

**Cooperation Programme**  
**Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020**

**“Market Changer”**

**“MarCh”**

**MIS Code: 5070788**

*Project Website: <http://marchproject.eu>*

**Παραδοτέο 3.1.4**

**Έρευνα Επιχειρήσεων του Αγροδιατροφικού Τομέα της  
Θράκης**

**(Research to Agri Food Businesses of Thrace)**



**Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης  
και Ανάπτυξης**

Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”



## Περιεχόμενα

---

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	4
ENGLISH SUMMARY .....	6
ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	9
Στόχος της Έρευνας .....	9
Το Δείγμα των Επιχειρήσεων .....	9
Το Ερωτηματολόγιο – Οι Συνεντεύξεις .....	10
ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	11
Το Προφίλ του Δείγματος των Επιχειρήσεων .....	11
Περιοχή Προέλευσης Πρώτων Υλών.....	15
Η Διάθεση των Προϊόντων .....	20
Έρευνα - Καινοτομία .....	25
Ανθρώπινο Δυναμικό .....	32
Γενικές Ερωτήσεις .....	37
ΔΥΝΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	47
Δυνατά Σημεία .....	47
Αδύνατα Σημεία .....	49

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η έρευνα επιχειρήσεων του Αγροδιατροφικού Τομέα της Θράκης αποτελεί το Παραδοτέο Π 3.1.4 του έργου MarCh – Market Changer (Μετατροπέας της Αγοράς) που υλοποιείται στα πλαίσια του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg V A Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020 με χρηματοδότηση από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) σε ποσοστό 85% και πόρους των κρατών μελών του Προγράμματος (Ελλάδα και Βουλγαρία).

Το έργο MarCh υλοποιείται στις περιοχές της Θράκης (Περιφερειακές Ενότητες Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου) στην Ελλάδα και στην διοικητική ενότητα του Kardzhali στην Βουλγαρία.

Το έργο, παίρνοντας υπόψη την αδυναμία των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής εφαρμογής του να ασκήσουν ανταγωνισμό στις πολυεθνικές αλυσίδες, αποσκοπεί στην ενδυνάμωση του ρόλου των συλλογικών επιχειρηματικών φορέων, ώστε αυτοί να μπορούν να παρέχουν υποστηρικτικές υπηρεσίες στις επιχειρήσεις- μέλη τους με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και τη διασφάλιση της βιωσιμότητάς τους.

Στο πλαίσιο αυτό το έργο χαράσσει τοπικές πολιτικές ανάπτυξης για τις περιοχές εφαρμογής του και δημιουργεί δομές στήριξης των επιχειρήσεων (Business Supporting Structures) στη βάση των οποίων υλοποιούνται πιλοτικά παρεμβάσεις για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων της περιοχής.

Η παρούσα έρευνα αποσκοπεί στην καταγραφή των ισχυρών και αδύνατων σημείων των επιχειρήσεων της περιοχής, ώστε οι παρεμβάσεις οι οποίες εκτελούνται στα πλαίσια του έργου στη συνέχεια να είναι στοχευμένες και να ανταποκρίνονται στις ανάγκες που διαπιστώνουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις.

Το δείγμα των επιχειρήσεων που χρησιμοποιήθηκε αφορά σε επιχειρήσεις μεταποίησης του αγροδιατροφικού τομέα της περιοχής του έργου και οι επιχειρήσεις επιλέχθηκαν τυχαία.

Ο αγροδιατροφικός τομέας έχει επιλεγεί από το έργο ως τομέας για την εφαρμογή της πιλοτικής δράσης του MarCh.

Η έρευνα υλοποιήθηκε από το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης (Ειδικός Λογαριασμός Κονδυλίων Έρευνας) - Τμήμα οριακής Βιολογίας και Γενετικής κατ' ανάθεση από την Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης TRANSCOOP, συντονιστή του έργου MarCh και υπεύθυνη για τη συγκεκριμένη δράση στην Θράκη.

