



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ  
Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης

## Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Λιανικό Εμπόριο

Παύλος Μυλωνάς  
Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος

Νέλλη Τζάκου – Λαμπροπούλου  
Γενική Διευθύντρια Λιανικής Τραπεζικής

Σεπτέμβριος 2016

## Σύνοψη

- ❑ Μετά από μια δεκαετία έντονης ανόδου (2000-2008), το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα συρρικνώθηκε κατά 5% ετησίως σε όρους όγκου την τελευταία επταετία (έναντι ανόδου κατά 1% ετησίως κ.μ.ο. στην ΕΕ). Παράλληλα, ο αριθμός επιχειρήσεων του κλάδου περιορίστηκε σωρευτικά στο διάστημα 2008-2013 κατά περίπου 30.000 καταστήματα, αντιστοιχώντας σε συνολική πτώση της τάξης του 16% (με την πτώση στην Αττική να φθάνει το 28%).
- ❑ Εύλογα, ανθεκτικότερα αποδείχθηκαν τα είδη πρώτης ανάγκης (λιανεμπόριο τροφίμων και σούπερ μάρκετ) με πτώση πωλήσεων της τάξης του 25% στο διάστημα 2008-2015, ενώ εντονότερη πίεση δέχθηκε το εμπόριο διαρκών καταναλωτικών αγαθών (είδη οικιακού εξοπλισμού) με πτώση πωλήσεων της τάξης του 60% κατά την ίδια περίοδο.
- ❑ Όσον αφορά τις βραχυπρόθεσμες προοπτικές του κλάδου, όπως αποτυπώθηκαν στην έρευνα της ΕΤΕ βάσει ερωτηματολογίου σε δείγμα 300 επιχειρήσεων, το επιχειρηματικό κλίμα στο λιανικό εμπόριο εμφανίζεται πιο αδύναμο από το μέσο όρο του ελληνικού τομέα των ΜμΕ. Παράλληλα το ποσοστό των ΜμΕ λιανεμπορίου που δηλώνει ότι έχει επιχειρηματικό σχέδιο ανάπτυξης είναι μόλις 22% έναντι 39% για το σύνολο των ΜμΕ.
- ❑ Εστιάζοντας στις διαρθρωτικές στρεβλώσεις, ξεχωρίζουμε δύο χαρακτηριστικά:
  - ✓ Οι μικρές επιχειρήσεις καλύπτουν το μεγαλύτερο κομμάτι του τομέα στην Ελλάδα – δηλαδή, το 71% της απασχόλησης (έναντι 56% για τις ελληνικές ΜμΕ συνολικά και 37% για τις ΜμΕ λιανικού εμπορίου στην ΕΕ) και το 66% των πωλήσεων (έναντι 34% για τις ελληνικές ΜμΕ συνολικά και 25% για τις ΜμΕ λιανικού εμπορίου στην ΕΕ).
  - ✓ Αν και αντιστοίχου μέσου μεγέθους με τις ευρωπαϊκές (με πωλήσεις της τάξης των €0,2 εκατ. και 2 εργαζόμενους ανά εταιρεία), οι ελληνικές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου εμφανίζουν διαχρονικά χαμηλές δυνατότητες παραγωγής προστιθέμενης αξίας. Συγκεκριμένα, ενώ οι ευρωπαϊκές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου έχουν λόγο προστιθέμενης αξίας προς πωλήσεις αντίστοιχο με των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (της τάξης του 18%), το ποσοστό αυτό στις ελληνικές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου είναι διαχρονικά σημαντικά χαμηλότερο έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (κοντά στο 10% το διάστημα 2005-2013, έναντι 18% για τις μεγαλύτερες ελληνικές επιχειρήσεις). Επιπλέον, ενώ η πτώση του ποσοστού προστιθέμενης αξίας στις πωλήσεις λιανικού εμπορίου στις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις συνέβη μόνο κατά τη διάρκεια της κρίσης, ο λόγος αυτός στις μικρές επιχειρήσεις λιανεμπορίου ακολουθεί μια διαχρονικά πτωτική πορεία (από 16% το 2000, σε 12% το 2005, σε 10% το 2008 και σε 8% το 2013) υποδηλώνοντας διαρθρωτικές δυσκολίες στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας.
- ❑ Σημειώνεται ότι η πτώση αυτή του λόγου προστιθέμενης αξίας προς πωλήσεις για το ελληνικό λιανεμπόριο έχει προκύψει σχεδόν αποκλειστικά από μείωση του ακαθάριστου λειτουργικού πλεονάσματος ως ποσοστού των πωλήσεων (στο 4% το 2013 από 9% το 2000) – με τη διαχρονική σταθερότητα του κόστους εργασίας ως ποσοστού των πωλήσεων να αποτελεί μία πρώτη ένδειξη συντηρητικής προσαρμογής του εργατικού δυναμικού του κλάδου.

- ❑ Αναλυτικότερα, παρά τη μείωση της προστιθέμενης αξίας του λιανικού εμπορίου την τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα (3% του ΑΕΠ το 2013 από 4% το 2008), η συνεισφορά του στη συνολική απασχόληση παρέμεινε στο υψηλό επίπεδο του 12% (έναντι 9% κατά μέσο όρο στην Ευρώπη). Επιβεβαιωτικά της συντηρητικής αυτής εικόνας όσον αφορά την προσαρμογή της απασχόλησης του κλάδου εμφανίζονται τα στοιχεία του ερωτηματολογίου μας, βάσει των οποίων το ποσοστό των ΜμΕ λιανικού εμπορίου που προχώρησε σε απολύσεις ήταν χαμηλότερο του λοιπού τομέα τόσο στα αρχικά στάδια (56% έναντι 74% κατά την περίοδο 2008-2012) όσο και στα επόμενα στάδια της κρίσης (35% έναντι 46% κατά την περίοδο 2013-2015).
- ❑ Πέρα από το υψηλό μερίδιο των ιδιοκτητών (ή μελών της οικογένειας τους) στους απασχολούμενους του κλάδου, οι προσαρμογές στην απασχόληση φαίνεται να περιορίζονται από το γεγονός ότι δεν υπάρχει υψηλό πλεονάζον εργατικό δυναμικό στον κλάδο (μόλις 16% βάσει ευρωπαϊκών δεδομένων) καθώς ο βασικός πλεονάζον παραγωγικός συντελεστής είναι το πάγιο κεφάλαιο (κατά 376% βάσει ευρωπαϊκών δεδομένων).
- ❑ Επιπλέον, το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων λιανεμπορίου δημιουργεί πιέσεις στη ρευστότητα και στον εμπορικό κύκλο τους, καθώς οι προμηθευτές τους έχουν έντονο διαπραγματευτικό πλεονέκτημα, με το βασικό προμηθευτή να καλύπτει το 40% των συνολικών πρώτων υλών και να είναι κυρίως μεγάλη επιχείρηση (σε ποσοστό 30% επιχείρηση του εξωτερικού). Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στην Ελλάδα αντιστοιχούν 3 λιανέμποροι ανά χονδρέμπορο έναντι 2 κατά μέσο όρο για την ΕΕ – υποδηλώνοντας μια σχετικά πιο ολιγοπωλιακή δομή του ελληνικού κλάδου χονδρικού εμπορίου σε σχέση με τα ευρωπαϊκά δεδομένα.
- ❑ Η στατική και συντηρητική αντίδραση των ΜμΕ λιανικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της κρίσης δεν είναι ομοιόμορφη σε όλες τις επιχειρήσεις του τομέα. Από τη μια πλευρά, ξεχωρίζει αρνητικά το ¼ του κλάδου που δεν έχει προβεί σε καμία επενδυτική ή στρατηγική κίνηση κατά την τελευταία πενταετία, ωστόσο από την άλλη πλευρά ξεχωρίζει θετικά ένα δυναμικό 38% του τομέα έχει προχωρήσει σε ένα συνδυασμό επενδυτικών και στρατηγικών κινήσεων με αποτέλεσμα την επίτευξη καλύτερων λειτουργικών αποτελεσμάτων. Σημειώνεται ότι οι δυναμικές επιχειρήσεις είναι πιο εμφανείς στην περιφέρεια, όπου καλύπτουν το 45% του τομέα έναντι 31% στα μεγάλα αστικά κέντρα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.
- ❑ Προς την κατεύθυνση αποκατάστασης των διαρθρωτικών στρεβλώσεων, εκτιμάται ότι θα βοηθήσει η αύξηση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων (π.χ. μέσω συνεργασιών ή συνενώσεων). Η εξέλιξη αυτή εκτιμάται ότι θα επέτρεπε τη δημιουργία των απαραίτητων οικονομιών κλίμακας ώστε να υιοθετηθεί μια αποτελεσματική κουλτούρα επιχειρηματικότητας που θα επιφέρει υψηλή προστιθέμενη αξία στον κλάδο, μέσω στρατηγικών (i) branding, (ii) e-commerce, και (iii) ρύθμισης των σχέσεων με τους προμηθευτές. Δεδομένου ότι ο βασικός πλεονάζων συντελεστής παραγωγής είναι τα πάγια κεφάλαια και όχι οι απασχολούμενοι στον τομέα, ο αριθμός των απασχολούμενων του κλάδου θα μπορούσε να μείνει σταθερός (ακόμα και μετά το ενδεχόμενο κλείσιμο κάποιων καταστημάτων) με την πλειοψηφία αυτών πλέον να εργάζεται σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

## □ Λιανικό εμπόριο: Περιγραφή συγκυρίας

### □ Διαρθρωτικά χαρακτηριστικά

### □ Αξιολόγηση αντίδρασης στην κρίση

### □ Προτεραιότητες ενδυνάμωσης κλάδου

### □ Παράρτημα

- Μακροοικονομικοί δείκτες
- Δείκτης εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ
- Μέγεθος
- Αποτελεσματικότητα
- Χρηματοοικονομική κατάσταση εταιρειών
- Προμηθευτές
- Απασχόληση
- Επενδύσεις
- Στρατηγικές ενέργειες
- Διαχωρισμός κομματιών αγοράς
- Προτάσεις
- Χαρτογράφηση του τομέα των ΜμΕ στην Ελλάδα
- Περιγραφή δείγματος
- Κατασκευή δείκτη εμπιστοσύνης
- Ταυτότητα της δειγματοληπτικής έρευνας

## Η συρρίκνωση του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα την τελευταία επταετία αντικατοπτρίζεται σε μέση ετήσια πτώση του όγκου κατά 5% και κλείσιμο σωρευτικά άνω των 30.000 καταστημάτων

