

# Ποσοτική Έρευνα: Η Επίδραση της Οικονομικής Κρίσης στις Επιχειρήσεις

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



Επιστημονικός Υπεύθυνος:

**ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΑΥΛΩΝΙΤΗΣ**

Ερευνήτρια:

Χριστίνα Γιακουμάκη

# Ερευνητικός Στόχος



- Στόχος της έρευνας ήταν η συλλογή στοιχείων σχετικά με τις μέχρι τώρα συνέπειες της οικονομικής κρίσης και την αντιμετώπισή της εκ μέρους των επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα στην Ελλάδα.

# Μεθοδολογία Έρευνας

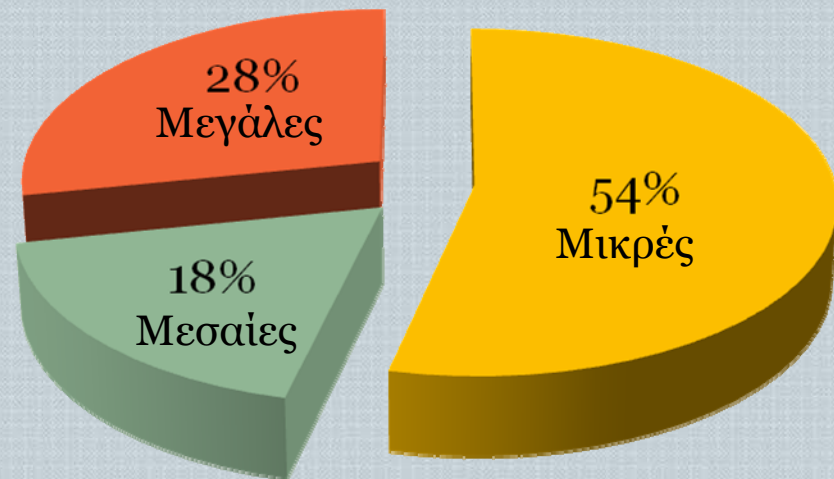


- Πρωτογενής έρευνα σε δείγμα 110 μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.
- Συλλογή στοιχείων από το Εργαστήριο Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών - The Athens Laboratory of Research in Marketing (A.L.A.R.M.)
- Μέθοδος συλλογής: τηλεφωνικές συνεντεύξεις με τη μέθοδο C.A.T.I. (Computer-Aided Telephone Interviewing) την περίοδο τέλος Ιανουαρίου – αρχές Φεβρουαρίου 2009
- Ερευνητικό εργαλείο: Δομημένο Ερωτηματολόγιο

# Το δείγμα της έρευνας

- Στην έρευνα έλαβαν μέρος συνολικά 110 στελέχη από ιδιωτικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Από τις επιχειρήσεις αυτές:
- Οι 59, ήτοι ποσοστό 54%, είναι μικρές, με τζίρο μικρότερο των €10.000.000.
- Οι 20, ήτοι ποσοστό 18%, είναι μεσαίες, με τζίρο μεταξύ €10.000.000 και €60.000.000.
- Οι 31, ήτοι ποσοστό 28%, είναι μεγάλες με τζίρο μεγαλύτερο των €60.000.000.

## Διάκριση επιχειρήσεων βάσει μεγέθους



# Το δείγμα της έρευνας

- Οι επιχειρήσεις του δείγματος της έρευνας ανήκουν, ανάλογα με το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους, στις τρεις ακόλουθες βασικές κατηγορίες:



# Τα ευρήματα της έρευνας



**Τι απάντησαν τα στελέχη της  
αγοράς  
για τον ΚΛΑΔΟ τους**

# Επίδραση της κρίσης στον ΚΛΑΔΟ μέχρι σήμερα



- Στην ερώτηση εάν πιστεύουν ότι ο κλάδος τους έχει επηρεαστεί από την υφιστάμενη οικονομική κρίση στην Ελλάδα:
  - Το **77%** απάντησε ότι έχει επηρεαστεί **αρνητικά** και
  - Το **23%** απάντησε ότι **δεν έχει επηρεαστεί** μέχρι τώρα.



# Γενική στάση των στελεχών για τον ΚΛΑΔΟ σε προοπτική 12μήνου



- Από τα στελέχη που απάντησαν ότι ο κλάδος τους δεν έχει μέχρι στιγμής επηρεαστεί αρνητικά από την κρίση (23%):
  - Το 28% εκτιμά ότι η κατάσταση θα χειροτερέψει στο προσεχές 12μηνο (μέχρι το τέλος του 2009) και
  - Το 72% ότι θα παραμείνει ίδια ή θα βελτιωθεί ελαφρά.
- Από τα στελέχη που απάντησαν ότι ο κλάδος τους έχει ήδη επηρεαστεί αρνητικά (77%):
  - Το 61% εκτιμά ότι η κατάσταση θα χειροτερέψει περαιτέρω
  - Το 27% ότι δεν θα μεταβληθεί (θα παραμείνει το ίδιο κακή) και
  - Το 12% ότι θα βελτιωθεί.
- Βάσει των ανωτέρω τα στελέχη κατατάχτηκαν σε αισιόδοξα και απαισιόδοξα σχετικά με την πορεία των κλάδων τους εντός του 2009:

**ΑΙΣΙΟΔΟΞΟΙ**

25,45%

**ΑΠΑΙΣΙΟΔΟΞΟΙ**

74,55%

# Τα ευρήματα της έρευνας



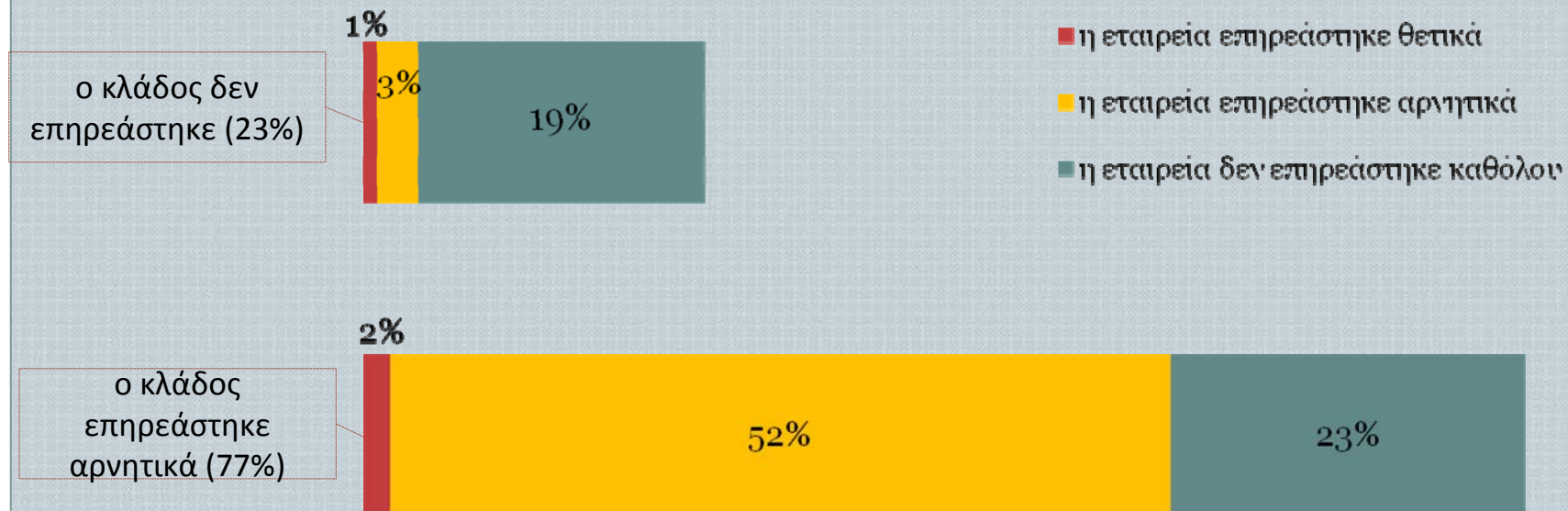
**Τι απάντησαν τα στελέχη της  
αγοράς**

**Για την ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ τους**




# Επίδραση της κρίσης στην ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ μέχρι σήμερα

Στην ερώτηση εάν πιστεύουν ότι η **επιχείρηση** στην οποία εργάζονται τα στελέχη έχει επηρεαστεί από την υφιστάμενη οικονομική κρίση:

- Το **3%** απάντησε ότι έχει επηρεαστεί **θετικά**,
- Το **55%** απάντησε ότι έχει επηρεαστεί **αρνητικά** και
- Το **42%** απάντησε ότι **δεν έχει επηρεαστεί** σημαντικά μέχρι στιγμής.



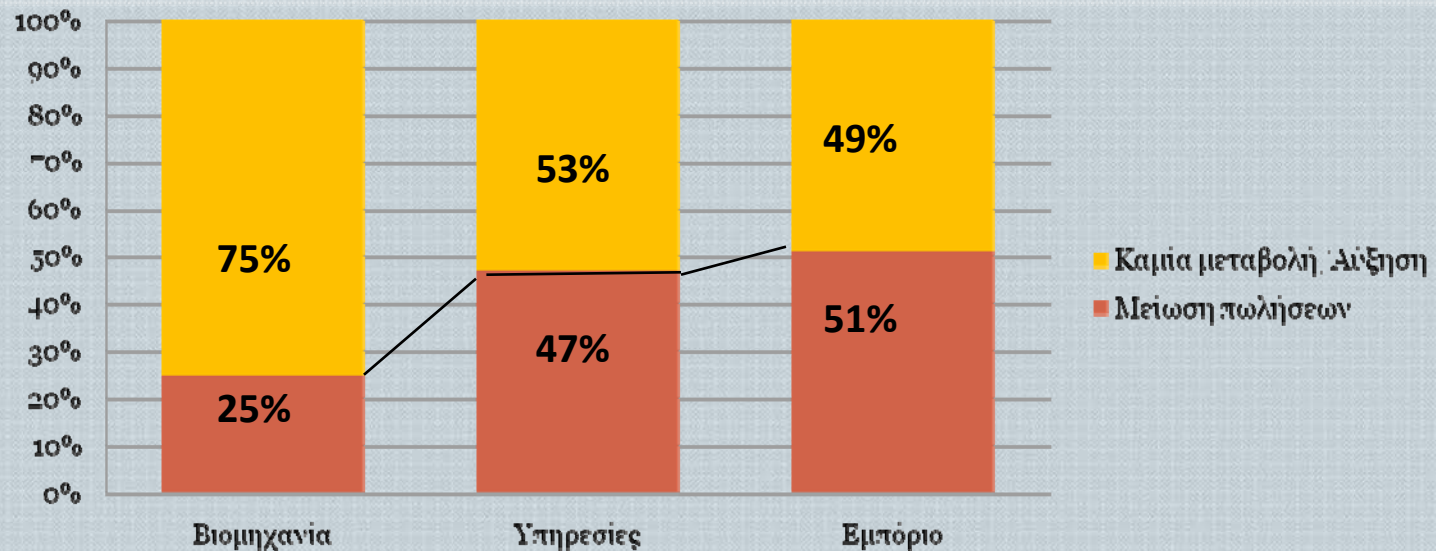
# Δείκτες απόδοσης που επηρεάστηκαν μέχρι σήμερα στο σύνολο των ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