Στο έργο MarCh συμμετέχουν οι παρακάτω φορείς:

- Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης AMKE - TRANSCOOP, ως συντονιστής
- Κέντρο Ανάπτυξης Ελληνικού Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας - ΚΑΕΛΕ
- Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης – ΟΕΕ και
- Περιφερειακή Ένωση Βιομηχάνων Kardzhali – RIA Kardzhali, στην Βουλγαρία.

Ο προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται σε € 628.708,77 και η διάρκεια του έργου είναι 24 μήνες.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι επιχειρήσεις ιδιαίτερα στην περιφέρεια της ΕΕ έχουν επηρεαστεί σοβαρά από την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας τα τελευταία 20 χρόνια, καθώς το παγκόσμιο λιανικό εμπόριο έχει συγκεντρωθεί σε μικρό αριθμό πολυεθνικών αλυσίδων, ενώ οι τοπικές οικονομίες υφίστανται τις συνέπειες από την διείσδυση των πολυεθνικών επιχειρήσεων στις αγορές τους.

Ως αποτέλεσμα, οι τοπικές επιχειρήσεις έχουν χάσει σημαντικά μερίδια της αγοράς, ολόκληρες αλυσίδες εφοδιασμού κατέρρευσαν και ο τοπικός παραγωγικός και οικονομικός ιστός έχει διαρραγεί.

Ειδικά σε απομακρυσμένες και λιγότερο ανταγωνιστικές περιοχές, όπως οι δύο περιοχές που συμμετέχουν στον έργο MarCh (περιοχή Θράκης στην Ελλάδα και Διοικητική Ενότητα Κάρτζαλι στη Βουλγαρία), η συγκεκριμένη εξέλιξη είχε ιδιαίτερα σημαντικές επιπτώσεις. Κλείσιμο επιχειρήσεων, μείωση των εισοδημάτων, υψηλά ποσοστά ανεργίας, μετανάστευση ειδικευμένου εργατικού δυναμικού και οικονομική κρίση είναι τα αποτελέσματα αυτού του φαινομένου.

Παρήγορο είναι ωστόσο από την άλλη, το γεγονός ότι οι πολυεθνικές αλυσίδες εφαρμόζουν διαφορετικές στρατηγικές στα μοντέλα ανάπτυξής τους. Άλλες δίνοντας έμφαση στο χαμηλό κόστος παραγωγής, άλλες στην αποτελεσματική απόκριση στις απαιτήσεις της αγοράς κ.λπ., αφήνοντας έτσι περιθώρια και σε άλλες επιχειρήσεις να εφαρμόσουν τις δικές τους αναπτυξιακές στρατηγικές.

Για τις τοπικές επιχειρήσεις, θεωρώντας ότι διαθέτουν μια σειρά από συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως π.χ. μακροχρόνια παρουσία στην περιοχή τους, εγγύτητα και σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες, μαζί με μια σειρά από άλλα χαρακτηριστικά (ποιότητα προϊόντος, χαμηλή τιμή κ.λπ.), σημαίνει αυτό την ανάγκη εντοπισμού των δυνατών και αδύνατων σημείων τους και τον σχεδιασμό κατάλληλων στρατηγικών για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.

Για να επιτευχθεί αυτό, ωστόσο, οι επιχειρήσεις έχουν ανάγκη από εξωτερική υποστήριξη, καθώς ενδογενή προβλήματα (μικρό μέγεθος μονάδων, έλλειψη γνώσεων, ελλείψεις σε δεξιότητες και πόρους, απουσία καινοτομίας κ.λπ.) τις εμποδίζει να αναπτύξουν δράση πέραν του πλαισίου καθημερινής λειτουργίας τους.

Στη λογική αυτή ο ρόλος των συλλογικών επιχειρηματικών φορέων αναδεικνύεται ως κρίσιμος. Αναλύοντας τα πλεονεκτήματα των περιοχών τους μπορούν οι φορείς αυτοί να διαμορφώνουν οράματα και στρατηγικές για τις περιοχές τους και να κινητοποιούν τις τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες για την πραγματοποίησή τους.

