

12.2018

διαΝΕΟσις

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ & ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Εξαγωγική Δραστηριότητα των Επιχειρήσεων

Πανελλαδική έρευνα - έκθεση αποτελεσμάτων

Δεκέμβριος 2018

Ταυτότητα της έρευνας

- Η παρούσα έρευνα διεξήχθη από την **ICAP ΑΕ**, το διάστημα **Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2018** (από 11.09 έως 08.10.2018), για λογαριασμό της διαΝΕΟσις.
- **Δείγμα**
525 εξαγωγικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ελληνική επικράτεια.
- **Μεθοδολογία**
Χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις: i) μίας μόνο απάντησης ii) πολλαπλών απαντήσεων iii) ανοικτού τύπου και iv) με βάση τη σημαντικότητα χρησιμοποιώντας 5βάθμια κλίμακα.
- **Θέμα της Έρευνας**
Η διερεύνηση της **εξαγωγικής δραστηριότητας** των ελληνικών επιχειρήσεων.

Σκοπός της Έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι η **σκιαγράφιση του τοπίου των ελληνικών εξαγωγών της χώρας μας**. Συγκεκριμένα, οι κύριοι στόχοι της έρευνας ήταν οι εξής:

- Η αποτύπωση των **πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων** τόσο των ελληνικών εξαγωγίμων προϊόντων όσο και των εταιρειών.
- Ο εντοπισμός των **οφελών** που προκύπτουν από την εξαγωγική δραστηριότητα.
- Η καταγραφή των κυριότερων **εμποδίων και αδυναμιών** που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγών.
- Ο προσδιορισμός των **απαιτούμενων ενεργειών** που θα συμβάλουν στην αύξηση των εξαγωγών.
- Ο εντοπισμός των **μέτρων** που πρέπει να ληφθούν από την Πολιτεία, αλλά και τις Επιχειρήσεις, ώστε να ενισχυθούν οι ελληνικές εξαγωγές.

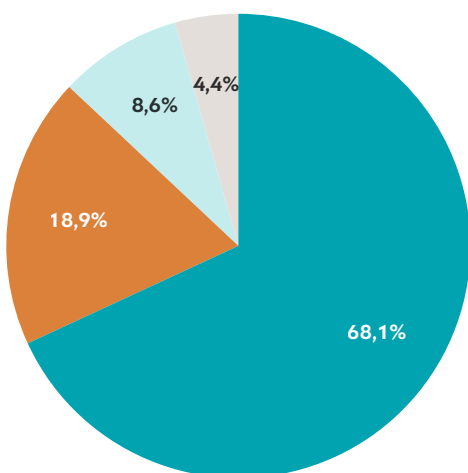
Περιεχόμενα

1.1	Κατανομή δείγματος με βάση τον κύκλο εργασιών	6
1.2	Κατανομή δείγματος βάσει τον τομέα οικονομικής δραστηριότητας.....	7
1.3	Κατανομή δείγματος με βάση το απασχολούμενο προσωπικό.....	8
2.	Περίοδος έναρξης της εξαγωγικής δραστηριότητας.....	9
3.	Σημαντικότητα της εξαγωγικής δραστηριότητας	10
4.	Τζίρος εξαγωγών για το 2017.....	14
5.	Συμμετοχή των εξαγωγών στο συνολικό κύκλο εργασιών για το 2017.....	15
6.	Χώρες εξαγωγών.....	17
7.	Κυριότερα προϊόντα εξαγωγών.....	22
8.	Διάκριση προϊόντων εξαγωγών	27
9.	Κατηγοριοποίηση προϊόντων εξαγωγών.....	28
10.	Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας.....	29
11.	Πλεονεκτήματα των εξαγωγίμων προϊόντων σας.....	32
12.	Μειονεκτήματα των εξαγωγίμων προϊόντων σας.....	38
13.	Οφέλη εξαγωγών	43
14.	Διαφοροποίηση εξαγωγίμων προϊόντων σε σχέση με τον ανταγωνισμό.....	44
15.	Πλεονεκτήματα τη εταιρείας σας.....	45
16.	Μειονεκτήματα της εταιρείας σας.....	48
17.	Εμπόδια που αντιμετωπίζει η εταιρεία σας στις χώρες εξαγωγών.....	52
18.	Ενέργειες ενίσχυσης των εξαγωγών.....	55
19.	Ανταγωνίστριες χώρες.....	62
20.	Εμπόδια από πλευράς Πολιτείας για την ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας	67
21.	Βαθμός ικανοποίησης από τις Δημόσιες Υπηρεσίες σχετικά με τις εξαγωγές.....	70
22.	Συστήματα διαχείρισης ποιότητας.....	72
23.1	Υπαρξη τμήματος εξαγωγών	74
23.2	Αριθμός ατόμων που απασχολούνται στο τμήμα εξαγωγών	76

24. Προβολή των προϊόντων.....	77
25. Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	81
26. Μελλοντικά Σχέδια.....	83
27. Τρόπος επιλογής χωρών εξαγωγής.....	86
28. Στρατηγικές επιλογές της πολιτείας.....	89
29. Εταιρικές στρατηγικές επιλογές.....	91
30. Εγγύτητα στρατηγικής επιλογής.....	94
31. Πιθανότητα υλοποίησής της στρατηγικής επιλογής.....	95

1.1 Κατανομή δείγματος με βάση τον κύκλο εργασιών

Συνολικός κύκλος εργασιών για το 2017



- < €2 εκατ.
- €2 εκατ. έως €10 εκατ.
- €10 εκατ. έως €50 εκατ.
- > €50 εκατ.

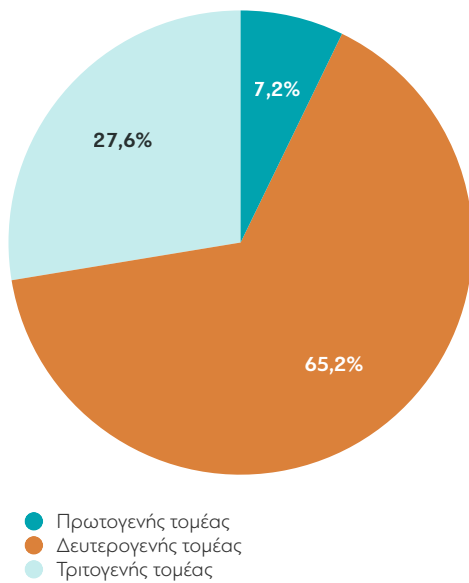
Πίνακας 1.1 Συνολικός κύκλος εργασιών για το 2017

Κατηγορία	Σύνολο	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
< €2 εκατ.	68,1%	64,7%	68,9%	67,4%
€2 εκατ. έως €10 εκατ.	18,9%	23,5%	17,7%	19,4%
€10 εκατ. έως €50 εκατ.	8,6%	5,9%	8,5%	10,1%
> €50 εκατ.	4,4%	5,9%	4,9%	3,1%

- Παραπάνω από τα **2/3** των εταιρειών που συμμετείχαν στην έρευνα (68,1%) δήλωσαν ότι ο κύκλος εργασιών τους **δεν ξεπέρασε τα €2 εκατ.** το 2017.
- Δεν μεταβάλλονται σημαντικά τα ποσοστά της εκάστοτε κατηγορίας εάν ληφθεί υπόψη και ο τομέας οικονομικής δραστηριότητας στον οποίο ανήκουν οι εταιρείες του δείγματος.

1.2 Κατανομή δείγματος βάση τον τομέα οικονομικής δραστηριότητας

Σε ποιον τομέα της οικονομίας ανήκει η εταιρεία σας;



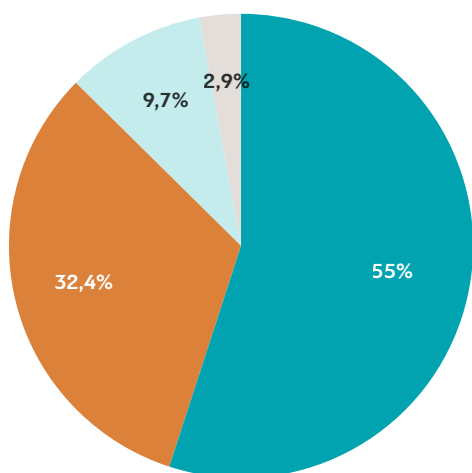
Πίνακας 1.2 Σε ποιον τομέα της οικονομίας ανήκει η εταιρεία σας;

Τομέας Οικονομικής Δραστηριότητας	Σύνολο Δείγματος	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> 50 εκατ.
Πρωτογενής τομέας	7,2%	6,9%	9,2%	4,9%	9,6%
Δευτερογενής τομέας	65,2%	65,8%	62,1%	63,4%	71,4%
Τριτογενής τομέας	27,6%	27,3%	28,7%	31,7%	19%

- Σχεδόν τα 2/3 των εταιρειών του δείγματος (**65,2%**) δήλωσαν ότι η εταιρεία τους ανήκει στον **δευτερογενή τομέα** οικονομικής δραστηριότητας.
- Το **27,6%** ανέφερε ότι ανήκει στον τριτογενή τομέα και το **7,2%** στον **πρωτογενή τομέα**.

1.3 Κατανομή δείγματος με βάση το απασχολούμενο προσωπικό

Αριθμός απασχολούμενου προσωπικού:



- 1 – 9 εργαζόμενοι
- 10 – 49 εργαζόμενοι
- 50 – 249 εργαζόμενοι
- > 250 εργαζόμενοι

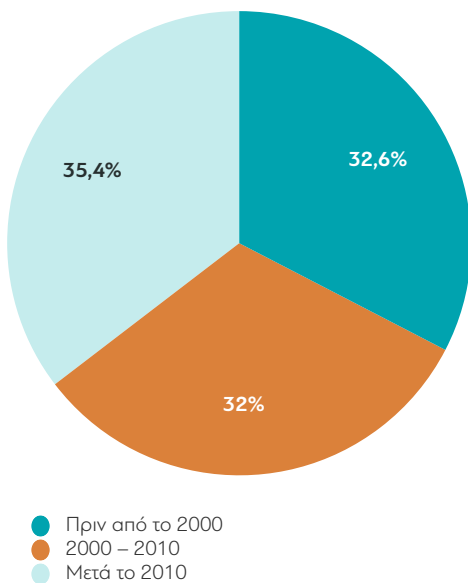
Πίνακας 1.3 Αριθμός απασχολούμενου προσωπικού

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
1 – 9 εργαζόμενοι	55%	74,3%	14,3%	6,7%	21,7%	55,9%	53,1%	56,5%
10 – 49 εργαζόμενοι	32,4%	25,4%	72,4%	15,6%	4,3%	29,4%	33,1%	32,6%
50 – 249 εργαζόμενοι	9,7%	0,3%	13,3%	73,3%	17,4%	11,8%	10,8%	7,8%
> 250 εργαζόμενοι	2,9%	-	-	4,4%	56,6%	2,9%	3%	3,1%

- Το **55%** των εταιρειών του δείγματος απασχολεί **λιγότερους από 10 υπαλλήλους**.
- Οι εταιρείες που έχουν υψηλότερο κύκλο εργασιών έχουν και μεγαλύτερο αριθμό προσωπικού.
- Ο **τομέας οικονομικής δραστηριότητας δεν** φαίνεται να **επηρεάζει** σημαντικά τον αριθμό προσωπικού.

2. Περίοδος έναρξης της εξαγωγικής δραστηριότητας

Πότε ξεκίνησε η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας;



Πίνακας 2 Πότε ξεκίνησε η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας;

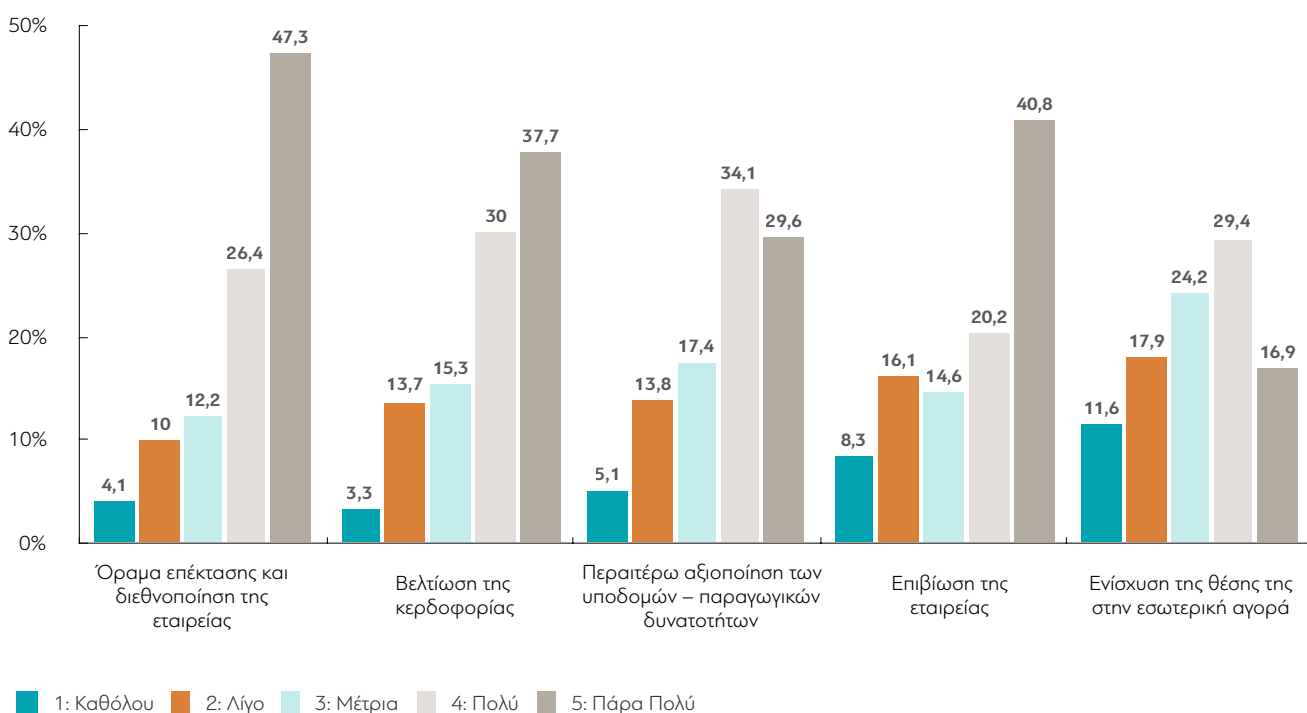
Κατηγορία	Σύνολο Δείγματος	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Πριν από το 2000	32,6%	27,6%	33,3%	51,1%	69,6%	38,2%	36,1%	25%
2000–2010	32%	29,6%	46,5%	28,9%	13%	23,6%	28,2%	40,6%
Μετά το 2010	35,4%	42,8%	20,2%	20%	17,4%	38,2%	35,7%	34,4%

- Σχετικά **παρόμοια ποσοστά** καταλαμβάνουν οι τρεις χρονικές περιόδους έναρξης της εξαγωγικής δραστηριότητας που είχαν τη δυνατότητα να επιλέξουν οι εταιρείες.
- Η εικόνα όμως διαφοροποιείται σημαντικά εάν ληφθεί υπόψη και ο κύκλος εργασιών των εταιρειών.
- Η **πλειονότητα των εταιρειών** με κύκλο εργασιών **μεγαλύτερο των €10 εκατ.** ξεκίνησαν την εξαγωγική τους δραστηριότητα πριν από το 2000.
- Αντιθέτως, το **42,8%** των **μικρότερων εταιρειών** (<€2 εκατ.) πραγματοποίησαν εξαγωγές για πρώτη φορά **μετά το 2010**.
- Επίσης, παρατηρείται ότι το **40,6%** των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον **τριτογενή τομέα** ξεκίνησαν εξαγωγές την περίοδο 2000-2010, ποσοστό σημαντικό υψηλότερο σε σχέση με τα αντίστοιχα ποσοστά του πρωτογενή (23,6%) και του δευτερογενή (28,2%) τομέα παραγωγής.

3. Σημαντικότητα της εξαγωγικής δραστηριότητας

Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:

- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)



- Το **73,7%** του δείγματος θεωρεί ότι οι εξαγωγές συμβάλλουν στο **Όραμα επέκτασης και στην διεθνοποίηση της εταιρείας** σε «πολύ» και «πάρα πολύ» μεγάλο βαθμό.
- Αντίστοιχα, το **67,7%** πιστεύει ότι οι εξαγωγές **βελτιώνουν την κερδοφορία** της εταιρείας τους.
- Λίγο χαμηλότερα ποσοστά καταλαμβάνουν οι επιλογές **Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων (63,7%)** και **Επιβίωση της εταιρείας (61%)**.
- Οι περισσότεροι ερωτηθέντες θεωρούν ότι οι εξαγωγές **δεν ενισχύουν σημαντικά τη θέση της εταιρείας τους στην εσωτερική αγορά (53,7%, επιλογές «καθόλου», «λίγο», «μέτρια»)**.

Πίνακας 3.1 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (Σύνολο Δείγματος)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	8,3%	16,1%	14,6%	20,2%	40,8%
Βελτίωση της κερδοφορίας	3,3%	13,7%	15,3%	30%	37,7%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	5,1%	13,8%	17,4%	34,1%	29,6%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	11,6%	17,9%	24,2%	29,4%	16,9%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	4,1%	10%	12,2%	26,4%	47,3%

Πίνακας 3.2 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους: - Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (< €2 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	7,7%	14,6%	15,1%	22,6%	40%
Βελτίωση της κερδοφορίας	2,3%	13%	15,8%	30,5%	38,4%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	5,8%	13,8%	17%	34,9%	28,5%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	11%	17,9%	23,1%	30,4%	17,6%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	4%	12,1%	12,4%	26,8%	44,7%

- Οι μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις (< €2 εκατ.) κρίνουν σε ποσοστό **70,8%** ότι οι εξαγωγές στηρίζουν το **όραμα επέκτασης και διεθνοποίησης της εταιρείας**.
- Η **βελτίωση της κερδοφορίας** ως σημαντικό εξαγωγικό κίνητρο απέσπασε ελαφρώς χαμηλότερο ποσοστό (**68,9%**).

Πίνακας 3.3 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (€2 εκατ. έως €10 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	10,2%	19,4%	13,3%	14,3%	42,8%
Βελτίωση της κερδοφορίας	4,2%	17,7%	14,6%	30,2%	33,3%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	4,4%	19,1%	19,1%	28,7%	28,7%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	10,7%	19,1%	28,7%	27,7%	13,8%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	3,2%	7,4%	14,7%	29,5%	45,2%

- Το **74,7%** των επιχειρήσεων με πωλήσεις μεταξύ €2 και €10 εκατ. κρίνουν ως σημαντικές τις εξαγωγές γιατί ενισχύουν το **Όραμα επέκτασης και διεθνοποίησης της εταιρείας**.

Πίνακας 3.4 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (€10 εκατ. έως €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	9,1%	22,7%	15,9%	13,6%	38,7%
Βελτίωση της κερδοφορίας	8,9%	15,6%	13,3%	24,4%	37,8%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	4,5%	6,8%	15,9%	41%	31,8%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	22,2%	11,1%	22,2%	26,7%	17,8%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	6,8%	-	4,5%	20,5%	68,2%

- Η συντριπτική πλειονότητα **88,7%** των επιχειρήσεων με πωλήσεις μεταξύ €10 και €50 εκατ. θεωρούν το **όραμα επέκτασης και διεθνοποίησης της εταιρείας** ως τον βασικό παράγοντα που αναδεικνύει τη σημαντικότητα των εξαγωγών.

Πίνακας 3.5 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (> €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	8,7%	13%	8,7%	21,7%	47,9%
Βελτίωση της κερδοφορίας	4,5%	4,5%	13,6%	31,8%	45,6%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	-	4,5%	18,2%	31,8%	45,5%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	4,5%	27,3%	27,3%	22,7%	18,2%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	4,5%	9,1%	13,6%	18,2%	54,6%

- Το **77,4%** των επιχειρήσεων με πωλήσεις άνω των €50 εκατ. θεωρούν τις εξαγωγές της εταιρείας τους σημαντικές γιατί **βελτιώνουν την κερδοφορία τους**. Ίδιο σχεδόν ποσοστό ερωτηθέντων (**77,3%**) απάντησαν ότι οι εξαγωγές είναι σημαντικές για την **περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων**.

Πίνακας 3.6 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (πρωτογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	2,9%	2,9%	5,9%	29,4%	58,9%
Βελτίωση της κερδοφορίας	-	2,9%	8,8%	38,2%	50,1%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	-	6,3%	21,9%	25%	46,8%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	9,1%	24,2%	15,2%	48,5%	3%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	2,9%	2,9%	14,7%	29,4%	50,1%

- Η πλειονότητα (**88,3%**) των επιχειρήσεων του πρωτογενούς τομέα κρίνουν σημαντική την εξαγωγική τους δραστηριότητα τόσο για τη **βελτίωση της κερδοφορίας τους** όσο και για **την επιβίωσή τους**.

Πίνακας 3.7 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (δευτερογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	7,4%	14,4%	14,4%	18,5%	45,3%
Βελτίωση της κερδοφορίας	3,7%	11,7%	15,1%	29,2%	40,3%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	4,4%	11,2%	17,6%	35,6%	31,2%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	11,2%	17,3%	24,4%	27,4%	19,7%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	4%	9,8%	9,8%	25,3%	51,1%

- Οι επιχειρήσεις του δευτερογενούς τομέα σε ποσοστό **66,8%** κρίνουν σημαντική την εξαγωγική τους δραστηριότητα γιατί **αξιοποιεί περαιτέρω τις υποδομές - παραγωγικές τους δυνατότητες.**

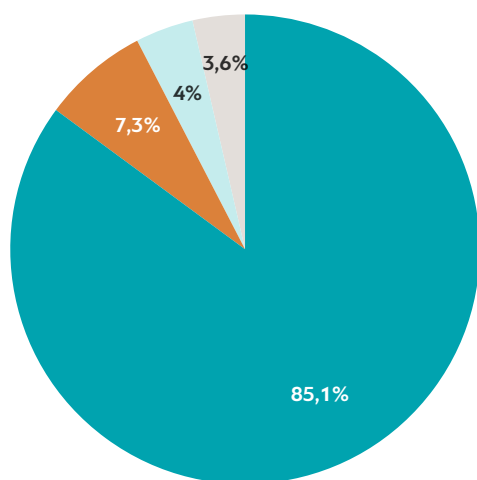
Πίνακας 3.8 Πόσο σημαντική είναι η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας σας ως προς τους παρακάτω λόγους:- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (τριτογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Επιβίωση της εταιρείας	12,7%	23,8%	18,3%	19%	26,2%
Βελτίωση της κερδοφορίας	3,1%	20,2%	17,1%	32,5%	27,1%
Περαιτέρω αξιοποίηση των υποδομών – παραγωγικών δυνατοτήτων	7,9%	21,4%	15,9%	31,8%	23%
Ενίσχυση της θέσης της στην εσωτερική αγορά	11,2%	17,6%	23,2%	31,2%	16,8%
Όραμα επέκτασης και διεθνοποίηση της εταιρείας	3,2%	12%	15,2%	28%	41,6%

- Οι επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα σε ποσοστό **69,6%** κρίνουν σημαντική την εξαγωγική τους δραστηριότητα γιατί ενισχύει **το όραμα επέκτασης και διεθνοποίησης της εταιρείας.**

4. Τζίρος εξαγωγών για το 2017

Παρακαλώ προσδιορίστε τον τζίρο των εξαγωγών σας για το 2017:



- Μέχρι €2 εκατ.
- €2 εκατ. έως €5 εκατ.
- €5 εκατ. έως €20 εκατ.
- Πάνω από €20 εκατ.

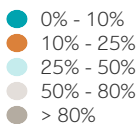
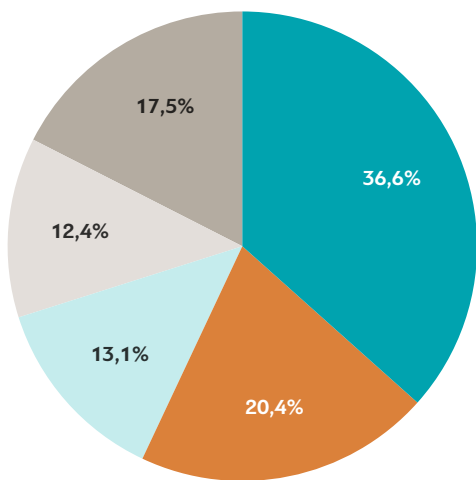
Πίνακας 4 Παρακαλώ προσδιορίστε τον τζίρο των εξαγωγών σας για το 2017:

Κατηγορία	Σύνολο Δείγματος	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Μέχρι €2 εκατ.	85,1%	100%	66,6%	35,6%	30,4%	73,5%	84,5%	89%
€2 εκατ. έως €5 εκατ.	7,3%	-	26,3%	24,4%	4,3%	8,8%	8,2%	4,7%
€5 εκατ. έως €20 εκατ.	4%	-	7,1%	28,9%	4,3%	11,8%	4,3%	1,6%
Πάνω από €20 εκατ.	3,6%	-	-	11,1%	61%	5,9%	3%	4,7%

- Το **85,1%** των εταιρειών του δείγματος πραγματοποίησε εξαγωγές **μικρότερες των €2 εκατ.** το 2017.
- Στον **πρωτογενή τομέα** παραγωγής το **17,7%** των εταιρειών δήλωσε ότι το ύψος των εξαγωγών του ξεπέρασε τα **€5 εκατ.** Τα αντίστοιχα ποσοστά για τον δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα παραγωγής ήταν σημαντικά χαμηλότερα και διαμορφώθηκαν στο 7,3% και 6,3%.

5. Συμμετοχή των εξαγωγών στο συνολικό κύκλο εργασιών για το 2017

Παρακαλώ συμπληρώστε το ποσοστό των εξαγωγών σας ως προς τον συνολικό κύκλο εργασιών της εταιρείας σας το 2017:



Πίνακας 5 Παρακαλώ συμπληρώστε το ποσοστό των εξαγωγών σας ως προς το συνολικό κύκλο εργασιών της εταιρείας σας το 2017:

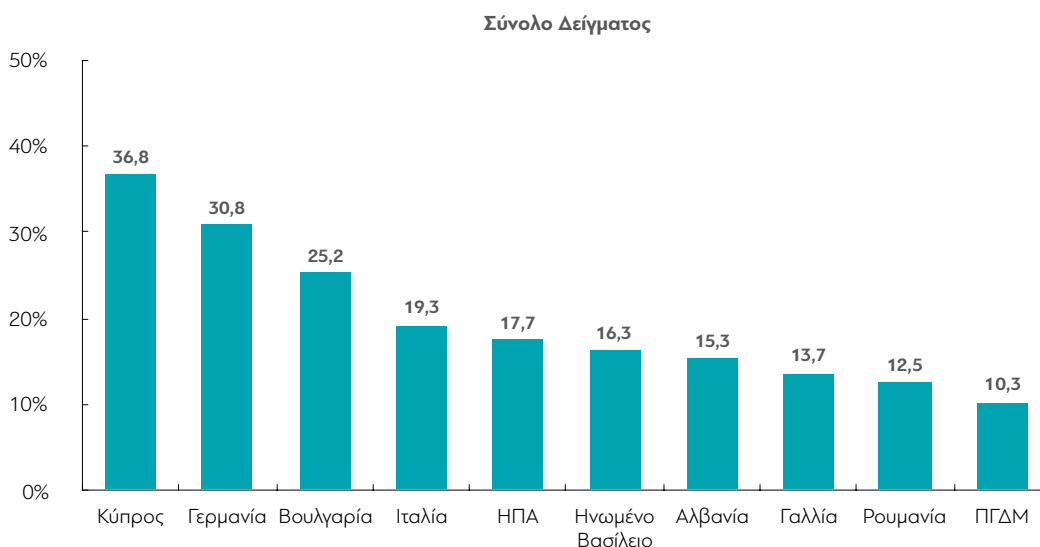
Κατηγορία	Σύνολο Δείγματος	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
0% - 10%	36,6%	36,8%	37,4%	37,7%	26,1%	20,6%	34,4%	44,1%
10% - 25%	20,4%	21,8%	19,2%	17,8%	8,7%	8,8%	20,7%	23,3%
25% - 50%	13,1%	14%	14,1%	6,7%	8,7%	11,8%	13,4%	13,2%
50% - 80%	12,4%	12%	10,1%	20%	13%	32,3%	13,1%	7,8%
> 80%	17,5%	15,4%	19,2%	17,8%	43,5%	26,5%	18,4%	11,6%

- Το **30%** σχεδόν των εταιρειών του δείγματος πραγματοποίησε εξαγωγές που ξεπέρασαν το 50% του συνολικού κύκλου εργασιών του.
- Παρατηρούνται όμως σημαντικές **διαφοροποιήσεις** ανά κατηγορία κύκλου εργασιών.
- Πιο συγκεκριμένα, στο 27,4% των εταιρειών της κατηγορίας < €2 εκατ. και στο 29,3% των εταιρειών της κατηγορίας €2 εκατ. έως €10 εκατ. η συμμετοχή των εξαγωγών στον συνολικό κύκλο εργασιών ξεπέρασε το 50%.
- Εντούτοις, στις κατηγορίες **υψηλού κύκλου εργασιών** (10 εκατ. έως €50 εκατ. και > €50 εκατ.) οι εξαγωγές **καταλαμβάνουν σημαντικά μεγαλύτερο ποσοστό** του κύκλου εργασιών.