- Μετά από μια δεκαετία έντονης ανόδου (4% ετησίως σε όρους όγκου στο διάστημα 2000-2008), το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα συρρικνώθηκε κατά 5% ετησίως σε όρους όγκου την τελευταία επταετία (έναντι ανόδου κατά 1% ετησίως σε όρους όγκου κ.μ.ο. στην ΕΕ).
- Κατά την τελευταία πενταετία, ο αριθμός των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα περιορίστηκε κατά 16% (στα 160.105 καταστήματα το 2013 από 191.218 το 2008 και 178.699 το 2000), ωστόσο η συρρίκνωση δεν ήταν ομοιόμορφη σε όλες τις περιοχές. Συγκεκριμένα, η Αττική (η οποία καλύπτει το 29% του συνόλου των καταστημάτων) σημείωσε μείωση της τάξης του 28% στο διάστημα 2008-2013 ενώ η μείωση στις υπόλοιπες περιοχές κατά την ίδια περίοδο κυμάνθηκε μεταξύ 7% (σε Θεσσαλία, Ήπειρο, Ιόνιο και Δυτική Ελλάδα) και 18% (στην Πελοπόννησο).
- Αξίζει να σημειωθεί ότι η συγκυρία της κρίσης δεν επέφερε εξορθολογισμό της δομής του κλάδου, καθώς όχι μόνο δεν περιορίσε αλλά αύξησε το ήδη υψηλό μερίδιο συνεισφοράς των μικρών επιχειρήσεων (με κύκλο εργασιών λιγότερο από €1 εκατ.) - με αποτέλεσμα πλέον να καλύπτουν τα 2/3 του λιανικού εμπορίου σε σχέση με ½ πριν από μία δεκαετία. Αν και πιο αδύναμες και με υψηλότερη συσταλτική επίδραση από την κρίση, οι μικρές επιχειρήσεις φαίνεται να συρρικνώνονται σε μέγεθος αλλά σε μεγάλο βαθμό να μην κλείνουν. Συνεπώς, η υποβάθμιση των μεγαλύτερων επιχειρήσεων σε κατώτερες κλίμακες μεγέθους – ως συνέπεια των συνολικά πτωτικά πωλήσεων – και η αδυναμία τους να εκτοπίσουν τις υπάρχουσες μικρότερες επιχειρήσεις οδηγεί σε μια σταδιακή αύξηση του μεριδίου των μικρών επιχειρήσεων στον κλάδο.



\*Ο διαχωρισμός στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του κύκλου εργασιών. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε εκατ. €): μικρές = (0-1), μεσαίες = (1-10), μεγάλες = (10-50), πολύ μεγάλες = (50 και άνω).

## Ανθεκτικότερα αποδείχθηκαν τα σούπερ μάρκετ και το λιανεμπόριο τροφίμων ενώ εντονότερη πίεση δέχθηκε ο κλάδος οικιακού εξοπλισμού

### Εξέλιξη λιανικού εμπορίου ανά κλάδο

	2008 - 2015	2000 - 2008
Οικ.εξοπλισμός	-60%	53%
Τεχνολογία	-45%	60%
Ένδυση	-38%	36%
Καλλυντικά	-35%	61%
Ψυχαγωγία	-32%	68%
Τρόφιμα	-30%	41%
Σούπερ μάρκετ	-23%	104%

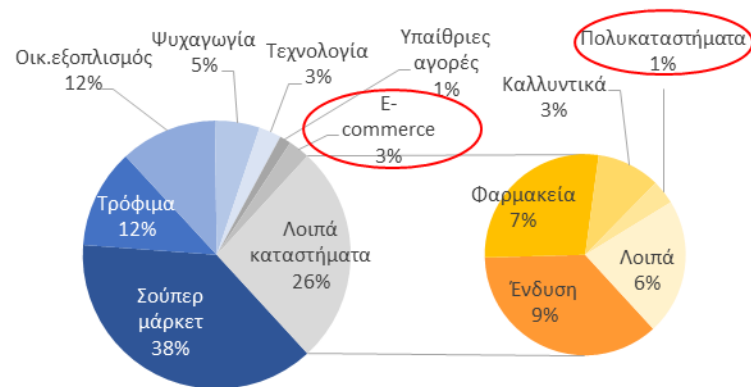
Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

□ Εξετάζοντας την πορεία των επιμέρους δραστηριοτήτων διαπιστώνουμε ότι η πτώση πωλήσεων στο διάστημα 2008-2015 δεν ήταν ομοιόμορφη. Ειδικότερα:

- ✓ Μικρότερη πτώση πωλήσεων σημειώθηκε στα σούπερ μάρκετ (-23%) και στο λιανεμπόριο τροφίμων (-32%) καθώς σε μεγάλο βαθμό αφορούν είδη πρώτης ανάγκης. Σημειώνεται ότι αυτοί είναι και οι μεγαλύτεροι υποκλάδοι λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα καλύπτοντας το 38% και το 12% του τομέα αντίστοιχα.
- ✓ Αντίθετα, την εντονότερη επίδραση φαίνεται να δέχτηκαν οι κλάδοι διαρκών καταναλωτικών αγαθών, με τις λιανικές πωλήσεις ειδών οικιακού εξοπλισμού να σημειώνουν πτώση της τάξης του 60%.

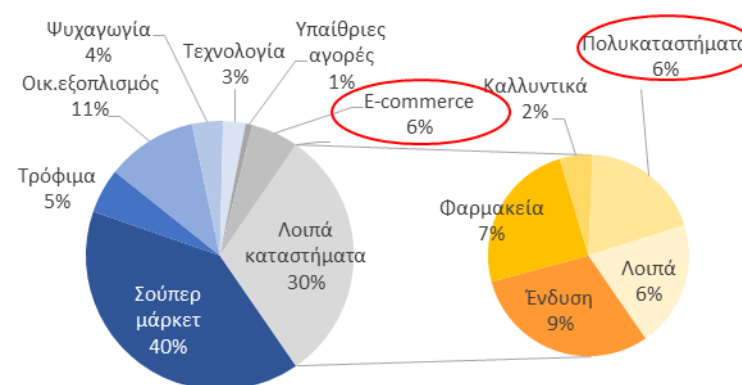
□ Όσον αφορά τη συνεισφορά της κάθε δραστηριότητας, η σύνθεση του εγχώριου τομέα λιανικού εμπορίου είναι σε μεγάλο βαθμό παρόμοια με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο - με εξαίρεση τη χαμηλή διείσδυση των πολυκαταστημάτων (1% έναντι 6% στην Ευρώπη) και του e-commerce (3% έναντι 6% στην Ευρώπη).

### Διάρθρωση λιανικών πωλήσεων - Ελλάδα



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

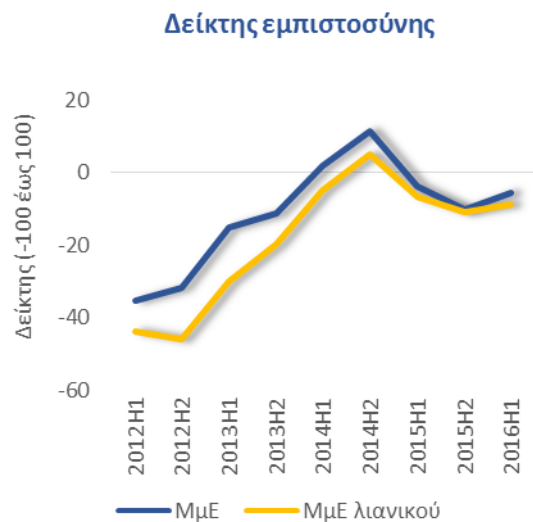
### Διάρθρωση λιανικών πωλήσεων - Ε.Ε. 28



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

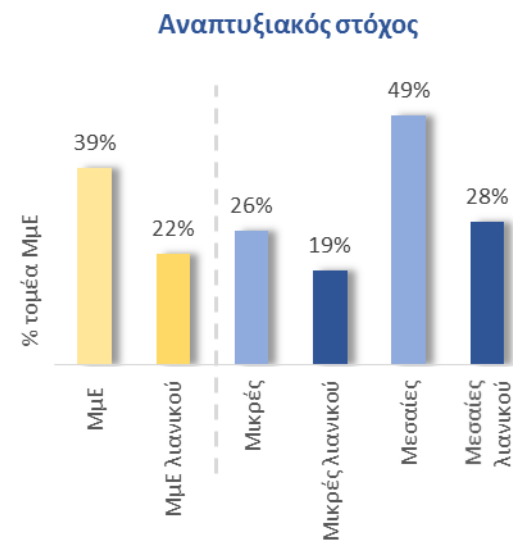
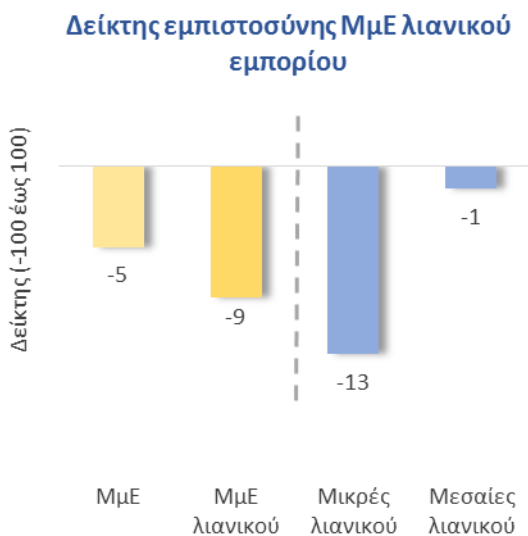
\*Ο διαχωρισμός των μεγεθών στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του αριθμού εργαζομένων. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε άτομα): μικρές [1-9], μεσαίες [10-49], μεγάλες [50 και άνω].

## Αδύναμο το επιχειρηματικό κλίμα στις ΜμΕ λιανικού εμπορίου



□ Αντικατοπτρίζοντας σε μεγάλο βαθμό το υψηλό ποσοστό μικρών επιχειρήσεων και τη χαμηλή δυνατότητα εξωστρέφειας, το επιχειρηματικό κλίμα των ΜμΕ λιανικού εμπορίου - όπως αποτυπώνεται στο δείκτη εμπιστοσύνης της ΕΤΕ - παρουσιάζεται ασθενέστερο του μέσου όρου του επιχειρηματικού τομέα κατά τη διάρκεια της κρίσης. Ως θετική, ωστόσο, σημειώνουμε τη σταδιακή μείωση της απόκλισης του δείκτη εμπιστοσύνης του λιανικού εμπορίου από το μέσο όρο του συνολικού τομέα των ΜμΕ (με την απόκλιση κοντά στις 4 μονάδες την περίοδο 2014-2016 από τις 12 μονάδες την περίοδο 2012-2013).

