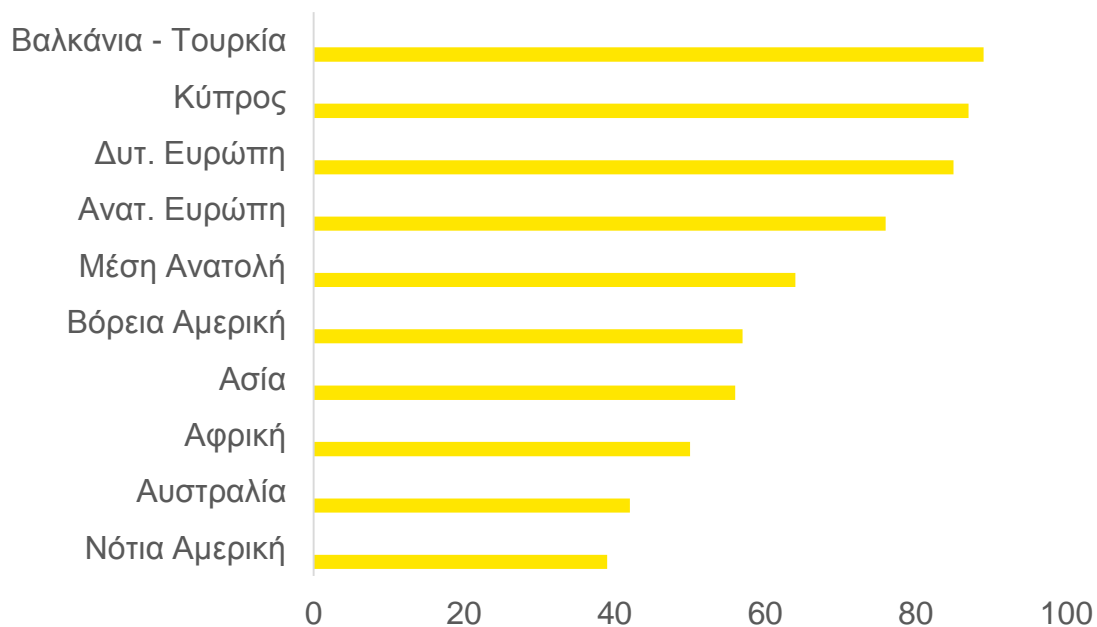
■ Ναι ■ Όχι

■ Ναι ■ Όχι

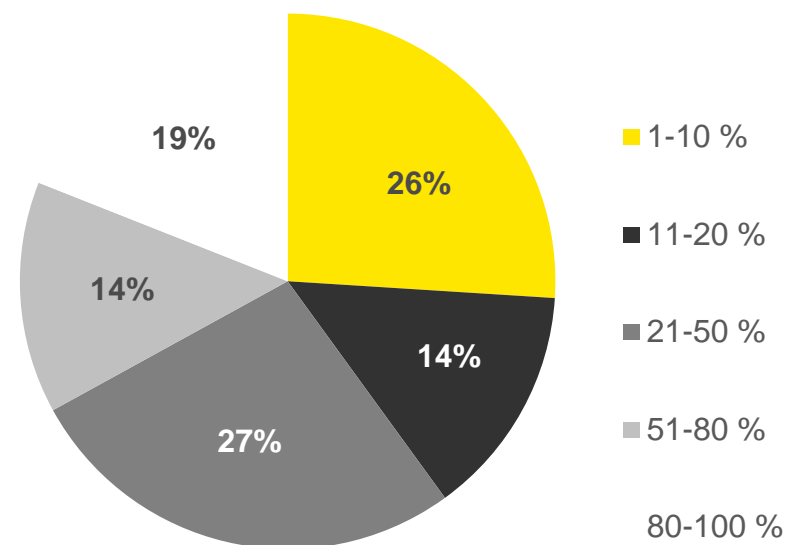
Εξωστρέφεια με σχετικά μικρό βάθος

- ▶ Οι περισσότερες επιχειρήσεις βρίσκονται στα πρώιμα στάδια της εξαγωγικής προσπάθειας.
- ▶ Για τις 3 περίπου στις 10 επιχειρήσεις, οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν λιγότερο από **10%** του τζίρου.
- ▶ Για τις 7 περίπου στις 10, λιγότερο από **50%**.