Εντοπίζοντας δυνατά και αδύνατα σημεία μπορούν να σχεδιάσουν στρατηγικές και να καθοδηγήσουν τα μέλη τους στην εφαρμογή τους.

Απευθυνόμενοι στο σύνολο της επιχειρηματικής κοινότητας μπορούν να της παρέχουν βοήθεια και καθοδήγηση για την εφαρμογή των στρατηγικών τους.

Επιπλέον, είναι σε θέση να θεσπίσουν οριζόντιες δομές για τη διευκόλυνση της λειτουργίας των επιμέρους επιχειρήσεων και την κάλυψη των αναγκών τους.

Έχοντας χαράξει τοπικές στρατηγικές για τις περιοχές παρέμβασης του το έργο MarCh επιχειρεί με την παρούσα έρευνα προς τις επιχειρήσεις της περιοχής εφαρμογής του να προσδιορίσει τα ισχυρά και αδύνατα σημεία τους και να εξειδικεύσει την παρέμβαση του τόσο στο πλαίσιο υλοποίησης του ίδιου του έργου όσο όμως και γενικότερα.

Η έρευνα αυτή, όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, εστιάζει στις μεταποιητικές επιχειρήσεις στον αγροδιατροφικό τομέα ο οποίος έχει επιλεγεί ως τομέας πιλοτικής παρέμβασης του MarCh, μπορεί ωστόσο να εφαρμοσθεί και στους άλλους τομείς των τοπικών οικονομιών υποδεικνύοντας ανάγκες παρέμβασης για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.

## ENGLISH SUMMARY

---

Businesses particularly in the EU periphery have been seriously affected by the globalization of the economy in the last 20 years, as the global retail has concentrated in a small number of multinational chains and local markets were penetrated by international enterprises. As a consequence, local businesses lost significant market shares, entire supply chains collapsed and the local productive and economic tissue was disrupted.

Especially in remote and least competitive areas, as the two areas participating in MarCh (Market Changer) project (Thrace area in GR and Kardzhali District in BG), the specific involvement had a particular excess. Closure of businesses, shrinking of incomes, high unemployment rates, migration of skilled workforce and economic crisis were the results from this phenomenon.

On the other hand it is comforting that multinational chains deploy different strategies in their growth models, some emphasizing on cheap production terms, others on effective market response etc., thus leaving space to other businesses to develop their own concepts for growth.

For the local enterprises, considering that they provide a number of comparative advantages, as e.g. long presence in the area, proximity and trustful relations to customers, along with a series of further attributes (product quality, low pricing etc.), the latter means to locate their strengths and weaknesses and design appropriate competitiveness strategies. To doing so, however, they depend on external support, as endogenous obstacles (small unit size, lacking knowledge, shortages in skills and resources, innovation absence etc.) prevent them from acting out of the box.

In this context the role of the collective business bodies becomes crucial.

Analyzing the advantages of their areas they can shape visions for them and mobilize the local business communities to their realization. Locating strengths and weaknesses they can design strategies and guide their members to applying them. Addressing the entirety of the business community they can provide it with assistance and guidance to implementing the strategies. Besides they are able to establish horizontal schemes to facilitating the business operation and to covering shortages.

MarCh partners, having designed local development strategies for their areas, conducted the present survey to the enterprises of their areas so as to specify the needs of their businesses and hence shape their interventions. As the agrifood sector was selected as the sector for applying the pilot intervention of MarCh, the survey focused on the specific industry.

The survey in Thrace, conducted by the Research and Management Committee of the Democritus University of Thrace – Department Molecular Biology and Genetics

subcontracted by TRANSCOOP (Agency for Local Development and Training – Lead Beneficiary of MarCh) encompassed 87 businesses across the project area, where the majority of the sample was located in the Regional Unit of Evros.

The selection of the businesses was random and stretches from personal businesses up to larger ones (S.A., Ltd).