| Δείκτες απόδοσης που επηρεάστηκαν | Ποσοστό επιχειρήσεων που παρουσίασαν...  |  |  |
|-----------------------------------|--|--|--|
|                                   |  Μείωση |  Αύξηση |  Καμία μεταβολή |
| Πωλήσεις                          | 44%  | 10%  | 46%  |
| Κέρδη                             | 46%  | 11%  | 43%  |
| Αριθμός πελατών                   | 26%  | 18%  | 56%  |
| Μερίδιο αγοράς                    | 18%  | 24%  | 58%  |

- Από την κρίση επηρεάστηκαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι μεγάλες επιχειρήσεις (με ετήσιο τζίρο άνω των €60.000.000), αφού:
  - Το **68%** των **μεγάλων επιχειρήσεων** δήλωσαν ότι έχουν επηρεαστεί αρνητικά από την υφιστάμενη οικονομική κρίση, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των **μικρομεσαίων επιχειρήσεων** είναι **49%**.

# Δείκτες απόδοσης που επηρεάστηκαν μέχρι σήμερα

- Από άποψη **πωλήσεων** έχει κυρίως πληγεί ο κλάδος του Εμπορίου και ελαφρώς λιγότερο ο κλάδος των Υπηρεσιών. Ο κλάδος της Βιομηχανίας, στο μεγαλύτερο μέρος του (75%) δεν έχει παρουσιάσει σημαντικές διαφορές:



- Από άποψη **κερδοφορίας** έχουν κυρίως επηρεαστεί οι μεγάλες επιχειρήσεις, αφού το 61,3% αυτών των επιχειρήσεων δήλωσε ότι εξαιτίας της κρίσης έχουν μειωθεί τα κέρδη του αισθητά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι 40%.

# Η επίδραση της κρίσης στις τιμές των προμηθευτών

- Από το σύνολο των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα:
  - Το 25% δήλωσε ότι οι τιμές των προμηθευτών τους μειώθηκαν εξαιτίας της κρίσης,
  - Το 23% δήλωσε ότι αυξήθηκαν και
  - Το 52% δήλωσε ότι δεν υπήρξαν σημαντικές μεταβολές των τιμών των προμηθευτών τους εξαιτίας της κρίσης.
- Οι μεγαλύτερες μειώσεις στις τιμές των προμηθευτών έγιναν στον κλάδο των Υπηρεσιών, ενώ οι μεγαλύτερες αυξήσεις στον κλάδο της Βιομηχανίας.

# Η επίδραση της κρίσης στις ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ με προοπτική 12μήνου

- Στην ερώτηση σχετικά με το ποια πιστεύουν ότι θα είναι η μελλοντική κατάσταση της **επιχείρησης** σε προοπτική 12μήνου σε σχέση με την σημερινή:
  - Το **20%** εκτιμά ότι η κατάσταση θα είναι **καλύτερη**,
  - Το **44,5%** εκτιμά ότι η κατάσταση θα είναι **χειρότερη** και
  - Το **35,5%** εκτιμά ότι η κατάσταση θα παραμείνει **αμετάβλητη**.
- Η άποψη των στελεχών της αγοράς σχετικά με την μελλοντική πορεία της επιχείρησής τους συμβαδίζει σε πολύ μεγάλο βαθμό με την αντίστοιχη άποψή τους σχετικά με την μελλοντική πορεία του κλάδου, στον οποίο αυτή ανήκει.

# Δείκτες απόδοσης που αναμένεται να επηρεαστούν εντός του 2009





Τα στελέχη εκτιμούν ότι μέχρι το τέλος του 2009, η επίδραση της κρίσης στους παρακάτω παράγοντες θα είναι η εξής:

|                       | Ποσοστό επιχειρήσεων που εκτιμούν ότι θα παρουσιάσουν... |        |                |
|-----------------------|--|--------|----------------|
| Δείκτες απόδοσης      | Μείωση   | Αύξηση | Καμία Μεταβολή |
| <b>Πωλήσεις</b>       | <b>58,2%</b>   | 20,0%  | 21,8%          |
| <b>Κέρδη</b>          | <b>57,3%</b>   | 17,3%  | 25,4%          |
| <b>Μερίδιο αγοράς</b> | 16,4%  | 39,1%  | <b>44,5%</b>   |

- Το σημαντικότερο μέλημα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, ανεξαρτήτως κλάδου, είναι η διατήρηση ή αύξηση του μεριδίου αγοράς και η διατήρηση ή αύξηση του αριθμού των πελατών τους.
- Όσες επιχειρήσεις αναμένουν μείωση του μεριδίου αγοράς, την συναρτούν ευθέως με την κατάργηση τομέων δραστηριότητας και την συρρίκνωση της γκάμας των προϊόντων τους.