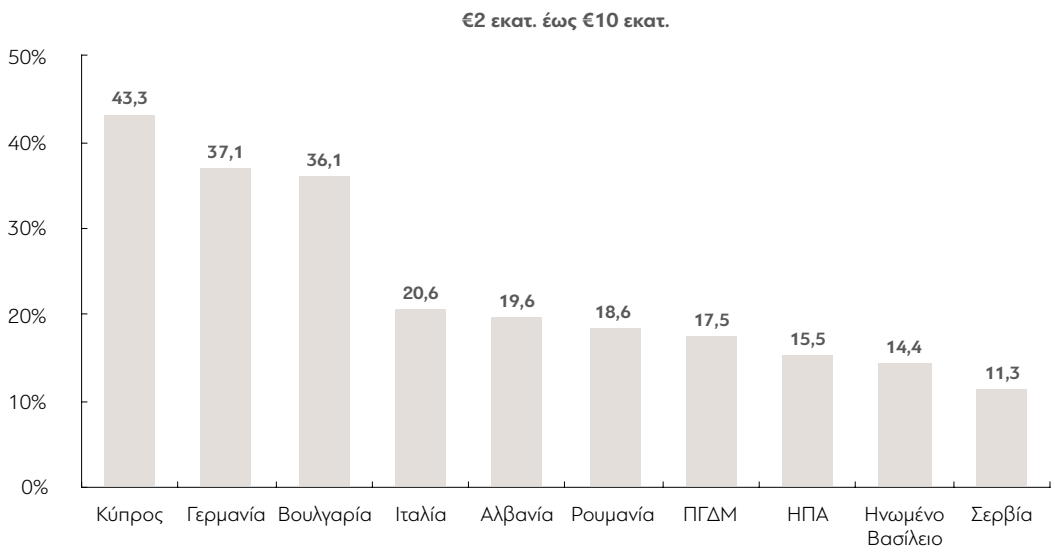
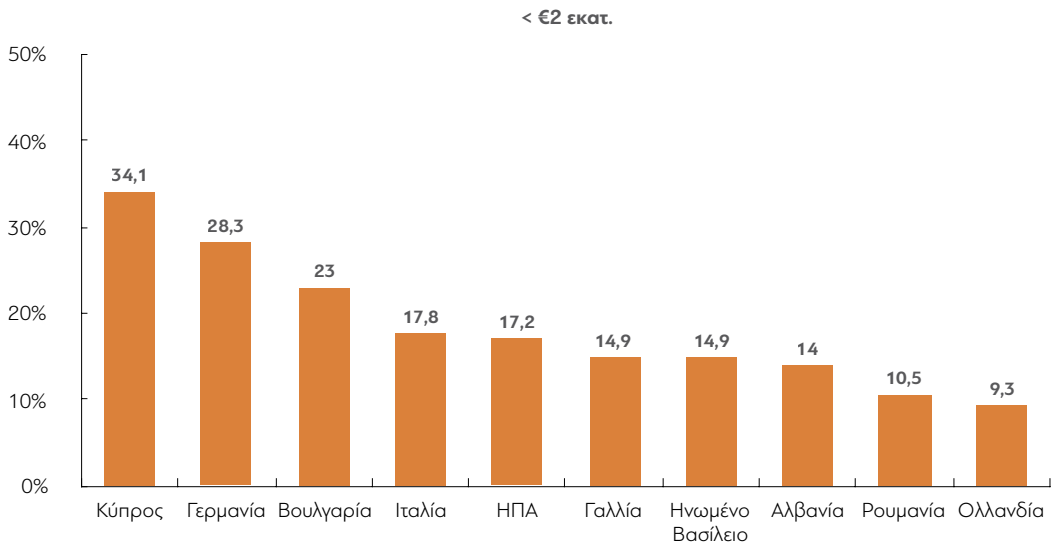
- Πιο συγκεκριμένα, τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται σε **37,8%** και **56,5%**.
- Οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον **πρωτογενή τομέα παραγωγής** εμφανίζουν μεγάλη εξαγωγική δραστηριότητα καθώς για το **58,8%** του δείγματος το ποσοστό των εξαγωγών ως προς τον συνολικό κύκλο εργασιών τους ξεπερνά το 50%.
- Για τον **δευτερογενή** και τον **τριτογενή** τομέα τα αντίστοιχα ποσοστά είναι σημαντικά χαμηλότερα (31,5% και 19,4% αντίστοιχα).

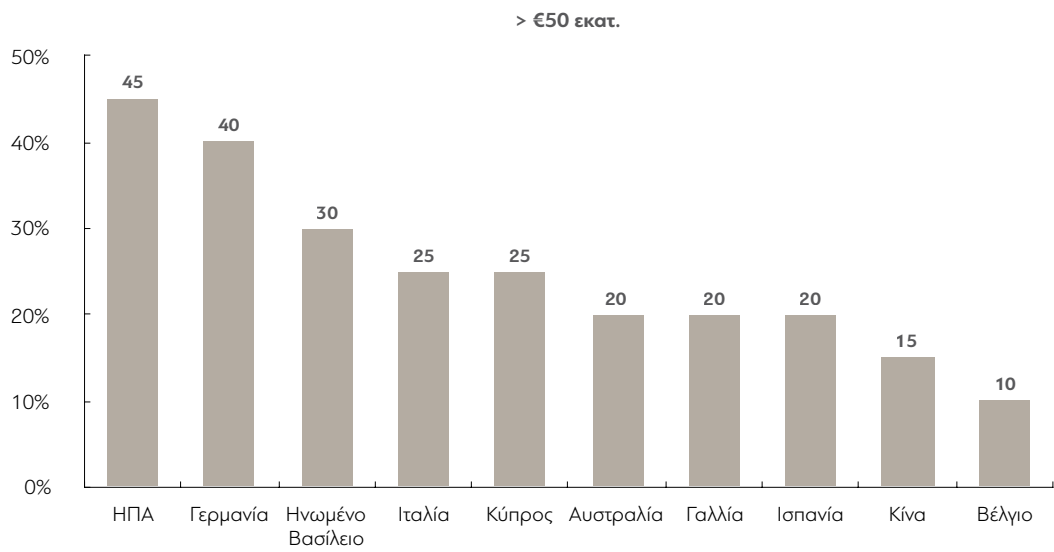
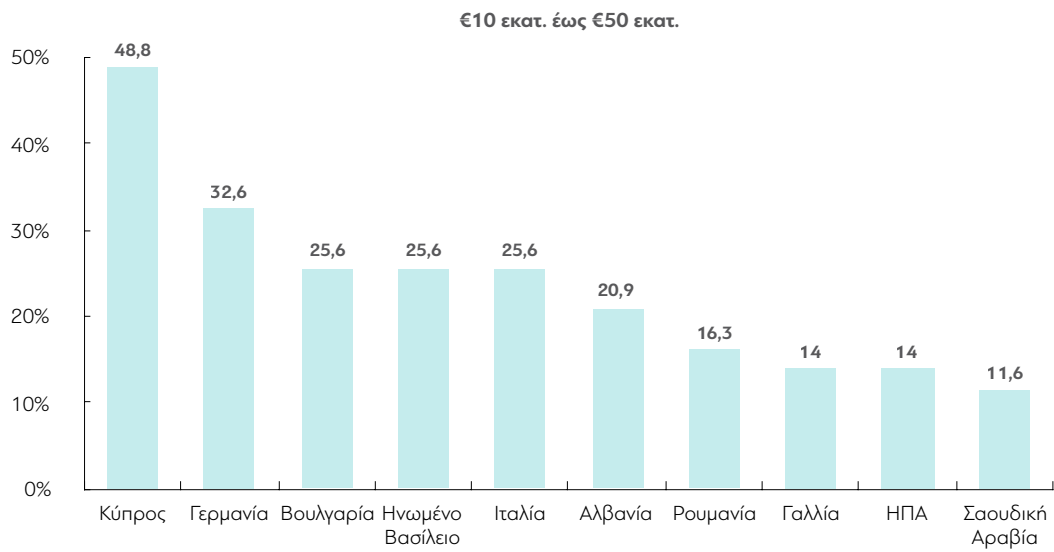
6. Χώρες εξαγωγών

Αναφέρατε τις κυριότερες χώρες στις οποίες εξάγετε τα προϊόντα σας:

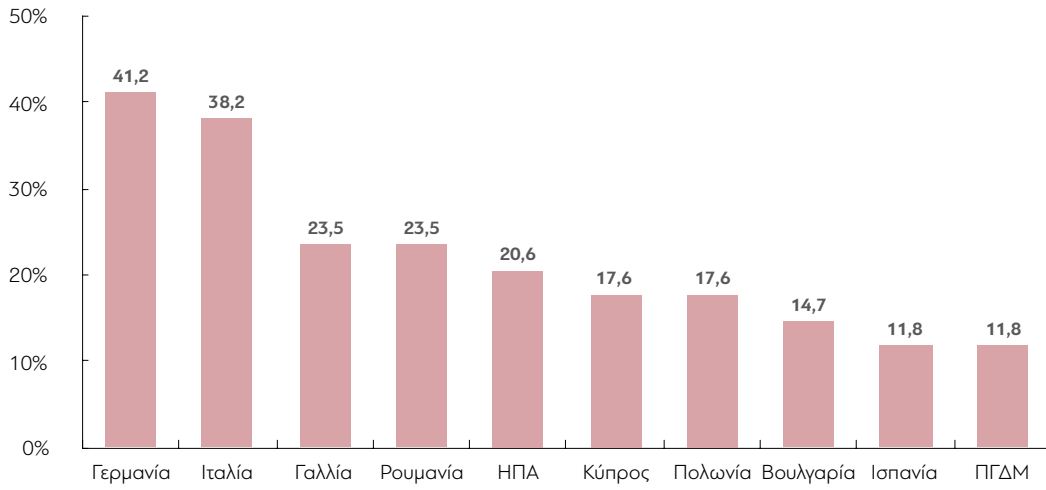


- Η **Κύπρος** κατέλαβε την πρώτη θέση ως εξαγωγικός προορισμός των ελληνικών προϊόντων στο σύνολο του δείγματος, καθώς επιλέχθηκε από το **36,8%** των εταιρειών που συμμετείχαν στην έρευνα.
- Στη δεύτερη θέση ακολούθησε η **Γερμανία** με ποσοστό **30,8%**, ενώ την τρίτη θέση κατέλαβε η **Βουλγαρία** με **25,2%**.
- Η Ιταλία συγκέντρωσε ποσοστό **19,3%** και οι ΗΠΑ ποσοστό **17,7%**.
- Σε όλες τις κατηγορίες κύκλου εργασιών η πρώτη τριάδα με τις χώρες προορισμού των εξαγωγών παραμένει ίδια (**Κύπρος, Γερμανία, Βουλγαρία**), εκτός της κατηγορίας κύκλου εργασιών > €50 εκατ.

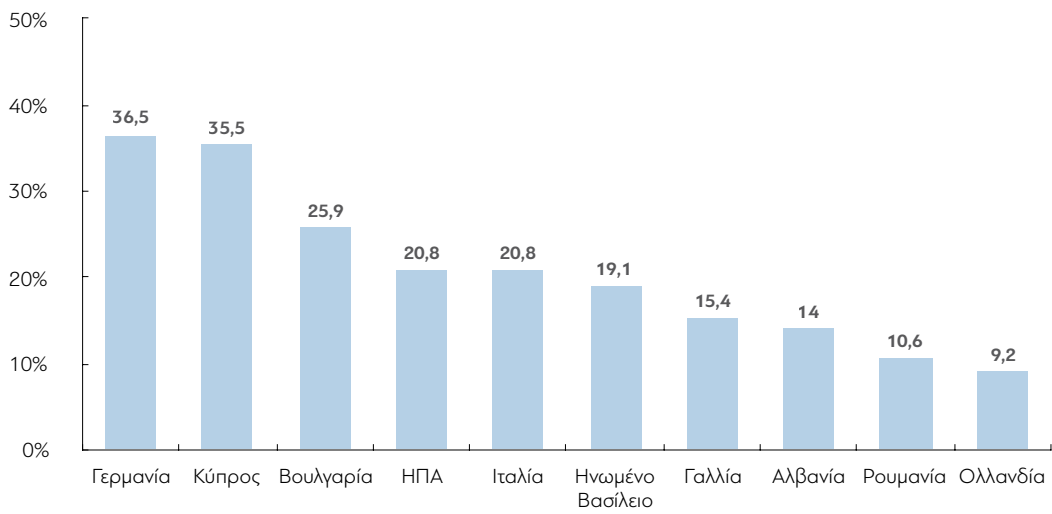




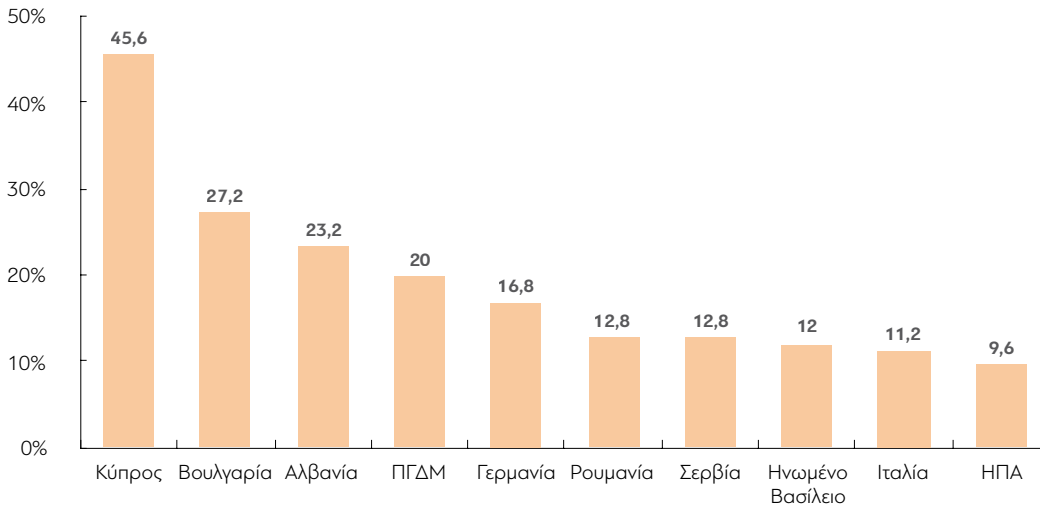
Πρωτογενής τομέας



Δευτερογενής τομέας

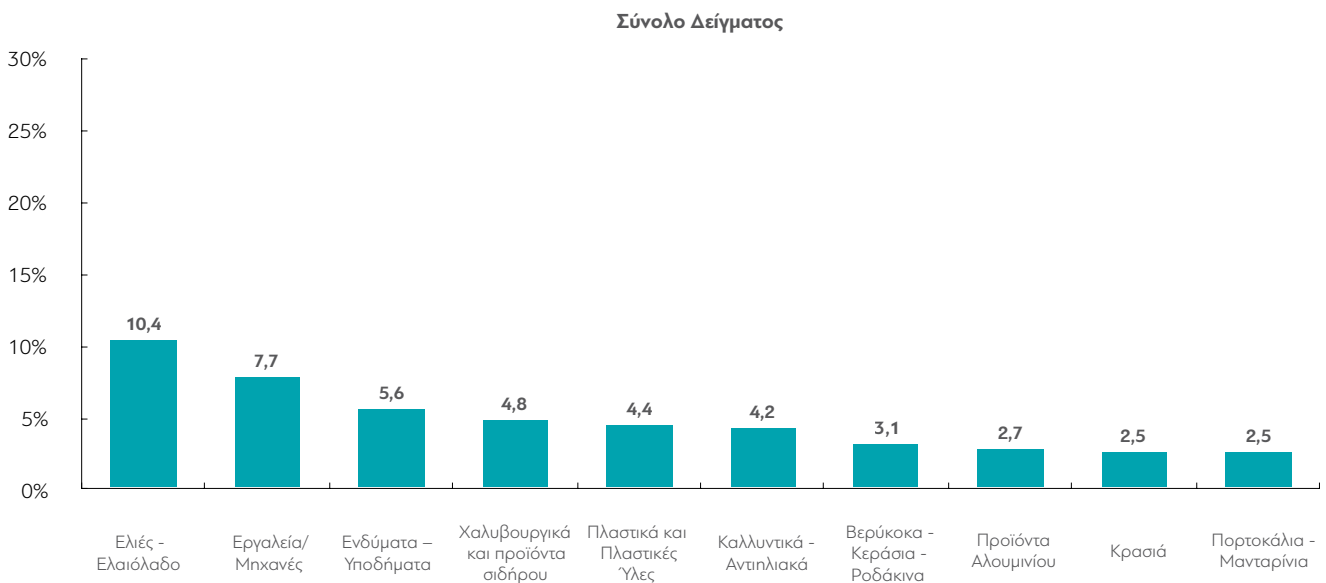


Τριτογενής τομέας

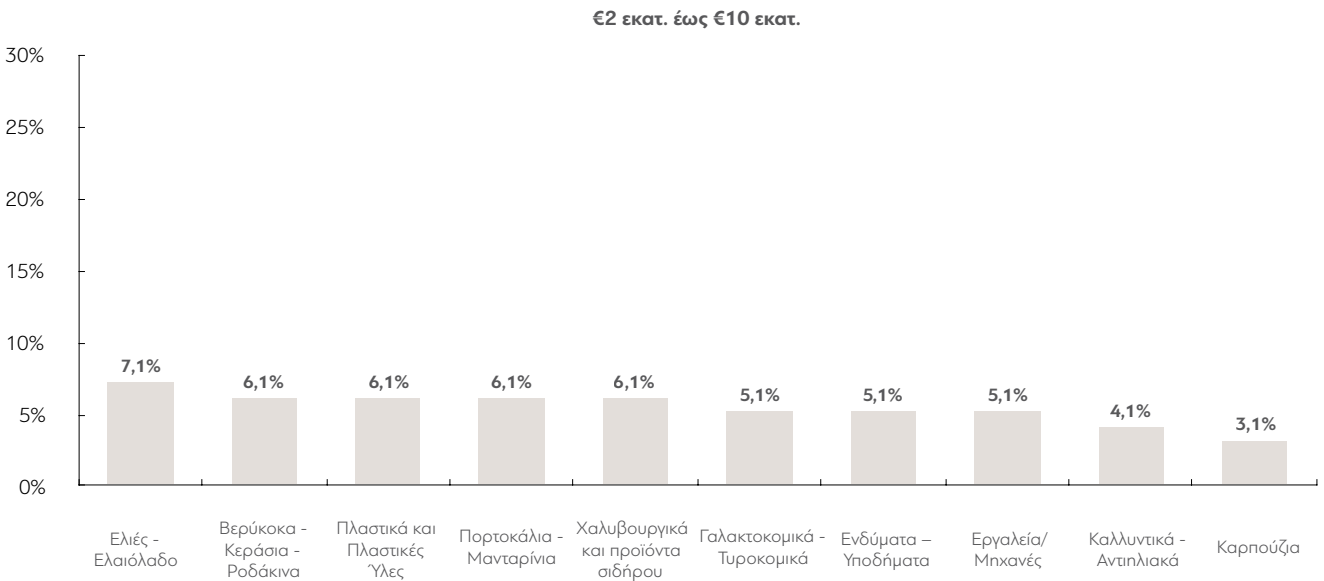
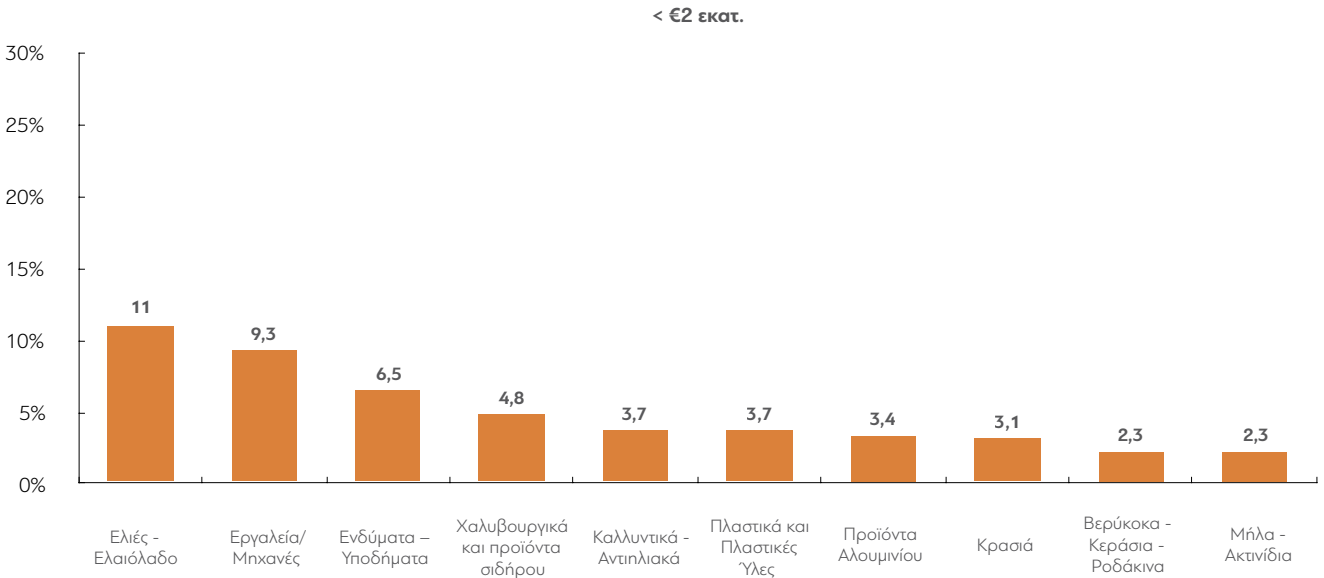


7. Κυριότερα προϊόντα εξαγωγών

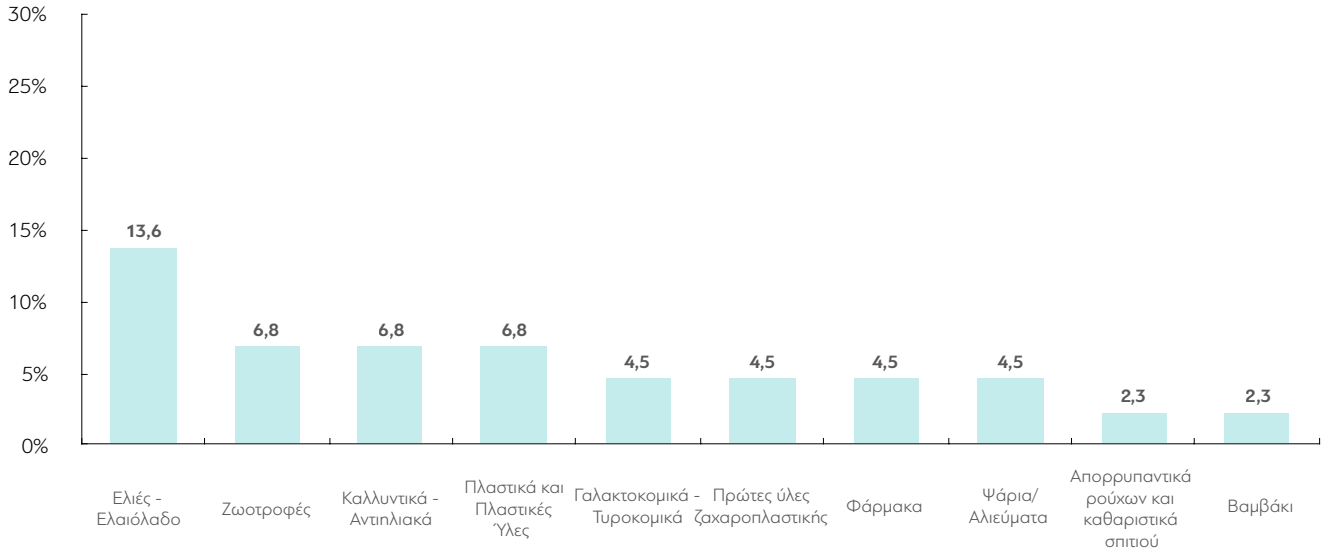
Αναφέρατε τα κυριότερα προϊόντα που εξαγάγετε:



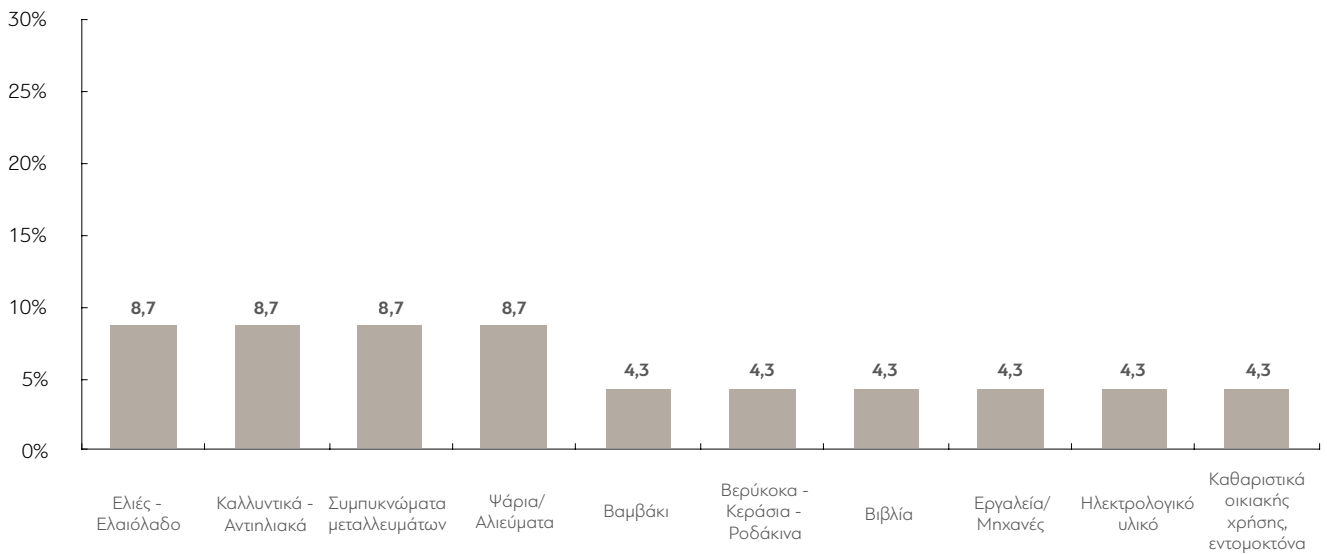
- Το **10,4%** του δείγματος εξαγάγει **ελιές-ελαιόλαδο** και το **7,7%** εξαγάγει προϊόντα που ανήκουν στην ευρύτερη κατηγορία **εργαλεία/μηχανές**.
- Την τρίτη θέση κατέλαβε η κατηγορία **ενδύματα/υποδήματα** με **5,6%** και την πεντάδα συμπλήρωσαν τα **χαλυβουργικά και τα προϊόντα σιδήρου** με **4,8%** και τα **πλαστικά/πλαστικές ύλες** με **4,4%**.
- Σε όλες τις κατηγορίες κύκλου εργασιών οι ελιές-ελαιόλαδο καταλαμβάνουν την πρώτη θέση. Εντούτοις, στην κατηγοριοποίηση ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας καταλαμβάνουν την πρώτη θέση μόνο στον δευτερογενή τομέα. Στον πρωτογενή τομέα παραγωγής στην πρώτη θέση ανήλθε η κατηγορία προϊόντων βερύκοκα – κεράσια – ροδάκινα και στον τριτογενή τομέα η κατηγορία εργαλεία-μηχανές.



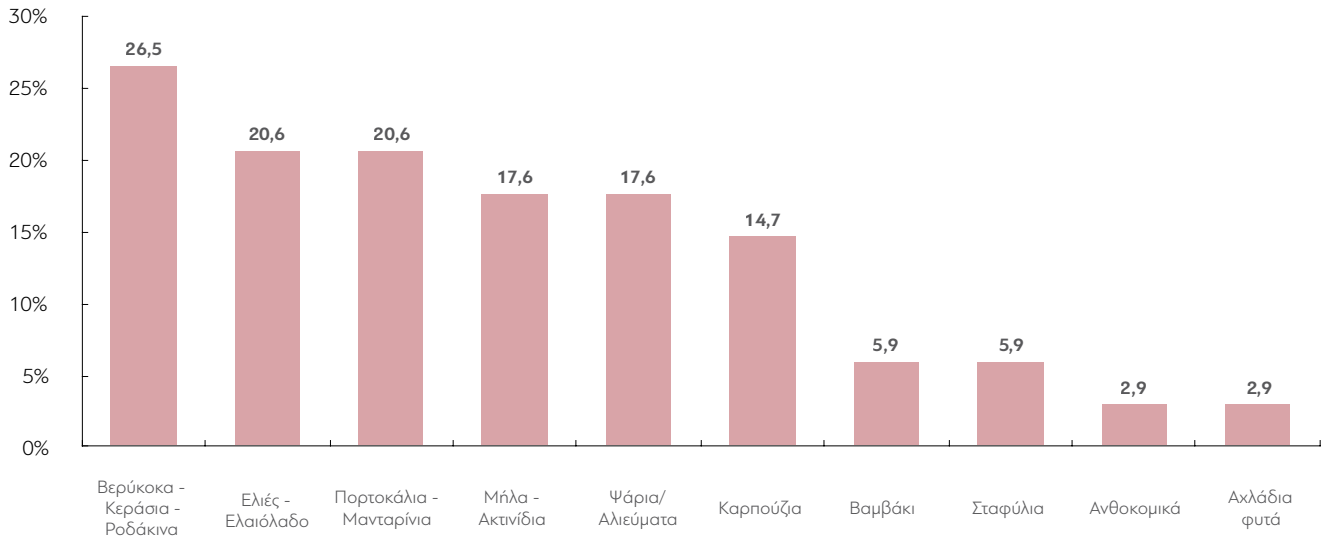
10 εκατ. έως €50 εκατ.