The main questions addressed by the survey were:

- the origin of the raw materials deployed by the businesses (local area (Region East Macedonia – Thrace) – wider area of Greece, EU and the international market)
- the areas of sales of the products (Region East Macedonia – Thrace, wider area of Greece, the EU, and the international market)
- the availability of a website and its deployment for sales (e-commerce)
- the involvement of the businesses in Innovation Actions
- the development of the businesses' workforce in terms of training actions along with the needs for new staff in the current year and their specializations
- moreover the channels deployed for searching for both new staff and specialized external associates
- the businesses' turnover development in the last 3 years
- the businesses' strong points as perceived by themselves
- the businesses' main problems.

An overview of some of the survey's findings is provided below.

### **Strong Points**

- Most of the businesses in the Agri-Food sector of the sample in Thrace sourced a large percent of the main raw materials (>50%) they used in the previous year (2022) from the region of Eastern Macedonia and Thrace.
- More than half of the businesses in the survey sample apply modern schemes (e.g. contract farming) for the sourcing of their raw materials.
- The majority of the sample businesses achieved either an increase in their total turnover in the last three years or it remained at the same level.
- Though a small percent of the products (0-25%) of the sample businesses are sold in the EU or the international market, a weak point of the local businesses, a small percent (20%) of companies of the sector "Dairy Products Production" place 75%-100% of their products in the specific markets.
- The improvement of the production processes and the development of new products/services are considered of importance for the promotion of innovation by the enterprises of the sample.
- More than 80% of the businesses in the survey consider the excellent quality of the products they produce as the company's strong point.

### Weak Points

- Only a small percent of the products (0-25%) of the sample enterprises are marketed in the EU or the global market.
- A significant (64%), but still insufficient percent (given the widespread use of the internet today) of the businesses in the sample have created and maintain a website. The possibility of online orders, however, concerns only a small percent of the available websites (22.0%) of the businesses.
- The majority of the businesses (at 69.4%) considered the realization of investments as a key way for developing innovative products - services - operations and proceeded to relevant investment projects. A significant percentage of businesses sought cooperation with a consultant or a research organization and a smaller percentage of firms participated in research and innovation programs.
- The channels deployed to finding staff is dominated by the “recommendations by friends - acquaintances - other businesses” at a very high rate.
- Very low is the rate of recruiting staff through DYPA (Workforce Employment Organization) and through advertisements in the media.
- The method of finding external associates is also dominated by the “recommendations of acquaintances”.
- A high percentage of the businesses, more than 1 out of 2 stated that they find it particularly difficult to find appropriate staff.
- A significant percentage of the businesses referred to the need for support of entrepreneurship by the local professional organizations in terms of improving the conditions of bank financing, in organizing business to business meetings (B2B). Also in matters of cooperating with specialized consultants and research bodies as well as organization of business missions abroad.



## ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

### Στόχος της Έρευνας

Στόχος της έρευνας, όπως αναφέρθηκε και εισαγωγικά, είναι ο προσδιορισμός των δυνατών σημείων (επενδύσεις σε καινοτομία, ψηφιακές τεχνολογίες ή υπηρεσίες, εξαγωγές, διαθεσιμότητα προσωπικού κλπ.) και των αδύνατων σημείων – αναγκών (έλλειψη επενδύσεων, έλλειψη προσωπικού, τεχνογνωσίας, έλλειψη εξαγωγών, κύρια προβλήματα που περιορίζουν την ανταγωνιστικότητα) των τοπικών επιχειρήσεων του Αγροδιατροφικού Τομέα της Θράκης.

Η έρευνα αφορούσε στις 3 Περιφερειακές Ενότητες (Π.Ε.) της Θράκης:

- Π.Ε. Ξάνθης
- Π.Ε. Ροδόπης
- Π.Ε. Έβρου

Η έρευνα υλοποιήθηκε, την περίοδο Απριλίου – Μαΐου 2023.