Σε ποιες περιοχές εξάγετε τα προϊόντα σας;

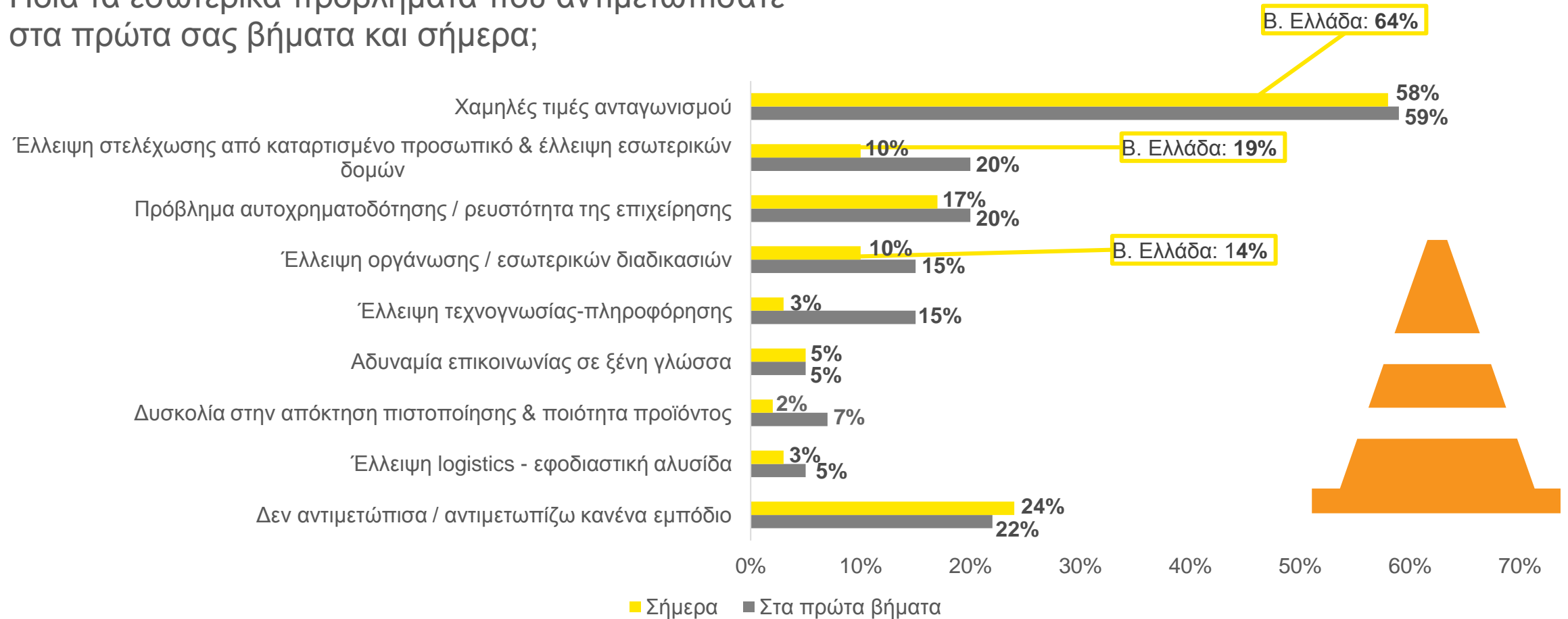


Εξαγωγές ως ποσοστό του συνολικού τζίρου



Τα εσωτερικά προβλήματα που αντιμετώπισαν οι επιχειρήσεις στα πρώτα βήματα των εξαγωγών και σήμερα

Ποια τα εσωτερικά προβλήματα που αντιμετωπίσατε στα πρώτα σας βήματα και σήμερα;



Κύριοι λόγοι που ώθησαν τους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν την εξαγωγική τους δραστηριότητα