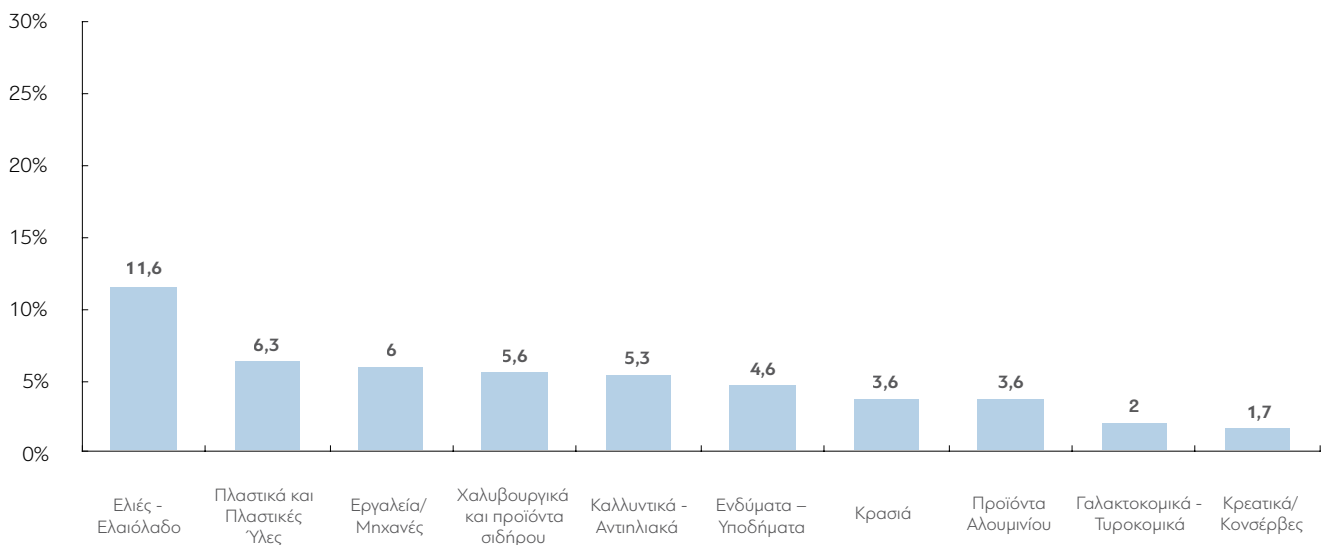
> €50 εκατ.



Πρωτογενής τομέας



Δευτερογενής τομέας

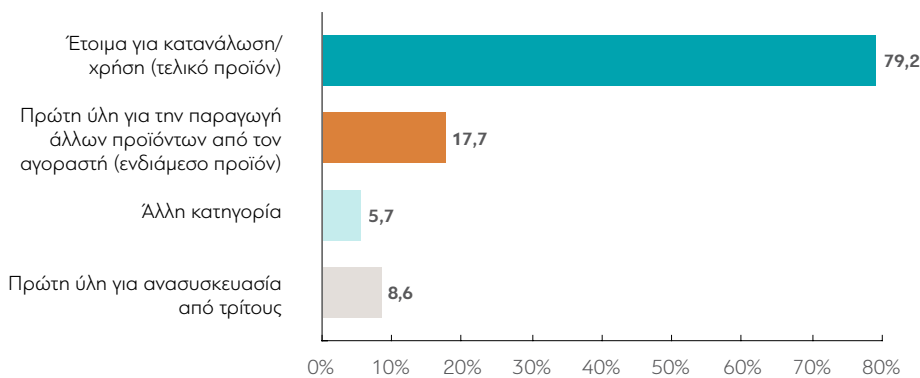


Τριτογενής τομέας



8. Διάκριση προϊόντων εξαγωγών

Τα προϊόντα* που εξάγετε είναι:



* δυνατότητα επιλογής πολλαπλών απαντήσεων

Πίνακας 8 Τα προϊόντα* που εξάγετε είναι:

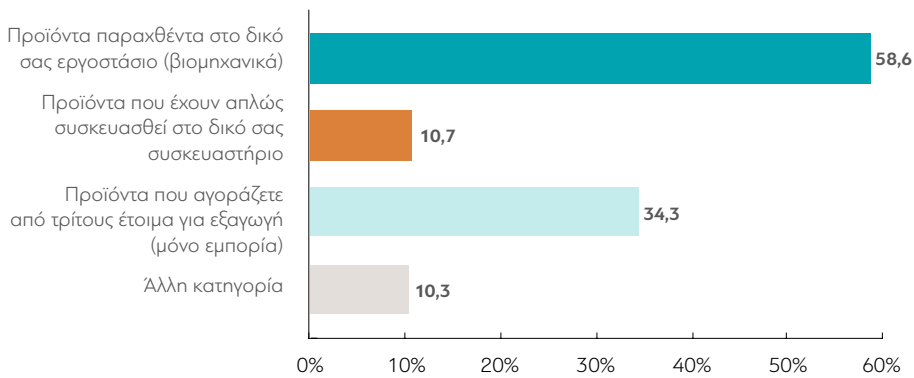
Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Έτοιμα για κατανάλωση/χρήση (τελικό προϊόν)	79,2%	83,2%	68,7%	73,3%	73,9%	85,3%	78,6%	79,1%
Πρώτη ύλη για την παραγωγή άλλων προϊόντων από τον αγοραστή (ενδιάμεσο προϊόν)	17,7%	11,8%	28,3%	33,3%	34,8%	23,5%	21,4%	8,5%
Πρώτη ύλη για ανασυσκευασία από τρίτους	5,7%	5%	6,1%	8,9%	8,7%	20,6%	6,9%	0,8%
Άλλη κατηγορία	8,6%	9,2%	8,1%	6,7%	4,3%	-	5,6%	17,8%

* δυνατότητα επιλογής πολλαπλών απαντήσεων

- Το συντριπτικά μεγαλύτερο ποσοστό, σε όλες τις κατηγορίες, εξάγει προϊόντα τα οποία είναι **έτοιμα για κατανάλωση**.
- Οι περισσότερες από τις απαντήσεις στην άλλη κατηγορία αφορούσαν την παροχή υπηρεσιών.

9. Κατηγοριοποίηση προϊόντων εξαγωγών

Τα προϊόντα* που εξάγετε είναι:



* δυνατότητα επιλογής πολλαπλών απαντήσεων

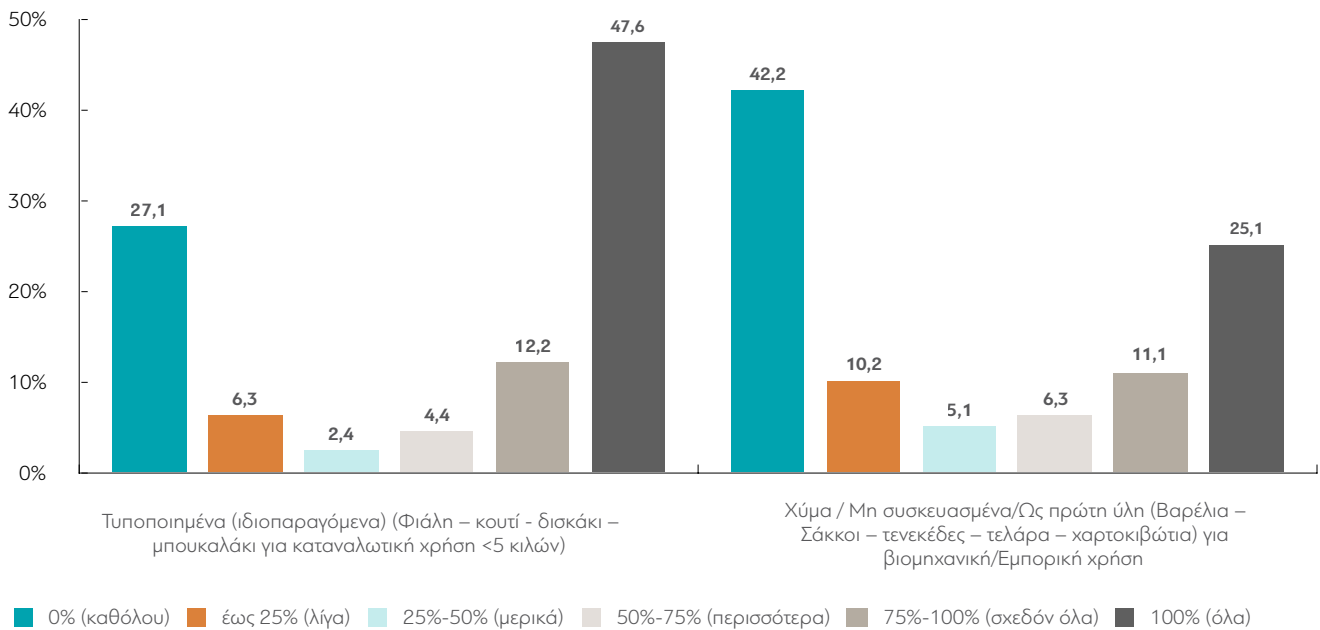
Πίνακας 9 Τα προϊόντα* που εξάγετε είναι:

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Προϊόντα παραχθέντα στο δικό σας εργοστάσιο (βιομηχανικά)	58,6%	59,4%	52,5%	60%	69,6%	50%	76,2%	24%
Προϊόντα που έχουν απλώς συσκευασθεί στο δικό σας συσκευαστήριο	10,7%	8,5%	17,2%	15,6%	8,7%	26,5%	10,9%	7,8%
Προϊόντα που αγοράζετε από τρίτους έτοιμα για εξαγωγή (μόνο εμπορία)	34,3%	32,4%	41,4%	42,2%	17,4%	20,6%	21,2%	63,6%
Άλλη κατηγορία	10,3%	11,8%	7,1%	6,7%	8,7%	14,7%	6,6%	17,1%

* δυνατότητα επιλογής πολλαπλών απαντήσεων

- Οι περισσότερες εταιρείες του δείγματος εξάγουν προϊόντα που έχουν οι ίδιες παράγει σε ποσοστό **58,6%**.
- Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα χαμηλό στον τριτογενή τομέα (24%), όπου το 63,6% απάντησε ότι τα προϊόντα που εξάγει τα αγοράζει από τρίτους.

10. Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας



Πίνακας 10.1 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (σύνολο δείγματος):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	27,1%	6,3%	2,4%	4,4%	12,2%	47,6%
Χύμα/Μη συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – χαρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	42,2%	10,2%	5,1%	6,3%	11,1%	25,1%

- Το **60%** σχεδόν των εταιρειών που συμμετείχαν στην έρευνα επέλεξαν ότι διαθέτουν «όλα» και «σχεδόν όλα» τα προϊόντα τους σε **τυποποιημένη μορφή**.

Πίνακας 10.2 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (< €2 εκατ.):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	28,9%	4,6%	1,8%	5,6%	10,9%	48,2%
Χύμα/Μπ συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – καρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	45,5%	10,5%	4,8%	5,5%	10,5%	23,2%

- Το **59,1%** των επιχειρήσεων με συνολικό κύκλο εργασιών μικρότερο των €2 εκατ. που συμμετείχαν στην έρευνα διαθέτουν «όλα» και «σχεδόν όλα» τα προϊόντα τους σε **τυποποιημένη μορφή**.

Πίνακας 10.3 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (€2 εκατ. έως €10 εκατ.):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	29,3%	12%	4%	1,3%	10,7%	42,7%
Χύμα/Μπ συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – καρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	37,5%	5,4%	8,9%	5,3%	12,5%	30,4%

- Το **53,4%** των επιχειρήσεων με συνολικό κύκλο εργασιών μεταξύ €2 εκατ. – €10 εκατ. διαθέτουν «όλα» και «σχεδόν όλα» τα προϊόντα τους σε **τυποποιημένη μορφή**.

Πίνακας 10.4 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (€10 εκατ. έως €50 εκατ.):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	13,9%	8,3%	5,6%	2,7%	13,9%	55,6%
Χύμα/Μπ συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – καρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	30,8%	15,4%	-	15,4%	11,5%	26,9%

- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων (**69,5%**) με συνολικό κύκλο εργασιών μεταξύ €10 εκατ. – €50 εκατ. διαθέτουν «όλα» και «σχεδόν όλα» τα είδη τους σε **τυποποιημένη μορφή**.

Πίνακας 10.5 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (> €50 εκατ.):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	13,3%	6,7%	-	-	40%	40%
Χύμα/Μπ συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – καρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	30,8%	15,4%	-	7,6%	15,4%	30,8%

- Το **80%** των εταιρειών με συνολικό κύκλο εργασιών που ξεπερνά τα €50 εκατ. διαθέτει «όλα» και «σχεδόν όλα» τα προϊόντα του σε **τυποποιημένη μορφή**.

Πίνακας 10.6 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (πρωτογενής τομέας):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	18,5%	11,1%	3,7%	3,7%	25,9%	37,1%
Χύμα/Μη συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – καρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	16,7%	12,5%	12,5%	-	25%	33,3%

- Το **63%** των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα διαθέτει «όλα» και «σχεδόν όλα» τα προϊόντα του σε **τυποποιημένη μορφή**.

Πίνακας 10.7 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (δευτερογενής τομέας):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	23,7%	6,2%	3,3%	5,4%	11,6%	49,8%
Χύμα/Μη συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – καρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	36,6%	11,5%	6%	8,7%	9,3%	27,9%

- Οι επιχειρήσεις του δευτερογενούς τομέα απάντησαν σε ποσοστό **61,4%** ότι εξάγουν «όλα» και «σχεδόν όλα» τα προϊόντα του σε **τυποποιημένη μορφή**.

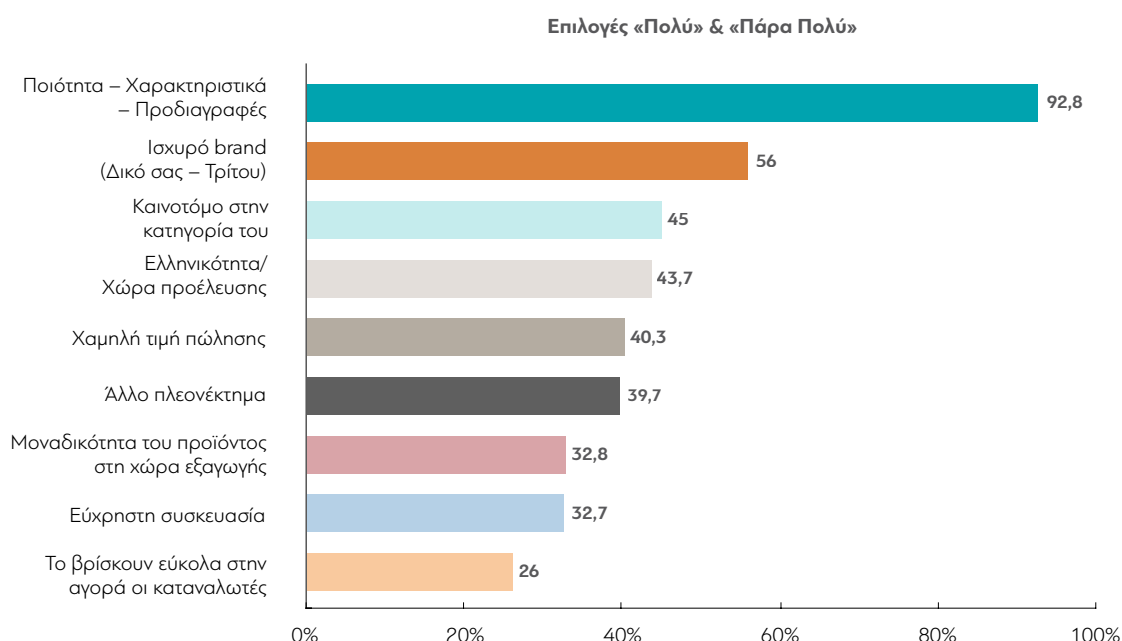
Πίνακας 10.8 Κατανομή της διάθεσης των προϊόντων σας ανά τύπο συσκευασίας (τριτογενής τομέας):

Κατηγορία	0% (καθόλου)	έως 25% (λίγα)	25%-50% (μερικά)	50%-75% (περισσότερα)	75%-100% (σχεδόν όλα)	100% (όλα)
Τυποποιημένα (ιδιοπαραγόμενα) (Φιάλη – κουτί - δισκάκι – μπουκαλάκι για καταναλωτική χρήση <5 κιλών)	34,3%	5,1%	1%	2%	10,1%	47,5%
Χύμα/Μη συσκευασμένα/Ως πρώτη ύλη (Βαρέλια – Σάκκοι – τενεκέδες – τελάρα – καρτοκιβώτια) για βιομηχανική/Εμπορική χρήση	63,1%	5,3%	-	2,6%	13,2%	15,8%

11. Πλεονεκτήματα των εξαγωγίμων προϊόντων σας

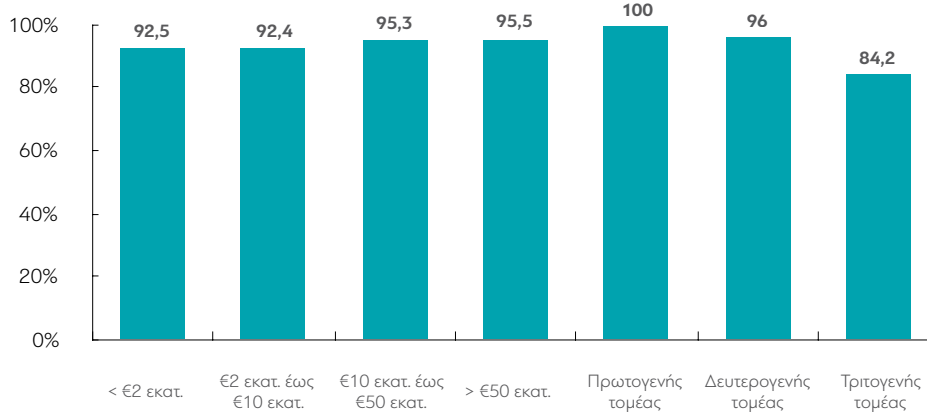
Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;

- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)



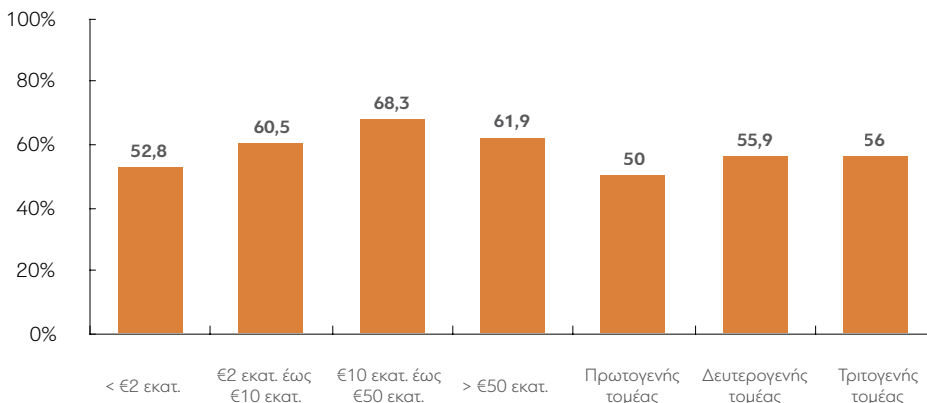
- Για περισσότερες από **9 στις 10 εταιρείες**, τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγουν είναι **η ποιότητα, τα χαρακτηριστικά** και οι **προδιαγραφές τους**.
- Στη δεύτερη θέση με αρκετά χαμηλότερο ποσοστό ανέρχεται το **ισχυρό brand (56%)** και ακολουθεί με **45%** η καινοτομία.
- Η **ελληνικότητα/χώρα** προέλευσης ενός προϊόντος και η **χαμηλή τιμή πώλησης** θεωρείται σημαντικό πλεονέκτημα από το **43,7%** και το **40,3%** του δείγματος.
- Το χαμηλότερο ποσοστό λαμβάνει η ευκολία ανεύρεσης του προϊόντος (26%).

Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές
(επιλογές «πολύ» & «πάρα πολύ»)



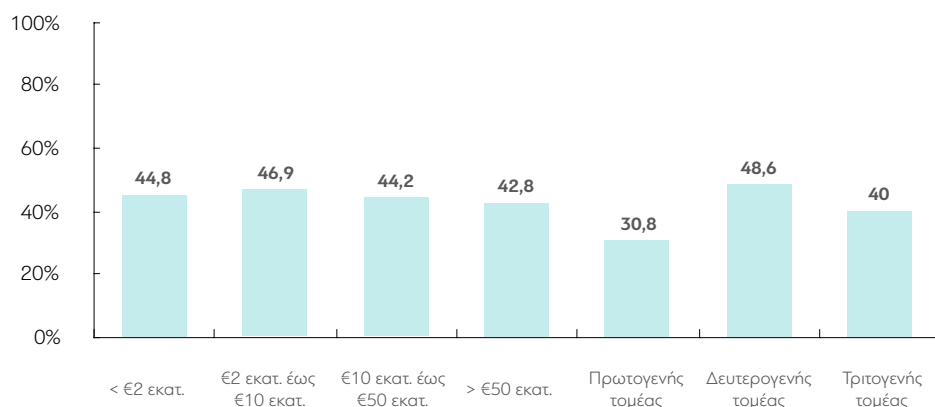
- Παρατηρείται μια ελαφρά αυξητική τάση στο ποσοστό της επιλογής **ποιότητα, χαρακτηριστικά** και **προδιαγραφές** καθώς αυξάνεται ο κύκλος εργασιών των εταιρειών.
- Επίσης, όλες οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον **πρωτογενή τομέα** θεωρούν «πολύ» και «πάρα πολύ» σημαντικά τα παραπάνω πλεονεκτήματα.

Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)
(επιλογές «πολύ» & «πάρα πολύ»)



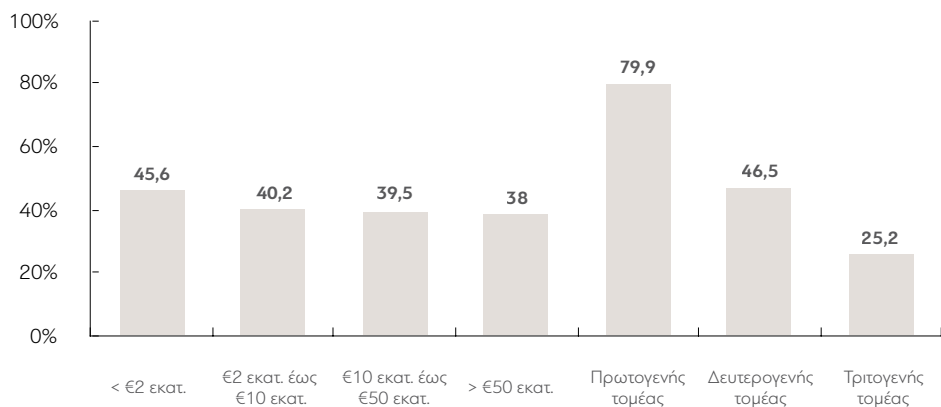
- Για τις εταιρείες που ο κύκλος εργασιών τους δεν ξεπερνά τα €2 εκατ. το **ισχυρό brand** αποτελεί «πολύ» και «πάρα πολύ» σημαντικό πλεονέκτημα στο 52,8% των εταιρειών.
- Στις μεγαλύτερες κατηγορίες κύκλου εργασιών το παραπάνω πλεονέκτημα συγκεντρώνει υψηλότερα ποσοστά.

Καινοτόμο στην κατηγορία του
(επιλογές «πολύ» & «πάρα πολύ»)



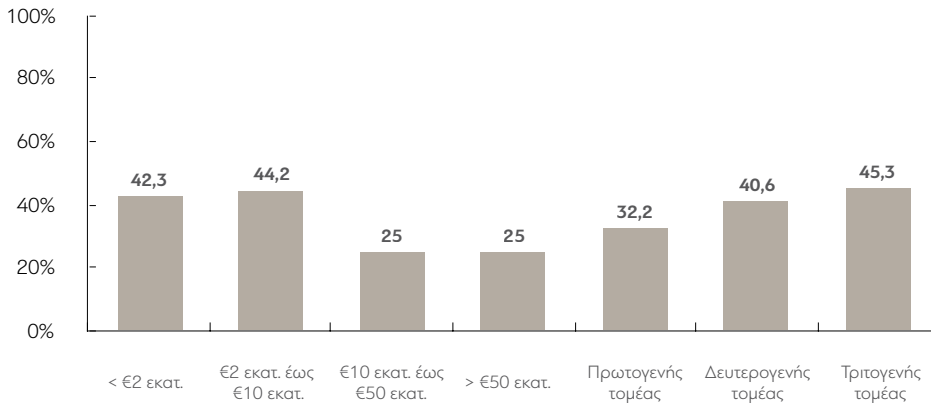
- Δεν εντοπίζονται μεγάλες διαφοροποιήσεις στα ποσοστά που έλαβε η **καινοτομία** ως «πολύ» και «πάρα πολύ» σημαντικό πλεονέκτημα μεταξύ των τεσσάρων κατηγοριών κύκλου εργασιών.
- Όσον αφορά τους τομείς παραγωγής, στον πρωτογενή τομέα η καινοτομία συγκεντρώνει σημαντικά μικρότερο ποσοστό σε σχέση με τους άλλους τομείς παραγωγής.

Ελληνικότητα / Χώρα προέλευσης
(επιλογές «πολύ» & «πάρα πολύ»)



- Η **ελληνικότητα/χώρα προέλευσης** των προϊόντων φαίνεται να φθίνει ως πλεονέκτημα όσο αυξάνει ο κύκλος εργασιών των εταιρειών.
- Πολύ μεγάλο ποσοστό καταλαμβάνει στις επιλογές των εταιρειών του πρωτογενή τομέα.

**Χαμηλή τιμή πώλησης
(επιλογές «πολύ» & «πάρα πολύ»)**



- Η **χαμηλή τιμή πώλησης** ως σημαντικό πλεονέκτημα καταλαμβάνει ιδιαίτερα χαμηλά ποσοστά στις εταιρείες με κύκλο εργασιών άνω των €10 εκατ.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό της το παρουσιάζει στον τριτογενή τομέα παραγωγής.