### Το Δείγμα των Επιχειρήσεων

Το δείγμα των επιχειρήσεων ήταν τυχαίο και αφορούσε στις μεταποιητικές επιχειρήσεις του Αγροδιατροφικού Τομέα της Θράκης.

Για την επιλογή του δείγματος αντλήθηκαν στοιχεία για τις επιχειρήσεις της περιοχής από τον κατάλογο της ICAP καθώς και από τους καταλόγους των τοπικών Επιμελητηρίων (Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου), όπως και το δίκτυο επιχειρήσεων με τις οποίες συνεργάζεται το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης.

Η έρευνα έγινε από συνεντευκτές στη βάση προδιατυπωμένου ερωτηματολογίου με κλειστές και ανοιχτές ερωτήσεις στα πλαίσια συνεντεύξεων με ανώτερα στελέχη των επιχειρήσεων.

Το αρχικό εύρος της έρευνας αφορούσε 150 επιχειρήσεις, ωστόσο τελικά περιορίστηκε στις 107 λόγω μερικής ανταπόκρισης των επιχειρήσεων.

Η γεωγραφική κατανομή του δείγματος έχει ως εξής: το 59% του συνόλου των απαντήσεων των επιχειρήσεων αφορά στο Ν. ΕΒΡΟΥ, το 24% στο Ν. ΞΑΝΘΗΣ και το 17% στο Ν. ΡΟΔΟΠΗΣ.

## Το Ερωτηματολόγιο – Οι Συνεντεύξεις

Για το σκοπό της έρευνας σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο για τις επιχειρήσεις (Παράρτημα Ι - Ερωτηματολόγιο) το οποίο και ψηφιοποιήθηκε σε Google forms. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε πέντε διακριτές ενότητες. Η πρώτη ενότητα αφορούσε πληροφορίες σχετικά με τα στοιχεία του ερωτώμενου/ υπεύθυνου για την συμπλήρωσή του ερωτηματολογίου και πληροφορίες σχετικά με στοιχεία της επιχείρησης (νομική μορφή, αριθμός απασχολούμενων, παραγόμενα προϊόντα κλπ). Η δεύτερη ενότητα αφορούσε στην προέλευση των πρώτων υλών της επιχείρησης και στον τόπο, τις περιοχές και τους τρόπους διάθεσης των προϊόντων. Η τρίτη ενότητα αναφέρεται στην πρόθεση των επιχειρήσεων ως προς την ανάπτυξη καινοτομίας (καινοτόμων προϊόντων, δράσεων, ή λειτουργιών) και τις σχετικές δράσεις που υιοθετούν, καθώς και τις ανάγκες τους σε ανθρώπινο δυναμικό και τον τρόπο εξεύρεσης συνεργατών. Η τέταρτη ενότητα περιελάμβανε κάποιες γενικές ερωτήσεις σχετικά με την καταγραφή της ίδιας γνώμης των υπευθύνων των επιχειρήσεων ως προς τα δυνατά σημεία και τα προβλήματα των επιχειρήσεών τους και η πέμπτη ενότητα τις ενέργειες και δράσεις που θα πρότειναν οι επιχειρήσεις να υλοποιηθούν από τοπικούς συλλογικούς φορείς για την υποστήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας.

## ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

### Το Προφίλ του Δείγματος των Επιχειρήσεων

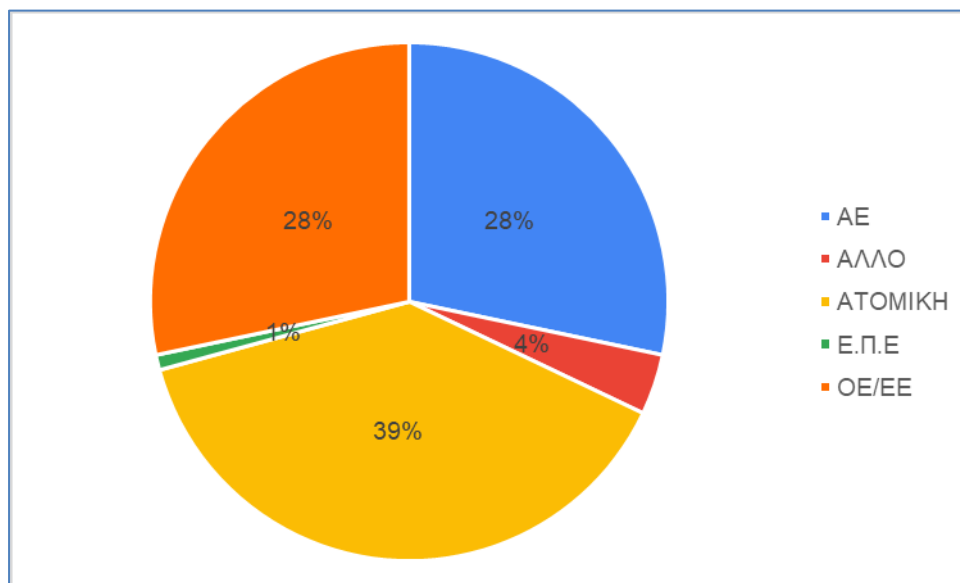
Το δείγμα των επιχειρήσεων που συμμετείχε στην έρευνα δεν αφορούσε σε συγκεκριμένη νομική μορφή και μέγεθος επιχείρησης, καθώς στόχος ήταν η καταγραφή προβλημάτων και δυνατοτήτων στο σύνολο του κλάδου της αγροδιατροφικής μεταποίησης. Ωστόσο, η κατανομή των απαντήσεων ανά νομική μορφή επιχείρησης, στο βαθμό που το επιτρέπουν τα αποτελέσματα της έρευνας, δίνει την δυνατότητα εξαγωγής μιας περισσότερο εξειδικευμένης εικόνας σε συνάρτηση με το μέγεθος της επιχείρησης (νομική μορφή).

Η νομική μορφή των επιχειρήσεων που συμμετείχαν αφορούσε σε Α.Ε., Ε.Π.Ε., Ο.Ε./ΕΕ., ατομικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς.

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας η κατανομή των επιχειρήσεων ανά νομική μορφή έχει ως εξής:

Το ποσοστό των ατομικών επιχειρήσεων είναι υψηλό (39% του συνόλου του δείγματος). Αν στις ατομικές επιχειρήσεις προστεθούν και οι ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες εταιρίες (Ο.Ε. & Ε.Ε), τότε προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (67%) αποτελούν οι προσωπικής μορφής επιχειρήσεις. Αντίστοιχα, στον αντίποδα βρίσκεται το 28% του δείγματος που αποτελούν οι κεφαλαιουχικές εταιρικές μορφές (Α.Ε.).

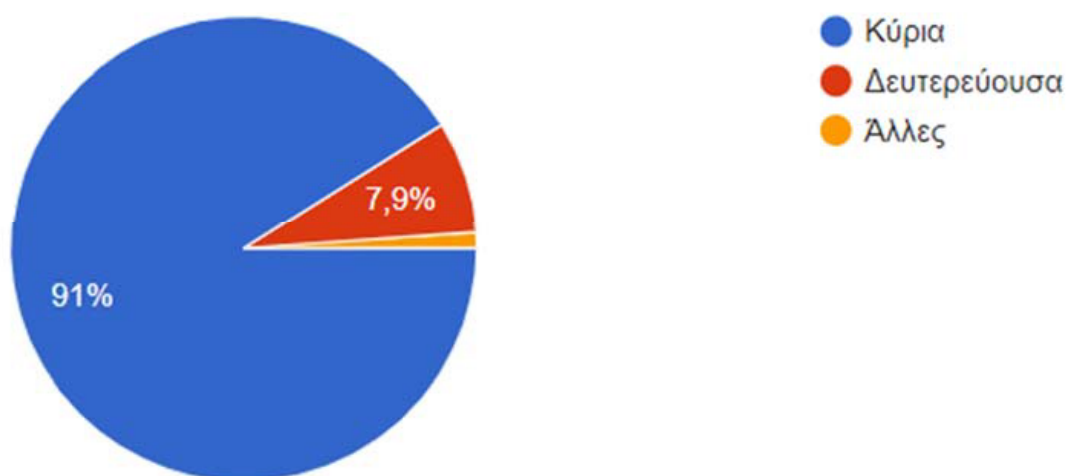
**Διάγραμμα: Κατανομή επιχειρήσεων δείγματος ανά νομική μορφή**