# Δείκτες απόδοσης που αναμένεται να επηρεαστούν εντός του 2009: ΠΩΛΗΣΕΙΣ & ΚΕΡΔΗ

Οι εκτιμήσεις των στελεχών ως προς τα μελλοντικές πωλήσεις και κέρδη τους, μέχρι το τέλος του 2009, ανάλογα με το μέγεθος των επιχειρήσεων, είναι οι ακόλουθες:

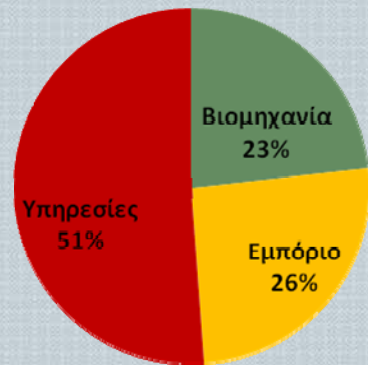
|          | Αναμένουν...      |   | Μικρές | Μεσαίες | Μεγάλες | ΣΥΝΟΛΟ<br>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ |
|----------|-------------------|---|--------|---------|---------|------------------------|
| ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ...μείωση         |    | 49%    | 60%     | 74%     | 58,2%                  |
|          | ...αύξηση         |    | 24%    | 30%     | 7%      | 20,0%                  |
|          | ...καμία μεταβολή |   | 27%    | 10%     | 19%     | 21,8%                  |
| ΚΕΡΔΗ    | ...μείωση         |  | 51%    | 65%     | 64%     | 57,3%                  |
|          | ...αύξηση         |  | 19%    | 25%     | 10%     | 17,3%                  |
|          | ...καμία μεταβολή |   | 30%    | 10%     | 26%     | 25,4%                  |

Οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι περισσότερο απαισιόδοξες σε σχέση με τις μικρές, όσον αφορά στην εκτίμηση των μελλοντικών πωλήσεων και κερδών.

# Δείκτες απόδοσης που αναμένεται να επηρεαστούν εντός του 2009: ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ

- Το 44% των επιχειρήσεων δεν προβλέπουν καμία μεταβολή του μεριδίου αγοράς τους.
- Από τις επιχειρήσεις που αναμένουν μείωση του μεριδίου αγοράς (16,4%), το 55,6% ανήκει στον κλάδο του Εμπορίου, όπου και επικρατεί η μεγαλύτερη απαισιοδοξία όσον αφορά στην προοπτική της διατήρησης πελατών.

Εταιρείες που προβλέπουν αύξηση του μεριδίου αγοράς (39,1%)



Από τις επιχειρήσεις που αναμένουν αύξηση του μεριδίου αγοράς (39,1%), το 51,2% ανήκει στον κλάδο των Υπηρεσιών, όπου και επικρατεί η μεγαλύτερη αισιοδοξία όσον αφορά στην διατήρηση της υπάρχουσας πελατειακής βάσης και την προσέλκυση νέων πελατών.

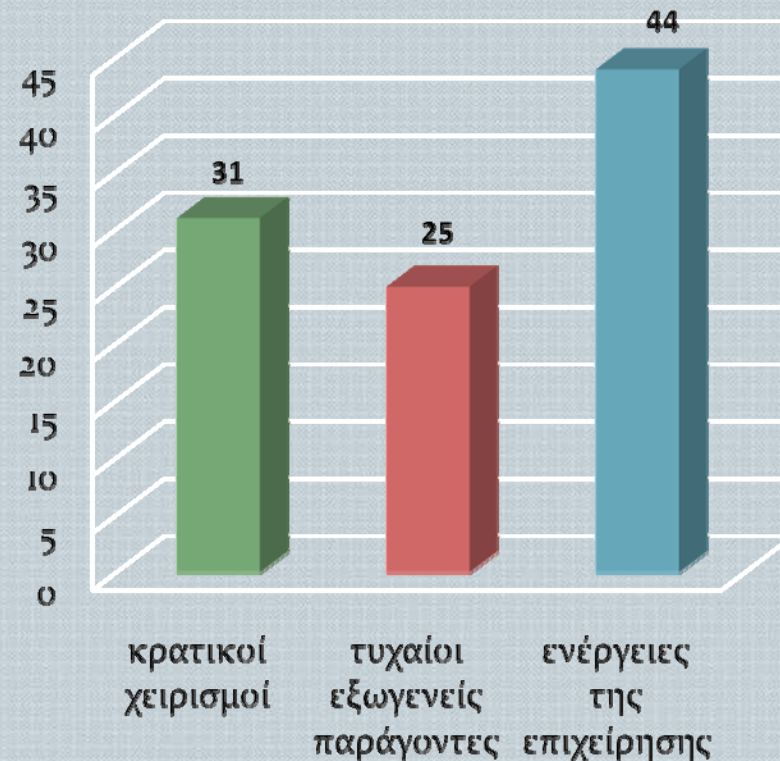
# Παράγοντες επηρεασμού έκβασης της κρίσης

Τα στελέχη πιστεύουν ότι ο σημαντικότερος παράγων, από τον οποίο θα εξαρτηθούν κατά κύριο λόγο οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην πορεία της επιχείρησής τους, είναι οι αποφάσεις που θα ληφθούν και οι κινήσεις που θα γίνουν από την ίδια την επιχείρηση.