Πίνακας 11.1 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(σύνολο δείγματος)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	7,7%	11,3%	25%	32,9%	23,1%
Χαμηλή τιμή πώλησης	8,1%	15,3%	36,3%	29,9%	10,4%
Καινοτόμο στην κατηγορία του	10,7%	13,2%	31,1%	27,4%	17,6%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	1,4%	1,2%	4,6%	36,1%	56,7%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	22,9%	11,4%	22%	18,2%	25,5%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	20%	21,9%	25,3%	21%	11,8%
Εύχρηστη συσκευασία	27,2%	17,1%	23%	22,6%	10,1%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	22,1%	24,4%	27,5%	18,5%	7,5%
Άλλο πλεονέκτημα	41,3%	5,4%	13,6%	18,2%	21,5%

Πίνακας 11.2 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(< €2 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	10%	11,9%	25,3%	29,7%	23,1%
Χαμηλή τιμή πώλησης	8,4%	13,7%	35,6%	30,5%	11,8%
Καινοτόμο στην κατηγορία του	13%	14,6%	27,6%	24,8%	20%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	1,2%	1,4%	4,9%	35,9%	56,6%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	22,7%	12,1%	19,6%	17,4%	28,2%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	20%	22,5%	24,7%	20,6%	12,2%
Εύχρηστη συσκευασία	29,8%	16,8%	22%	20,7%	10,7%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	24,8%	24,2%	25,8%	18,1%	7,1%
Άλλο πλεονέκτημα	38,6%	4,1%	15,2%	17%	25,1%

Πίνακας 11.3 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(€2 εκατ. έως €10 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	2,3%	10,5%	26,7%	39,6%	20,9%
Χαμηλή τιμή πώλησης	3,5%	12,8%	39,5%	33,7%	10,5%
Καινοτόμο στην κατηγορία του	6,2%	11,1%	35,8%	34,6%	12,3%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	2,2%	1,1%	4,3%	40,8%	51,6%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	21,8%	8%	30%	20,7%	19,5%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	16,5%	24,7%	28,2%	20%	10,6%
Εύχρηστη συσκευασία	17,9%	21,4%	29,8%	21,4%	9,5%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	15,7%	28,9%	27,7%	20,5%	7,2%
Άλλο πλεονέκτημα	50%	5,3%	15,8%	15,8%	13,1%

Πίνακας 11.4 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(€10 εκατ. έως €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	4,9%	7,3%	19,5%	39%	29,3%
Χαμηλή τιμή πώλησης	15,9%	25%	34,1%	20,5%	4,5%
Καινοτόμο στην κατηγορία του	-	11,6%	44,2%	30,2%	14%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	-	-	4,7%	23,3%	72%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	25,6%	7%	27,9%	18,6%	20,9%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	27,3%	11,4%	29,4%	20,5%	11,4%
Εύχρηστη συσκευασία	25,5%	14%	18,6%	34,9%	7%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	16,7%	14,3%	38,1%	19%	11,9%
Άλλο πλεονέκτημα	47,9%	8,7%	4,3%	30,4%	8,7%

Πίνακας 11.5 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(> €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	-	14,3%	23,8%	42,9%	19%
Χαμηλή τιμή πώλησης	5%	30%	40%	25%	-
Καινοτόμο στην κατηγορία του	14,3%	4,8%	38,1%	33,3%	9,5%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	4,5%	-	-	45,5%	50%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	23,8%	23,8%	14,4%	19%	19%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	18,2%	22,7%	13,6%	31,9%	13,6%
Εύχρηστη συσκευασία	30%	10%	20%	30%	10%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	20%	30%	30%	15%	5%
Άλλο πλεονέκτημα	40%	20%	-	20%	20%

Πίνακας 11.6 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(πρωτογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	13,3%	6,7%	30%	20%	30%
Χαμηλή τιμή πώλησης	21,4%	14,3%	32,1%	28,6%	3,6%
Καινοτόμο στην κατηγορία του	15,4%	11,5%	42,3%	23,1%	7,7%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	-	-	-	27,3%	72,7%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	6,7%	6,7%	6,7%	43,2%	36,7%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	12,9%	19,4%	38,6%	19,4%	9,7%
Εύχρηστη συσκευασία	13,3%	10%	33,3%	36,7%	6,7%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	22,2%	18,5%	26%	33,3%	-
Άλλο πλεονέκτημα	46,7%	-	20%	20%	13,3%

Πίνακας 11.7 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(δευτερογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	7,8%	12,2%	24,1%	37,4%	18,5%
Χαμηλή τιμή πώλησης	8,1%	16,1%	35,2%	28,9%	11,7%
Καινοτόμο στην κατηγορία του	10,9%	12,4%	28,1%	28,9%	19,7%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	1%	0,7%	2,3%	36,3%	59,7%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	20,2%	11,6%	21,7%	18,1%	28,4%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	19,1%	20,1%	25,2%	22,3%	13,3%
Εύχρηστη συσκευασία	26,2%	15,4%	24,7%	21,7%	12%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	21,2%	21,5%	29,7%	18,8%	8,8%
Άλλο πλεονέκτημα	41,1%	7,9%	15,8%	15,1%	20,1%

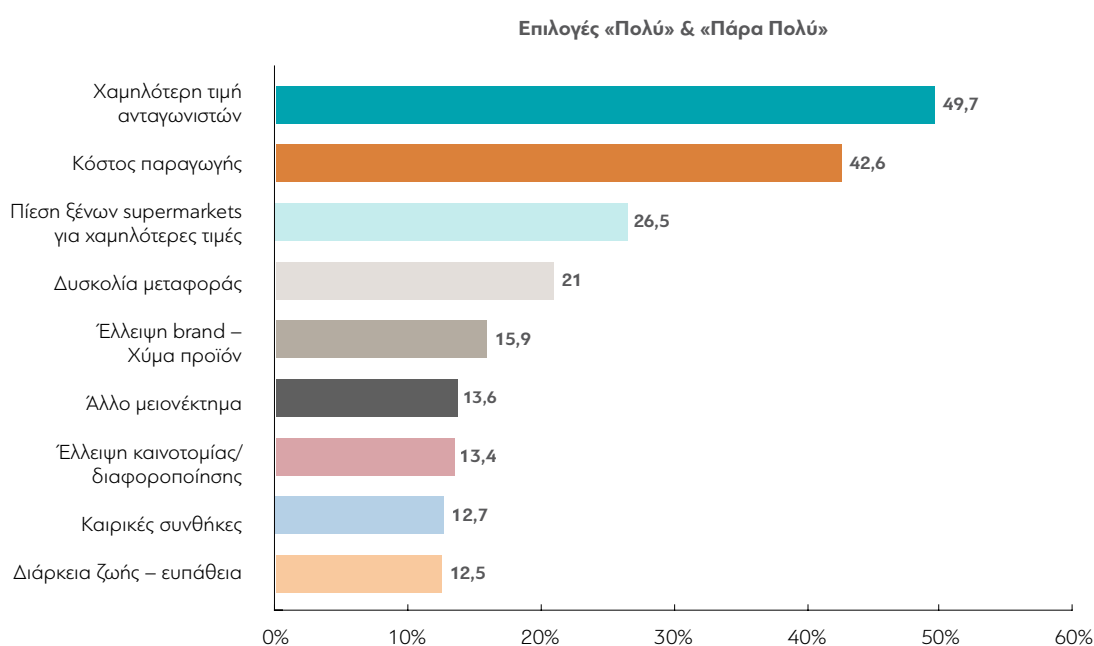
Πίνακας 11.8 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(τριογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ισχυρό brand (Δικό σας – Τρίτου)	7,8%	10,3%	25,9%	29,3%	26,7%
Χαμηλή τιμή πώλησης	4,3%	14,5%	35,9%	33,3%	12%
Καινοτόμο στην κατηγορία του	8,2%	13,6%	38,2%	23,6%	16,4%
Ποιότητα – Χαρακτηριστικά – Προδιαγραφές	2,5%	2,5%	10,8%	39,2%	45%
Ελληνικότητα/Χώρα προέλευσης	37,9%	11,7%	25,2%	11,7%	13,5%
Μοναδικότητα του προϊόντος στη χώρα εξαγωγής	24,1%	22,3%	25,1%	20,5%	8%
Εύχρηστη συσκευασία	34%	24,8%	16,5%	17,4%	7,3%
Το βρίσκουν εύκολα στην αγορά οι καταναλωτές	25,9%	30,6%	23,1%	13%	7,4%
Άλλο πλεονέκτημα	43,5%	-	9,7%	19,4%	27,4%

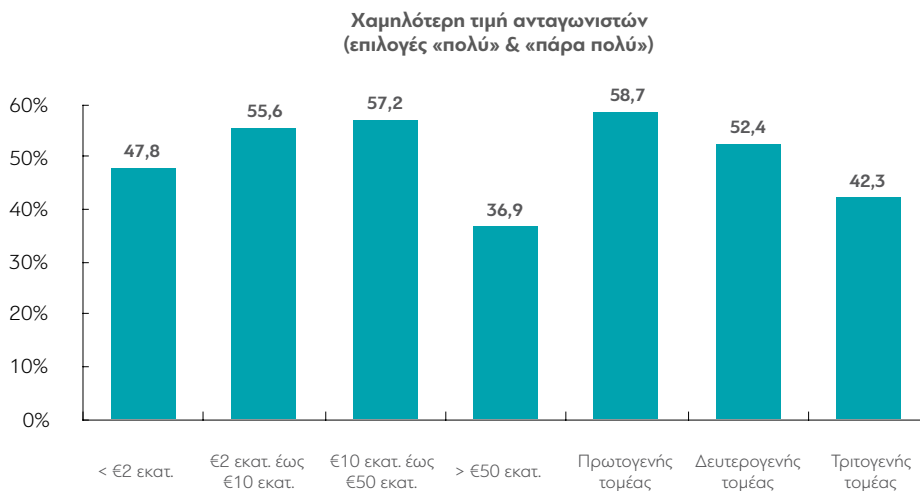
12. Μειονεκτήματα των εξαγωγίμων προϊόντων σας

Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;

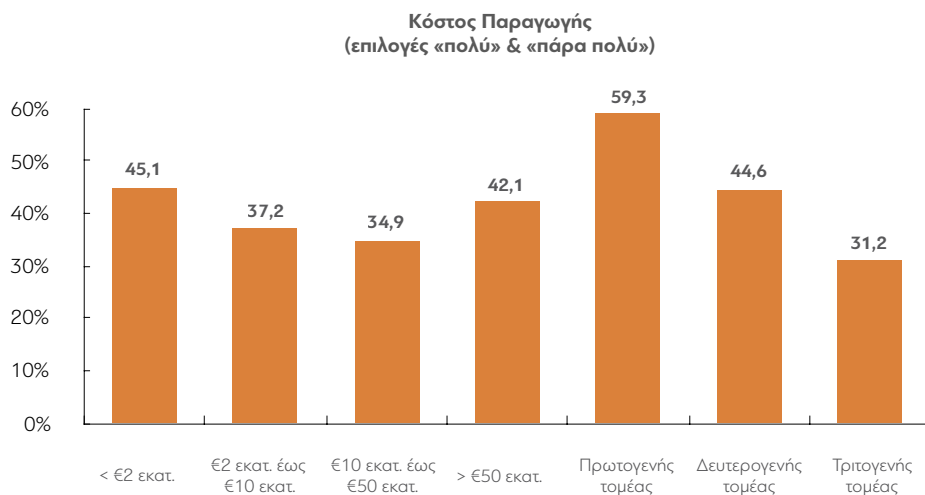
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)



- Σχεδόν οι **μισές εταιρείες** του δείγματος απάντησαν εμμέσως, ότι ιδιαίτερα σημαντικό μειονέκτημα των προϊόντων που εξάγουν είναι η τιμή τους.
- Πιο συγκεκριμένα επέλεξαν τη **χαμηλότερη τιμή των ανταγωνιστικών προϊόντων**.
- Σημαντικό μειονέκτημα σύμφωνα με τις εταιρείες αποτελεί και το **κόστος παραγωγής** των προϊόντων τους (**42,6%** επιλογές «πολύ» και «πάρα πολύ»).
- Τα υπόλοιπα μειονεκτήματα λάβανε αρκετά χαμηλότερα ποσοστά.
- Σε γενικές γραμμές παρατηρείται ότι οι εταιρείες είναι πιο διστακτικές στο να επιλέξουν τις επιλογές «πολύ» και «πάρα πολύ» όσον αφορά τα μειονεκτήματά τους σε σχέση με τα πλεονεκτήματά τους.



- Το ποσοστό που καταλαμβάνει η **χαμηλότερη τιμή των ανταγωνιστών** ως σημαντικό μειονέκτημα είναι αρκετά υψηλότερο στις κατηγορίες κύκλου εργασιών €2 εκατ. έως €10 εκατ. και €10 εκατ. έως €50 εκατ.
- Επίσης εμφανίζει μεγάλο ποσοστό στον πρωτογενή τομέα παραγωγής.



- Το υψηλό ποσοστό του **κόστους παραγωγής** ως σημαντικό μειονέκτημα στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα ξεχωρίζει σε σχέση με το ποσοστό που έλαβε στις υπόλοιπες κατηγορίες.

Πίνακας 12.1 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(σύνολο δείγματος)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	53,3%	18,9%	15,3%	7,4%	5,1%
Κόστος παραγωγής	13,7%	12,2%	31,5%	29,1%	13,5%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	11,1%	11,7%	27,5%	31,4%	18,3%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	49,6%	17,6%	16,9%	10,5%	5,4%
Δυσκολία μεταφοράς	32,7%	23%	23,3%	12,8%	8,2%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	48,4%	10,2%	14,9%	17,5%	9%
Καιρικές συνθήκες	62,1%	14,6%	10,6%	8,4%	4,3%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	44,9%	23,1%	18,6%	8,2%	5,2%
Άλλο μειονέκτημα	72,2%	4,3%	9,9%	6,2%	7,4%

Πίνακας 12.2 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(< €2 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	55,5%	17,7%	16,4%	5,7%	4,7%
Κόστος παραγωγής	13,2%	13,2%	28,5%	29,1%	16%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	13,2%	12,9%	26,1%	28,6%	19,2%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	52,9%	15,8%	16,2%	9,5%	5,6%
Δυσκολία μεταφοράς	33,9%	22,7%	22%	12,2%	9,2%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	51,6%	10%	12,9%	15,8%	9,7%
Καιρικές συνθήκες	64,3%	14,5%	9,9%	7,4%	3,9%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	48,6%	21,4%	15,5%	7,9%	6,6%
Άλλο μειονέκτημα	69,9%	4,2%	10%	6,7%	9,2%

Πίνακας 12.3 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(€2 εκατ. έως €10 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	50,7%	17,2%	11,5%	12,6%	8%
Κόστος παραγωγής	14%	9,3%	39,5%	29,1%	8,1%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	4,4%	8,9%	31,1%	36,7%	18,9%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	39,2%	21,5%	22,8%	12,7%	3,8%
Δυσκολία μεταφοράς	26,8%	24,4%	31,7%	11%	6,1%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	44,1%	11,7%	16,9%	19,5%	7,8%
Καιρικές συνθήκες	64,5%	10,1%	12,7%	8,9%	3,8%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	39,7%	28,2%	23,1%	6,4%	2,6%
Άλλο μειονέκτημα	76%	3,4%	13,8%	3,4%	3,4%

Πίνακας 12.4 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(€10 εκατ. έως €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	46,3%	26,8%	17,1%	9,8%	-
Κόστος παραγωγής	18,6%	11,6%	34,9%	27,9%	7%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	7,1%	9,5%	26,2%	47,7%	9,5%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	53,6%	17,1%	12,2%	7,3%	9,8%
Δυσκολία μεταφοράς	41,5%	26,8%	14,6%	9,8%	7,3%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	38,5%	7,7%	25,6%	23,1%	5,1%
Καιρικές συνθήκες	50%	17,5%	10%	15%	7,5%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	32,5%	30%	25%	10%	2,5%
Άλλο μειονέκτημα	100%	-	-	-	-

Πίνακας 12.5 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(> €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	44,4%	27,8%	11,1%	5,6%	11,1%
Κόστος παραγωγής	10,5%	10,5%	36,9%	31,6%	10,5%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	15,8%	10,5%	36,8%	15,8%	21,1%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	35,3%	29,4%	11,8%	23,5%	0%
Δυσκολία μεταφοράς	20%	15%	25%	35%	5%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	37,5%	12,5%	12,5%	25%	12,5%
Καιρικές συνθήκες	43,6%	31,3%	12,5%	6,3%	6,3%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	35,3%	11,8%	35,3%	17,6%	-
Άλλο μειονέκτημα	60%	20%	-	20%	-

Πίνακας 12.6 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(πρωτογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	23,3%	6,7%	26,7%	20%	23,3%
Κόστος παραγωγής	6,3%	9,4%	25%	40,5%	18,8%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	-	10,3%	31%	34,6%	24,1%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	33,3%	18,5%	18,5%	22,2%	7,5%
Δυσκολία μεταφοράς	19,4%	19,4%	25,8%	25,8%	9,6%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	21,4%	17,9%	17,9%	28,6%	14,2%
Καιρικές συνθήκες	16,7%	16,7%	13,2%	26,7%	26,7%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	25,9%	18,5%	33,3%	14,8%	7,5%
Άλλο μειονέκτημα	55,6%	-	44,4%	-	-

Πίνακας 12.7 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(δευτερογενής τομέας)

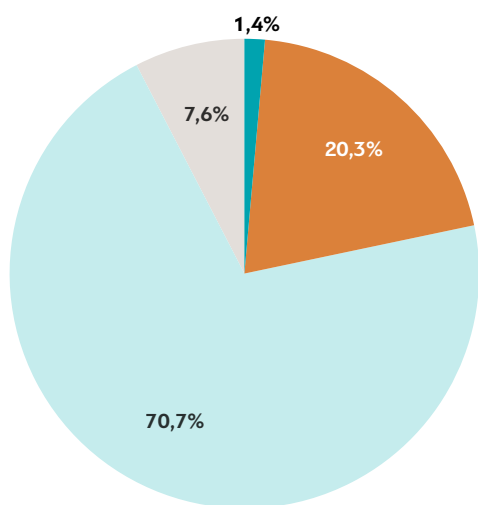
Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	57%	18,1%	15,8%	5,3%	3,8%
Κόστος παραγωγής	12,3%	10,5%	32,6%	30,8%	13,8%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	10,3%	11,5%	25,8%	34,1%	18,3%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	46,9%	19,7%	16,5%	10,6%	6,3%
Δυσκολία μεταφοράς	33,2%	23,5%	23,5%	12,3%	7,5%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	47,8%	8,8%	15,9%	17,1%	10,4%
Καιρικές συνθήκες	62,8%	16,4%	11,6%	6%	3,2%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	44,7%	24,7%	17,6%	7,5%	5,5%
Άλλο μειονέκτημα	74,7%	5,5%	7,7%	2,2%	9,9%

Πίνακας 12.8 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα μειονεκτήματα των προϊόντων που εξάγετε;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(τριογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Διάρκεια ζωής – ευπάθεια	55,3%	23,8%	9,5%	7,6%	3,8%
Κόστος παραγωγής	21,1%	14,7%	33%	22,9%	8,3%
Χαμηλότερη τιμή ανταγωνιστών	13,5%	12,7%	31,5%	27,9%	14,4%
Έλλειψη brand – Χύμα προϊόν	61%	11,6%	17,9%	6,3%	3,2%
Δυσκολία μεταφοράς	34,6%	22,8%	23,8%	9,9%	8,9%
Πίεση ξένων supermarkets για χαμηλότερες τιμές	62,6%	12,1%	12,1%	8,8%	4,4%
Καιρικές συνθήκες	76,3%	8,6%	8,6%	5,4%	1,1%
Έλλειψη καινοτομίας/διαφοροποίησης	50%	21,9%	16,7%	7,3%	4,1%
Άλλο μειονέκτημα	68,4%	5,3%	7,9%	15,8%	2,6%

13. Οφέλη εξαγωγών

Ποιο το όφελος από την εξαγωγική σας δραστηριότητα;



- Ζημιογόνα αποτελέσματα
- Ούτε ζημιογόνα – ούτε κερδοφόρα αποτελέσματα
- Κερδοφόρα αποτελέσματα
- Πολύ κερδοφόρα αποτελέσματα

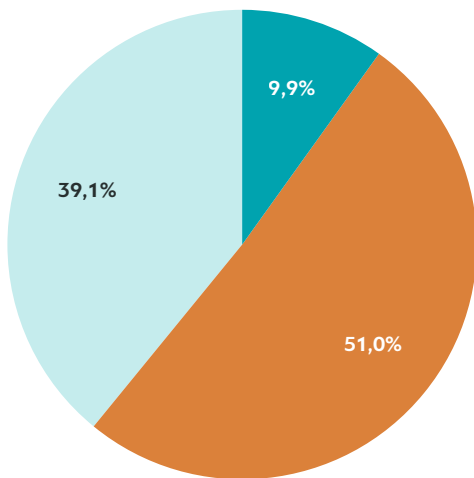
Πίνακας 13 Ποιο το όφελος από την εξαγωγική σας δραστηριότητα;

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Ζημιογόνα αποτελέσματα	1,4%	1,7%	-	2,3%	-	-	1%	2,4%
Ούτε ζημιογόνα – ούτε κερδοφόρα αποτελέσματα	20,3%	22,4%	13,5%	18,2%	19%	8,8%	19,5%	18,3%
Κερδοφόρα αποτελέσματα	70,7%	69,1%	80,2%	65,9%	66,7%	79,4%	72,1%	71,4%
Πολύ κερδοφόρα αποτελέσματα	7,6%	6,8%	6,3%	13,6%	14,3%	11,8%	7,4%	7,9%

- Η εξαγωγική δραστηριότητα των εταιρειών είναι **κερδοφόρα** για την μεγάλη πλειοψηφία του δείγματος.
- Δεν εντοπίζονται μεγάλες διαφορές στα ποσοστά μεταξύ των διαφόρων κατηγοριών κύκλου εργασιών και τομέων παραγωγής.

14. Διαφοροποίηση εξαγωγίμων προϊόντων σε σχέση με τον ανταγωνισμό

Σε σχέση με τον ανταγωνισμό πόσο διαφοροποιημένα θεωρείτε ότι είναι τα προϊόντα σας;



- Τελείως διαφοροποιημένα
- Εφάμιλλα των ανταγωνιστών
- Ανώτερα των ανταγωνιστών

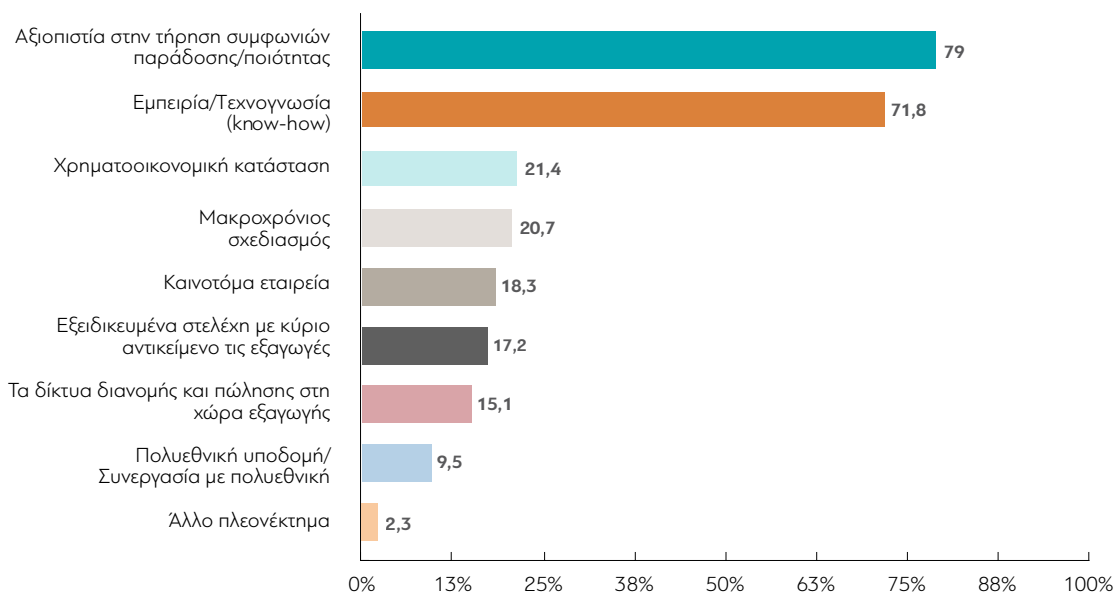
Πίνακας 14 Σε σχέση με τον ανταγωνισμό πόσο διαφοροποιημένα θεωρείτε ότι είναι τα προϊόντα σας;

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Τελείως διαφοροποιημένα	9,9%	11,9%	4,1%	6,6%	9,1%	5,8%	10,6%	7,9%
Εφάμιλλα των ανταγωνιστών	51%	49,5%	57,1%	46,7%	59,1%	47,1%	48,5%	55,1%
Ανώτερα των ανταγωνιστών	39,1%	38,6%	38,8%	46,7%	31,8%	47,1%	40,9%	37%

- **4/10** εταιρείες θεωρούν ότι τα προϊόντα τους είναι **ανώτερα** των ανταγωνιστών.
- Μόλις το **10% περίπου** των εταιρειών απάντησαν ότι τα προϊόντα τους είναι **τελείως διαφοροποιημένα** σε σχέση με τον ανταγωνισμό.
- Οι περισσότερες επιχειρήσεις τόσο ανά κύκλο εργασιών όσο και ανά τομέα κρίνουν ότι τα προϊόντα τους είναι **εφάμιλλα των ανταγωνιστών**.

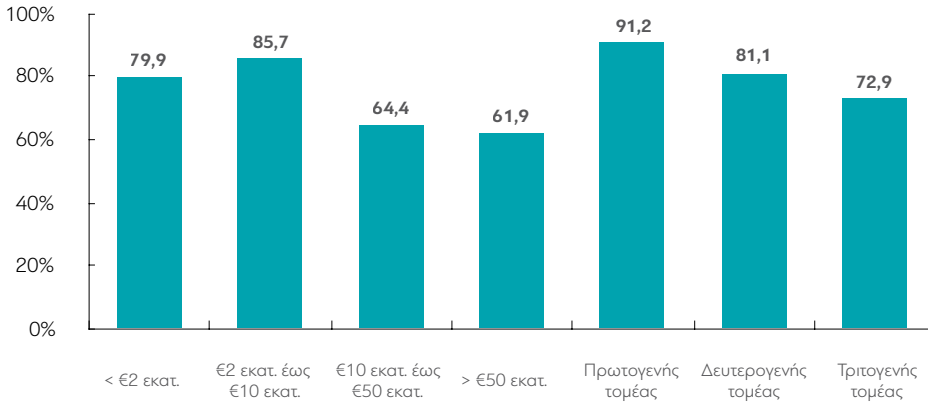
15. Πλεονεκτήματα τη εταιρείας σας

Ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της εταιρείας σας; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις)



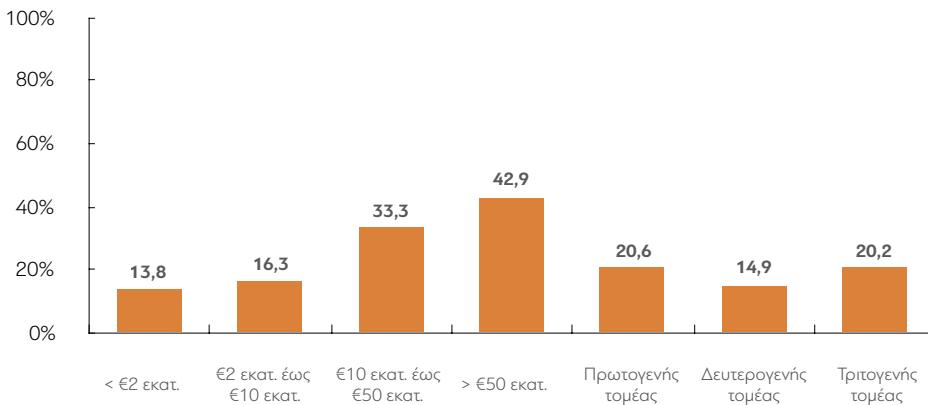
- Η **αξιοπιστία στην τήρηση συμφωνιών παράδοσης/ποιότητας** επιλέχθηκε από το 79% των εταιρειών του δείγματος ως το σημαντικότερο πλεονέκτημα των εταιρειών.
- Ακολούθησε η **εμπειρία/τεχνογνωσία (know-how)** με **71,8%**.
- Οι υπόλοιπες επιλογές κατέλαβαν πολύ μικρότερα ποσοστά.

Αξιοπιστία στην τήρηση συμφωνιών παράδοσης / ποιότητας



- Στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα η αξιοπιστία στην τήρηση συμφωνιών παράδοσης/ποιότητας επιλέχθηκε από το **91,2%**, ποσοστό σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τις λοιπές κατηγορίες.

Εξειδικευμένα στελέχη με κύριο αντικείμενο τις εξαγωγές



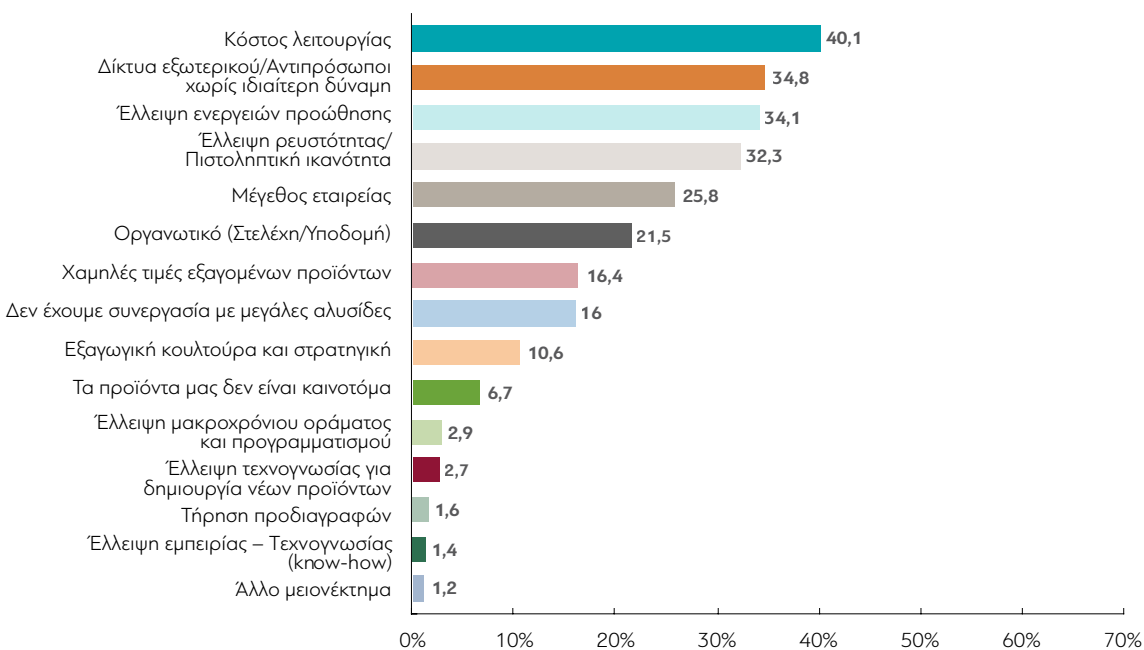
- Καθώς αυξάνεται ο κύκλος εργασιών των εταιρειών, παρατηρείται ότι οι εταιρείες επιλέγουν ως πλεονέκτημά τους την ύπαρξη εξειδικευμένων στελεχών με κύριο αντικείμενο τις εξαγωγές σε σημαντικό μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες.