□ Ασθενέστερες παρουσιάζονται οι μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, με δείκτη εμπιστοσύνης στις -13 μονάδες κατά το πρώτο εξάμηνο του 2016 σε σχέση με -1 μονάδα για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, και με το ποσοστό των μικρών επιχειρήσεων που δηλώνουν αναπτυξιακό στόχο μόλις στο 19% έναντι 28% για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Σε επίπεδο κλάδων, θετικά ξεχωρίζουν τα σούπερ μάρκετ και αρνητικά τα καταστήματα εμπορίου ένδυσης.



\*Ο διαχωρισμός στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του κύκλου εργασιών. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε εκατ. €): μικρές = (0-1), μεσαίες = (1-10).

□ Λιανικό εμπόριο: Περιγραφή συγκυρίας

□ Διαρθρωτικά χαρακτηριστικά

□ Αξιολόγηση αντίδρασης στην κρίση

□ Προτεραιότητες ενδυνάμωσης κλάδου

□ Παράρτημα

- Μακροοικονομικοί δείκτες
- Δείκτης εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ

- Μέγεθος
- Αποτελεσματικότητα
- Χρηματοοικονομική κατάσταση εταιρειών

- Προμηθευτές
- Απασχόληση
- Επενδύσεις
- Στρατηγικές ενέργειες

- Διαχωρισμός κομματιών αγοράς
- Προτάσεις

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



## Η κρίση μεγάλωσε τη ψαλίδα σε όρους δομής κλάδου λιανεμπορίου ανάμεσα στην Ελλάδα και την ΕΕ

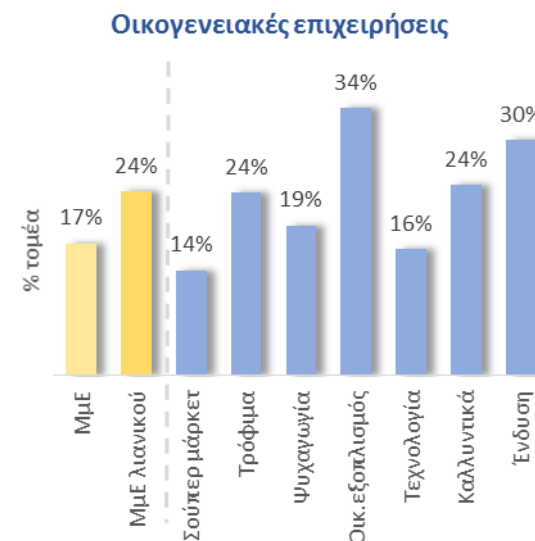
- Ενώ οι μικρές επιχειρήσεις καλύπτουν την πλειοψηφία του λιανικού εμπορίου σε όρους αριθμού επιχειρήσεων τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη (98% του συνόλου στην Ελλάδα και 96% του συνόλου στην ΕΕ), η μακροοικονομική τους συνεισφορά στον ελληνικό τομέα είναι πολύ υψηλότερη, καθώς καλύπτουν το 71% της απασχόλησης (έναντι 37% στην Ευρώπη) και το 66% των πωλήσεων (έναντι 25% στην Ευρώπη).
- Το υψηλό μερίδιο των μικρών επιχειρήσεων στον κλάδο εν μέρει ερμηνεύεται από το μεγάλο αριθμό οικογενειακών επιχειρήσεων, οι οποίες καλύπτουν το 24% του τομέα λιανικού εμπορίου έναντι 17% για το σύνολο των ΜμΕ. Σημειώνεται ότι το ποσοστό αυτό κυμαίνεται μεταξύ του 14% για τα σούπερ μάρκετ και του 34% για το λιανικό εμπόριο ειδών οικιακού εξοπλισμού.
- Στον αντίποδα, πολύ χαμηλό εμφανίζεται το μερίδιο των πολύ μεγάλων επιχειρήσεων (με κύκλο εργασιών άνω των €50 εκατ.) στο λιανικό εμπόριο της Ελλάδας, καλύπτοντας το 14% της απασχόλησης (έναντι 40% στην Ευρώπη) και το 19% των πωλήσεων (έναντι 50% στην Ευρώπη).



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

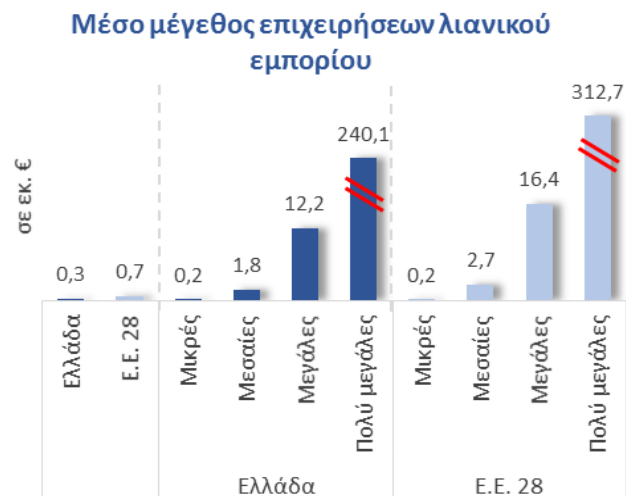


Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ



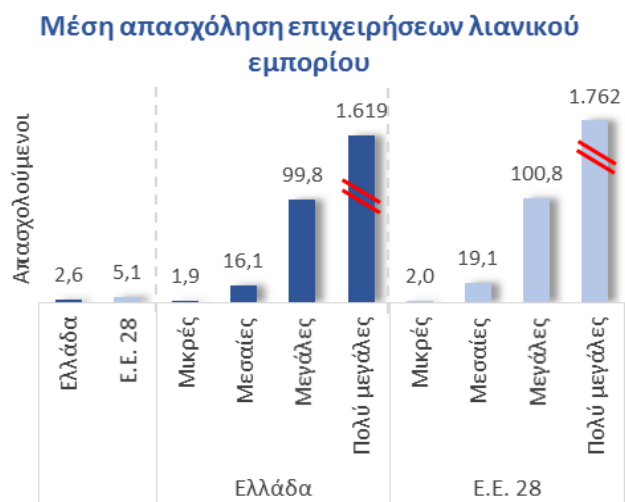
\*Ο διαχωρισμός των μεγεθών στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του αριθμού εργαζομένων. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε άτομα): μικρές [1-9], μεσαίες [10-49], μεγάλες [50-249], μεγάλες [250 και άνω].

## Οι ελληνικές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου εμφανίζουν διαχρονικά χαμηλές δυνατότητες παραγωγής προστιθέμενης αξίας...

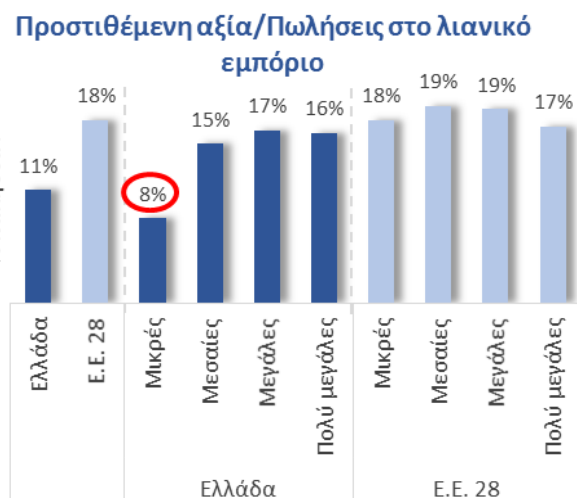


Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

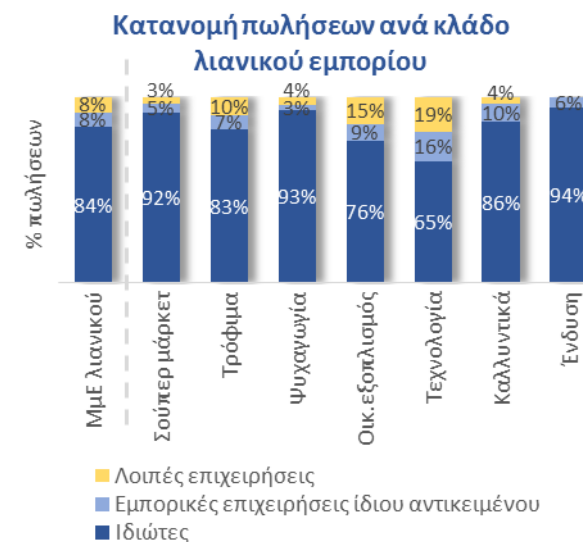
- Αν και οι μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου έχουν αντίστοιχο μέγεθος σε Ελλάδα και Ευρώπη (με πωλήσεις της τάξης των €0,2 εκατ. και 2 εργαζόμενους ανά εταιρεία), η δυνατότητά τους να παράγουν προστιθέμενη αξία διαφέρει σημαντικά.
- Συγκεκριμένα, ενώ οι ευρωπαϊκές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου έχουν λόγο προστιθέμενης αξίας προς πωλήσεις αντίστοιχο με των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (της τάξης του 18%), το ποσοστό αυτό στις ελληνικές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου είναι διαχρονικά σημαντικά χαμηλότερο έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (κοντά στο 10% το διάστημα 2005-2013, έναντι 18% για τις μεγαλύτερες ελληνικές επιχειρήσεις).
- Ένας λόγος για την περιορισμένη δυνατότητα των ελληνικών ΜμΕ λιανικού εμπορίου να παράγουν προστιθέμενη αξία είναι η ύπαρξη κομματιού του τομέα που ασχολείται με την μεταπώληση προϊόντων και το οποίο καλύπτει το 8% των συνολικών πωλήσεων – με το ποσοστό αυτό να προσεγγίζει το 20% στον κλάδο των προϊόντων τεχνολογίας.



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ



\*Ο διαχωρισμός των μεγεθών στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του αριθμού εργαζομένων. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε άτομα): μικρές [1-9], μεσαίες [10-49], μεγάλες [50 και άνω].

## ... με τη διαχρονική πίεση να γίνεται εμφανής στη λειτουργική κερδοφορία των μικρών επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου ...