Ο δεύτερος πιο σημαντικός παράγων είναι ο τρόπος που θα χειριστεί το κράτος το ζήτημα της αντιμετώπισης της κρίσης.

Ο τρίτος παράγων είναι τυχαία γεγονότα, όπως απρόβλεπτες κινήσεις του ανταγωνισμού, διεθνής και εσωτερική συγκυρία και γενικά παράγοντες που βρίσκονται έξω από τον έλεγχο της επιχείρησης.

Βαθμός σημαντικότητας καθενός από τους παράγοντες σε εκατοντάβαθμη κλίμακα



# Εκτίμηση της αγοραστικής συμπεριφοράς των πελατών των επιχειρήσεων

- Τα στελέχη πιστεύουν ότι οι πελάτες των επιχειρήσεων το 2009, κατά την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών θα δώσουν κυρίως έμφαση στα παρακάτω κριτήρια, που παρατίθενται κατά σειρά σημαντικότητας:

| ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ             | ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ |                 |                 |        |
|---|-------------------------|-----------------|-----------------|--------|
| Βαθμός Σημαντικότητας ➔                 | 1 <sup>ος</sup>         | 2 <sup>ος</sup> | 3 <sup>ος</sup> | ΣΥΝΟΛΟ |
| 1. Χαμηλή τιμή προϊόντος/υπηρεσίας      | 54%                     | 18%             | 9%              | 81%    |
| 2. Εξυπηρέτηση πελατών                  | 7%                      | 19%             | 33%             | 59%    |
| 3. Σχέση εμπιστοσύνης με την επιχείρηση | 19%                     | 17%             | 19%             | 55%    |
| 4. Υψηλή ποιότητα προϊόντος/υπηρεσίας   | 6%                      | 26%             | 21%             | 53%    |
| 5. Επώνυμο προϊόν                       | 8%                      | 13%             | 12%             | 33%    |
| 6. Καινοτομικότητα προϊόντος/υπηρεσίας  | 6%                      | 7%              | 6%              | 19%    |

# Τα ευρήματα της έρευνας



## Ενέργειες αντιμετώπισης της Κρίσης

# Ενέργειες αντιμετώπισης της κρίσης









Οι επιχειρήσεις, για να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που προκύπτουν εξαιτίας της κρίσης, μέχρι σήμερα, έχουν προβεί στις παρακάτω ενέργειες:

| ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ                                | ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ |
|--|-------------------------|
| 1. Μείωση εξόδων διαφήμισης              | 41,7%                   |
| 2. Περικοπές bonus                       | 39,4%                   |
| 3. Μείωση εξόδων Μάρκετινγκ              | 36,2%                   |
| 4. Μείωση τιμών προϊόντων/υπηρεσιών      | 25,5%                   |
| 5. Μείωση εξόδων εκπαίδευσης εργαζομένων | 25,3%                   |
| 6. Αύξηση εξόδων διαφήμισης              | 19,8%                   |
| 7. Αύξηση εξόδων Μάρκετινγκ              | 18,1%                   |
| 8. Αύξηση τιμών                          | 15,5%                   |
| - Κατάργηση τομέων δραστηριότητας        | 15,5%                   |
| - Σύναψη δανείων                         | 15,5%                   |
| 9. Απολύσεις προσωπικού/στελεχών         | 13,6%                   |

# Ενέργειες αντιμετώπισης της κρίσης: Marketing, Διαφήμιση & Bonus




- Ειδικά για τις **δαπάνες τους** που αφορούν στο Μάρκετινγκ, τη Διαφήμιση και τα Bonus των στελεχών, οι επιχειρήσεις, ανάλογα με το μέγεθός τους, δήλωσαν τα ακόλουθα:

|           | Θα προβούν σε...  |   | Μικρές | Μεσαίες | Μεγάλες | ΣΥΝΟΛΟ<br>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ |
|-----------|-------------------|---|--------|---------|---------|------------------------|
| Marketing | ...μείωση         |    | 39%    | 25%     | 39%     | 36,2%                  |
|           | ...αύξηση         |    | 28%    | 15%     | 3%      | 18,1%                  |
|           | ...καμία μεταβολή |   | 33%    | 60%     | 58%     | 45,7%                  |
| Διαφήμιση | ...μείωση         |   | 36%    | 45%     | 50%     | 41,7%                  |
|           | ...αύξηση         |  | 33%    | 11%     | 3%      | 19,8%                  |
|           | ...καμία μεταβολή |   | 31%    | 44%     | 47%     | 38,5%                  |
| Bonus     | ...μείωση         |  | 31%    | 47%     | 49%     | 39,4%                  |
|           | ...αύξηση         |  | 4%     | 16%     | 3%      | 6,1%                   |
|           | ...καμία μεταβολή |   | 65%    | 37%     | 48%     | 54,5%                  |

# Ενέργειες αντιμετώπισης της κρίσης: Μείωση Τιμών



Οι επιχειρήσεις, των οποίων ο κλάδος έχει επηρεαστεί αρνητικά από την κρίση (77,3%), προβαίνουν σε μεγαλύτερο βαθμό στην μείωση των τιμών τους, απ' ότι οι επιχειρήσεις των οποίων ο κλάδος δεν έχει επηρεαστεί αρνητικά (22,7%).

| <u>Ο κλάδος επηρεάστηκε</u> | Τιμές Προϊόντων/ Υπηρεσιών   |  |  | ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ |
|-----------------------------|--|--|--|---------------------|
|                             |  Μείωση |  Αύξηση |  Καμία μεταβολή |                     |
| Αρνητικά                    | 31%  | 15%  | 54%  | 77,3%               |
| Καθόλου                     | 8%   | 16%  | 76%  | 22,7%               |

- Σε επίπεδο κλάδων εντείνεται ο ανταγωνισμός, ιδιαίτερα στο πεδίο των τιμών.
- Αυτό συμβαδίζει με την προαναφερθείσα γενικότερη άποψη των στελεχών ότι οι καταναλωτές θα δώσουν έμφαση στην τιμή κατά την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών.