Πίνακας 15 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της εταιρείας σας;
(επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις);

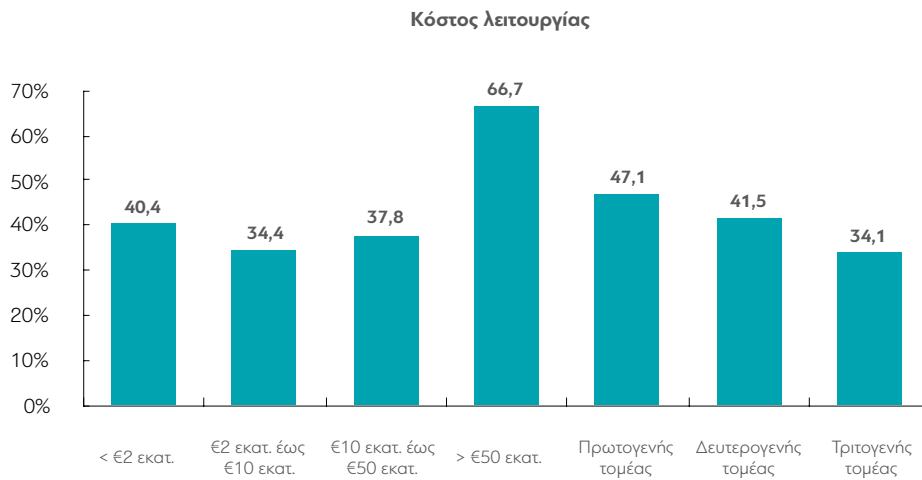
Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Πολυεθνική υποδομή/Συnergασία με πολυεθνική	9,5%	6,2%	12,2%	22,2%	23,8%	5,9%	5,3%	20,9%
Χρηματοοικονομική κατάσταση	21,4%	13,8%	42,9%	33,3%	23,8%	11,8%	17,5%	32,6%
Εξειδικευμένα στελέχη με κύριο αντι- κείμενο τις εξαγωγές	17,2%	13,8%	16,3%	33,3%	42,9%	20,6%	14,9%	20,2%
Μακροχρόνιος σχεδιασμός	20,7%	21,8%	21,4%	11,1%	19%	14,7%	22,5%	17,1%
Τα δίκτυα διανομής και πώλησης στη χώρα εξαγωγής	15,1%	13,8%	14,3%	26,7%	14,3%	14,7%	16,9%	14%
Αξιοπιστία στην τήρηση συμφωνιών παράδοσης/ποιότητας	79%	79,9%	85,7%	64,4%	61,9%	91,2%	81,1%	72,9%
Εμπειρία/Τεχνογνωσία (know-how)	71,8%	76,3%	65,3%	64,4%	42,9%	67,6%	73,2%	69,8%
Καινοτόμα εταιρεία	18,3%	20,1%	11,2%	20%	19%	14,7%	21,2%	14%
Άλλο πλεονέκτημα	2,3%	2,8%	1%	2,2%	0%	2,9%	1,7%	3,1%

16. Μειονεκτήματα της εταιρείας σας

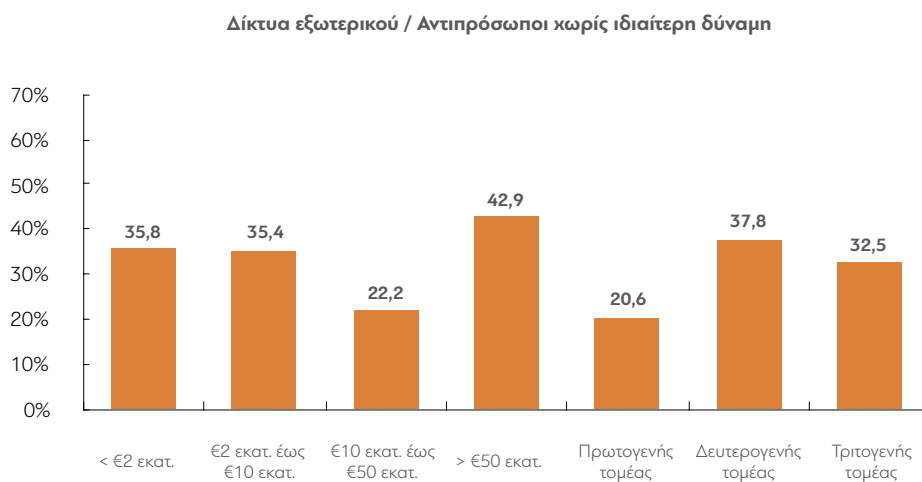
Ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα / αδυναμίες της εταιρείας σας; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις)



- Αντίθετα με τα ποσοστά που συγκέντρωσαν τα δυο πιο «δημοφιλή» πλεονεκτήματα (79% & 71,8%), παρατηρείται ότι τα αντίστοιχα τέσσερα μειονεκτήματα συγκέντρωσαν ποσοστά μεγαλύτερα του 30%, αλλά κανένα πάνω από 50%.
- Πιο συγκεκριμένα, το **κόστος λειτουργίας** έλαβε το μεγαλύτερο ποσοστό μεταξύ των μειονεκτημάτων με **40,1%**.
- Ακολούθησαν τα **δίκτυα εξωτερικού/αντιπρόσωποι χωρίς ιδιαίτερη δύναμη** με **34,8%** και η **έλλειψη ενεργειών προώθησης** με **34,1%**.
- Την τέταρτη θέση κατέλαβε η **έλλειψη ρευστότητας/πιστοληπτική ικανότητα** με **32,3%**.
- Οι υπόλοιπες επιλογές έλαβαν ποσοστά χαμηλότερα του 30%.

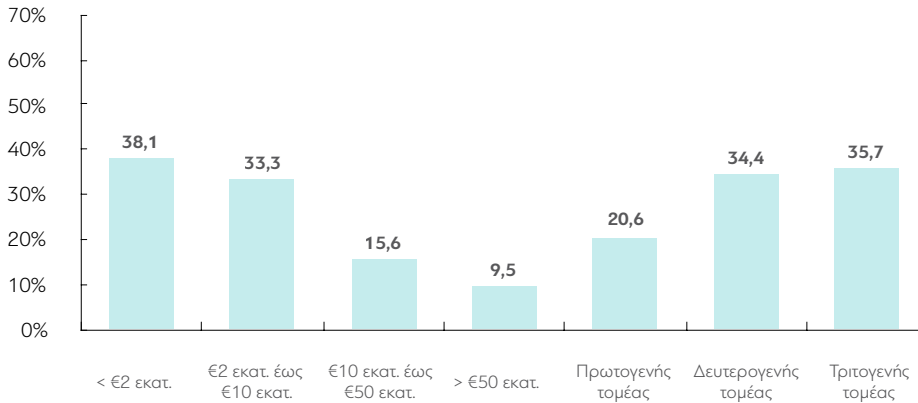


- Για **2 στις 3** εταιρείες με κύκλο εργασιών **μεγαλύτερο των €50 εκατ.** το κόστος λειτουργίας αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα.
- Σχεδόν οι μισές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον **πρωτογενή τομέα** συμπεριφέρονται την ίδια άποψη.



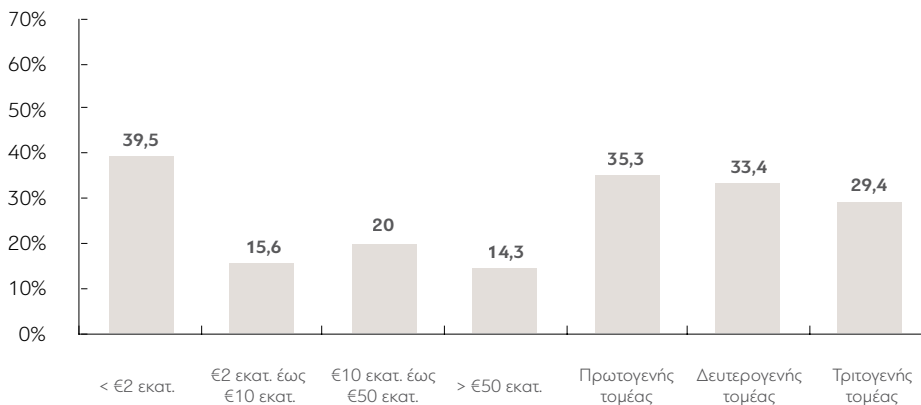
- Σημαντικό ποσοστό λαμβάνουν ως μειονεκτήματα τα δίκτυα εξωτερικού των εταιρειών και η ύπαρξη αντιπροσώπων χωρίς ιδιαίτερη δύναμη στην κατηγορία κύκλου εργασιών **άνω των €50 εκατ.**, καθώς και στον **δευτερογενή τομέα** παραγωγής.

Έλλειψη ενεργειών προώθησης



- Η έλλειψη ενεργειών προώθησης δεν φαίνεται να αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα για τις εταιρείες με κύκλο εργασιών άνω των €10 εκατ.
- Αντιθέτως παραπάνω από **1 στις 3** εταιρείες με κύκλο εργασιών μικρότερο των €2 εκατ. την επέλεξαν ως σημαντικό μειονέκτημα των εταιρειών τους.

Έλλειψη ρευστότητας / Πιστοληπτική ικανότητα



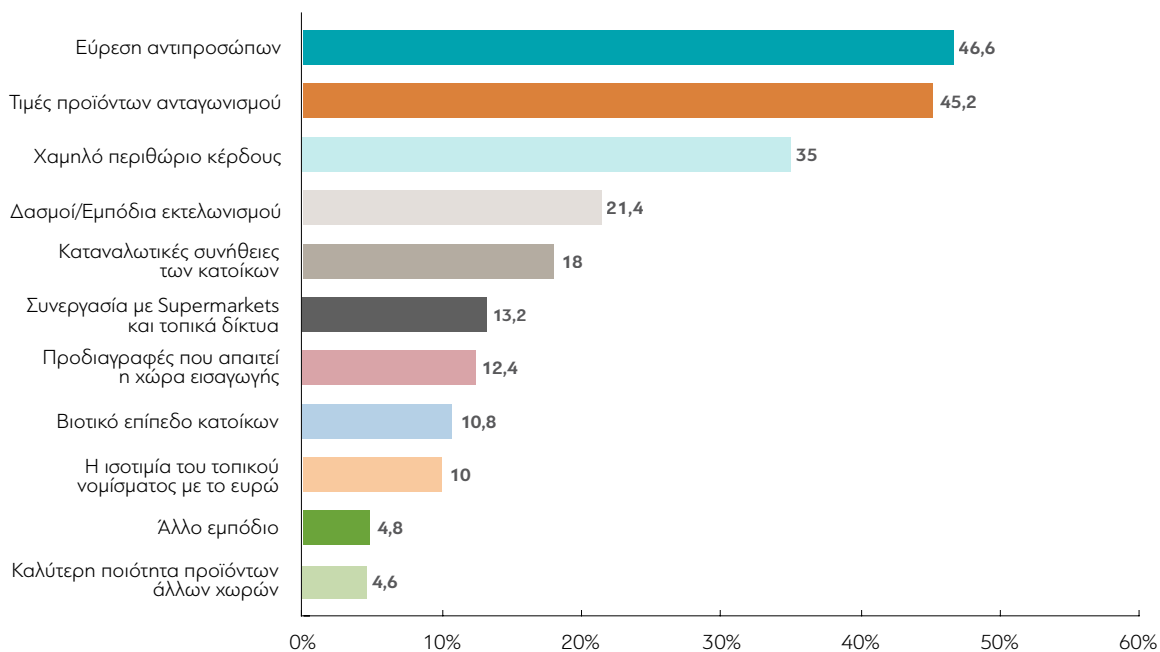
- Η έλλειψη ρευστότητας προβληματίζει σχεδόν το **40%** των εταιρειών που ανήκουν στην μικρότερη κατηγορία κύκλου εργασιών.
- Στις μεγαλύτερες κατηγορίες τα ποσοστά της είναι αρκετά μικρότερα.

Πίνακας 16 Ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της εταιρείας σας;(επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις);

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Οργανωτικό (Στελέκη/Υποδομή)	21,5%	22,3%	20,8%	20%	14,3%	11,8%	23,4%	20,6%
Δίκτυα εξωτερικού/Αντιπρόσωποι χωρίς ιδιαίτερη δύναμη	34,8%	35,8%	35,4%	22,2%	42,9%	20,6%	37,8%	32,5%
Χαμηλές τιμές εξαγομένων προϊόντων	16,4%	14,9%	16,7%	26,7%	19%	26,5%	16,1%	14,3%
Τήρηση προδιαγραφών	1,6%	1,7%	-	-	9,5%	-	2%	1,6%
Κόστος λειτουργίας	40,1%	40,4%	34,4%	37,8%	66,7%	47,1%	41,5%	34,1%
Έλλειψη ενεργειών προώθησης	34,1%	38,1%	33,3%	15,6%	9,5%	20,6%	34,4%	35,7%
Εξαγωγική κουλτούρα και στρατηγική	10,6%	8,3%	19,8%	11,1%	4,8%	5,9%	10,4%	11,9%
Έλλειψη ρευστότητας/Πιστοληπτική ικανότητα	32,3%	39,5%	15,6%	20%	14,3%	35,3%	33,4%	29,4%
Μέγεθος εταιρείας	25,8%	30,9%	15,6%	15,6%	9,5%	20,6%	24,7%	28,6%
Έλλειψη τεκνογνωσίας για δημιουργία νέων προϊόντων	2,7%	2,3%	3,1%	4,4%	4,8%	8,8%	2%	0,8%
Έλλειψη εμπειρίας – Τεκνογνωσίας (Know how)	1,4%	0,6%	4,2%	-	4,8%	2,9%	1,3%	1,6%
Έλλειψη μακροχρόνιου οράματος και προγραμματισμού	2,9%	2%	5,2%	6,7%	-	5,9%	2%	5,6%
Τα προϊόντα μας δεν είναι καινοτόμα	6,7%	4,9%	8,3%	8,9%	23,8%	8,8%	5%	8,7%
Δεν έχουμε συνεργασία με μεγάλες αλυσίδες	16%	15,2%	25%	11,1%	-	20,6%	17,1%	9,5%
Άλλο μειονέκτημα	1,2%	0,6%	4,2%	0%	-	2,9%	0,7%	0,8%

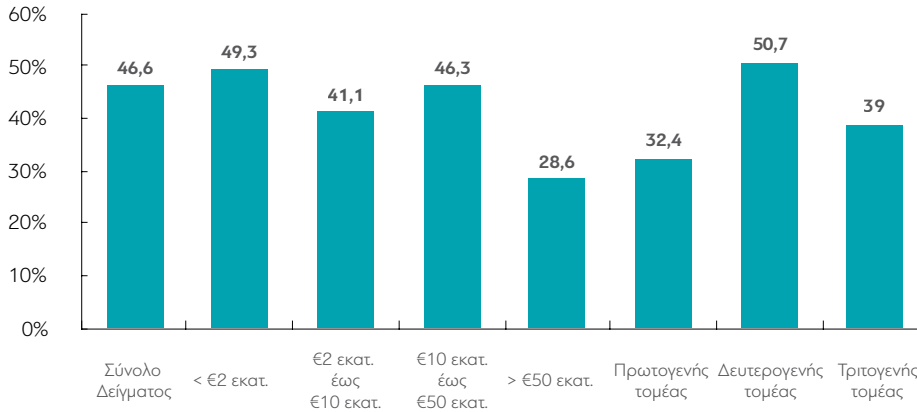
17. Εμπόδια που αντιμετωπίζει η εταιρεία σας στις χώρες εξαγωγών

Ποια είναι τα σημαντικότερα εμπόδια στις βασικές χώρες εξαγωγών σας; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις)



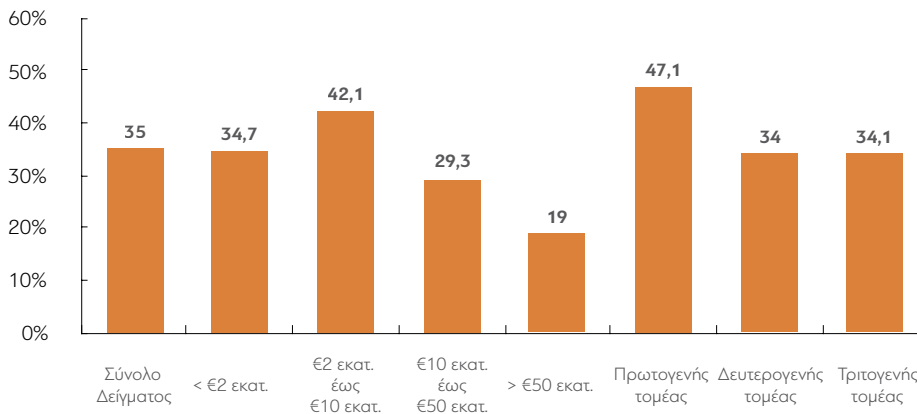
- Μεγάλη δυσκολία παρουσιάζει η **εύρεση αντιπροσώπων** στο εξωτερικό καθώς το **46,6%** του δείγματος το επέλεξε ως σημαντικό εμπόδιο.
- Οι **τιμές των προϊόντων του ανταγωνισμού** συγκέντρωσαν σχεδόν παρόμοιο ποσοστό (**45,2%**), ενώ το **35%** του δείγματος επέλεξε το **χαμηλό περιθώριο κέρδους** των εξαγωγών ως σημαντικό εμπόδιο.
- Οι υπόλοιπες επιλογές έλαβαν αρκετά μικρότερα ποσοστά.

Εύρεση αντιπροσώπων



- Στις περισσότερες κατηγορίες η εύρεση αντιπροσώπων στις χώρες στις οποίες εξάγουν τα προϊόντα τους οι εταιρείες αποτελεί σημαντικό εμπόδιο και συγκεντρώνει ποσοστά άνω του **35%**.
- Εξάιρεση αποτελούν η κατηγορία κύκλου εργασιών άνω των €50 εκατ. και οι εταιρείες του πρωτογενή τομέα παραγωγής που συγκεντρώνουν χαμηλότερα ποσοστά.

Δίκτυα εξωτερικού / Αντιπρόσωποι χωρίς ιδιαίτερη δύναμη



- Το χαμηλό περιθώριο κέρδους συγκεντρώνει υψηλά ποσοστά ως εμπόδιο σε όλες τις κατηγορίες με εξαίρεση στις εταιρείες με κύκλο εργασιών άνω των €50 εκατ.
- Τονίζεται ότι στις εταιρείες του πρωτογενή τομέα επιλέχθηκε στο 50% σχεδόν των απαντήσεων.

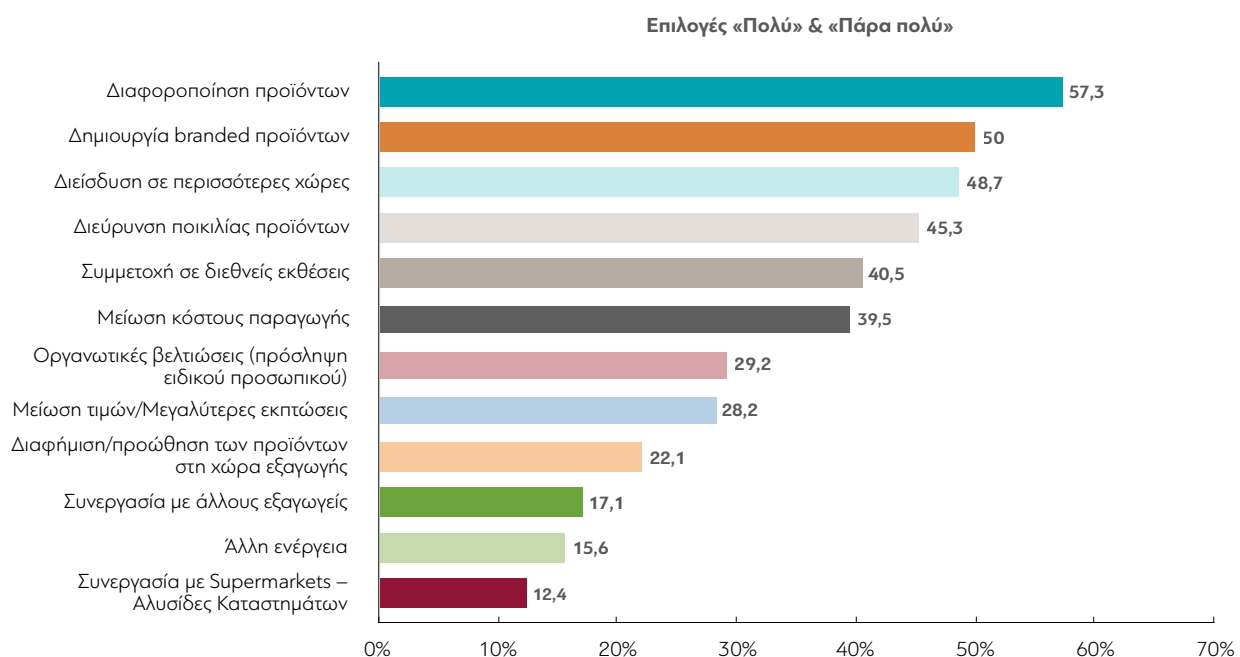
Πίνακας 17 Ποια είναι τα σημαντικότερα εμπόδια στις βασικές χώρες εξαγωγών σας; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις);

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Εύρεση αντιπροσώπων	46,6%	49,3%	41,1%	46,3%	28,6%	32,4%	50,7%	39%
Καλύτερη ποιότητα προϊόντων άλλων χωρών	4,6%	4,7%	4,2%	0%	14,3%	8,8%	3,7%	4,9%
Καταναλωτικές συνήθειες των κατοίκων	18%	16,6%	20%	19,5%	28,6%	11,8%	19%	16,3%
Βιοτικό επίπεδο κατοίκων	10,8%	10,5%	11,6%	12,2%	9,5%	8,8%	9,5%	13%
Προδιαγραφές που απαιτεί η χώρα εισαγωγής	12,4%	12,5%	14,7%	12,2%	-	14,7%	12,2%	14,6%
Συνεργασία με Supermarkets και τοπικά δίκτυα	13,2%	13,1%	11,6%	12,2%	23,8%	29,4%	14,3%	4,1%
Τιμές προϊόντων ανταγωνισμού	45,2%	44%	44,2%	56,1%	47,6%	47,1%	44,9%	43,9%
Δασμοί/Εμπόδια εκτελωνισμού	21,4%	19,5%	26,3%	14,6%	42,9%	11,8%	21,1%	26,8%
Χαμηλό περιθώριο κέρδους	35%	34,7%	42,1%	29,3%	19%	47,1%	34%	34,1%
Η ισοτιμία του τοπικού νομίσματος με το ευρώ	10%	9%	10,5%	12,2%	19%	14,7%	10,2%	8,9%
Άλλο εμπόδιο	4,8%	5%	4,2%	4,9%	4,8%	2,9%	6,5%	3,3%

18. Ενέργειες ενίσχυσης των εξαγωγών

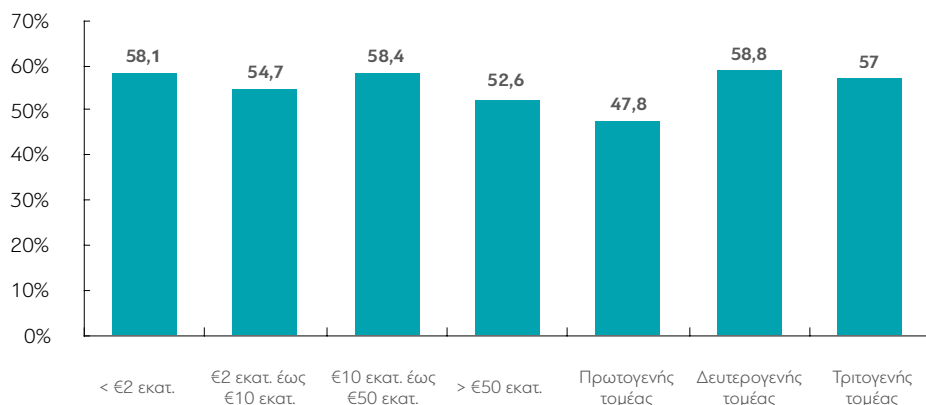
Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας;

- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)



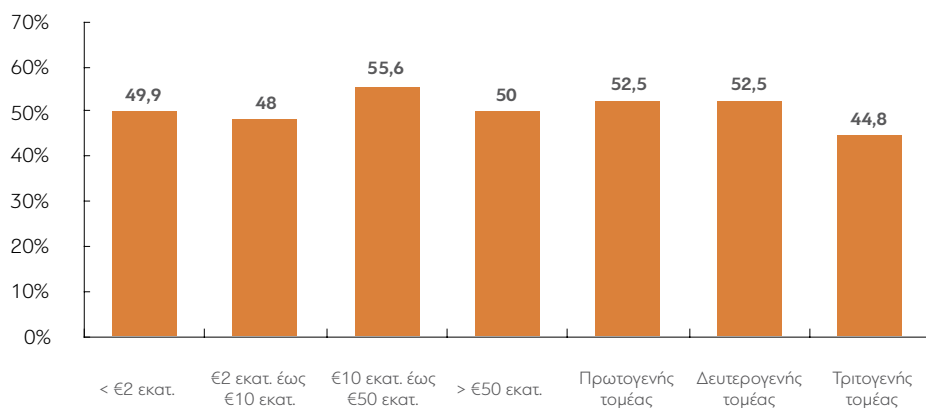
- Οι εξαγωγικές εταιρείες προσπαθούν σε μεγάλο βαθμό να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους ώστε να τα καταστήσουν πιο ανταγωνιστικά. Το **57,3%** των εταιρειών δήλωσε ότι η **διαφοροποίηση των προϊόντων** τους αποτελεί την πρωταρχική τους ενέργεια για την αύξηση των εξαγωγών τους.
- Οι μισές εταιρείες (**50%**) απάντησαν ότι δημιουργούν **branded προϊόντα** για τον ίδιο σκοπό, καθώς και ότι προσπαθούν να διεισδύσουν σε όσο το δυνατόν **περισσότερες χώρες (48,7%)**.
- Η **διεύρυνση της ποικιλίας** των προϊόντων τους είναι μια δημοφιλής πρακτική μεταξύ των εταιρειών (**45,3%**), όπως και η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις (**40,5%**).

Διαφοροποίηση προϊόντων
(επιλογές «πολύ» & «πάρα πολύ»)

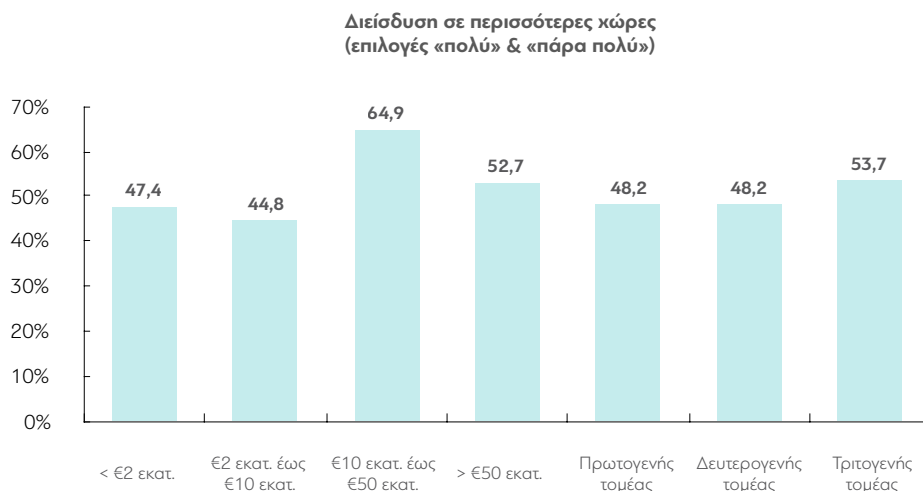


- Η **διαφοροποίηση των προϊόντων** καταλαμβάνει σχεδόν σε όλες τις κατηγορίες ποσοστό άνω του 50%.

Δημιουργία branded προϊόντων
(επιλογές «πολύ» & «πάρα πολύ»)



- Σχεδόν αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζει και η **δημιουργία branded προϊόντων** με τα ποσοστά της να μην παρουσιάζουν σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ των διαφορετικών κατηγοριών.



- Η **διείσδυση σε περισσότερες χώρες** παρουσιάζει μεγαλύτερα ποσοστά στις υψηλότερες κατηγορίες κύκλου εργασιών.