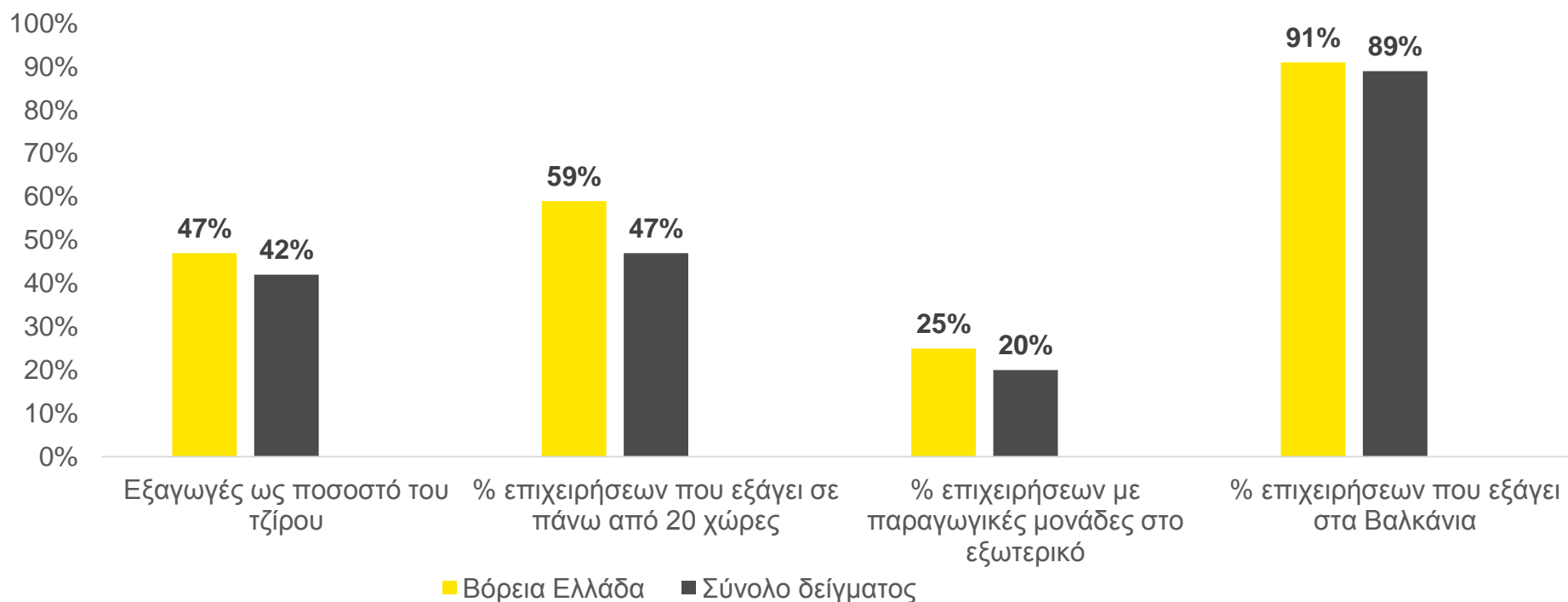
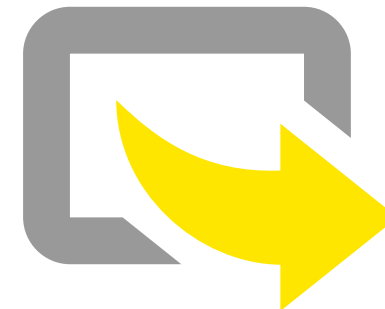
- ▶ Είναι χαρακτηριστικό ότι η οικονομική κρίση δε φαίνεται να αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα στην απόφαση για την επέκταση εκτός συνόρων: μόνο **1 στους 5** συμμετέχοντες στην έρευνα δηλώνει ότι οι εξαγωγές «ήταν ο μόνος τρόπος να επιβιώσει η επιχείρηση, λόγω της κρίσης», ενώ ακόμη λιγότεροι είναι αυτοί που επικαλούνται τη μείωση της ζήτησης των προϊόντων στην Ελλάδα.
- ▶ Τα ποσοστά αυτά δε διαφοροποιούνται αισθητά μεταξύ όσων ξεκίνησαν την εξαγωγική δραστηριότητα τα τελευταία 10 χρόνια.



Βόρεια Ελλάδα: Ένα βήμα μπροστά

Οι επιχειρήσεις της Βόρειας Ελλάδας:

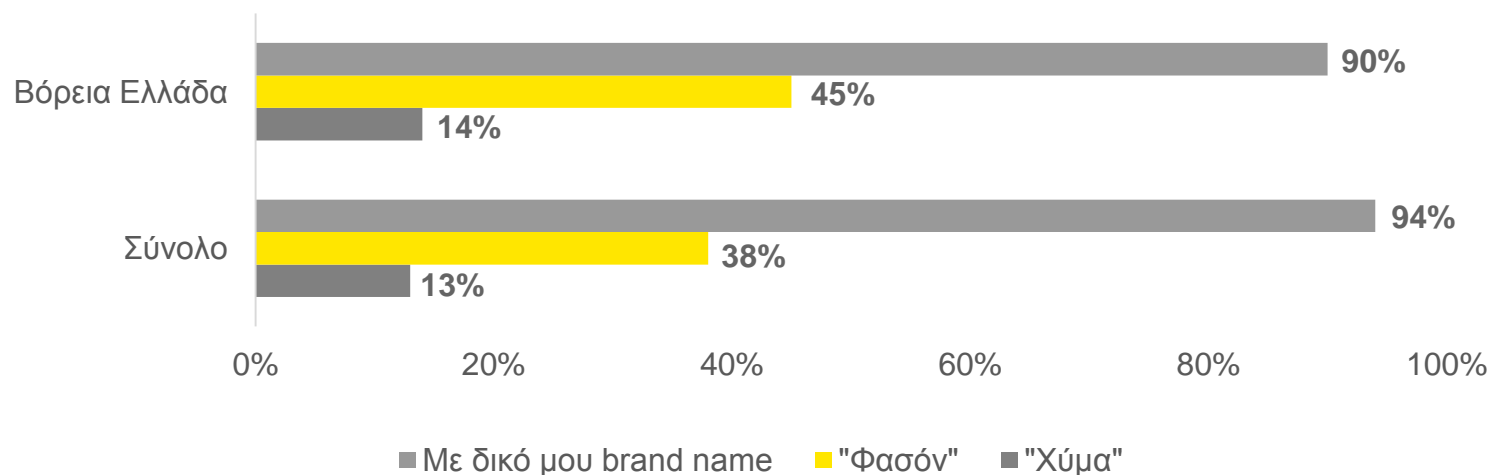
- ▶ Εξάγουν μεγαλύτερο ποσοστό του τζίρου.
- ▶ Εξάγουν σε περισσότερες χώρες.
- ▶ Έχουν περισσότερες μονάδες στο εξωτερικό.



Πώς εξάγουν τα προϊόντα τους οι επιχειρήσεις

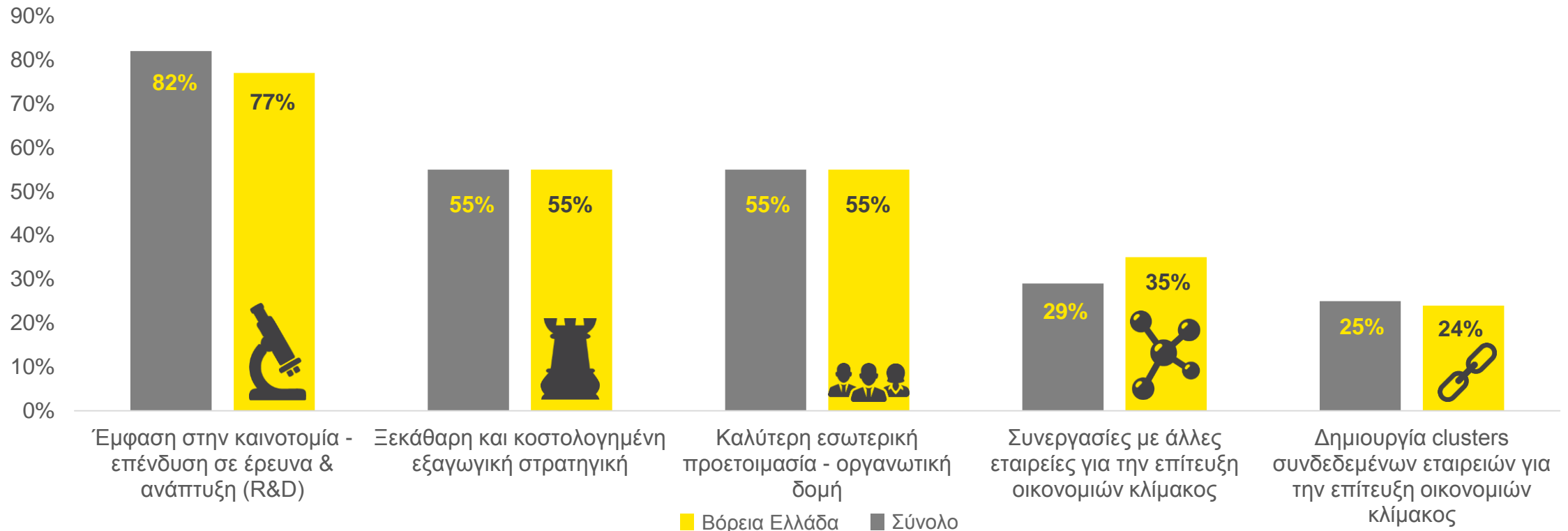
- ▶ Μία από τις σημαντικότερες επιλογές μιας επιχείρησης στα πρώτα βήματα της εξαγωγικής προσπάθειας, είναι αν θα τοποθετήσει τα προϊόντα της στο εξωτερικό με δικό της σήμα (**brand**), θα επιλέξει τη λύση της παραγωγής «**φασόν**», δηλαδή της παραγωγής για λογαριασμό ή και με το σήμα του πελάτη και με τις δικές του προδιαγραφές, ή θα τα εξάγει «**χύμα**», χωρίς, δηλαδή, εξωτερική συσκευασία.
- ▶ Χαρακτηριστική αποτελεί η περίπτωση του ελληνικού ελαιόλαδου, μεγάλο ποσοστό του οποίου εξάγεται σε άλλες μεσογειακές χώρες, ιδιαίτερα στην Ιταλία, όπου το προϊόν τυποποιείται, συσκευάζεται και μεταπωλείται χωρίς αναφορά στον παραγωγό ή την Ελλάδα.