- Εστιάζοντας στη διαχρονική εικόνα του λόγου προστιθέμενης αξίας προς πωλήσεις, διαπιστώνεται ότι το ποσοστό αυτό βρισκόταν στο μέσο ευρωπαϊκό επίπεδο το 2000 (αν και με υψηλότερη συνεισφορά ακαθάριστου λειτουργικού πλεονάσματος λόγω υψηλότερου ποσοστού αυτοαπασχολούμενων στον ελληνικό τομέα). Ωστόσο, ο λόγος αυτός παρουσιάζει μια σταθερή πτωτική πορεία στο ελληνικό λιανεμπόριο κατά την τελευταία 15ετία (καταλήγοντας στο 11% το 2013 από 17% το 2000) ενώ το μέσο ευρωπαϊκό επίπεδο παραμένει διαχρονικά σταθερό στο 17%.
- Σημειώνεται ότι η πτώση αυτή για την Ελλάδα έχει προκύψει σχεδόν αποκλειστικά από μείωση του ακαθάριστου λειτουργικού πλεονάσματος ως ποσοστού των πωλήσεων (στο 4% το 2013 από 9% το 2000) – με τη διαχρονική σταθερότητα του κόστους εργασίας ως ποσοστού των πωλήσεων να αποτελεί μία πρώτη ένδειξη συντηρητικής προσαρμογής του εργατικού δυναμικού του κλάδου.
- Ενώ η πτώση του ποσοστού προστιθέμενης αξίας στις πωλήσεις λιανικού εμπορίου ισχύει για τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις μόνο κατά τη διάρκεια της κρίσης, ο λόγος αυτός στις μικρές επιχειρήσεις λιανεμπορίου ακολουθεί μια διαχρονικά πτωτική πορεία (από 16% το 2000, σε 12% το 2005, σε 10% το 2008 και σε 8% το 2013) υποδηλώνοντας διαρθρωτικές δυσκολίες στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας.



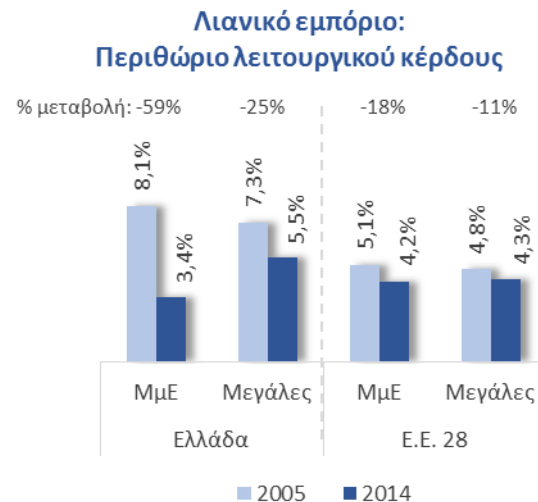
Πηγή: Eurostat, Ελ.Στατ., Εκτιμήσεις ΕΤΕ



Πηγή: Ελ.Στατ., Εκτιμήσεις ΕΤΕ

## ... γεγονός που επιβεβαιώνεται από τα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα των εταιρειών του κλάδου

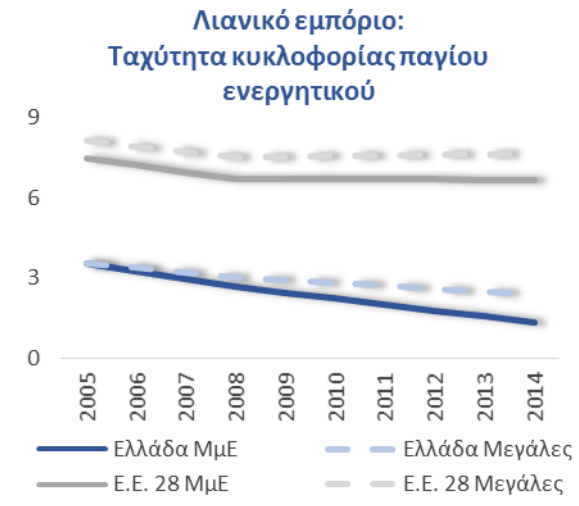
- Η διαχρονική συμπίεση στην κερδοφορία των Ελλήνων λιανεμπόρων είναι ορατή στις οικονομικές καταστάσεις των εταιρειών του κλάδου, κυρίως για τις ΜμΕ όπου το περιθώριο λειτουργικού κέρδους σημείωσε έντονη πτώση (της τάξης του 60%) από το αρκετά υψηλό 8,1% το 2005 στο 3,4% το 2014 (έναντι 5,5% για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου οι οποίες δέχθηκαν μικρότερη μείωση της τάξης του 25% στο ίδιο διάστημα).
- Η υστέρηση των ΜμΕ λιανικού εμπορίου είναι ακόμα εντονότερη σε όρους ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού, με την απόκλισή τους έναντι των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου να αυξάνεται διαχρονικά (60% χαμηλότερη ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού το 2014, από 40% χαμηλότερη το 2005). Σημειώνεται ότι η απόκλιση μεταξύ ΜμΕ και μεγάλων επιχειρήσεων είναι μικρότερη τόσο στον λοιπό εταιρικό τομέα στην Ελλάδα (40% χαμηλότερα το 2014) όσο και στο λιανικό εμπόριο Ευρώπης (30% χαμηλότερα το 2014).
- Η διευρυνόμενη απόκλιση της ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού των ελληνικών ΜμΕ λιανικού εμπορίου έναντι των αντίστοιχων μεγαλύτερων επιχειρήσεων αντικατοπτρίζει κυρίως τη διαρκώς επιδεινούμενη απόδοση του πάγιου κεφαλαίου των μικρών ελληνικών λιανεμπορικών επιχειρήσεων, αποτυπώνοντας έτσι ένα διαχρονικά εντεινόμενο πρόβλημα αποτελεσματικότητας. Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να τονιστεί η έντονη ανομοιογένεια μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου, με το (i) 1/3 του τομέα των ΜμΕ λιανεμπορίου να χαρακτηρίζεται από αποτελεσματικότητα χρήσης παγίων κεφαλαίων αντίστοιχη των ευρωπαϊκών δεδομένων και (ii) ένα ¼ το οποίο να λειτουργεί με αποτελεσματικότητα κατώτερη του 20% της αντίστοιχης μέσης ευρωπαϊκής.



Πηγές: ICAP, Bach, Eurostat, Εκτιμήσεις ETE



Πηγές: ICAP, Bach, Eurostat, Εκτιμήσεις ETE



Πηγές: ICAP, Bach, Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

\*Ο διαχωρισμός των μεγεθών στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του αριθμού εργαζομένων. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε κύκλο εργασιών): μικρές [0 – 10εκ.€] και μεγάλες (10 και άνω).

□ Λιανικό εμπόριο: Περιγραφή συγκυρίας

□ Διαρθρωτικά χαρακτηριστικά

□ Αξιολόγηση αντίδρασης στην κρίση

□ Προτεραιότητες ενδυνάμωσης κλάδου

□ Παράρτημα

- Μακροοικονομικοί δείκτες
- Δείκτης εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ

- Μέγεθος
- Αποτελεσματικότητα
- Χρηματοοικονομική κατάσταση εταιρειών

- Προμηθευτές
- Απασχόληση
- Επενδύσεις
- Στρατηγικές ενέργειες

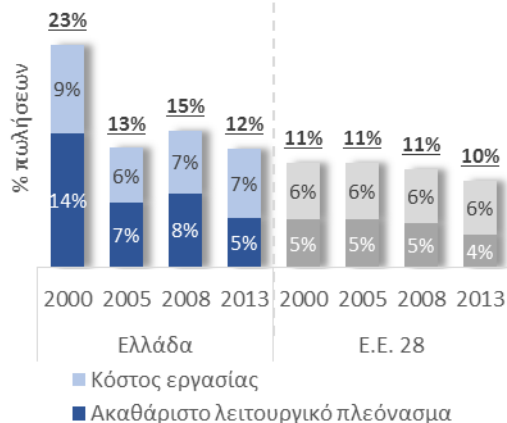
- Διαχωρισμός κομματιών αγοράς
- Προτάσεις

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

## Οι προμηθευτές έχουν έντονο διαπραγματευτικό πλεονέκτημα καθώς ο βασικός καλύπτει το 40% των συνολικών πρώτων υλών και είναι κυρίως μεγάλη επιχείρηση (και σε ποσοστό 30% του εξωτερικού)...

14

**Σύνθεση προστιθέμενης αξίας χονδρικού εμπορίου**

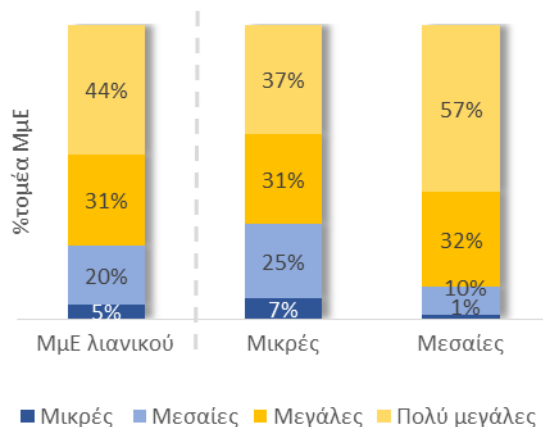


Πηγή: Eurostat, Ελ.Στατ., Εκτιμήσεις ΕΤΕ

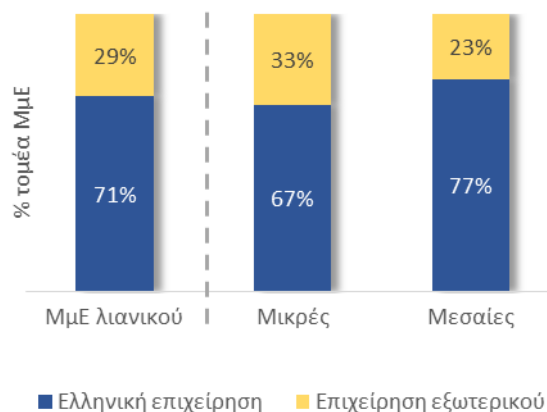
□ Ενώ η προστιθέμενη αξία επί των πωλήσεων είναι σε χαμηλά επίπεδα στο ελληνικό λιανικό εμπόριο κατά τη διάρκεια της κρίσης (11% το 2013 από 16% το 2015, και έναντι 18% στην ΕΕ), το ελληνικό χονδρικό εμπόριο διατηρεί στο συγκεκριμένο δείκτη την υπεροχή του έναντι του ευρωπαϊκού μέσου όρου (12% το 2013 από 13% το 2015, έναντι 10% στην ΕΕ). Η πλεονεκτική θέση των Ελλήνων χονδρεμπόρων προκύπτει εν μέρει από το σχετικό μέγεθος των εν λόγω επιχειρήσεων, με το 75% των ΜμΕ λιανικού εμπορίου να προμηθεύεται τα προϊόντα του από μεγάλες ή πολύ μεγάλες επιχειρήσεις (και σε ποσοστό 30% από επιχειρήσεις εξωτερικού).