Πίνακας 18.1 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας; Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (σύνολο δείγματος)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	20,4%	11,5%	18,1%	26,3%	23,7%
Διαφοροποίηση προϊόντων	11,6%	8,9%	22,2%	34,1%	23,2%
Μείωση κόστους παραγωγής	9,9%	14,3%	36,3%	25,4%	14,1%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	25,6%	16%	17,9%	18,8%	21,7%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	33,3%	24,9%	19,7%	15,4%	6,7%
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	58,9%	16,6%	12,1%	7,6%	4,8%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	14,3%	12,8%	27,6%	29,8%	15,5%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	10,2%	15,3%	25,8%	29%	19,7%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	19,7%	22,5%	29,6%	19,2%	9%
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	27,7%	19,1%	24%	19,8%	9,4%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	44,2%	22,6%	16,1%	12,5%	4,6%
Άλλη ενέργεια	71%	7,8%	5,6%	5,6%	10%

Πίνακας 18.2 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας; Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (< €2 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	21,1%	11,3%	17,7%	23,7%	26,2%
Διαφοροποίηση προϊόντων	12%	9,5%	20,4%	31,7%	26,4%
Μείωση κόστους παραγωγής	11,1%	15,9%	36,3%	23,2%	13,5%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	29,5%	17,8%	16,4%	17,1%	19,2%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	39,7%	22,8%	17,3%	13,6%	6,6%
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	65%	15%	12,5%	4,2%	3,3%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	15,6%	15,1%	26,3%	26,3%	16,7%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	12,1%	16,1%	24,4%	28%	19,4%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	20,1%	24,2%	26,4%	19,3%	10%
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	32,2%	19,8%	23,6%	14,7%	9,7%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	43,7%	20,6%	17,5%	11,9%	6,3%
Άλλη ενέργεια	65,3%	8,7%	7,2%	7,2%	11,6%

Πίνακας 18.3 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας; Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (€2 εκατ. έως €10 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	17,8%	13,7%	20,5%	32,9%	15,1%
Διαφοροποίηση προϊόντων	9,3%	9,3%	26,7%	40%	14,7%
Μείωση κόστους παραγωγής	8,9%	10,1%	32,9%	31,6%	16,5%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	23,2%	14,6%	18,3%	14,6%	29,3%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	18,9%	31,1%	24,3%	17,6%	8,1%
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	54,7%	20,3%	9,4%	15,6%	-
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	11,7%	6,4%	29,9%	39%	13%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	7,9%	18,4%	28,9%	30,3%	14,5%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	15,9%	14,5%	40,7%	18,8%	10,1%
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	25,1%	20,8%	23,6%	20,8%	9,7%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	49,3%	23,1%	13,8%	12,3%	1,5%
Άλλη ενέργεια	92,9%	-	-	-	7,1%

Πίνακας 18.4 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(€10 εκατ. έως €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	22,2%	8,3%	13,9%	36,2%	19,4%
Διαφοροποίηση προϊόντων	11,1%	8,3%	22,2%	39%	19,4%
Μείωση κόστους παραγωγής	5,1%	10,3%	41%	33,3%	10,3%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	12,5%	10%	20%	35%	22,5%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	29%	26,3%	18,4%	23,7%	2,6%
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	34,3%	22,9%	11,4%	11,4%	20%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	8,6%	8,6%	22,9%	42,8%	17,1%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	2,7%	5,4%	27%	37,9%	27%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	22,9%	22,9%	31,3%	22,9%	-
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	8,3%	13,9%	22,2%	47,3%	8,3%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	41,2%	29,4%	5,9%	23,5%	-
Άλλη ενέργεια	100%	-	-	-	-

Πίνακας 18.5 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(> €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	16,7%	11,1%	22,2%	22,2%	27,8%
Διαφοροποίηση προϊόντων	15,8%	-	31,6%	36,8%	15,8%
Μείωση κόστους παραγωγής	5,3%	15,8%	42%	15,8%	21,1%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	5,9%	5,9%	35,3%	29,4%	23,5%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	5,6%	27,8%	38,8%	16,7%	11,1%
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	37,4%	12,5%	18,8%	18,8%	12,5%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	17,6%	11,8%	47,1%	17,6%	5,9%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	5,2%	10,5%	31,6%	21,1%	31,6%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	22,2%	27,8%	33,3%	11,1%	5,6%
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	11,8%	11,8%	35,3%	35,3%	5,8%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	37,5%	37,5%	25%	-	-
Άλλη ενέργεια	66,7%	33,3%	-	-	-

Πίνακας 18.6 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας; Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (πρωτογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	19%	9,5%	19%	28,7%	23,8%
Διαφοροποίηση προϊόντων	8,7%	4,3%	39,2%	21,7%	26,1%
Μείωση κόστους παραγωγής	7,4%	7,4%	40,8%	33,3%	11,1%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	22,7%	22,7%	27,3%	9,1%	18,2%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	36,4%	13,6%	27,3%	22,7%	-
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	50%	8,3%	16,7%	20,8%	4,2%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	19%	19%	38,2%	19%	4,8%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	11,1%	25,9%	14,8%	37,1%	11,1%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	36,4%	31,8%	18,2%	13,6%	-
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	21,7%	34,9%	13%	26,1%	4,3%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	17,4%	30,5%	21,7%	26,1%	4,3%
Άλλη ενέργεια	25%	25%	-	25%	25%

Πίνακας 18.7 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας; Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (δευτερογενής τομέας)

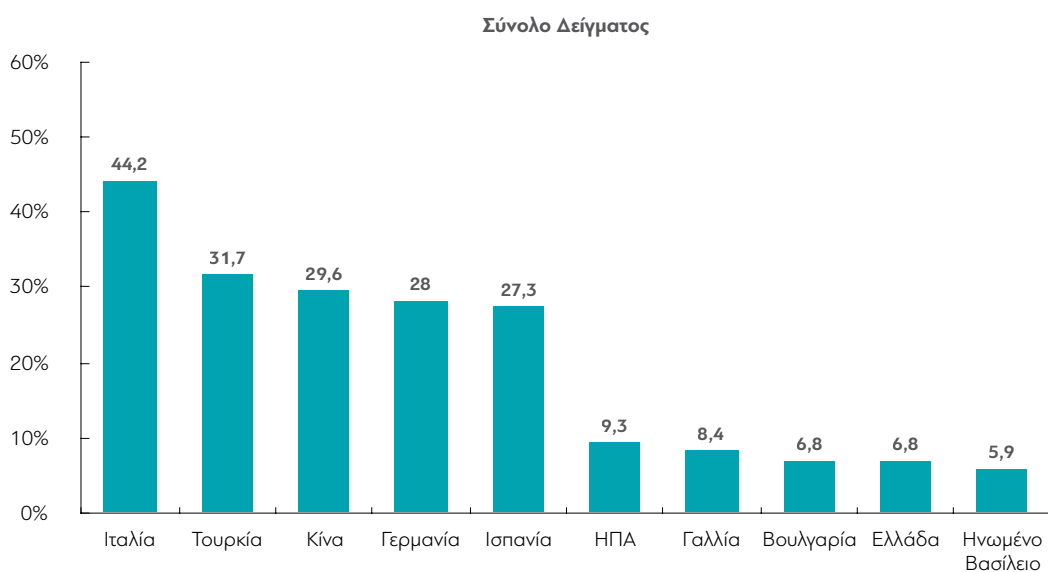
Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	17,2%	12,7%	17,6%	28,3%	24,2%
Διαφοροποίηση προϊόντων	10,5%	7,8%	22,9%	33,6%	25,2%
Μείωση κόστους παραγωγής	6,7%	14,1%	38,7%	23,4%	17,1%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	24,3%	16,5%	16,9%	18,4%	23,9%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	31,7%	28,5%	16,5%	15,3%	8%
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	57,6%	17,1%	12,4%	6,9%	6%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	14,5%	10,6%	29%	29%	16,9%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	11,2%	13,7%	26,9%	26,9%	21,3%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	19,9%	23,2%	27,5%	19,9%	9,5%
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	28,4%	18,1%	23,3%	19%	11,2%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	43,7%	22%	16,3%	12,3%	5,7%
Άλλη ενέργεια	70,5%	9,1%	4,5%	6,8%	9,1%

Πίνακας 18.8 Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες πραγματοποιείτε για να αυξήσετε τις εξαγωγές σας; Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ) (τριτογενής τομέας)

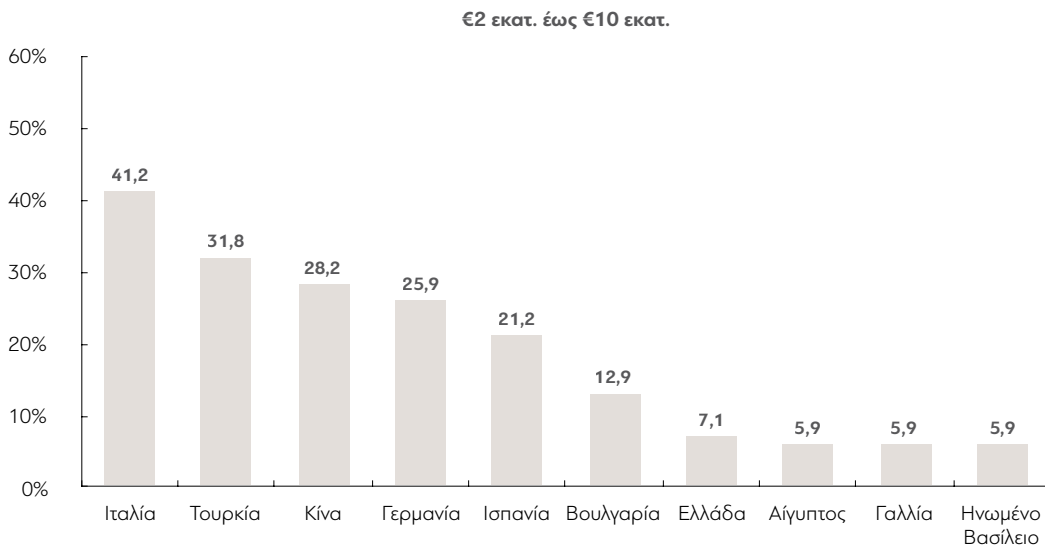
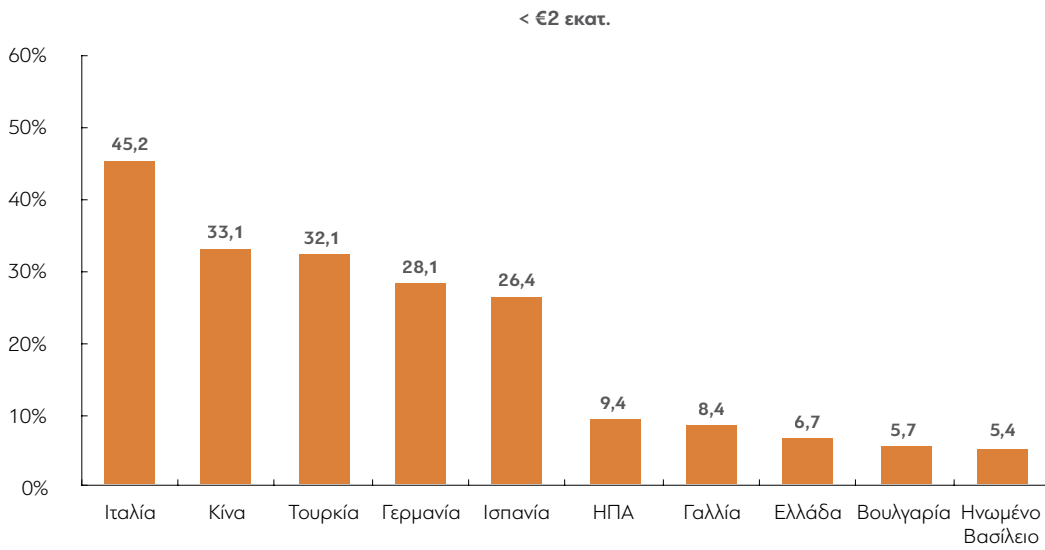
Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Δημιουργία branded προϊόντων	26,5%	9,2%	19,5%	21,8%	23%
Διαφοροποίηση προϊόντων	14%	11,8%	17,2%	36,6%	20,4%
Μείωση κόστους παραγωγής	18,4%	18,4%	29,9%	26,4%	6,9%
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις	25,2%	15,2%	22,2%	20,2%	17,2%
Διαφήμιση/προώθηση των προϊόντων στη χώρα εξαγωγής	30%	18,9%	28,9%	17,8%	4,4%
Συνεργασία με Supermarkets – Αλυσίδες Καταστημάτων	67,2%	15,8%	10,5%	3,9%	2,6%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων	11,1%	15,6%	24,4%	33,3%	15,6%
Διείσδυση σε περισσότερες χώρες	9,5%	14,7%	22,1%	36,9%	16,8%
Μείωση τιμών/ Μεγαλύτερες εκπτώσεις	12,5%	19,3%	38,6%	21,6%	8%
Οργανωτικές βελτιώσεις (πρόσληψη ειδικού προσωπικού)	27,3%	19,3%	26,1%	19,3%	8%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	51,1%	21,3%	16,3%	8,8%	2,5%
Άλλη ενέργεια	74,1%	-	11,1%	-	14,8%

19. Ανταγωνίστριες χώρες

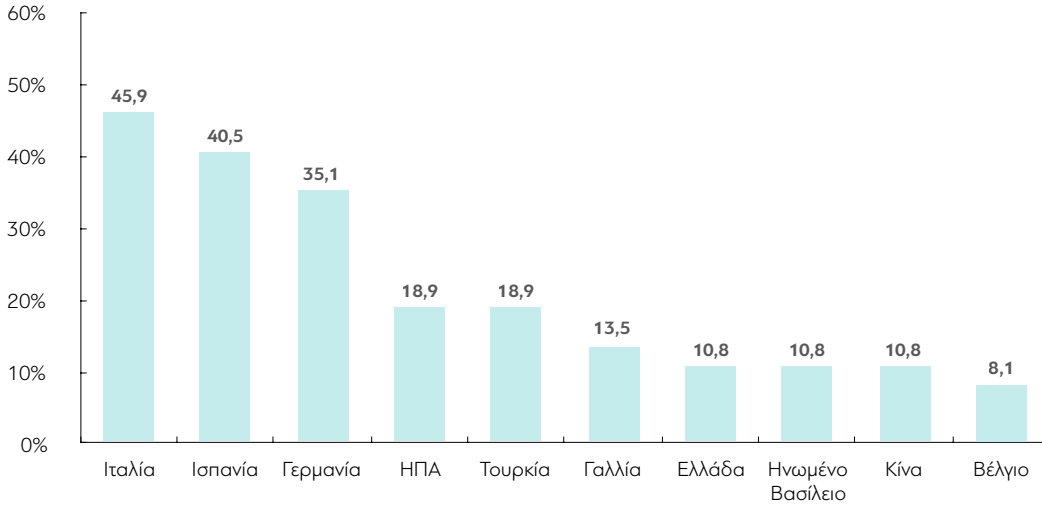
Ποιες είναι οι σημαντικότερες χώρες που σας ανταγωνίζονται στις χώρες που εξάγετε: (Αναφέρατε τις 3 σημαντικότερες)



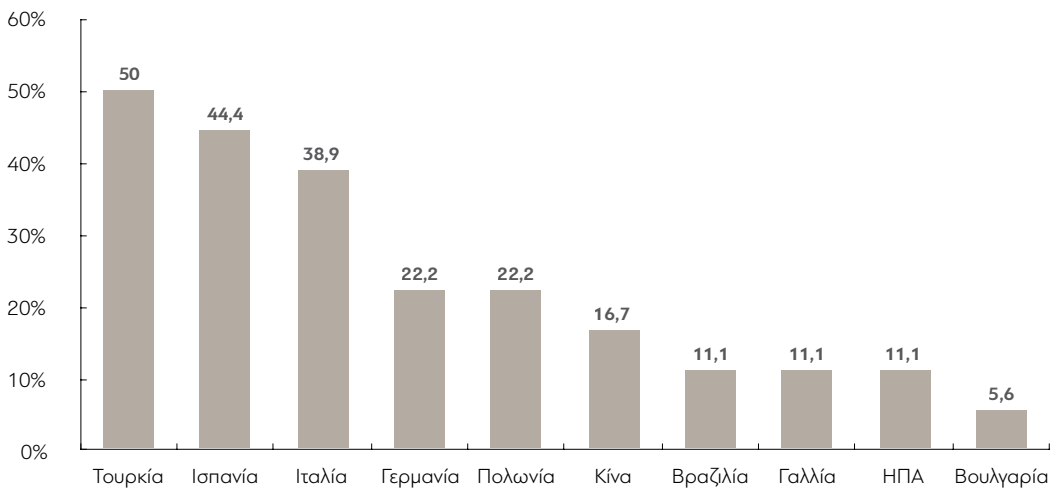
- Η **Ιταλία** επιλέχθηκε από το **44,2%** των εταιρειών του δείγματος ως ανταγωνίστρια χώρα στις εξαγωγές τους.
- Ακολούθησε η **Τουρκία** με ποσοστό **31,7%** και η **Κίνα** με ποσοστό **29,6%**.
- Παρόμοια περίπου ποσοστά έλαβαν τόσο η **Γερμανία (28%)** όσο και η **Ισπανία (27,3%)**.



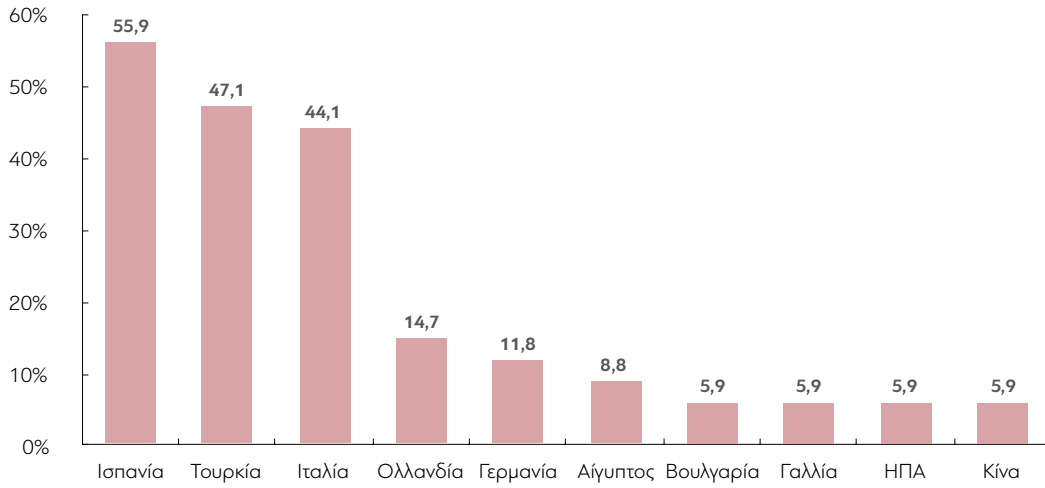
10 εκατ. έως €50 εκατ.



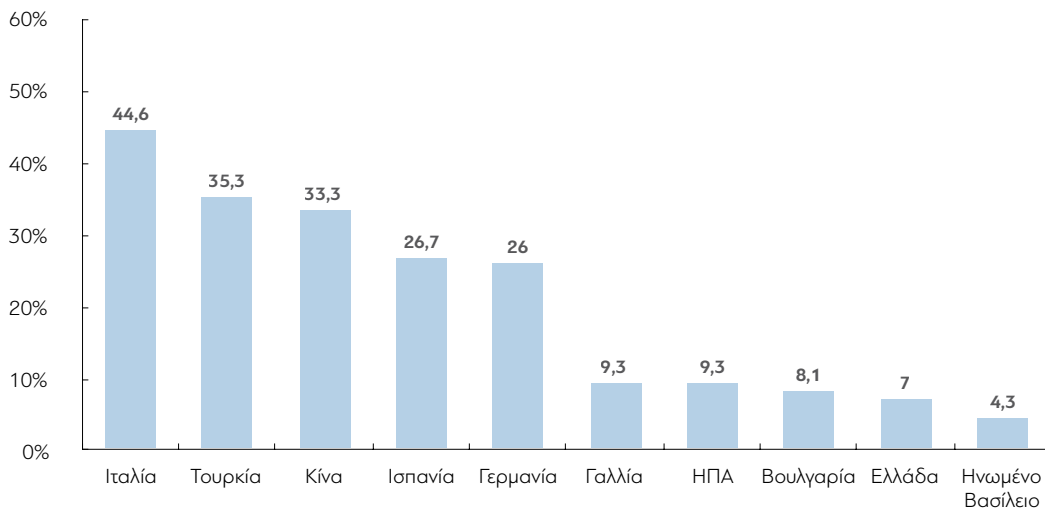
> €50 εκατ.



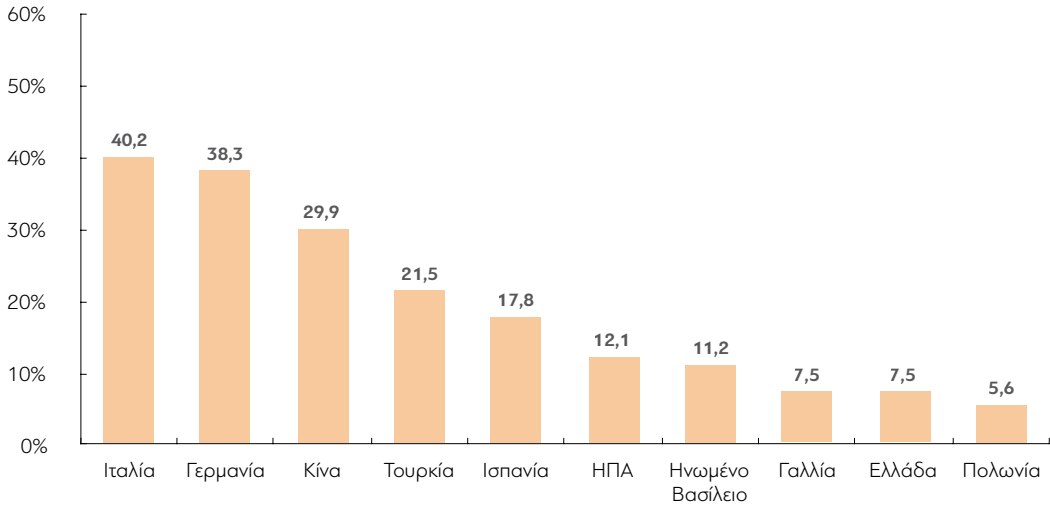
Πρωτογενής τομέας



Δευτερογενής τομέας

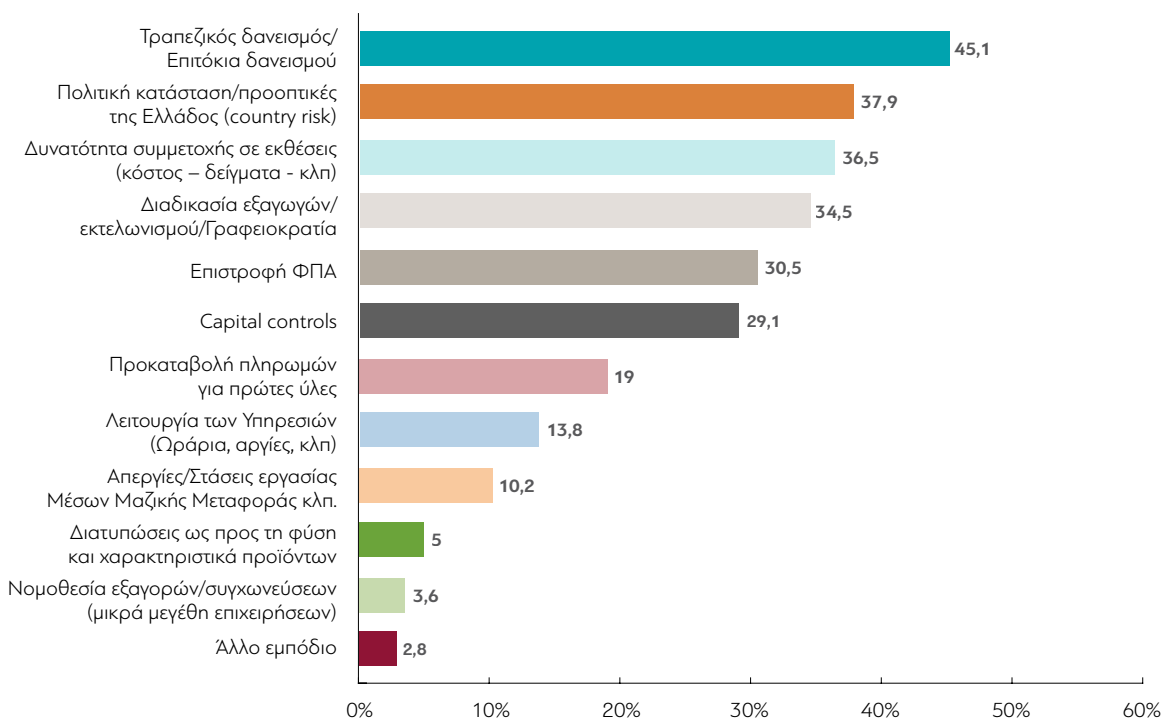


Τριτογενής τομέας



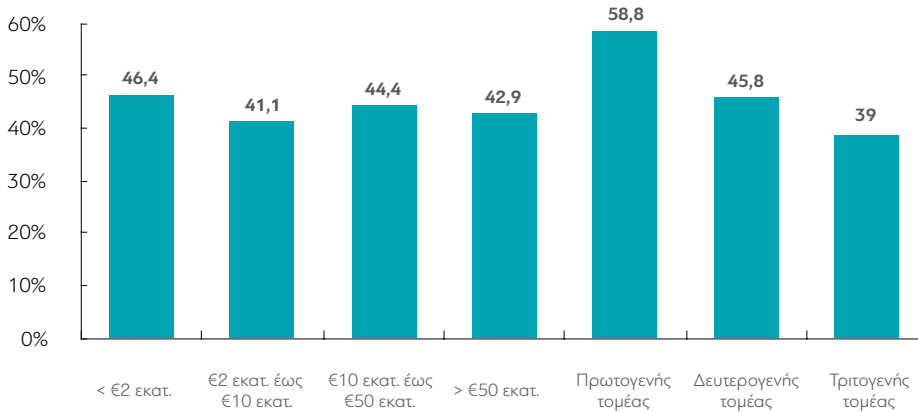
20. Εμπόδια από πλευράς Πολιτείας για την ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας

Ποια είναι τα σημαντικότερα εμπόδια από πλευράς Πολιτείας για την ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις)



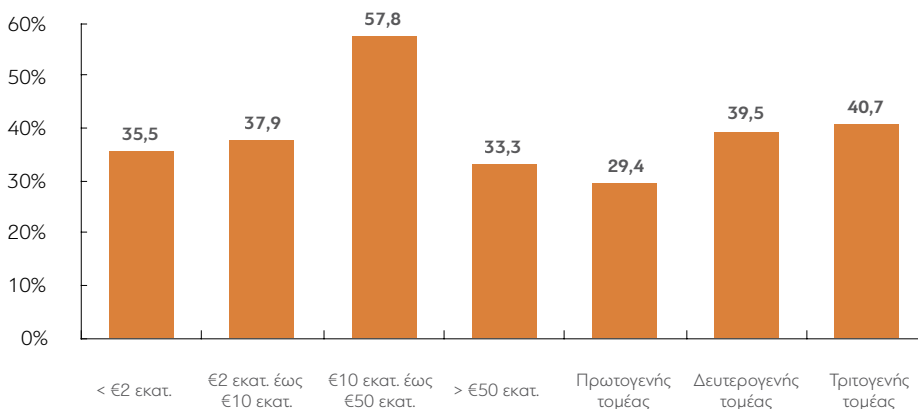
- Ο **τραπεζικός δανεισμός** εξακολουθεί να παραμένει τροχοπέδη για τις εταιρείες στην Ελλάδα, καθώς επιλέγεται ως το νούμερο ένα εμπόδιο που καλούνται να ξεπεράσουν από το **45,1%** του δείγματος.
- Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι σχεδόν 4 στις 10 εταιρείες (**37,9%**) ανησυχούν ιδιαίτερα για την **πολιτική κατάσταση/προοπτικές της χώρας (country risk)**.
- Παρόμοιο περίπου ποσοστό λαμβάνει και η **δυνατότητα συμμετοχής σε εκθέσεις (36,5%)**, ενώ λίγο χαμηλότερα κατατάσσεται η **διαδικασία εξαγωγών/εκτελωνισμού/γραφειοκρατία (34,5%)**.

Τραπεζικός δανεισμός/Επιτόκια δανεισμού



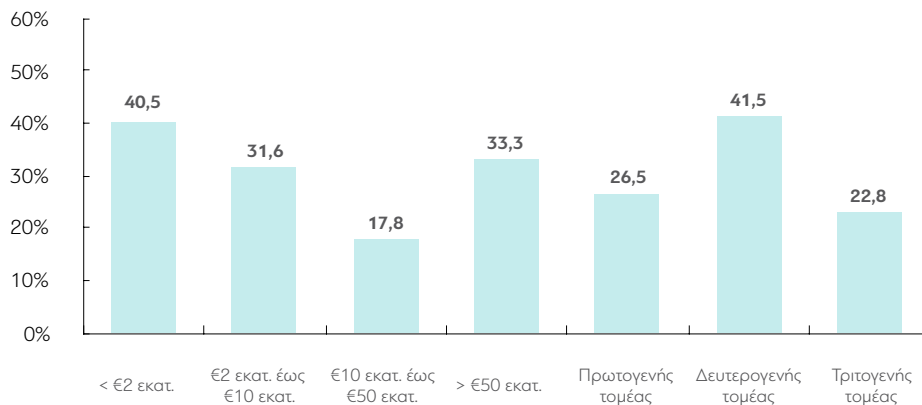
- Η πλειοψηφία των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα (58,8%) φαίνεται ότι αντιμετωπίζουν **δυσκολίες χρηματοδότησης**.
- Στις υπόλοιπες κατηγορίες το ποσοστό είναι λίγο χαμηλότερο και κυμαίνεται μεταξύ 39% με 46% περίπου.

Πολιτική κατάσταση/προοπτικές της Ελλάδος (country risk)



- Το **country risk** εξακολουθεί να υφίσταται ως πηγή ανησυχίας και αβεβαιότητας για σημαντικό ποσοστό εταιρειών του δείγματος ανεξαρτήτου κατηγορίας.

Δυνατότητα συμμετοχής σε εκθέσεις (κόστος – δείγματα - κλπ)



- Η **δυνατότητα συμμετοχής σε εκθέσεις** απασχολεί, κυρίως, μεγάλο ποσοστό (40,5%) εταιρειών που διαθέτουν κύκλο εργασιών μικρότερο των €2 εκατ. και εταιρείες που δραστηριοποιούνται γενικότερα στον δευτερογενή τομέα παραγωγής (41,5%).