# Ενέργειες αντιμετώπισης της κρίσης: Δάνεια



- Μέχρι σήμερα, από το σύνολο των επιχειρήσεων που έχουν προβεί σε σύναψη δανείων εξαιτίας της κρίσης (15,5%):
  - το 53% ανήκει στον κλάδο του Εμπορίου και
  - το 47% ανήκει στον κλάδο των Υπηρεσιών.
- Επιπλέον, εντός του 2009, το 24,5% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα, σχεδιάζουν να προβούν σε σύναψη νέου δανείου λόγω της κρίσης. Ειδικότερα:
  - το 17% των επιχειρήσεων αυτών ανήκει στον κλάδο της Βιομηχανίας,
  - το 40% στον κλάδο του Εμπορίου και
  - το 18% στον κλάδο των Υπηρεσιών.

## Ενέργειες αντιμετώπισης της κρίσης: Απολύσεις στελεχών & Προσωπικού



- Από το σύνολο των επιχειρήσεων που έχει επηρεαστεί αρνητικά από την κρίση (55%), το 22% προβαίνει σε απολύσεις στελεχών και προσωπικού.
- Από τις επιχειρήσεις που προβλέπουν μείωση των πωλήσεών τους για το 2009 (58,2%), το 15,6% προβαίνει σε απολύσεις στελεχών και προσωπικού, ενώ από τις επιχειρήσεις που προβλέπουν μείωση των κερδών τους για την αντίστοιχη περίοδο (57,3%), το 17,5% προβαίνει σε απολύσεις στελεχών και προσωπικού.




# Γκάμα προϊόντων για το 2009



Οι περισσότερες επιχειρήσεις σχεδιάζουν να μεταβάλουν την γκάμα των προϊόντων τους, εντός του 2009, με έμφαση κυρίως στην εξυγίανση του προϊόντικού τους χαρτοφυλακίου. Συγκεκριμένα:

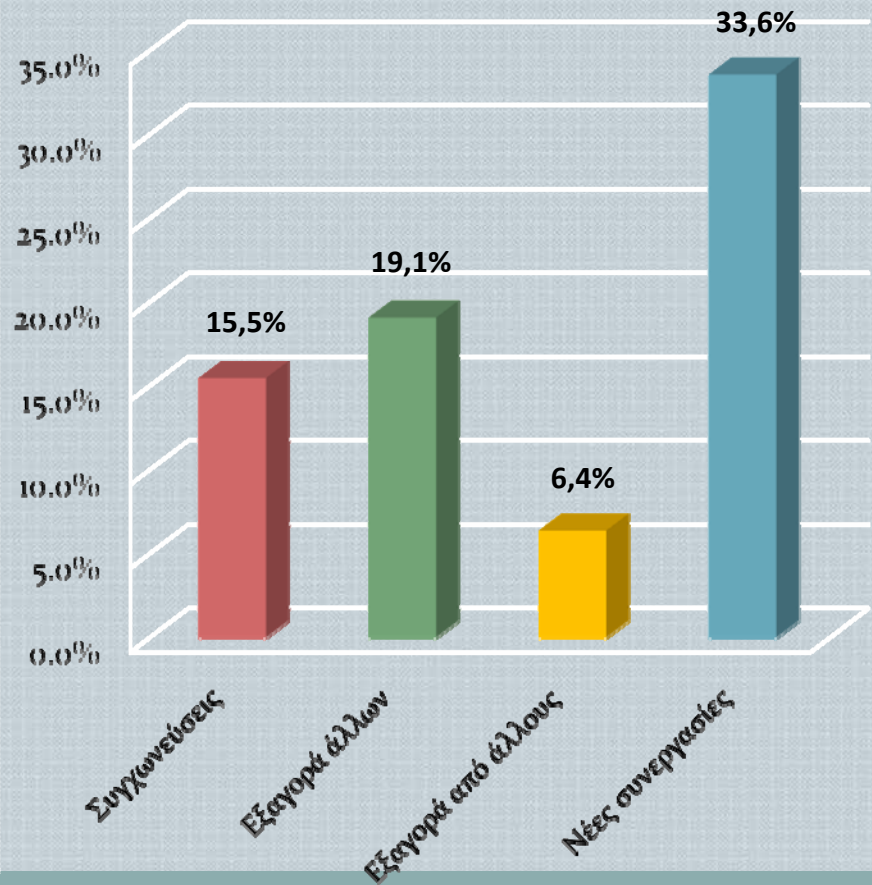
- Το 10% των επιχειρήσεων θα μειώσει την γκάμα των προϊόντων του,
- Το 43% θα την αυξήσει και
- Το 47% δεν θα τη μεταβάλει.