□ Η ασθενής διαχρονικά διαπραγματευτική δύναμη των ελληνικών επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι κατά μέσο όρο το 40% των πρώτων υλών τους το προμηθεύονται από μία επιχείρηση – χαρακτηριστικό που εύλογα τους ασκεί αυξημένη πίεση κατά τη διάρκεια της τρέχουσας κρίσης. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στην Ελλάδα αντιστοιχούν 3 λιανέμποροι ανά χονδρέμπορο έναντι 2 κατά μέσο όρο για την ΕΕ – υποδηλώνοντας μια σχετικά πιο ολιγοπωλιακή δομή του ελληνικού κλάδου χονδρικού εμπορίου σε σχέση με τα ευρωπαϊκά δεδομένα.

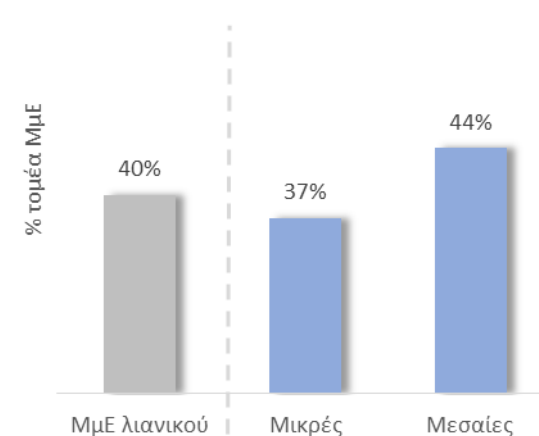
**Μέγεθος εταιρείας βασικού προμηθευτή**



**Είδος εταιρείας βασικού προμηθευτή**



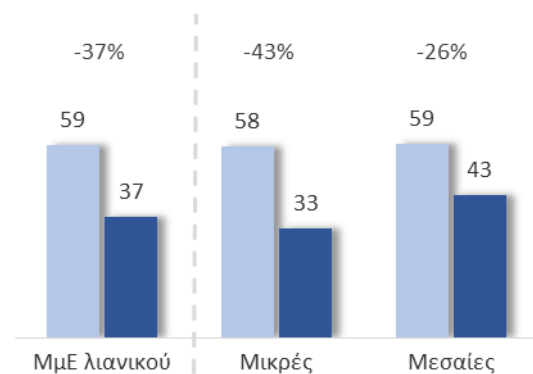
**Ποσοστό πρώτων υλών που καλύπτει ο βασικός προμηθευτής**



\*Ο διαχωρισμός στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του κύκλου εργασιών. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε εκατ. €): μικρές = (0-1), μεσαίες = (1-10).

## ... με αποτέλεσμα να ασκούν πιέσεις στον εμπορικό κύκλο και τη ρευστότητα των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου

### Ημέρες προμηθευτών



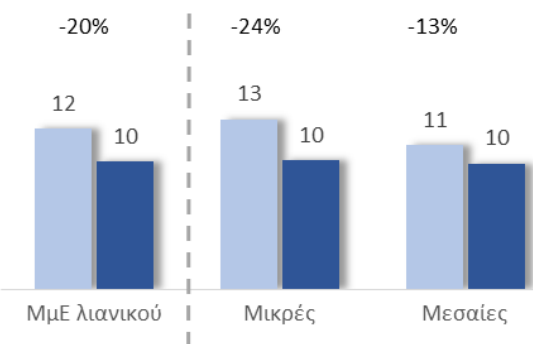
■ Ημέρες μεταξύ αγοράς & πληρωμής προμ/των 2010  
 ■ Ημέρες μεταξύ αγοράς & πληρωμής προμ/των 2015

□ Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών αποτυπώθηκε κατά την τρέχουσα περίοδο κρίσης σε σημαντική συρρίκνωση των περιθωρίων πίστωσης που παρείχαν οι προμηθευτές στο λιανεμπόριο και την οποία οι ΜμΕ λιανικού εμπορίου κατάφεραν μόνο μερικώς να περάσουν σε περιορισμό των περιθωρίων πίστωσης στους πελάτες τους. Ως αποτέλεσμα, το χρηματοδοτικό περιθώριο του 1,5 μήνα που απολάμβαναν οι ΜμΕ λιανικού εμπορίου το 2010 (καθώς καλούνταν να πληρώσουν τους προμηθευτές τους σε 59 ημέρες ενώ εισέπρατταν τις απαιτήσεις τους σε 12 ημέρες) συρρικνώθηκε σε λιγότερο από 1 μήνα το 2015 (καθώς καλούνται να πληρώσουν τους προμηθευτές τους σε 37 ημέρες ενώ εισπράττουν τις απαιτήσεις τους σε 10 ημέρες).

□ Οι μικρές επιχειρήσεις δέχτηκαν μεγαλύτερη πίεση, με τη διαφορά αυτή να συρρικνώνεται στις 23 ημέρες το 2015 από 45 ημέρες το 2010.

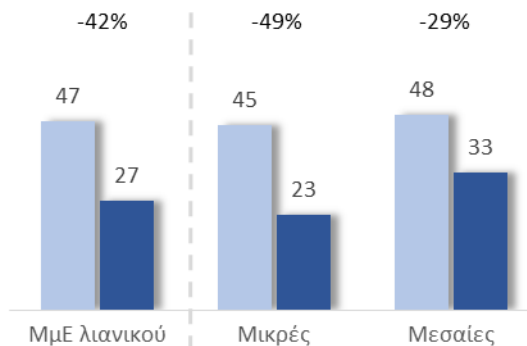
□ Εν μέρει ως αποτέλεσμα της συρρίκνωσης του χρηματοδοτικού αυτού περιθωρίου, οι ημέρες που μεσολαβούν μεταξύ των παραγγελιών περιορίστηκαν στις 12 το 2015 από 16 το 2010.

### Ημέρες απαιτήσεων



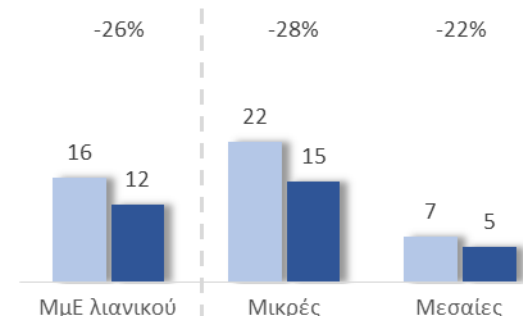
■ Ημέρες μεταξύ πώλησης και είσπραξης από πελάτες 2010  
 ■ Ημέρες μεταξύ πώλησης και είσπραξης από πελάτες 2015

### Ημέρες προμηθευτών-απαιτήσεων



■ Προμηθευτές-Απαιτήσεις 2010  
 ■ Προμηθευτές-Απαιτήσεις 2015

### Ημέρες που μεσολαβούν μεταξύ των παραγγελιών



■ Ημέρες ανά παραγγελία 2010  
 ■ Ημέρες ανά παραγγελία 2015

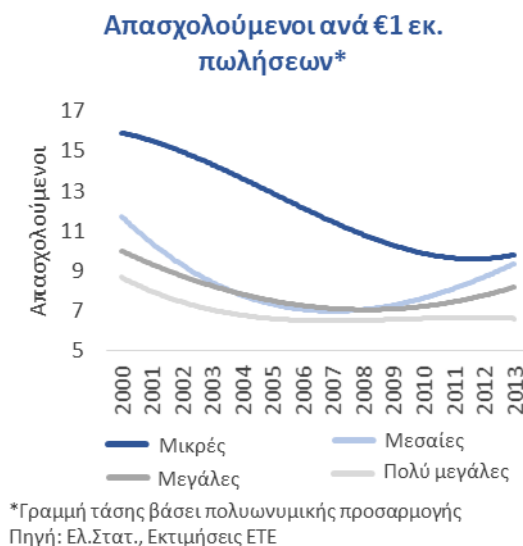
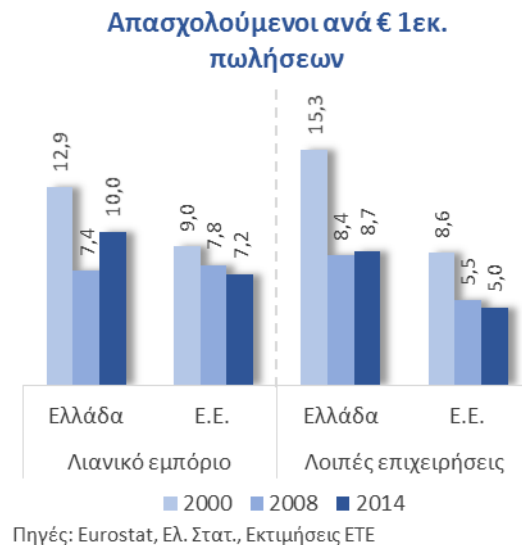
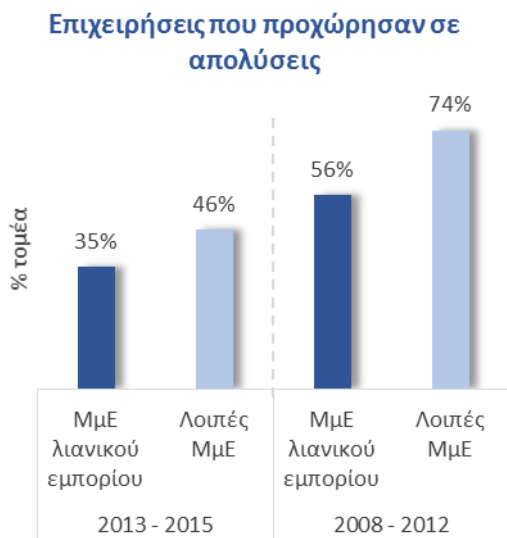
\*Ο διαχωρισμός στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του κύκλου εργασιών. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε εκατ. €): μικρές = (0-1], μεσαίες = (1-10], μεγάλες = (10-50], πολύ μεγάλες = (50 και άνω).



## Χαμηλή ευελιξία και υψηλό συντηρητισμό παρουσιάζουν οι ενέργειες ως αντίδραση στην κρίση των ΜμΕ λιανικού εμπορίου στους τομείς της απασχόλησης...