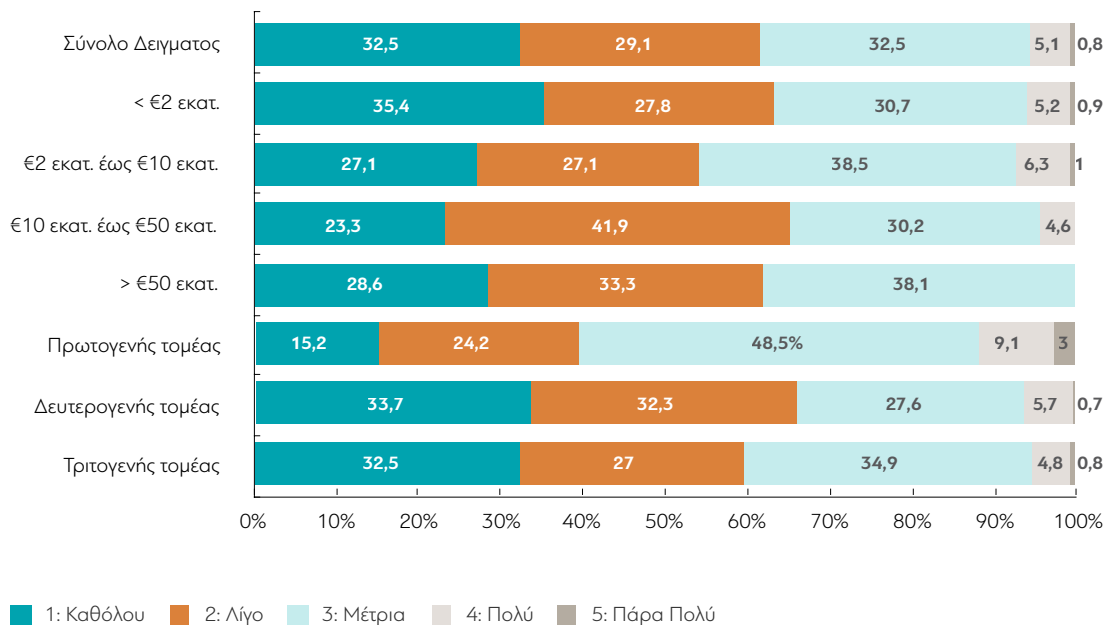
Πίνακας 20 Ποια είναι τα σημαντικότερα εμπόδια από πλευράς Πολιτείας για την ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις)

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Διαδικασία εξαγωγών/εκτελωνισμού/Γραφειοκρατία	34,5%	31,1%	46,3%	28,9%	47,6%	35,3%	33,4%	39%
Λειτουργία των Υπηρεσιών (Ωράρια, αργίες, κλπ)	13,8%	12,7%	15,8%	8,9%	33,3%	23,5%	12%	15,4%
Επιστροφή ΦΠΑ	30,5%	32%	26,3%	33,3%	19%	44,1%	30,1%	27,6%
Δυνατότητα συμμετοχής σε εκθέσεις (κόστος – δείγματα - κλπ)	36,5%	40,5%	31,6%	17,8%	33,3%	26,5%	41,5%	22,8%
Διατυπώσεις ως προς τη φύση και χαρακτηριστικά προϊόντων	5%	3,8%	8,4%	8,9%	0%	0%	4%	5,7%
Απεργίες/Στάσεις εργασίας Μέσων Μαζικής Μεταφοράς κλπ.	10,2%	8,9%	8,4%	17,8%	23,8%	17,6%	10,4%	8,9%
Τραπεζικός δανεισμός/Επιτόκια δανεισμού	45,1%	46,4%	41,1%	44,4%	42,9%	58,8%	45,8%	39%
Capital controls	29,1%	28,7%	31,6%	28,9%	23,8%	17,6%	26,1%	38,2%
Προκαταβολή πληρωμών για πρώτες ύλες	19%	20,1%	22,1%	11,1%	4,8%	5,9%	21,4%	15,4%
Πολιτική κατάσταση/προοπτικές της Ελλάδος (country risk)	37,9%	35,5%	37,9%	57,8%	33,3%	29,4%	39,5%	40,7%
Νομοθεσία εξαγωγών/συγκωνύσεων (μικρά μεγέθη επιχειρήσεων)	3,6%	3,8%	2,1%	6,7%	0%	2,9%	3,3%	5,7%
Άλλο εμπόδιο	2,8%	2,4%	4,2%	0%	9,5%	2,9%	3%	2,4%

21. Βαθμός ικανοποίησης από τις Δημόσιες Υπηρεσίες σχετικά με τις εξαγωγές

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την υποστήριξη των Δημόσιων Υπηρεσιών σχετικά με τη λειτουργία των εξαγωγικών δραστηριοτήτων σας;

- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)



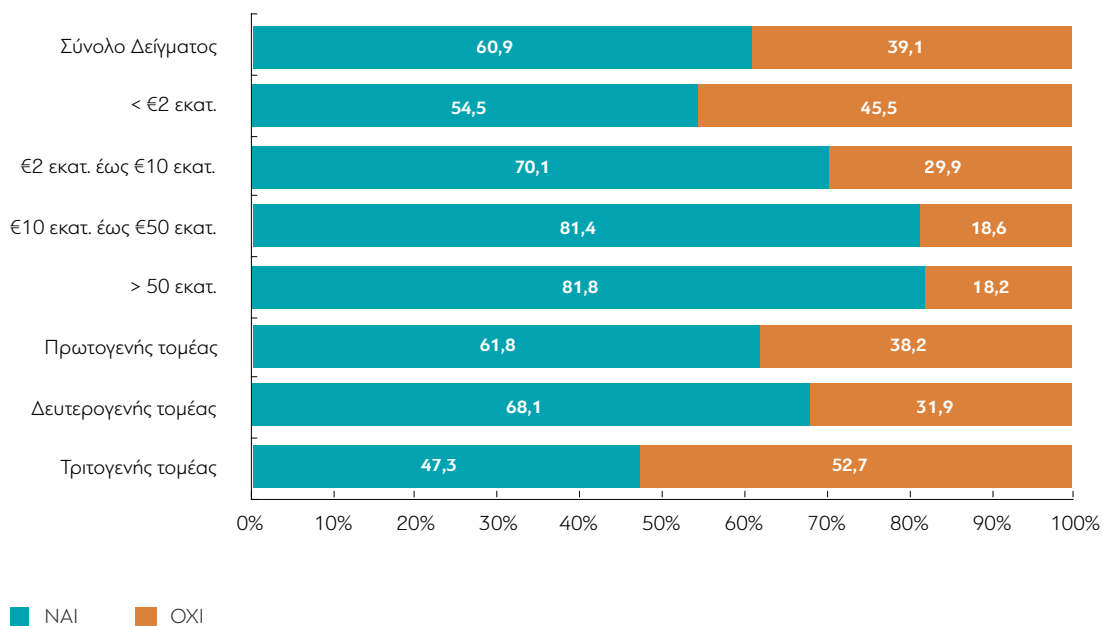
- Η πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος (**61,6%**) δήλωσαν ότι είναι **«καθόλου» και «λίγο» ικανοποιημένοι** από την υποστήριξη των Δημόσιων Υπηρεσιών στην πραγματοποίηση των εξαγωγών τους.
- Σε όλες σχεδόν τις κατηγορίες οι παραπάνω απαντήσεις συγκέντρωσαν ποσοστά μεγαλύτερα του 50%.
- Μόνο στον πρωτογενή τομέα φαίνεται ότι οι εταιρείες δεν είναι τόσο πολύ δυσαρεστημένες, καθώς οι υπόλοιπες τρεις επιλογές («μέτρια», «πολύ» και «πάρα πολύ» ικανοποιημένοι) συγκεντρώνουν το 60,6% των απαντήσεων.

Πίνακας 21 Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την υποστήριξη των Δημόσιων Υπηρεσιών σχετικά με την λειτουργία των εξαγωγικών δραστηριοτήτων σας; - Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)

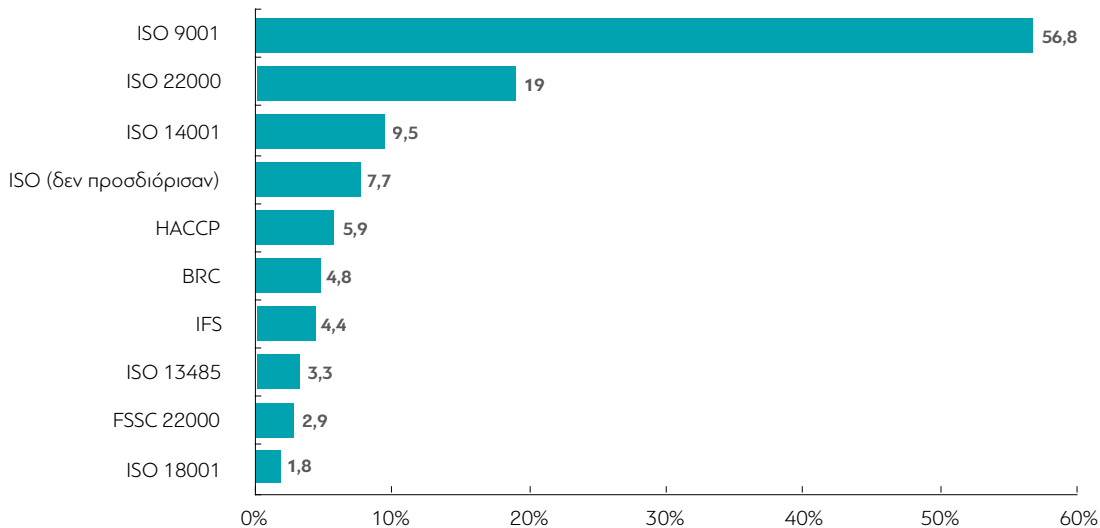
Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Σύνολο Δείγματος	32,5%	29,1%	32,5%	5,1%	0,8%
< €2 εκατ.	35,4%	27,8%	30,7%	5,2%	0,9%
€2 εκατ. έως €10 εκατ.	27,1%	27,1%	38,5%	6,3%	1%
€10 εκατ. έως €50 εκατ.	23,3%	41,9%	30,2%	4,6%	0%
> €50 εκατ.	28,6%	33,3%	38,1%	0%	0%
Πρωτογενής τομέας	15,2%	24,2%	48,5%	9,1%	3%
Δευτερογενής τομέας	33,7%	32,3%	27,6%	5,7%	0,7%
Τριτογενής τομέας	32,5%	27%	34,9%	4,8%	0,8%

22. Συστήματα διαχείρισης ποιότητας

Εφαρμόζετε κάποιο σύστημα διαχείρισης ποιότητας (ISO κλπ.);

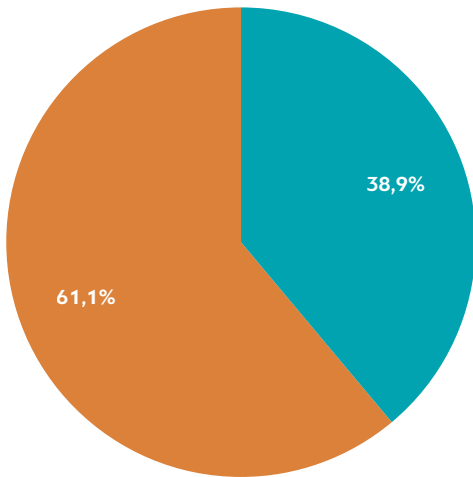


Αν ναι, ποιο/ποια;

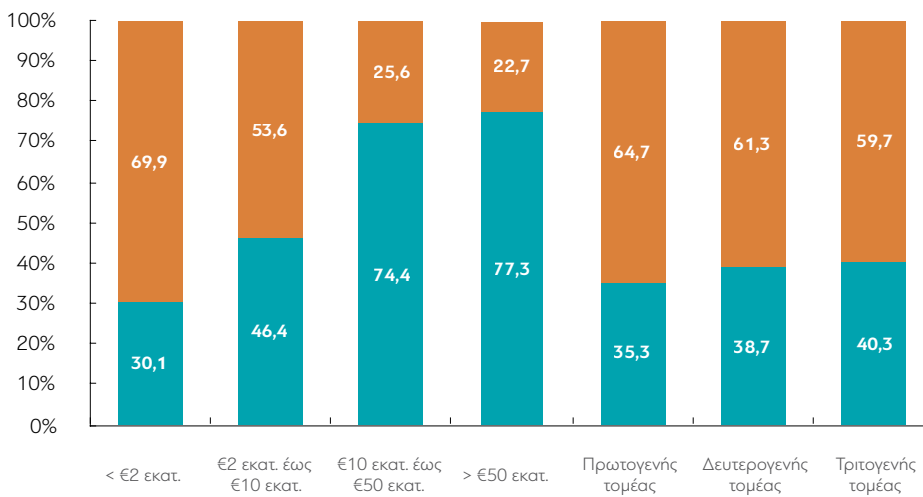


- Λίγο παραπάνω από 6 στις 10 εταιρείες (**60,9%**) εφαρμόζουν κάποιο σύστημα διαχείρισης ποιότητας.
- Παρατηρείται ότι όσο αυξάνει ο κύκλος εργασιών των εταιρειών αυξάνεται και ο αριθμός των εταιρειών που δήλωσαν ότι εφαρμόζουν κάποιο σύστημα.
- Στις εταιρείες με κύκλο εργασιών μικρότερο των €2 εκατ. το 45,5% απάντησε αρνητικά στην παραπάνω ερώτηση.
- Από τις εταιρείες που εφαρμόζουν κάποιο σύστημα διαχείρισης το **56,8%** εφαρμόζει το **ISO 9001**.

23.1 Ύπαρξη τμήματος εξαγωγών



● ΝΑΙ ● ΟΧΙ



■ ΝΑΙ ■ ΟΧΙ

**Πίνακας 23.1 Έχετε ειδικό Τμήμα εξαγωγών/Στελέχη – Υπεύθυνο
(διαφορετικά από αυτούς για πωλήσεις εσωτερικού);**

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
ΝΑΙ	38,9%	30,1%	46,4%	74,4%	77,3%	35,3%	38,7%	40,3%
ΟΧΙ	61,1%	69,9%	53,6%	25,6%	22,7%	64,7%	61,3%	59,7%

- Λιγότερες από 4 στις 10 (**38,9%**) εταιρείες του δείγματος **διαθέτουν εξιδικευμένο τμήμα εξαγωγών**.
- Καθώς όμως αυξάνεται το μέγεθος της εταιρείας, το ποσοστό των εταιρειών με τμήμα εξαγωγών αυξάνεται εντυπωσιακά και ξεπερνά το 74% για τις κατηγορίες €10 εκατ. έως €50 εκατ. και πάνω από €50 εκατ.
- Στις εταιρείες με κύκλο εργασιών μικρότερο των €2 εκατ. το ποσοστό μόλις που ξεπερνά το 30% (30,1%).

23.2 Αριθμός ατόμων που απασχολούνται στο τμήμα εξαγωγών

Πίνακας 23.2 Αν ναι, πόσα άτομα απασχολούνται σε αυτό;

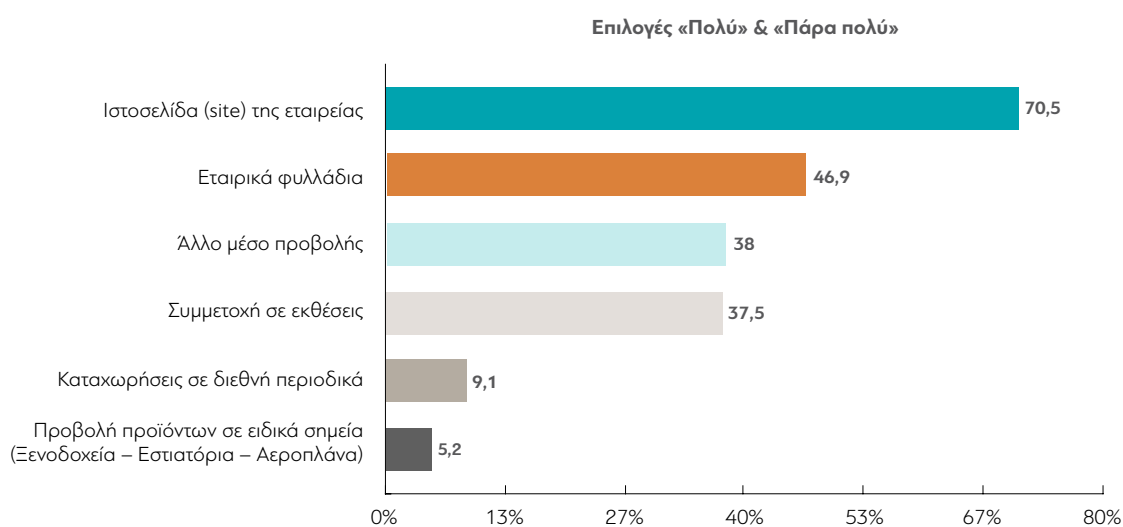
Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
1 άτομο	35,3%	51,5%	25%	9,7%	7,1%	18,2%	35,1%	35,4%
2 άτομα	31,1%	35,6%	38,6%	16,1%	7,1%	54,5%	29,8%	31,3%
3 άτομα	14,7%	10,9%	20,5%	19,4%	14,3%	18,2%	14,9%	10,4%
4 άτομα	6,8%	2%	4,5%	22,6%	14,3%	-	6,1%	12,5%
>= 5 άτομα	12,1%	-	11,4%	32,3%	57,1%	9,1%	14%	10,4%

- Το **66,4%** του συνολικού δείγματος απασχολεί **έως 2 άτομα** στο τμήμα εξαγωγών.
- Εντούτοις, στις κατηγορίες κύκλου εργασιών €10 εκατ. έως €50 εκατ. και πάνω από €50 εκατ. οι εταιρείες απασχολούν παραπάνω από 2 υπαλλήλους σε ποσοστό 74,2% και 85,7% αντίστοιχα.

24. Προβολή των προϊόντων

Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;

- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)



- Η μεγάλη πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος (**70,5%**) επιλέγει να προβάλλει τα προϊόντα της μέσω των **εταιρικών ιστοσελίδων** σε βαθμό πολύ και παρά πολύ.
- Τη δεύτερη θέση στις επιλογές των εταιρειών καταλαμβάνουν τα **εταιρικά φυλλάδια (46,9%)**.
- Η επιλογή **άλλο μέσο** έλαβε το 38% των απαντήσεων. Από αυτές τις απαντήσεις ποσοστό μεγαλύτερο του 50% έλαβαν τα social media και το internet.

Πίνακας 24.1 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(σύνολο δείγματος)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	4,1%	5,9%	19,5%	32,7%	37,8%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	56,2%	18,8%	15,9%	5,4%	3,7%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	22,5%	19,1%	20,9%	17,5%	20%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	73,4%	11,6%	9,8%	2,6%	2,6%
Εταιρικά φυλλάδια	16,5%	13,1%	23,5%	27,4%	19,5%
Άλλο μέσο προβολής	42,7%	6,8%	12,5%	17%	21%

- Η μεγάλη πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος (**70,5%**) επιλέγει να προβάλλει τα προϊόντα της μέσω των **εταιρικών ιστοσελίδων** σε βαθμό πολύ

Πίνακας 24.2 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(< €2 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	4,8%	6,4%	19%	29,9%	39,9%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	62,2%	16,7%	14,1%	4,4%	2,6%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	26,6%	20,5%	19,5%	15,9%	17,5%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	76,3%	8,6%	9,3%	2,3%	3,5%
Εταιρικά φυλλάδια	18,6%	13,3%	23,9%	25,9%	18,3%
Άλλο μέσο προβολής	43,3%	7,8%	10,9%	16,3%	21,7%

Πίνακας 24.3 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(€2 εκατ. έως €10 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	3,1%	3,1%	16,7%	41,7%	35,4%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	55,8%	19,5%	11,7%	6,5%	6,5%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	18,6%	14%	27,9%	12,8%	26,7%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	76,4%	12,5%	9,7%	-	1,4%
Εταιρικά φυλλάδια	15,3%	9,4%	24,7%	29,4%	21,2%
Άλλο μέσο προβολής	50%	4,6%	13,6%	18,2%	13,6%

Πίνακας 24.4 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(€10 εκατ. έως €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	2,3%	11,6%	27,9%	32,6%	25,6%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	33,3%	28,2%	30,8%	5,1%	2,6%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	9,3%	16,3%	18,6%	32,5%	23,3%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	60%	28,6%	5,7%	5,7%	-
Εταιρικά φυλλάδια	7,7%	15,4%	15,4%	33,3%	28,2%
Άλλο μέσο προβολής	35,4%	5,9%	17,6%	17,6%	23,5%

- Η μεγάλη πλειοψηφία των εταιρειών (**61,5%**) με πωλήσεις από €10 έως €50 εκατ. επιλέγει να προβάλλει τα προϊόντα της μέσω των **εταιρικών φυλλαδίων** σε βαθμό πολύ και πάρα πολύ. Ακολουθούν με μικρή διαφορά η ιστοσελίδα της εταιρείας και η συμμετοχή σε εκθέσεις.

Πίνακας 24.5 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(> €50 εκατ.)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	0%	0%	21,1%	36,8%	42,1%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	16,7%	27,8%	27,8%	16,7%	11%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	5,6%	27,8%	16,6%	27,8%	22,2%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	40%	20%	26,7%	13,3%	-
Εταιρικά φυλλάδια	5,9%	23,5%	29,4%	29,4%	11,8%
Άλλο μέσο προβολής	25%	-	25%	25%	25%

Πίνακας 24.6 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(πρωτογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	6,7%	10%	26,7%	20%	36,6%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	52%	12%	20%	8%	8%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	26,9%	15,4%	26,9%	11,6%	19,2%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	65,2%	13%	8,7%	8,7%	4,4%
Εταιρικά φυλλάδια	32%	12%	16%	32%	8%
Άλλο μέσο προβολής	50%	-	25%	16,7%	8,3%

Πίνακας 24.7 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(δευτερογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	3,1%	5,5%	18,1%	33,6%	39,7%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	56,5%	19,2%	13,4%	6,3%	4,6%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	20,7%	16,9%	22,5%	16,9%	23%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	70,1%	13,4%	11,3%	2,2%	3%
Εταιρικά φυλλάδια	15,6%	14,8%	20,2%	28,9%	20,5%
Άλλο μέσο προβολής	37,9%	8,7%	14,6%	17,4%	21,4%

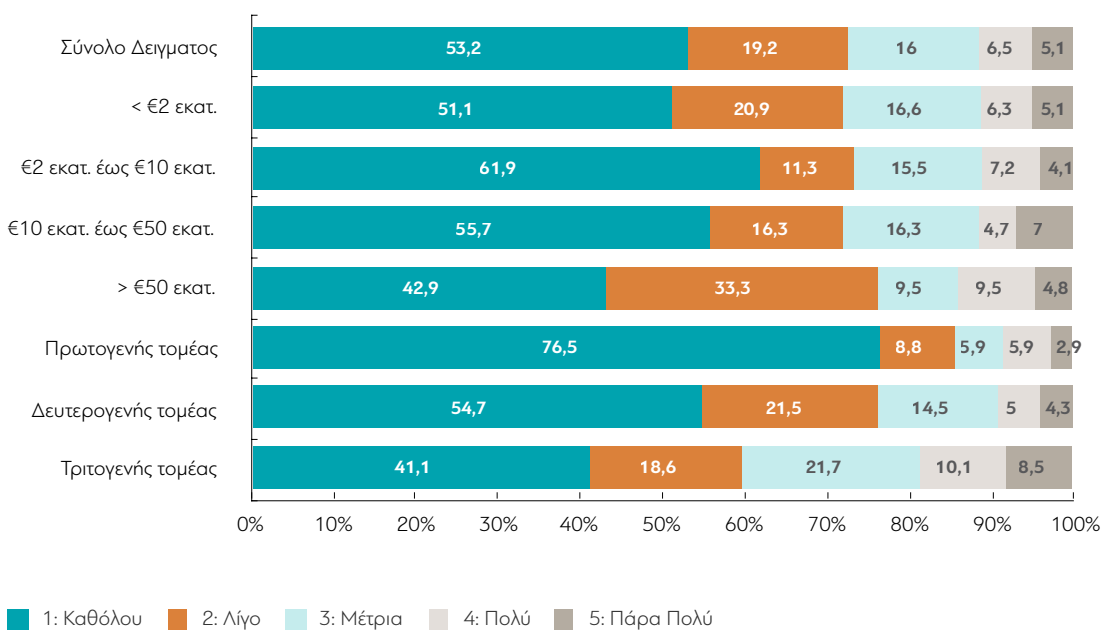
Πίνακας 24.8 Πως προβάλετε τα προϊόντα σας;
Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)
(τριογενής τομέας)

Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Ιστοσελίδα (site) της εταιρείας	4,1%	5,8%	21,5%	38%	30,6%
Καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά	49,5%	23%	21,1%	5,3%	1,1%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	21,4%	25%	18,8%	20,5%	14,3%
Προβολή προϊόντων σε ειδικά σημεία (Ξενοδοχεία – Εστιατόρια – Αεροπλάνα)	81,4%	8,1%	7%	2,3%	1,2%
Εταιρικά φυλλάδια	9,9%	9,9%	33,4%	27%	19,8%
Άλλο μέσο προβολής	46,5%	2,3%	2,3%	23,3%	25,6%

25. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Σε τι βαθμό έχετε αναπτύξει το ηλεκτρονικό εμπόριο;

- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)



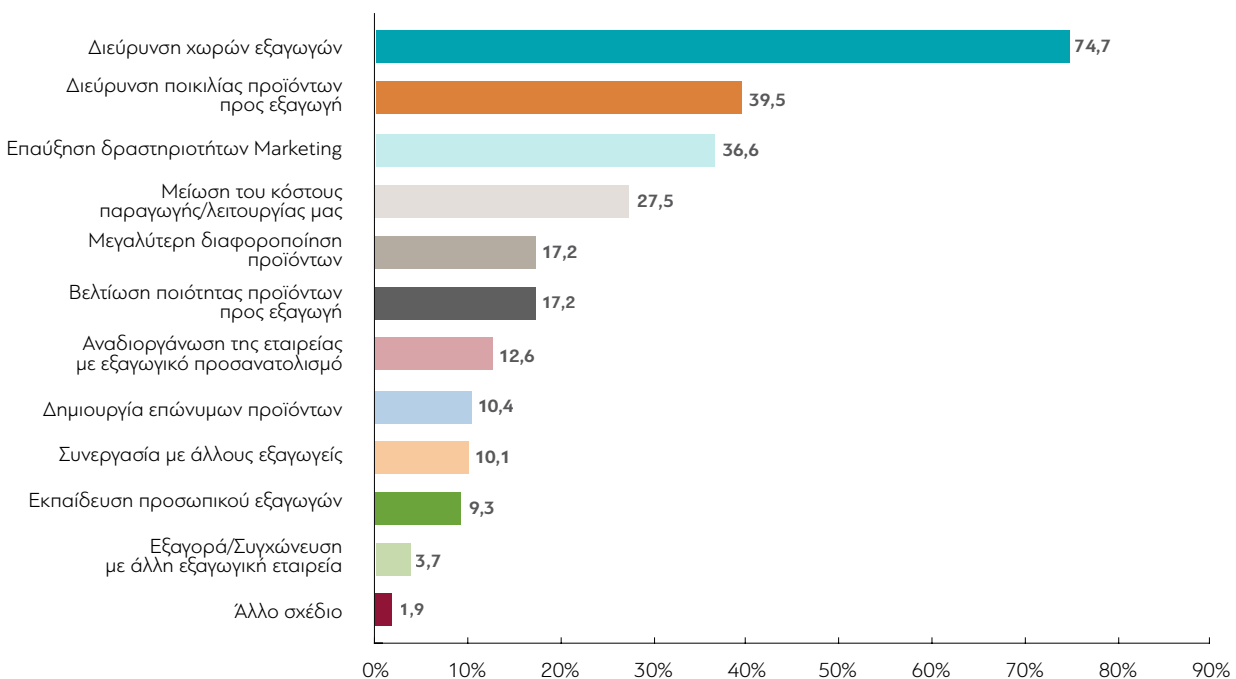
- Οι εξαγωγικές εταιρείες σε ποσοστό μεγαλύτερου του 50% (**53,2%** επιλογή καθόλου) δεν έχουν αναπτύξει το **ηλεκτρονικό εμπόριο**.
- Παρατηρείται ότι μόνο οι εταιρείες του τριτογενή τομέα εμφανίζουν καλύτερη εικόνα, καθώς σε ποσοστό 40,3% έχουν αναπτύξει το ηλεκτρονικό εμπόριο σε βαθμό «μέτρια», «πολύ» και «πάρα πολύ».

Πίνακας 25 Σε τι βαθμό έχετε αναπτύξει το ηλεκτρονικό εμπόριο;
- Αξιολογήστε σε κλίμακα από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα πολύ)

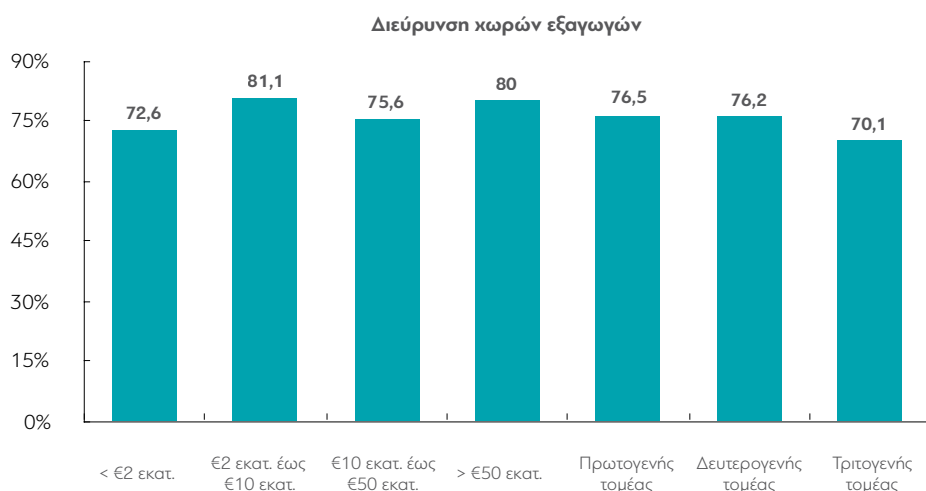
Κατηγορία	1: Καθόλου	2: Λίγο	3: Μέτρια	4: Πολύ	5: Πάρα Πολύ
Σύνολο Δείγματος	53,2%	19,2%	16%	6,5%	5,1%
< €2 εκατ.	51,1%	20,9%	16,6%	6,3%	5,1%
€2 εκατ. έως €10 εκατ.	61,9%	11,3%	15,5%	7,2%	4,1%
€10 εκατ. έως €50 εκατ.	55,7%	16,3%	16,3%	4,7%	7%
> €50 εκατ.	42,9%	33,3%	9,5%	9,5%	4,8%
Πρωτογενής τομέας	76,5%	8,8%	5,9%	5,9%	2,9%
Δευτερογενής τομέας	54,7%	21,5%	14,5%	5%	4,3%
Τριτογενής τομέας	41,1%	18,6%	21,7%	10,1%	8,5%

26. Μελλοντικά Σχέδια

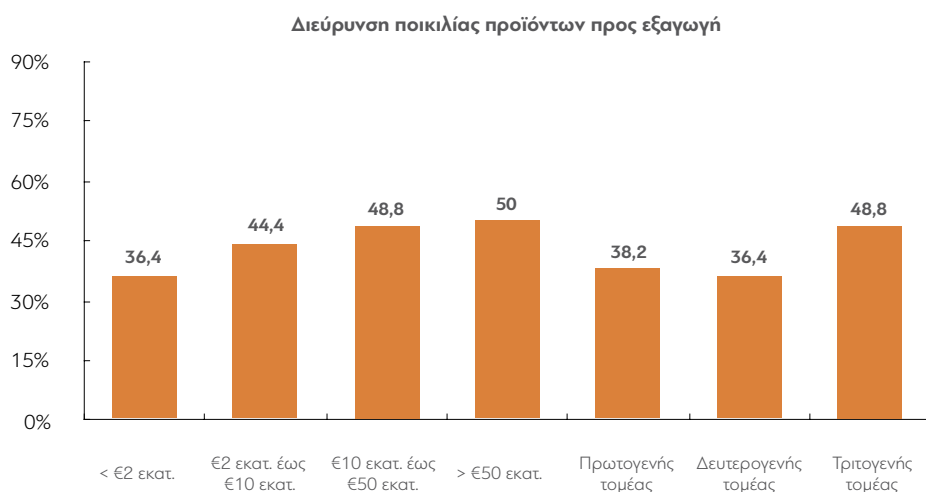
Ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις)



- **3 στις 4 εταιρείες** σχεδόν (**74,7%**) επιθυμούν να **διευρύνουν τις χώρες εξαγωγών** τους μελλοντικά.
- Δεύτερη δημοφιλέστερη επιλογή για τις εταιρείες αποτελεί η **διεύρυνση της ποικιλίας των προϊόντων** τους που συγκέντρωσε ποσοστό **39,5%**.
- Το **36,6%** των εταιρειών δήλωσε ότι πρόκειται να εντατικοποιήσουν το **marketing** των προϊόντων τους.
- Την τέταρτη θέση κατέλαβε η **μείωση του κόστους παραγωγής** με ποσοστό **27,5%**.