Με ποιον τρόπο εξάγετε τα προϊόντα σας;

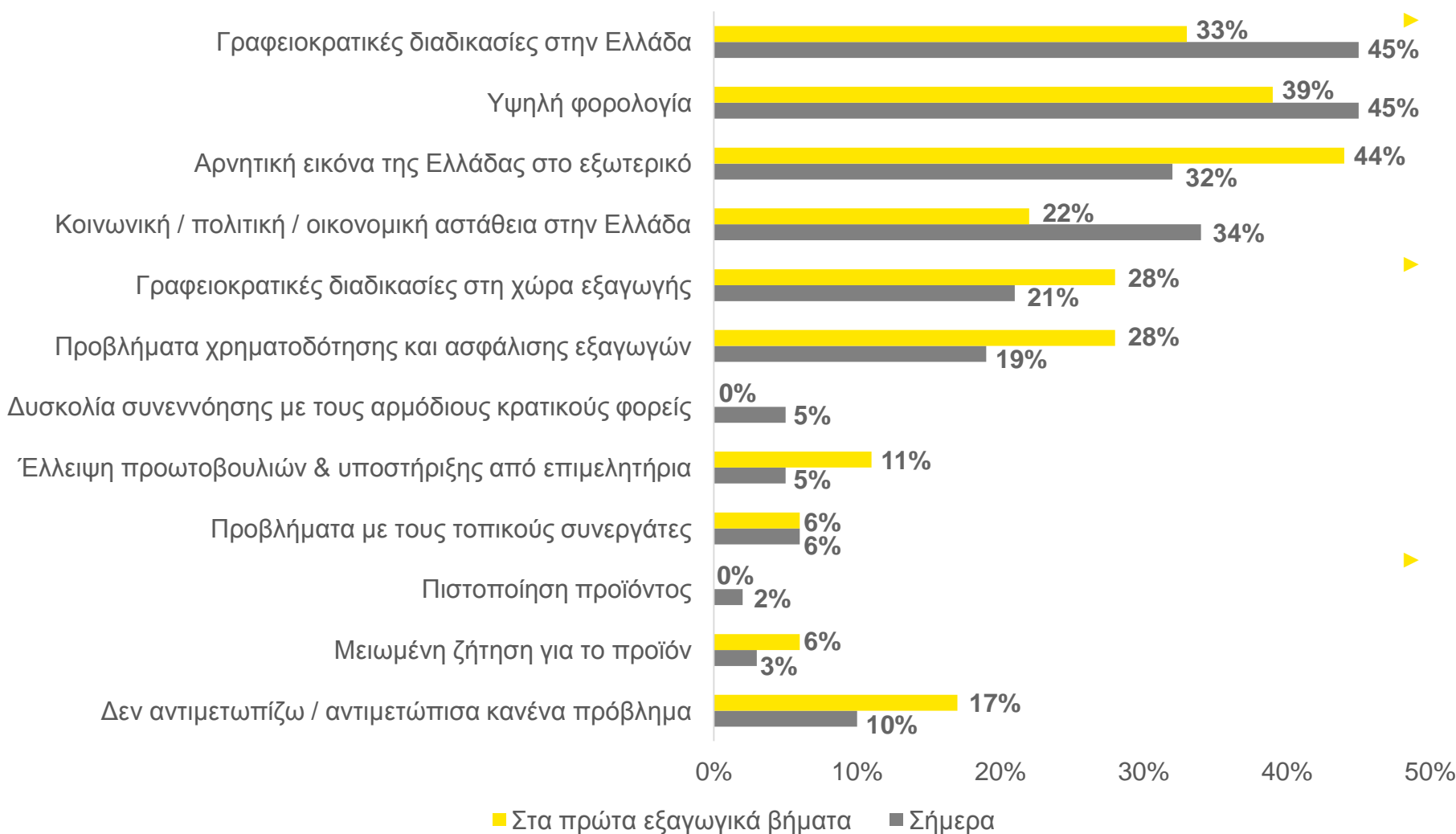


Τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις για να αυξήσουν την εξαγωγική τους δραστηριότητα;

- ▶ Ως πρώτη προτεραιότητα των επιχειρήσεων εμφανίζεται, με μεγάλη διαφορά, η έμφαση στην **καινοτομία** και την επένδυση σε **έρευνα και ανάπτυξη**.
- ▶ Οι προτεραιότητες που συγκέντρωσαν λιγότερες αναφορές (**25%-30%**) συνδέονται με κινήσεις που θα συμβάλουν στην επίτευξη οικονομικών κλίμακος (συμπράξεις, συνεργασίες, συνεταιρισμοί, κλπ.).
- ▶ Παρατηρείται μία διαφοροποίηση των μικρών, έναντι των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων στην επιλογή αυτή, καθώς η επιλογή κάποιας μορφής συνεργασιών είναι πιο δημοφιλείς μεταξύ των μικρών επιχειρήσεων.



Τα σημαντικότερα εξωτερικά εμπόδια στα πρώτα εξαγωγικά βήματα και σήμερα για τις επιχειρήσεις της Βόρειας Ελλάδας



- ▶ Υπάρχει **διαφοροποίηση** των επιχειρήσεων στη Βόρεια Ελλάδα στα προβλήματα που αφορούν σε **γραφειοκρατικές διαδικασίες** σήμερα (**33%** έναντι **47%** του συνόλου).