16

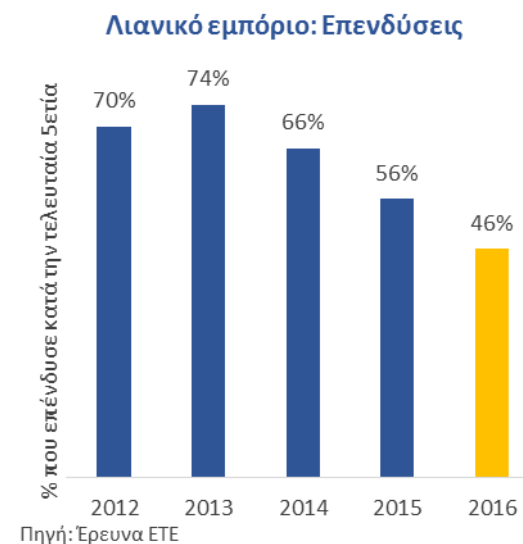
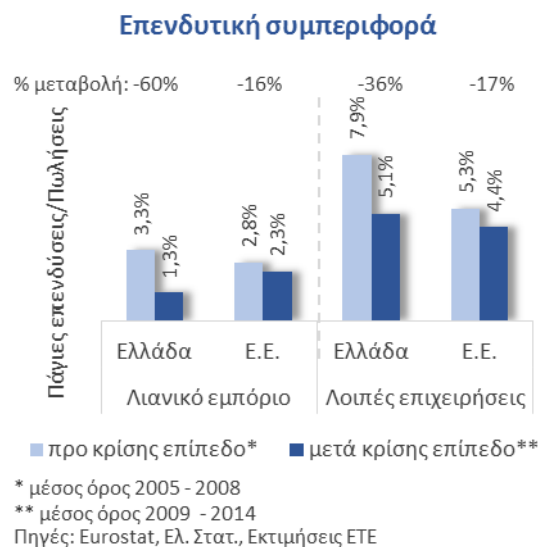
- Παρά τη μείωση της προστιθέμενης αξίας του λιανικού εμπορίου την τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα (3% του ΑΕΠ το 2013 από 4% το 2008), η συνεισφορά του στη συνολική απασχόληση παρέμεινε στο υψηλό επίπεδο του 12% (έναντι 9% κατά μέσο όρο στην Ευρώπη). Επιβεβαιωτικά της συντηρητικής αυτής εικόνας όσον αφορά την προσαρμογή της απασχόλησης του κλάδου εμφανίζονται τα στοιχεία του ερωτηματολογίου μας, βάσει των οποίων το ποσοστό των ΜμΕ λιανικού εμπορίου που προχώρησε σε απολύσεις ήταν χαμηλότερο του λοιπού τομέα τόσο στα αρχικά στάδια (56% έναντι 74% κατά την περίοδο 2008-2012) όσο και στα επόμενα στάδια της κρίσης (35% έναντι 46% κατά την περίοδο 2013-2015).
- Ξεχωρίζουμε δύο αιτίες του φαινομένου: (i) χαμηλή ευελιξία και (ii) χαμηλό ποσοστό υπερβάλλοντος προσωπικού προ κρίσης.
  - ✓ Το υψηλό μερίδιο μικρών επιχειρήσεων στο λιανεμπόριο περιορίζει τις δυνατότητες προσαρμογής της απασχόλησης, καθώς μεγάλος αριθμός εργαζομένων αφορά αυτοαπασχολούμενους και μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη.
  - ✓ Η απόκλιση της παραγωγικότητας εργασίας ανάμεσα σε Ελλάδα και ΕΕ (απασχολούμενοι/πωλήσεις) ήταν μηδενική προ κρίσης για τον κλάδο λιανικού εμπορίου (έναντι απόκλισης 35% για τον λοιπό εταιρικό τομέα) και παραμένει μικρότερη σε σχέση με την αντίστοιχη του λοιπού εταιρικού τομέα.



\*Ο διαχωρισμός στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του κύκλου εργασιών. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε εκατ. €): μικρές = (0-1), μεσαίες = (1-10), μεγάλες = (10-50), πολύ μεγάλες = (50 και άνω).



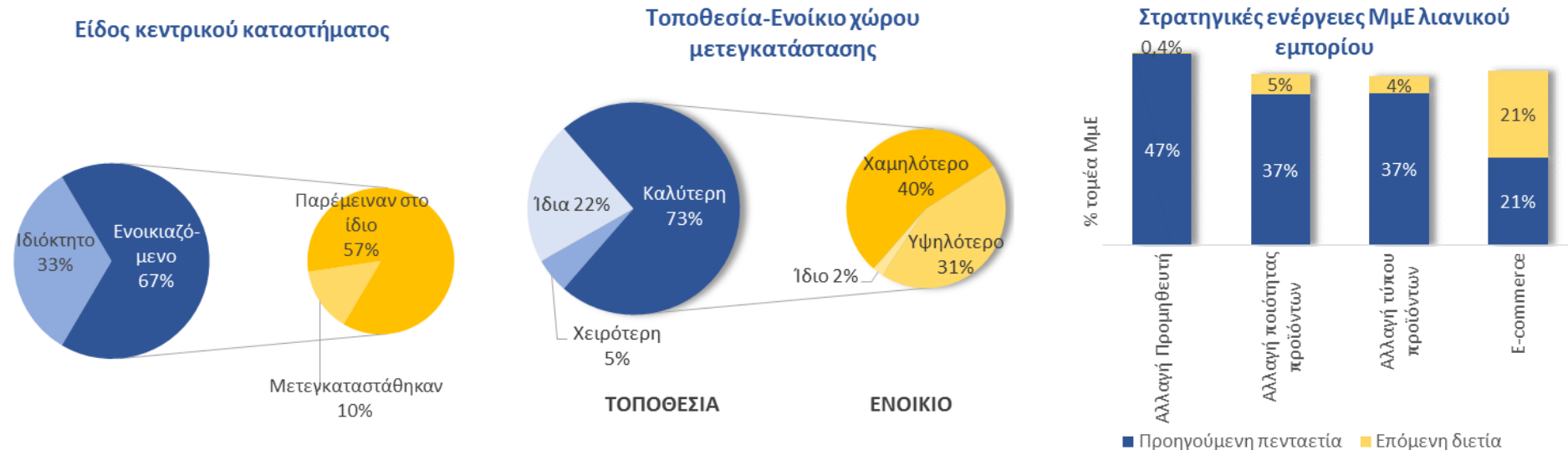
- Παράλληλα με το «πάγωμα» σε όρους απασχόλησης, αντίστοιχη συμπεριφορά επέδειξε το ελληνικό λιανικό εμπόριο και στον τομέα των επενδύσεων, με το λόγο πάγιες επενδύσεις προς πωλήσεις να περιορίζεται κατά 60% στη διάρκεια της κρίσης (στο 1,3% έναντι 3,3% για την περίοδο προ κρίσης) – ποσοστό σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τη μείωση του αντίστοιχου επενδυτικού λόγου τόσο στο λοιπό ελληνικό εταιρικό τομέα (-36%) όσο και στο ευρωπαϊκό λιανεμπόριο (-17%) κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου.
- Εστιάζοντας στον τομέα των ΜμΕ λιανικού εμπορίου, παρατηρούμε τη διαχρονικά ασθενή επενδυτική τους συμπεριφορά (επενδύοντας 1%-2% των πωλήσεων τους ετησίως κατά την τελευταία 15ετία έναντι 4,5%-5,5% για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου).
- Σε αντιστοιχία με τη γενικότερη τάση επιδείνωσης του τομέα λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα, η διαχρονικά αδύναμη επενδυτική τάση των ΜμΕ εξασθενεί συνεχώς τα τελευταία χρόνια, με μόλις το 46% του τομέα να δηλώνει το 2016 ότι έχει προχωρήσει σε πάγιες επενδύσεις κατά την τελευταία πενταετία ενώ το αντίστοιχο ποσοστό βρισκόταν στο 74% το 2013.



\*Ο διαχωρισμός στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του κύκλου εργασιών. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε εκατ. €): μικρές = (0-1), μεσαίες = (1-10), μεγάλες = (10-50), πολύ μεγάλες = (50 και άνω).

## ... και των στρατηγικών κινήσεων

- Η σχετικά αδρανής στάση των ΜμΕ λιανικού εμπορίου επιβεβαιώνεται από δύο ακόμα στοιχεία (i) χαμηλή απόκριση στα νέα δεδομένα της αγοράς ενοικίασης εμπορικών ακινήτων και (ii) υιοθέτηση συντηρητικών/παραδοσιακών στρατηγικών έναντι της κρίσης
  - ✓ Ενώ τα 2/3 του τομέα ενοικιάζουν το κατάστημά τους, μόλις το 10% επέλεξε να μετεγκατασταθεί κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας. Πιο συγκεκριμένα, μόνο το 40% αυτού του υποσυνόλου (4% του τομέα) αξιοποίησε στρατηγικά την τρέχουσα συγκυρία υπερβάλλουσας προσφοράς και χαμηλών ενοικίων για να μετεγκατασταθεί σε ένα καλύτερο κατάστημα (ίδιας ή νέας περιοχής) με χαμηλότερο ενοίκιο.
  - ✓ Ενώ υψηλά ποσοστά του τομέα (της τάξης του ½) προχώρησαν σε παραδοσιακές αλλαγές στρατηγικής – αλλαγή προμηθευτή, αλλαγή τύπου ή/και ποιότητας προϊόντος – μόλις το 21% του τομέα προχώρησε σε ενσωμάτωση καναλιών ηλεκτρονικού εμπορίου στη δραστηριότητά του. Σημειώνουμε ότι οι ΜμΕ κατανοούν τη σημαντικότητα αυτής της στρατηγικής (με σχεδόν το ½ του τομέα να δηλώνει ότι έχει επενδύσεις είτε προτίθεται να επενδύσει κατά την επόμενη διετία σε e-commerce), ωστόσο εμφανίζονται διστακτικοί όσο αφορά την υλοποίησή της με αποτέλεσμα να την μεταθέτουν στο μεσοπρόθεσμο σχεδιασμό τους σε αντίθεση με τις παραδοσιακές στρατηγικές τις οποίες σε μεγάλο βαθμό έχουν ήδη υλοποιήσει.



\*Ο διαχωρισμός στα άνω γραφήματα αφορά τάξεις μεγέθους του κύκλου εργασιών. Ειδικότερα, ορίζουμε (σε εκατ. €): μικρές = (0-1], μεσαίες = (1-10].