### Κύρια ή και Δευτερεύουσα Δραστηριότητα

Με βάση τις απαντήσεις των επιχειρήσεων, το 91% επιτελεί μια και μόνο δραστηριότητα, ενώ για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις δηλώνονται και δευτερεύουσες δραστηριότητες, πάντα στα πλαίσια του αγροδιατροφικού τομέα.

### Διάγραμμα: Κατανομή δείγματος ανά αριθμό εκτελούμενων δραστηριοτήτων



Η κατανομή των επιχειρήσεων του δείγματος σύμφωνα τις δραστηριότητες που δηλώθηκαν από τις επιχειρήσεις στη βάση του ΣΤΑΚΟΔ/ΝΑCE έχει ως εξής:

### Πίνακας: Κατανομή του δείγματος των επιχειρήσεων ανά ΣΤΑΚΟΔ

<b>3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος]</b>	<b>19%</b>
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΡΕΑΤΩΝ / ΑΛΛΑΝΤΙΚΩΝ	12%
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΟΥΛΕΡΙΚΩΝ / ΑΥΓΩΝ	5%
ΨΑΡΙΑ	2%
<b>3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών]</b>	<b>5%</b>
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	5%
<b>3Γ10.5 [Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων]</b>	<b>11%</b>

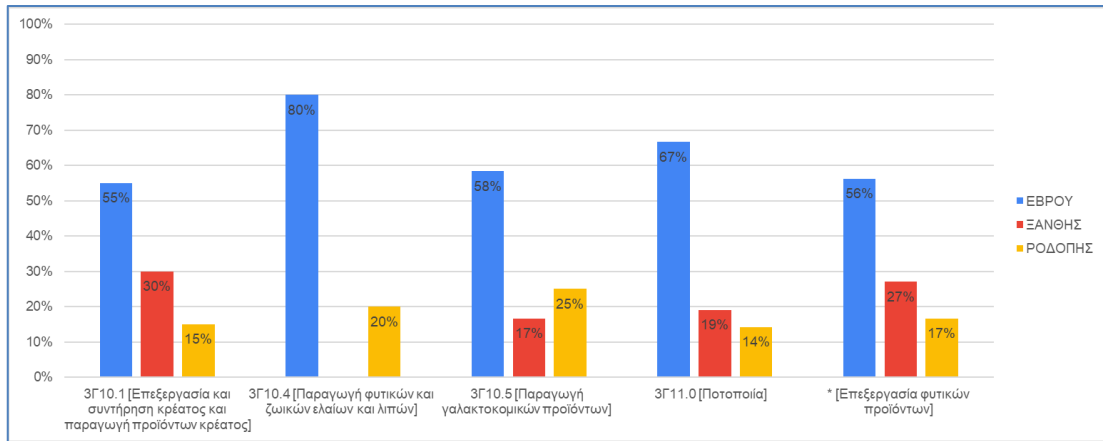
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ	11%
<b>3Γ11.0 [Ποτοποιία]</b>	<b>20%</b>
ΠΟΤΑ/ΟΙΝΟΣ	20%
<b>* [Επεξεργασία φυτικών προϊόντων]</b>	<b>45%</b>
ΑΛΕΥΡΙ	2%
ΑΛΕΥΡΙ / ΖΥΜΑΡΙΚΑ	3%
ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ	2%
ΜΕΛΙ	4%
ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ	1%
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΥΤΩΝ ΚΑΡΠΩΝ ΚΑ	7%
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ / ΦΡΟΥΤΩΝ	8%
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΙΤΗΡΩΝ	2%
ΣΠΟΡΟΙ / ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ	3%
ΤΡΟΦΙΜΑ	13%
ΤΡΟΦΙΜΑ / ΠΟΤΑ	1%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100%</b>