- ▶ Η **αρνητική εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό**, η οποία φαίνεται να επηρεάζει περισσότερο τις επιχειρήσεις στη Βόρεια Ελλάδα τόσο **σήμερα (32%** έναντι **28%** του συνόλου), όσο και στα **πρώτα εξαγωγικά βήματα (44%** έναντι **27%** του συνόλου).
- ▶ Η **αστάθεια** στη χώρα μας εμφανίζει μεγαλύτερες συνέπειες στις επιχειρήσεις της Βόρειας Ελλάδας σήμερα (**34%** έναντι **27%** του συνόλου).

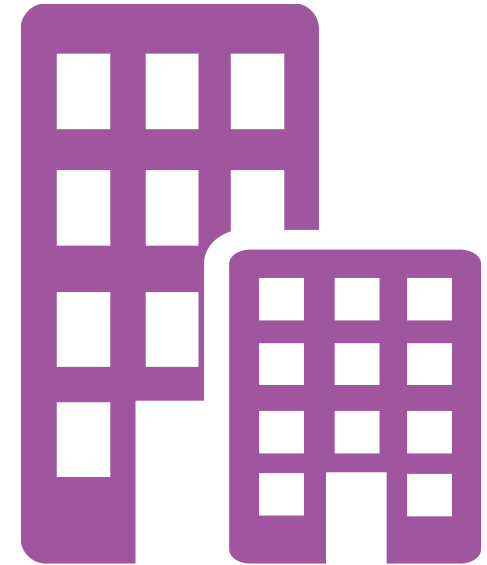
Τι περιμένουν οι επιχειρήσεις από την Πολιτεία ώστε να βοηθήσει στην αύξηση της εξαγωγικής δραστηριότητας

- ▶ Ως μέτρα πρώτης προτεραιότητας, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ανέφερε τη θέσπιση φορολογικών κινήτρων και επιδοτήσεων (**81%**) και τη μείωση της γραφειοκρατίας, με την υιοθέτηση ταχύτερων διαδικασιών (**76%**).
- ▶ Ακολουθούν η ανάγκη μιας πιο ενεργής και αποτελεσματικής πολιτικής εξωτερικού εμπορίου, και καλύτερου marketing και εθνικού branding (**61%** και **56%**, αντίστοιχα).
- ▶ Λιγότερο επιτακτική, κατά την άποψη των εξαγωγέων, φαίνεται να είναι η ανάγκη εκπαίδευσης και ενημέρωσης των εταιρειών, και η καλύτερη λειτουργία του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων.