- Σε όλες τις κατηγορίες η **διεύρυνση των χωρών εξαγωγής** συγκεντρώνει υψηλά ποσοστά που ξεπερνούν το 70%.



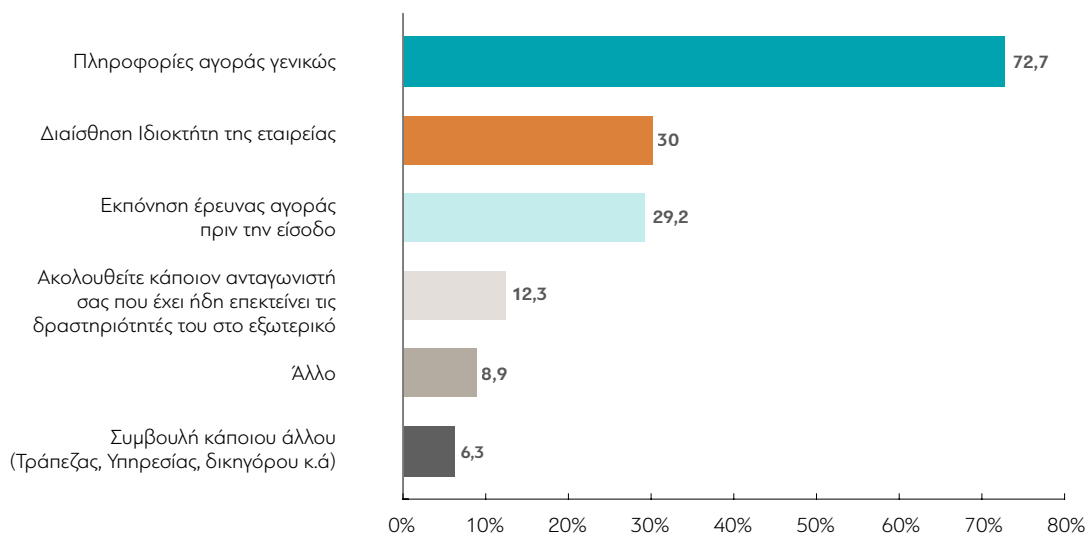
- Η **διεύρυνση της ποικιλίας των προϊόντων** ως μελλοντικό σχέδιο επιλέγεται σε μεγαλύτερο ποσοστό από τις εταιρίες του δείγματος καθώς αυξάνεται ο κύκλος εργασιών τους.
- Στις εταιρίες του τριτογενή τομέα οικονομικής δραστηριότητας, η συγκεκριμένη επιλογή συγκεντρώνει μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με τους άλλους δυο τομείς.

Πίνακας 26 Ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια; (επιλέξατε μέχρι 3 απαντήσεις)

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Διεύρυνση χωρών εξαγωγών	74,7%	72,6%	81,1%	75,6%	80%	76,5%	76,2%	70,1%
Διεύρυνση ποικιλίας προϊόντων προς εξαγωγή	39,5%	36,4%	44,4%	48,8%	50%	38,2%	36,4%	48,8%
Επαύξηση δραστηριοτήτων Marketing	36,6%	38,3%	30%	39%	35%	29,4%	36,4%	41,7%
Εκπαίδευση προσωπικού εξαγωγών	9,3%	8,7%	14,4%	4,9%	5%	5,9%	9,3%	11%
Βελτίωση ποιότητας προϊόντων προς εξαγωγή	17,2%	16,9%	15,6%	12,2%	40%	20,6%	18,9%	15%
Μεγαλύτερη διαφοροποίηση προϊόντων	17,2%	17,2%	15,6%	17,1%	25%	11,8%	19,2%	15,7%
Συνεργασία με άλλους εξαγωγείς	10,1%	9,9%	11,1%	9,8%	10%	23,5%	8,3%	9,4%
Εξαγορά/Συγκώνευση με άλλη εξαγωγική εταιρεία	3,7%	3,9%	2,2%	4,9%	5%	5,9%	2,6%	4,7%
Αναδιοργάνωση της εταιρείας με εξαγωγικό προσανατολισμό	12,6%	11,7%	13,3%	19,5%	10%	5,9%	15,2%	7,9%
Μείωση του κόστους παραγωγής/λειτουργίας μας	27,5%	27,1%	28,9%	34,1%	15%	35,3%	29,8%	21,3%
Δημιουργία επώνυμων προϊόντων	10,4%	11,4%	7,8%	12,2%	-	17,6%	11,3%	5,5%
Άλλο σχέδιο	1,9%	1,8%	2,2%	2,4%	-	2,9%	1,3%	3,1%

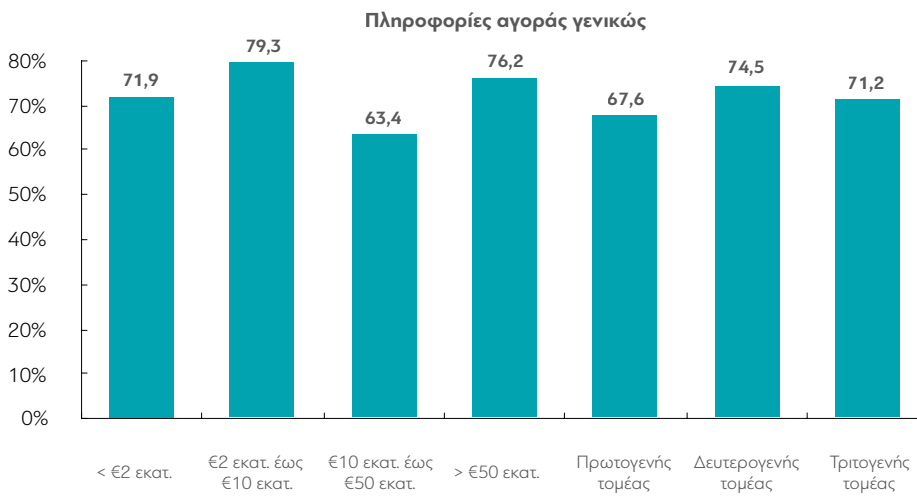
27. Τρόπος επιλογής χωρών εξαγωγής

Πώς επιλέγετε* τις χώρες εξαγωγής;

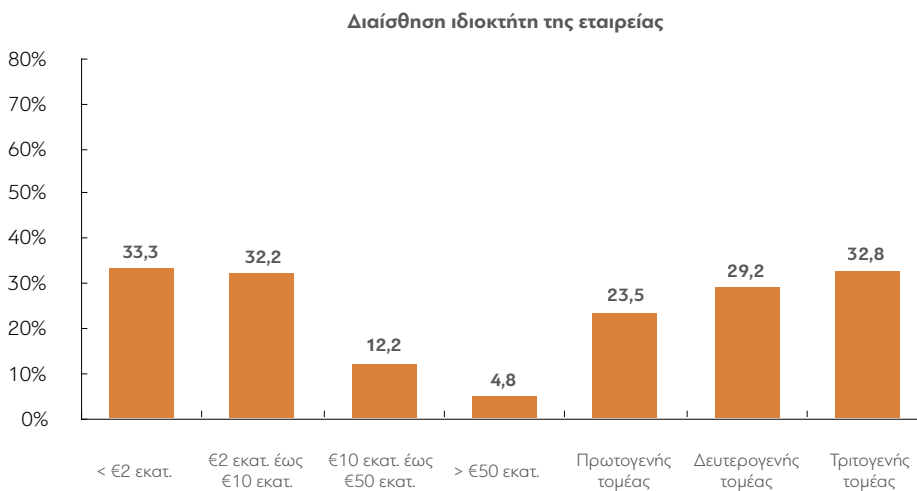


* δυνατότητα επιλογής πολλαπλών απαντήσεων

- Οι εταιρείες του δείγματος σε ποσοστό μεγαλύτερο του 70% (**72,7%**) αξιοποιούν **τις πληροφορίες αγοράς** πριν επιλέξουν τις χώρες εξαγωγής τους.
- **3 στις 10** εμπιστεύονται τη **διαίσθηση του ιδιοκτήτη τους**.
- Περίπου το ίδιο ποσοστό (**29,2%**) **εκπονή έρευνα αγοράς**.

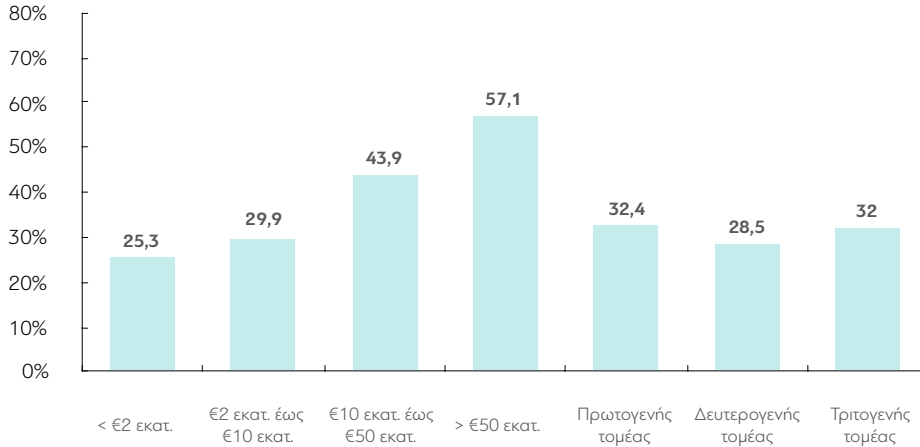


- Ανεξάρτητα από την κατηγορία στην οποία ανήκουν, οι εταιρείες αξιοποιούν τις **διαθέσιμες πληροφορίες αγοράς** που διαθέτουν.



- Η **διαίθηση του ιδιοκτίτη** είναι σημαντικότερη στις εταιρείες με κύκλο εργασιών μικρότερο των €10 εκατ.
- Για τις εταιρείες με μεγαλύτερο κύκλο εργασιών η σημασία της φθίνει σημαντικά καθώς επιλέγεται από πολύ μικρό ποσοστό των εταιρειών.

Εκπόνηση έρευνας αγοράς πριν την είσοδο



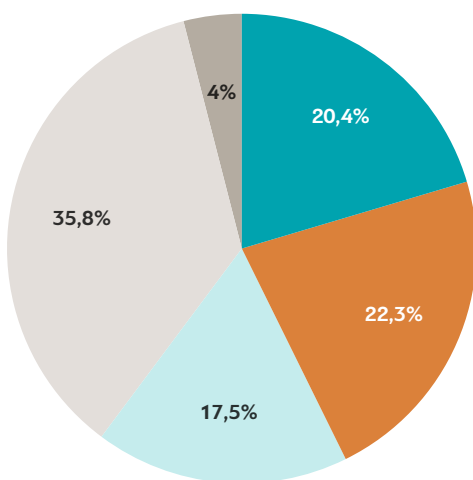
- Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η πλειοψηφία των εταιρειών με κύκλο εργασιών μεγαλύτερο των €50 εκατ. εκπονεί **έρευνα αγοράς** προτού επιλέξει τις χώρες εξαγωγών της.
- Στις μικρότερου μεγέθους εταιρείες βάσει κύκλου εργασιών το αντίστοιχο ποσοστό είναι σημαντικά μικρότερο.

Πίνακας 27 Πως επιλέγετε τις χώρες εξαγωγής;

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Εκπόνηση έρευνας αγοράς πριν την είσοδο	29,2%	25,3%	29,9%	43,9%	57,1%	32,4%	28,5%	32%
Διαίσθηση Ιδιοκτίτη της εταιρείας	30%	33,3%	32,2%	12,2%	4,8%	23,5%	29,2%	32,8%
Πληροφορίες αγοράς γενικώς	72,7%	71,9%	79,3%	63,4%	76,2%	67,6%	74,5%	71,2%
Ακολουθείτε κάποιον ανταγωνιστή σας που έχει ήδη επεκτείνει τις δραστηριότητές του στο εξωτερικό	12,3%	12,7%	12,6%	7,3%	14,3%	17,6%	12,4%	12%
Συμβουλή κάποιου άλλου (Τράπεζας, Υπηρεσίας, δικηγόρου κ.ά)	6,3%	7,1%	4,6%	7,3%	-	2,9%	5,7%	8%
Άλλο	8,9%	9,3%	5,7%	17,1%	-	14,7%	7%	11,2%

28. Στρατηγικές επιλογές της πολιτείας

Ποιες από τις παρακάτω στρατηγικές επιλογές της πολιτείας πιστεύετε ότι μπορούν να δώσουν ώθηση στις εξαγωγές της Ελλάδος; (επιλέξατε 1 απάντηση)



- Έγκαιρη επιστροφή ΦΠΑ
- Μείωση της γραφειοκρατίας
- Τραπεζική υποστήριξη
- Ευκολότερη χρηματοδότηση
- Άλλο

- Η **ευκολότερη χρηματοδότηση** δύναται να δώσει την απαραίτητη ώθηση στις ελληνικές εξαγωγές, καθώς επιλέγεται ως η νούμερο ένα στρατηγική επιλογή (**35,8%**) που θα πρέπει να ακολουθήσει η πολιτεία σύμφωνα με τις εταιρείες.
- Η **μείωση της γραφειοκρατίας** καταλαμβάνει την δεύτερη θέση με ποσοστό **22,3%** και ακολουθεί η **έγκαιρη επιστροφή του ΦΠΑ** με **20,4%**.

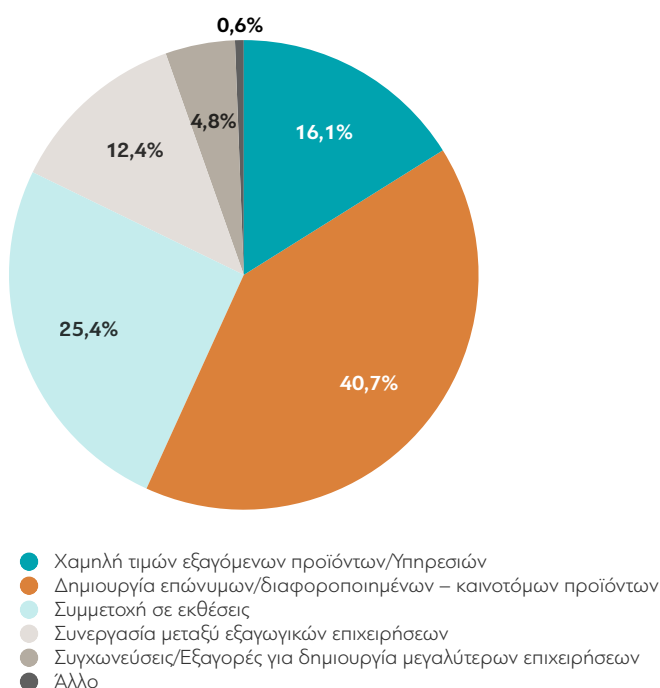
Πίνακας 28 Ποιες από τις παρακάτω στρατηγικές επιλογές της πολιτείας πιστεύετε ότι μπορούν να δώσουν ώθηση στις εξαγωγές της Ελλάδος; (επιλέξατε 1 απάντηση)

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Έγκαιρη επιστροφή ΦΠΑ	20,4%	22,1%	19,1%	12,2%	15%	17,6%	19,9%	22,2%
Μείωση της γραφειοκρατίας	22,3%	19,1%	29,2%	31,7%	25%	23,5%	20,5%	27,8%
Τραπεζική υποστήριξη	17,5%	17,6%	18%	17,1%	15%	11,8%	18,2%	17,5%
Ευκολότερη χρηματοδότηση	35,8%	38,2%	28,1%	36,6%	30%	38,2%	37,7%	29,4%
Άλλο	4%	3%	5,6%	2,4%	15%	8,9%	3,7%	3,1%

- Δεν παρατηρούνται μεγάλες διαφοροποιήσεις μεταξύ των ποσοστών που συγκεντρώνουν οι απαντήσεις των εταιρειών ανά κατηγορία σε σχέση με τα ποσοστά του συνόλου του δείγματος.
- Εντούτοις θα πρέπει να τονιστούν τα σχετικά μεγαλύτερα ποσοστά που καταλαμβάνει η μείωση της γραφειοκρατίας στις κατηγορίες κύκλου εργασιών άνω των €2 εκατ., όπως επίσης και τα χαμηλά ποσοστά της επιστροφής ΦΠΑ στις κατηγορίες κύκλου εργασιών άνω των €10 εκατ.

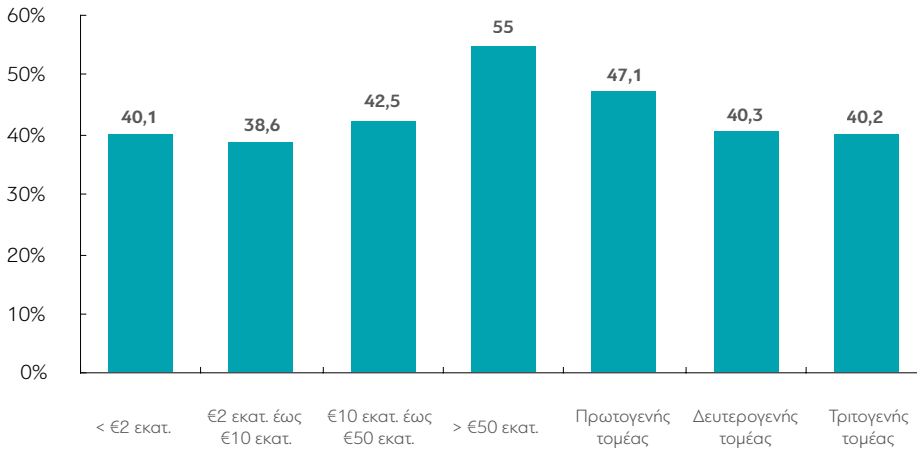
29. Εταιρικές στρατηγικές επιλογές

Ποιες από τις παρακάτω εταιρικές στρατηγικές επιλογές πιστεύετε ότι μπορούν να δώσουν ώθηση στις εξαγωγές της Ελλάδος; (επιλέξατε 1 απάντηση)



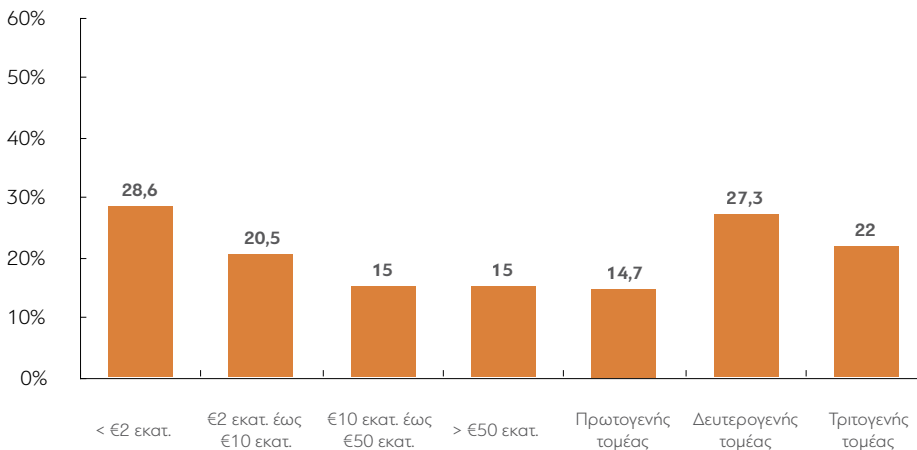
- Η πιο δημοφιλής εταιρική στρατηγική που μπορεί να δώσει ώθηση στις ελληνικές εξαγωγές σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν είναι η **δημιουργία επώνυμων/διαφοροποιημένων – καινοτόμων προϊόντων (40,7%)**.
- Η **συμμετοχή σε εκθέσεις** καταλαμβάνει την δεύτερη θέση με ποσοστό **25,4%**, ενώ στην τρίτη θέση με **16,1%** κατέλαβε η **χαμηλή τιμή των εξαγόμενων προϊόντων/υπηρεσιών**.

Δημιουργία επώνυμων/διαφοροποιημένων – καινοτόμων προϊόντων



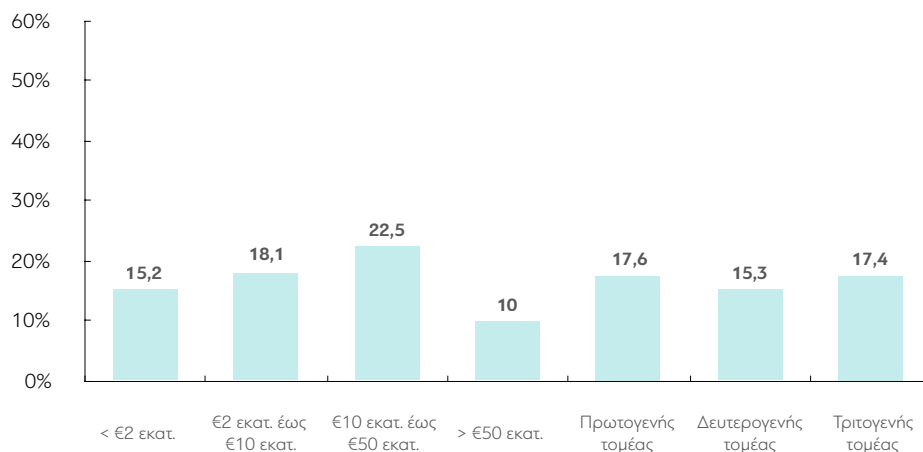
- Η **δημιουργία επώνυμων/διαφοροποιημένων – καινοτόμων προϊόντων** διευρύνει τα ποσοστά της στις κατηγορίες κύκλου εργασιών άνω των €10 εκατ.

Συμμετοχή σε εκθέσεις



- Η **συμμετοχή σε εκθέσεις** επιλέγεται σε μεγαλύτερο ποσοστό από τις εταιρείες με κύκλο εργασιών κάτω από €2 εκατ. σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες, καθώς και από τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον δευτερογενή τομέα οικονομικής δραστηριότητας.

Χαμηλή τιμών εξαγόμενων προϊόντων/Υπηρεσιών



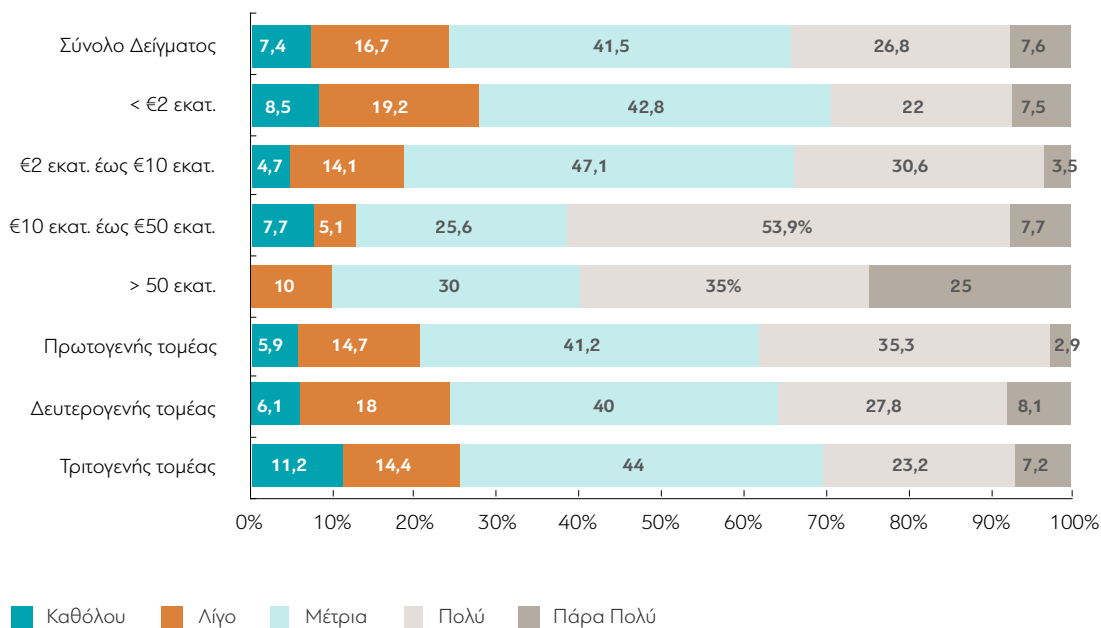
- Το ποσοστό που λαμβάνει η **χαμηλή τιμή των εξαγόμενων προϊόντων/υπηρεσιών** κυμαίνεται μεταξύ 15% με 20% σε όλες τις κατηγορίες, εκτός των εταιρειών που ανήκουν στην κατηγορία κύκλου εργασιών άνω των €50 εκατ. όπου το ποσοστό της ανήλθε στο 10%.

Πίνακας 29 Ποιες από τις παρακάτω εταιρικές στρατηγικές επιλογές πιστεύετε ότι μπορούν να δώσουν ώθηση στις εξαγωγές της Ελλάδος; (επιλέξατε 1 απάντηση)

Κατηγορία	Σύνολο	< €2 εκατ.	€2 εκατ. έως €10 εκατ.	€10 εκατ. έως €50 εκατ.	> €50 εκατ.	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
Χαμηλή τιμών εξαγόμενων προϊόντων/Υπηρεσιών	16,1%	15,2%	18,1%	22,5%	10%	17,6%	15,3%	17,4%
Δημιουργία επώνυμων/ διαφοροποιημένων – καινοτόμων προϊόντων	40,7%	40,1%	38,6%	42,5%	55%	47,1%	40,3%	40,2%
Συμμετοχή σε εκθέσεις	25,4%	28,6%	20,5%	15%	15%	14,7%	27,3%	22%
Συνεργασία μεταξύ εξαγωγικών επιχειρήσεων	12,4%	12,8%	11,4%	12,5%	10%	11,8%	11,3%	15,7%
Συγκωνεύσεις/Εξαγορές για δημιουργία μεγαλύτερων επιχειρήσεων	4,8%	3%	9,1%	7,5%	10%	5,9%	5,3%	3,9%
Άλλο	0,6%	0,3%	2,3%	0%	0%	2,9%	0,3%	0,8%

30. Εγγύτητα στρατηγικής επιλογής

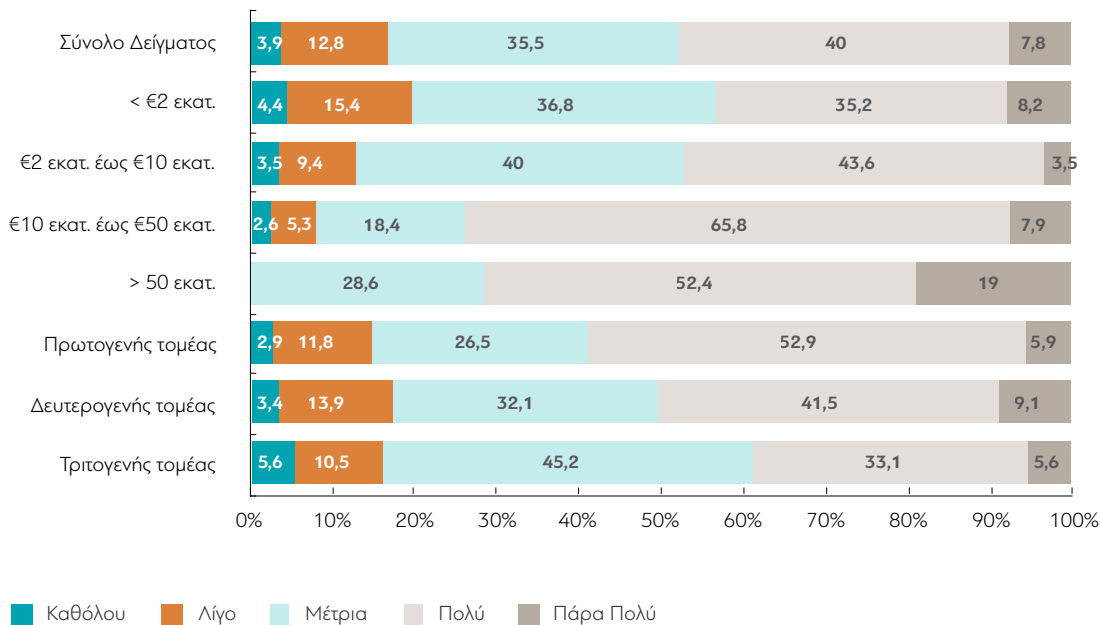
Η δική σας εταιρεία πόσο κοντά είναι στη στρατηγική που επιλέξατε στην ερώτηση 29;



- Το **34,4%** των ερωτηθέντων απάντησε ότι η εταιρεία τους εφαρμόζει σε **«πολύ»** και **«πάρα πολύ»** μεγάλο βαθμό την εταιρική στρατηγική επιλογή που επέλεξαν στην προηγούμενη ερώτηση.
- Για τις εταιρείες με κύκλο εργασιών μεγαλύτερο των €10 εκατ. το αντίστοιχο ποσοστό είναι σημαντικά υψηλότερο και ξεπερνάει το 70%.

31. Πιθανότητα υλοποίησής της στρατηγικής επιλογής

Πόσο αισιόδοξοι είσαστε ότι θα υλοποιήσετε αυτή τη στρατηγική;



- Το **47,8%** των ερωτηθέντων δήλωσε αισιόδοξο σε βαθμό **«πολύ»** και **«πάρα πολύ»** ότι η εταιρεία τους θα υλοποιήσει την εταιρική στρατηγική επιλογή που επέλεξαν στην ερώτηση 29.
- Για τις εταιρείες με κύκλο εργασιών μεγαλύτερο των €10 εκατ. το αντίστοιχο ποσοστό είναι σημαντικά υψηλότερο και διαμορφώνεται στο 60% περίπου.



diaNEOsis



diaNEOsis



dianeosis_org



diaNEOsis



diaNEOsis

διαNEOsis

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ & ΑΝΑΛΥΣΗΣ