□ Λιανικό εμπόριο: Περιγραφή συγκυρίας

□ Διαρθρωτικά χαρακτηριστικά

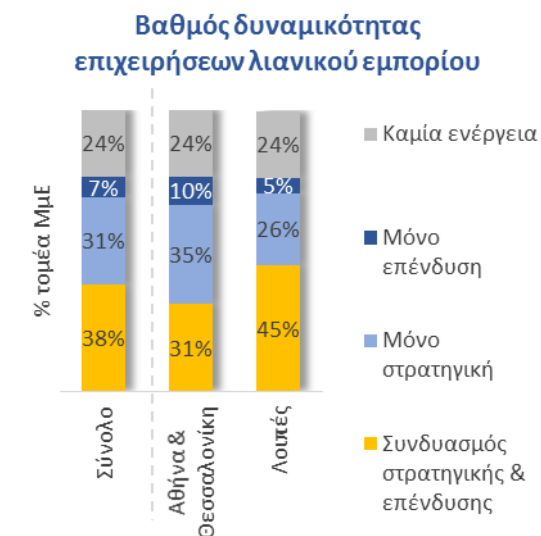
□ Αξιολόγηση αντίδρασης στην κρίση

□ Προτεραιότητες ενδυνάμωσης κλάδου

□ Παράρτημα

- Μακροοικονομικοί δείκτες
- Δείκτης εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ
- Μέγεθος
- Αποτελεσματικότητα
- Χρηματοοικονομική κατάσταση εταιρειών
- Προμηθευτές
- Απασχόληση
- Επενδύσεις
- Στρατηγικές ενέργειες
- Διαχωρισμός κομματιών αγοράς
- Προτάσεις
- Χαρτογράφηση του τομέα των ΜμΕ στην Ελλάδα
- Περιγραφή δείγματος
- Κατασκευή δείκτη εμπιστοσύνης
- Ταυτότητα της δειγματοληπτικής έρευνας

## Το ¼ των ΜμΕ λιανικού εμπορίου δεν έχει προβεί σε κάποια ενέργεια – επενδυτική ή στρατηγική – για την αντιμετώπιση της κρίσης



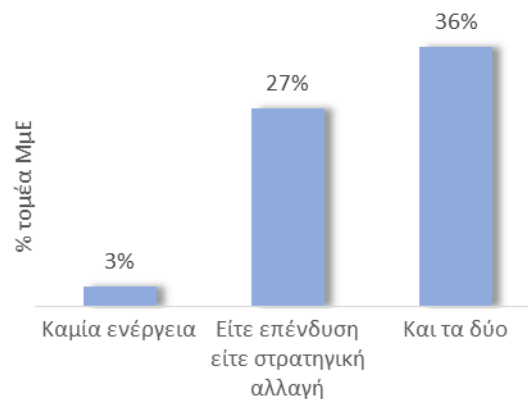
□ Η στάσιμη συμπεριφορά των ΜμΕ λιανικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της κρίσης δεν είναι ομοιόμορφη σε όλες τις επιχειρήσεις του τομέα. Συγκεκριμένα, το ¼ του κλάδου δεν έχει προβεί σε καμία επενδυτική ή στρατηγική κίνηση κατά την τελευταία πενταετία, ενώ ένα 38% του τομέα αποτελείται από δυναμικές επιχειρήσεις που έχουν προχωρήσει σε ένα συνδυασμό επενδυτικών και στρατηγικών κινήσεων. Οι δυναμικές επιχειρήσεις είναι πιο εμφανείς στην περιφέρεια, όπου καλύπτουν το 45% του τομέα έναντι 31% στα μεγάλα αστικά κέντρα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

□ Η σημασία του βαθμού δυναμικότητας των επιχειρήσεων είναι εμφανής σε μια σειρά οικονομικών δεικτών και αποτελεσμάτων, καθώς οι δυναμικές ΜμΕ λιανικού εμπορίου:

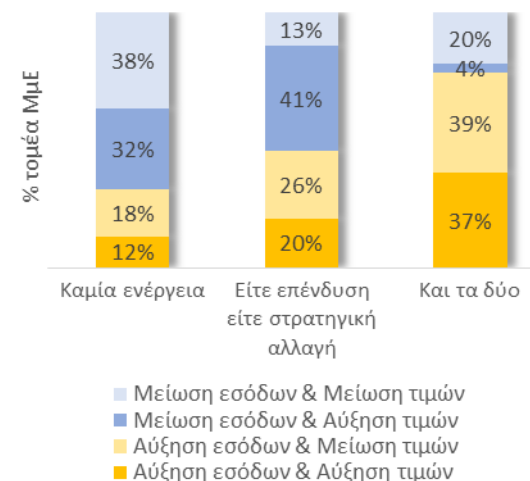
- ✓ Είχαν θετικό δείκτη εμπιστοσύνης το πρώτο εξάμηνο του 2016 (έναντι -25 για τις παθητικές ΜμΕ).
- ✓ Δήλωσαν αναπτυξιακό στόχο σε ποσοστό 36% (έναντι 3% για τις παθητικές ΜμΕ).
- ✓ Προτίθενται να προχωρήσουν σε προσλήψεις το επόμενο έτος σε ποσοστό 33% (έναντι καμίας από τις παθητικές ΜμΕ).
- ✓ Πέτυχαν αύξηση εσόδων και τιμών κατά την περίοδο 2013-2015 σε ποσοστό 37% (έναντι 12% για τις παθητικές ΜμΕ).



### Αναπτυξιακός στόχος βάσει βαθμού δυναμικότητας

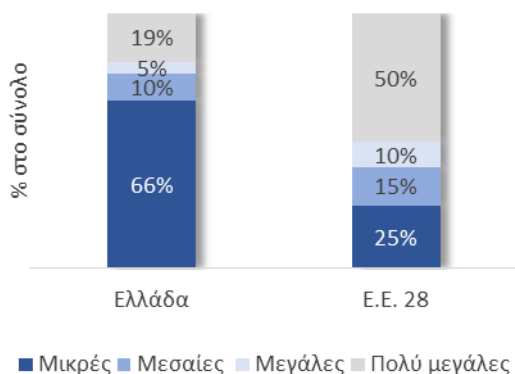


### Πορεία προηγούμενης τριετίας βάσει βαθμού δυναμικότητας



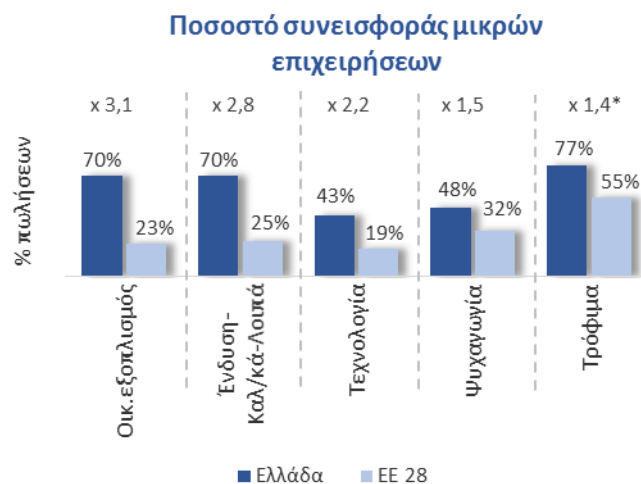
## Ο κλάδος λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα χρειάζεται αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων και ενίσχυση της κουλτούρας επιχειρηματικότητας

Πωλήσεις λιανικού εμπορίου ανά μέγεθος επιχειρήσεων



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

- ❑ Βασική διαρθρωτική αδυναμία του κλάδου λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα είναι το υψηλό μερίδιο των μικρών επιχειρήσεων (καλύπτοντας το 66% του τομέα έναντι 25% στην ΕΕ) – με τη στρέβλωση αυτή να εμφανίζεται εντονότερα στο εμπόριο ειδών οικιακού εξοπλισμού και στο εμπόριο ειδών ένδυσης. Προς αυτή τη κατεύθυνση, θα μπορούσαν να βοηθήσουν συνεργασίες/συνενώσεις μεταξύ των επιχειρήσεων.
- ❑ Παράλληλα, η αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων εκτιμάται ότι θα επέτρεπε τη δημιουργία των απαραίτητων οικονομικών κλίμακας ώστε να υιοθετηθούν στρατηγικές (i) branding, (ii) e-commerce, και (iii) ρύθμισης των σχέσεων με τους εμπορικούς εταίρους. Έτσι, θα αναπτυσσόταν αποτελεσματική κουλτούρα επιχειρηματικότητας που θα επέτρεπε την παραγωγή υψηλής προστιθέμενης αξίας από τον κλάδο – συνεπώς διορθώνοντας και το δεύτερο βασικό διαρθρωτικό του πρόβλημα.
- ❑ Σε αυτή τη διαδικασία αναδιάρθρωσης ο βασικός πλεονάζων συντελεστής παραγωγής (ως ποσοστό των πωλήσεων) είναι τα πάγια κεφάλαια και όχι οι απασχολούμενοι στον τομέα. Συνεπώς, ακόμα και μετά το ενδεχόμενο κλείσιμο κάποιων καταστημάτων, ο αριθμός των απασχολούμενων του κλάδου θα μπορούσε να μείνει σταθερός με την πλειοψηφία αυτών ωστόσο να εργάζεται σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις.