Οι προτάσεις της ΕΥ για τις επιχειρήσεις

- ▶ Τα μικρά μεγέθη των επιχειρήσεων αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα (δυσκολία μεγέθυνσης – έλλειψη τυποποίησης – έλλειψη μηχανισμού πωλήσεων).
- ▶ Ανάγκη συγχωνεύσεων και συμπράξεων.
- ▶ Αλλαγή επιχειρηματικής και εταιρικής κουλτούρας και μοντέλου διοίκησης.
- ▶ Ανάγκη μακροπρόθεσμης προσέγγισης: επένδυση σε χρόνο, χρήμα και ανθρώπους.
- ▶ Μεγαλύτερη έμφαση στην καινοτομία και τη χρήση τεχνολογίας, προκειμένου να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό.
- ▶ Ανάγκη εστίασης στην ποιότητα του προϊόντος και τη συνέπεια στην εξυπηρέτηση του πελάτη.
- ▶ Προσαρμογή προϊόντων και εμπορικών πρακτικών στις ανάγκες κάθε αγοράς.
- ▶ Ανάγκη συνδρομής όλης της επιχείρησης στον στόχο των εξαγωγών.



Οι προτάσεις της ΕΥ για την Πολιτεία



- ▶ Μεγαλύτερος και καλύτερος συντονισμός εμπλεκόμενων φορέων (One-stop-shop).
 - ▶ Ανάγκη μείωσης της γραφειοκρατίας, που αυξάνει το κόστος των εξαγωγών.
 - ▶ Ανάγκη χάραξης μίας μακροπρόθεσμης εθνικής στρατηγικής για τις εξαγωγές.
 - ▶ Προώθηση εθνικού brand.
 - ▶ Ένταξη των εξαγωγών ως αυτοτελούς μαθήματος στο πρόγραμμα σπουδών σε ΑΕΙ και ΤΕΙ, αλλά και μέτρα επανειδίκευσης του απαραίτητου ανθρώπινου δυναμικού που θα υποστηρίξει την εξαγωγική προσπάθεια.
 - ▶ Ενίσχυση των υποστηρικτικών για τις εξαγωγές υπηρεσιών και φορέων.
 - ▶ Ενίσχυση υποδομών και μεταφορικών δικτύων.
- ▶ Παροχή κινήτρων για συγχωνεύσεις και συνεργασίες επιχειρήσεων, αλλά και για τους αγροτικούς συνεταιρισμούς.

Κοιτώντας μπροστά



EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Πληροφορίες για την EY

Η EY κατέχει ηγετική θέση παγκοσμίως στον χώρο των ελεγκτικών, φορολογικών, χρηματοοικονομικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών. Η βαθιά γνώση και η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουμε συμβάλλουν στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης στις κεφαλαιαγορές και τις οικονομίες σε ολόκληρο τον κόσμο. Δημιουργούμε ηγετικά στελέχη που συνεργάζονται για να τηρήσουν τις υποσχέσεις μας προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Με τον τρόπο αυτό συμβάλλουμε σημαντικά στη δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου για τους ανθρώπους μας, για τους πελάτες μας και για τις κοινωνίες μας.

Το λογότυπο EY αναφέρεται στον παγκόσμιο οργανισμό, και μπορεί να αναφέρεται σε μία ή περισσότερες, από τις εταιρείες μέλη της Ernst & Young Global Limited, καθεμία από τις οποίες αποτελεί ξεχωριστή νομική οντότητα. Η Ernst & Young Global Limited, μια βρετανική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης δια εγγυήσεως, δεν παρέχει υπηρεσίες σε πελάτες.

© 2018 EY

All Rights Reserved.

ey.com



EY



@EY_Greece



EY Greece



eygreece



EY Greece