Τα αντίστοιχα ποσοστά ανά κλάδο δραστηριότητας είναι τα ακόλουθα:

| Κλάδος            | Συνολικός Αριθμός Προϊόντων και Υπηρεσιών  |  |  |
|-------------------|--|--|--|
|                   |  Μείωση |  Αύξηση |  Καμία μεταβολή |
| <b>Βιομηχανία</b> | 4%   | 25%  | 71%  |
| <b>Εμπόριο</b>    | 14%  | 57%  | 29%  |
| <b>Υπηρεσίες</b>  | 10%  | 41%  | 49%  |

# Συγχωνεύσεις, Εξαγορές & Συνεργασίες για το 2009

- Τα στελέχη της αγοράς πιστεύουν ότι το 2009 είναι χρονιά μεγάλων αλλαγών για τις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως κλάδου.
- Επίσης, το 15,5% δήλωσε ότι θα προβεί σε συγχώνευση, το 19,1% πιστεύει ότι θα εξαγοράσει άλλη επιχείρηση, το 6,4% πιστεύει ότι θα εξαγοραστεί από άλλη επιχείρηση και το 33,6% σχεδιάζει να προβεί σε νέες συνεργασίες με προμηθευτές, πελάτες κ.ά.



# Εξαγορές για το 2009



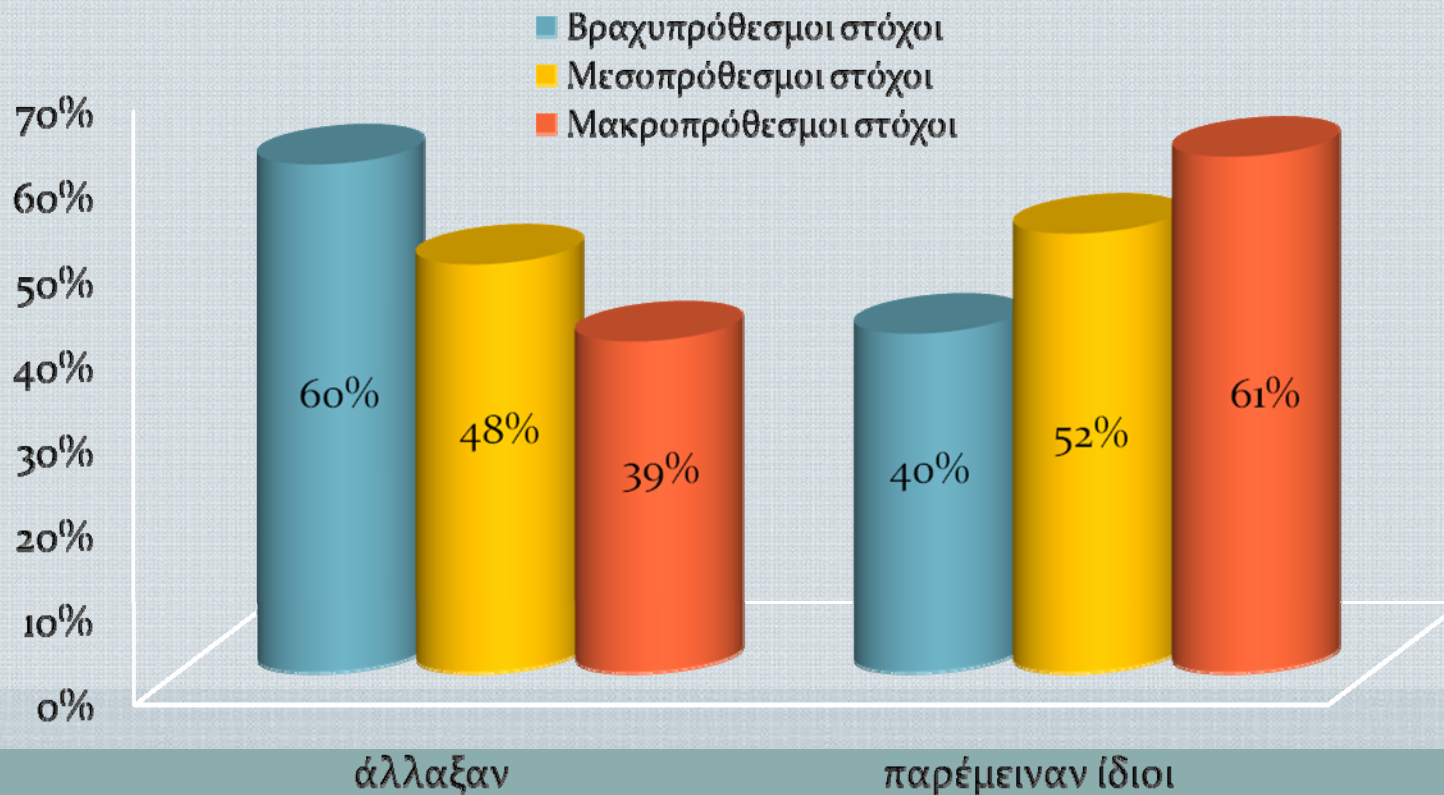
- Από όλες τις επιχειρήσεις που δήλωσαν ότι εντός του 2009 θα προβούν σε εξαγορές άλλων επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν το 19,1% του συνόλου των επιχειρήσεων που συμμετείχαν, το 52,4% ήταν μεγάλες επιχειρήσεις.
- Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις των επιχειρήσεων σχετικά με την πρόθεση εξαγοράς άλλων, ανάλογα με το μέγεθός τους:



# Επίδραση της κρίσης στους επιχειρηματικούς στόχους



- Από την έρευνα προκύπτει μια μεγαλύτερη σταθερότητα στους μακροπρόθεσμους στόχους της επιχείρησης, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα:



# Επίδραση της κρίσης στους επιχειρηματικούς στόχους



- Η πλειοψηφία των στελεχών απάντησε ότι αλλάζει τους βραχυπρόθεσμους στόχους για να αντιμετωπίζει τα τρέχοντα προβλήματα, αλλά αποφεύγει να αλλάζει τους μεσο- και μακρο- πρόθεσμους στόχους, όσο δεν έχει ξεκαθαρίσει το τοπίο, καθώς είναι δύσκολο και επικίνδυνο να κάνει κανείς προβλέψεις και σχέδια για το μέλλον, σε ένα τόσο ασταθές και δυναμικό περιβάλλον.
- Επιπλέον, από τις επιχειρήσεις που αναμένουν ότι η μελλοντική κατάσταση του κλάδου θα χειροτερέψει (53,7%), το **71%** προβαίνει σε αλλαγή των επιχειρηματικών του σχεδίων δράσης που συνδέονται με τους βραχυπρόθεσμους στόχους της επιχείρησης, ενώ το υπόλοιπο **29%** παραμένει αδρανές!

# ΤΑ ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

# Τα γενικά συμπεράσματα της έρευνας



- Το 77% των στελεχών της αγοράς εκτιμούν ότι η κρίση έχει επιδράσει αρνητικά στο κλάδο τους, από τα οποία το 61% προβλέπει περαιτέρω επιδείνωση της κατάστασης.
- 54,6% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα δηλώνει ότι έχει ήδη πληγεί σημαντικά από την οικονομική κρίση και το 44,5% του συνόλου των επιχειρήσεων προβλέπει περαιτέρω επιδείνωση της κατάστασής τους.
- Η κρίση έχει επιδράσει αρνητικά κυρίως στις πωλήσεις, τα κέρδη, τον αριθμό των πελατών και τα μερίδια αγοράς των πληγέντων επιχειρήσεων. Από την κρίση επλήγησαν κυρίως οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

# Τα γενικά συμπεράσματα της έρευνας



- Από άποψη πωλήσεων (τζίρου) έχει κυρίως πληγεί ο κλάδος του Εμπορίου, δεύτερος ο κλάδος των Υπηρεσιών και λιγότερο ο κλάδος της Βιομηχανίας.
- Οι μελλοντικές προβλέψεις για τις πωλήσεις και τα κέρδη είναι περισσότερο δυσοίωνες για την πλειοψηφία των επιχειρήσεων, την μεγαλύτερη δε απαισιοδοξία σχετικά με τους παράγοντες αυτούς έχουν οι μεγάλες επιχειρήσεις.
- Οι επιχειρήσεις εκτιμούν ότι πέρα από τις ενέργειες στις οποίες θα προβούν οι ίδιες για την αντιμετώπιση των συνεπειών της κρίσης, ο αμέσως επόμενος σημαντικότερος παράγων είναι ο τρόπος που θα χειριστεί το κράτος την οικονομική κρίση.

# Τα γενικά συμπεράσματα της έρευνας



- Η συντριπτική πλειοψηφία των στελεχών της αγοράς (81%) εκτιμούν ότι οι πελάτες των επιχειρήσεων θα δώσουν κυρίως έμφαση στην χαμηλή τιμή κατά την επιλογή προϊόντων και υπηρεσιών το 2009. Από το σύνολο των επιχειρήσεων μάλιστα, το 25,5% σχεδιάζει να προβεί σε μείωση των τιμών των προϊόντων/ υπηρεσιών του.
- Οι τρεις αμέσως πιο σημαντικοί παράγοντες μετά την τιμή είναι η εξυπηρέτηση των πελατών, η σχέση εμπιστοσύνης τους με την επιχείρηση και η υψηλή ποιότητα των προϊόντων/ υπηρεσιών.

# Τα γενικά συμπεράσματα της έρευνας



- 4 στις 10 επιχειρήσεις μειώνουν τα έξοδα διαφήμισης και τα bonus στελεχών.
- 1 στις 4 επιχειρήσεις μειώνουν τις τιμές των προϊόντων/ υπηρεσιών και τα έξοδα εκπαίδευσης του προσωπικού.
- Από τις επιχειρήσεις που έχουν επηρεαστεί αρνητικά, 1 στις 5 απολύει προσωπικό.
- Το 15,6% των επιχειρήσεων που προβλέπουν μείωση των πωλήσεων προβαίνουν σε απολύσεις προσωπικού, ενώ το ποσοστό αυξάνει στο 17,5% για τις επιχειρήσεις που προβλέπουν μείωση κερδών.

# Τα γενικά συμπεράσματα της έρευνας



- Όσον αφορά στην γκάμα προϊόντων/ υπηρεσιών, οι περισσότερες εμπορικές επιχειρήσεις θα την αυξήσουν, αλλά λίγες γενικά επιχειρήσεις θα προσπαθήσουν να τη μειώσουν.
- Τέλος, φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις αλλάζουν συνεχώς τους βραχυπρόθεσμους στόχους, για να αντιμετωπίζει τα τρέχοντα προβλήματα. Μάλιστα από τις επιχειρήσεις που αναμένουν χειροτέρευση της κατάστασης, το 71% αλλάζει τους επιχειρηματικούς στόχους, αλλά το 29% παραμένει αδρανές.