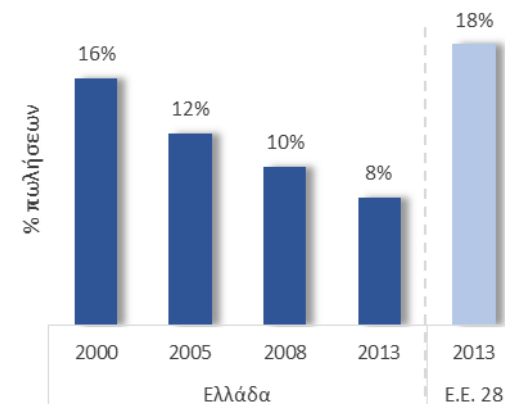
\*λόγος Ελλάδας προς ΕΕ  
Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

Χρήση παραγωγικών συντελεστών στο λιανικό εμπόριο: Σύγκριση Ελλάδας - Ε.Ε. 28

	Ελλάδα	ΕΕ 28	Πλεονάζον ποσοστό
Απασχολούμενοι / Πωλήσεις (σε εκ. €)	8,7	7,6	16%
Πάγιο ενεργητικό/ Πωλήσεις	0,67	0,14	376%

\*Η εκτίμηση έχει γίνει βάσει σταθμισμένου μέσου όρου των δεικτών των επιμέρους μεγεθών  
Πηγή: ICAP, BACH, Eurostat, Εκτιμήσεις ETE

Μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου: Προστιθέμενη αξία ως ποσοστό των πωλήσεων



□ Λιανικό εμπόριο: Περιγραφή συγκυρίας

□ Διαρθρωτικά χαρακτηριστικά

□ Αξιολόγηση αντίδρασης στην κρίση

□ Προτεραιότητες ενδυνάμωσης κλάδου

□ Παράρτημα

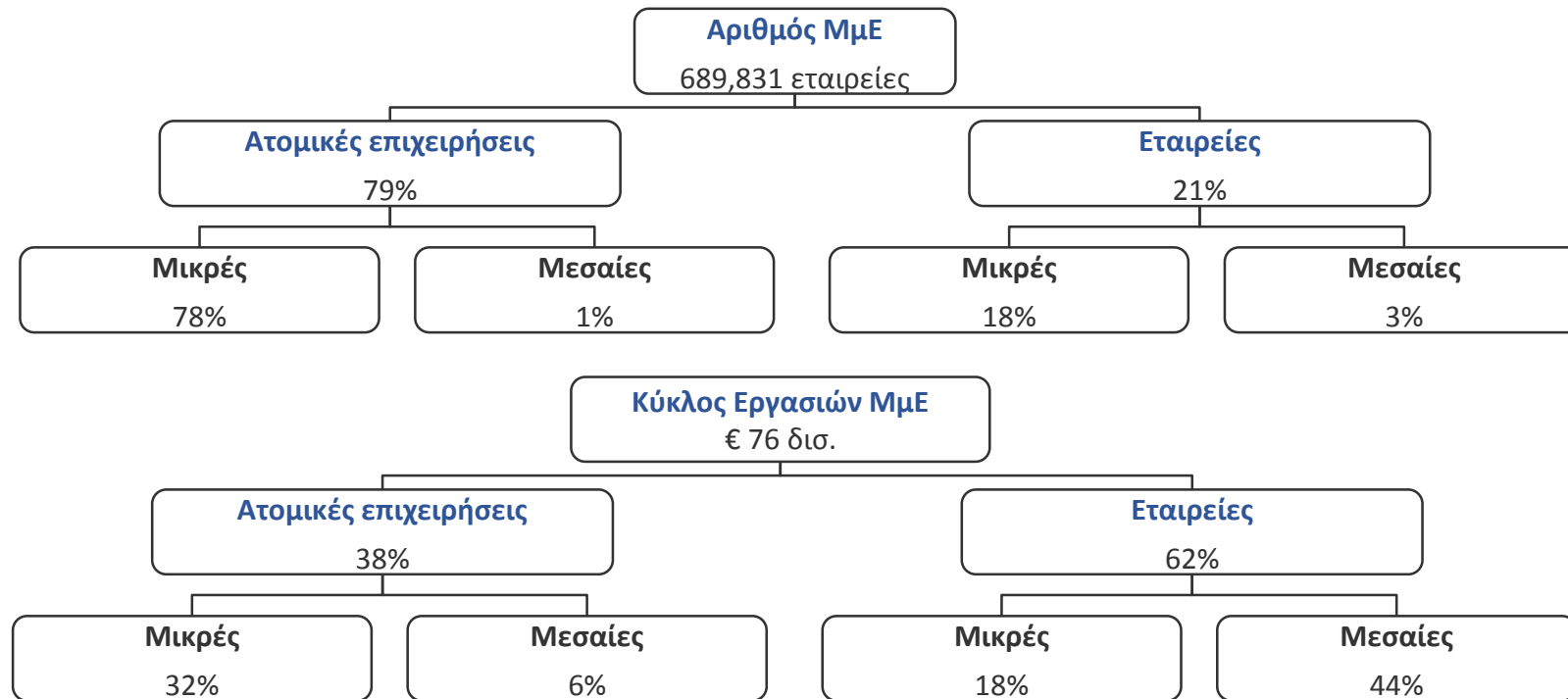
- Μακροοικονομικοί δείκτες
- Δείκτης εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ

- Μέγεθος
- Αποτελεσματικότητα
- Χρηματοοικονομική κατάσταση εταιρειών

- Προμηθευτές
- Απασχόληση
- Επενδύσεις
- Στρατηγικές ενέργειες

- Διαχωρισμός κομματιών αγοράς
- Προτάσεις

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



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

Πηγή: SBA Factsheet 2015, Eurostat, Μητρώο Επιχειρήσεων ΕΛ.ΣΤΑΤ., Εκτιμήσεις ΕΤΕ

- ❑ Οι σχεδόν 690,000 ΜμΕ στην Ελλάδα συνεισφέρουν ετησίως κύκλο εργασιών της τάξης των €76 δισ.
- ❑ Τα 4/5 των ΜμΕ αντιστοιχούν σε ατομικές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν αντίστοιχο μερίδιο στο σύνολο του εγχώριου εταιρικού τομέα (έναντι μόλις ½ του εταιρικού τομέα στην Ευρώπη).
- ❑ Αν και σε αριθμό υπερτερούν οι ατομικές επιχειρήσεις, το μεγαλύτερο μερίδιο του κύκλου εργασιών (άνω του 60%) παράγεται από εταιρείες διάφορων νομικών μορφών (ΑΕ, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ κτλ.).

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

\* Ανάλογα με τη διαθεσιμότητα στοιχείων υπάρχει πιθανότητα αποκλίσεων της τάξης του 10% \* Σταθμισμένος μέσος όρος βάσει σύνθεσης τομέα 2007 (25%) και σύνθεσης τομέα 2013 (75%)  
 Πηγή: Μητρώο επιχειρήσεων ΕΛ.ΣΤΑΤ. (2007), ICAP Data, Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

- ❑ Η ανάλυση αφορά δείγμα επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών έως €10 εκατ., τις οποίες για τους σκοπούς της ανάλυσης ορίζουμε ως μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ).
- ❑ Η επιλογή των εταιρειών έγινε μέσω διαστρωματικής δειγματοληψίας (stratified sampling method), κατά τα πρότυπα αντίστοιχων ερευνών που πραγματοποιούνται από διεθνείς οργανισμούς. Ειδικότερα, επιλέχθηκαν συνολικά 1,164 εταιρείες, με τρόπο τέτοιο ώστε να κατανέμονται ομοιόμορφα βάσει δύο βασικών παραγόντων: την τάξη του κύκλου εργασιών (6 τάξεις μεγέθους) και τον κλάδο δραστηριοποίησης (Βιομηχανία, Εμπόριο, Υπηρεσίες, Κατασκευές).
- ❑ Προκειμένου να προκύψουν συμπεράσματα αντιπροσωπευτικά του εταιρικού τομέα ΜμΕ, πραγματοποιήθηκε στάθμιση των απαντήσεων ανάλογα με τη συμμετοχή της κάθε υποκατηγορίας στο συνολικό κύκλο εργασιών του τομέα. Με αυτόν τον τρόπο προέκυψαν συμπεράσματα (i) ανά μέγεθος, (ii) ανά κλάδο και (iii) συνολικά για τον εταιρικό τομέα ΜμΕ. Βάσει της μεθοδολογίας, οι διακρίσεις που γίνονται κατά την ανάλυση που ακολουθεί αναφέρονται σε μερίδια βάσει κύκλου εργασιών και όχι βάσει αριθμού εταιρειών.



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

- ❑ Εταιρία: TNS
- ❑ Μεθοδολογία: Ποσοτική έρευνα, με τη μορφή τηλεφωνικών συνεντεύξεων (Computer Aided Telephone Interviewing- C.A.T.I.), με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου 20 λεπτών.
- ❑ Δείγμα: Συνολικά διεξήχθησαν 1,160 συνεντεύξεις (960 στην τρέχουσα μέτρηση και επιπλέον booster 200 συνεντεύξεων σε ΜμΕ λιανικού εμπορίου):
  - ✓ 580 επιχειρήσεις με τζίρο μέχρι 1εκ. ευρώ (ελεύθεροι επαγγελματίες, ατομικές επιχειρήσεις, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ) – οι 100 αφορούν λιανικό εμπόριο
  - ✓ 580 επιχειρήσεις με τζίρο από 1-10εκ. ευρώ (ΟΕ, ΕΕ, ΑΕ, ΕΠΕ) – οι 100 αφορούν λιανικό εμπόριο
- ❑ Γεωγραφική κάλυψη:
  - ✓ Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Ιωάννινα, Καβάλα, Λάρισα, Πάτρα
- ❑ Δειγματοληψία: Πολυσταδιακή, στρωματοποιημένη, μη αναλογική δειγματοληψία ως προς κλάδο, τάξη μεγέθους τζίρου & περιοχή σε κάθε ένα από τα δύο υπο-δείγματα. Quotas ως προς το μέγεθος του τζίρου για το booster δείγμα.
- ❑ Στατιστικό σφάλμα: στο σύνολο κάθε υπό-δείγματος των 480 επιχειρήσεων το μέγιστο στατιστικό σφάλμα είναι +/- 4,15% σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%.
- ❑ Περίοδος διεξαγωγής: 24/2/16 - 11/4/16
- ❑ Διεξαγωγή: Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κώδικες δεοντολογίας της ESOMAR και του ΣΕΔΕΑ και τις προδιαγραφές ποιοτικού ελέγχου που ορίζονται από τον ΠΕΣΣ (Ποιοτικός Έλεγχος Συλλογής Στοιχείων). Για την διεξαγωγή της έρευνας πεδίου εργάστηκαν 32 ερευνητές και 4 επιθεωρητές, με εμπειρία και εξειδίκευση σε έρευνες επιχειρήσεων.



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ  
Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης

*Συντονιστής:*

*Τζέση Βουμβάκη*

*Senior Economist, Επικεφαλής Ανάλυσης Επιχειρηματικότητας*

*(+30210) 334 1549*

*e-mail: [fvoumv@nbq.gr](mailto:fvoumv@nbq.gr)*

*Αναλυτές:*

*Αθανασία Κουτούζου*

*Economist, Ανάλυση Επιχειρηματικότητας*

*(+30210) 334 1528*

*e-mail: [koutouzou.ath@nbq.gr](mailto:koutouzou.ath@nbq.gr)*

*Γεώργιος Σακκάς*

*Economist, Ανάλυση Επιχειρηματικότητας*

*(+30210) 334 1547*

*e-mail: [sakkas.georgios@nbq.gr](mailto:sakkas.georgios@nbq.gr)*

*Ειρήνη Ζαμπέτη*

*Economist, Ανάλυση Επιχειρηματικότητας*

*(+30210) 334 1646*

*e-mail: [zabeti.eirini@nbq.gr](mailto:zabeti.eirini@nbq.gr)*

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

## Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Λιανικό Εμπόριο

Σεπτέμβριος 2016