\*Η συγκεκριμένη υποκατηγορία δημιουργήθηκε για τους σκοπούς της έρευνας

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, η κατηγορία 3Γ10.1 (Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος) καταλαμβάνει 19% του δείγματος, η κατηγορία 3Γ10.4 (Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών) το 5%, η Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων (3Γ10.5) το 11% των επιχειρήσεων, η Ποτοποιία (3Γ11.0) το 20% και η κατηγορία «Επεξεργασία φυτικών προϊόντων» καλύπτει το 45% του συνόλου. Η τελευταία κατηγορία δεν ανταποκρίνεται σε κάποια κατηγορία της ΣΤΑΚΟΔ, αλλά δημιουργήθηκε για το σκοπό της έρευνας, ώστε να ομαδοποιηθεί ένας σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων με διαφορετικό αντικείμενο.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται η κατανομή του δείγματος των επιχειρήσεων ανά κατηγορία ΣΤΑΚΟΔ και γεωγραφική περιοχή της έρευνας (Νομό της Θράκης).

**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή επιχειρήσεων ανά ΣΤΑΚΟΔ και περιοχή (Νομό)**

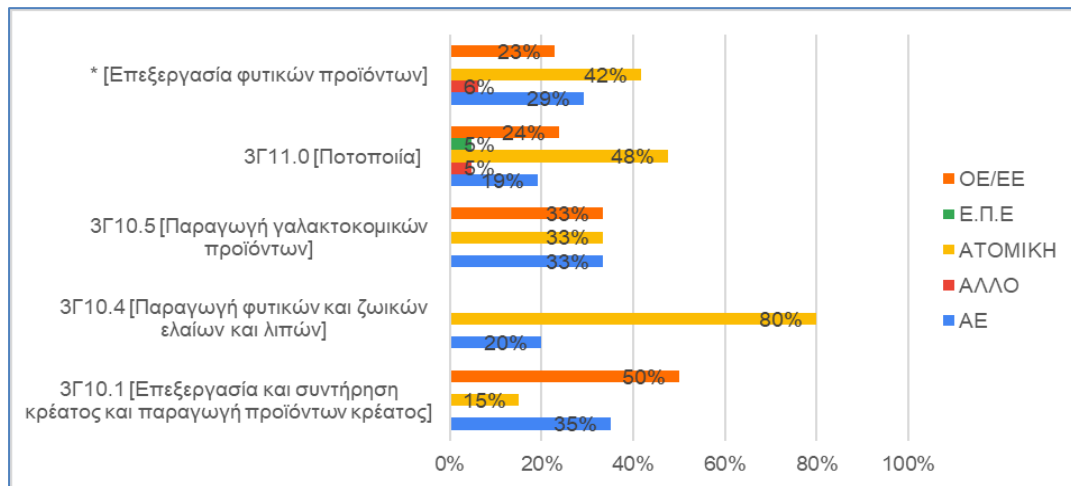


Δεδομένου ότι, το 59% του συνόλου των απαντήσεων των επιχειρήσεων αφορούσε στο Ν. Έβρου, είναι λογικό να απεικονίζονται οι περισσότερες επιχειρήσεις ανά ΣΤΑΚΟΔ στον Ν. Έβρου.

Κατά τα λοιπά υπάρχει μια σχετικά αναλογική κατανομή των επιχειρήσεων του δείγματος της ΠΕ Ροδόπης σε όλες τις κατηγορίες ΣΤΑΚΟΔ, ενώ η κατηγορία 3Γ10.4 (Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών) απουσιάζει εντελώς στο δείγμα από την ΠΕ Ξάνθης.

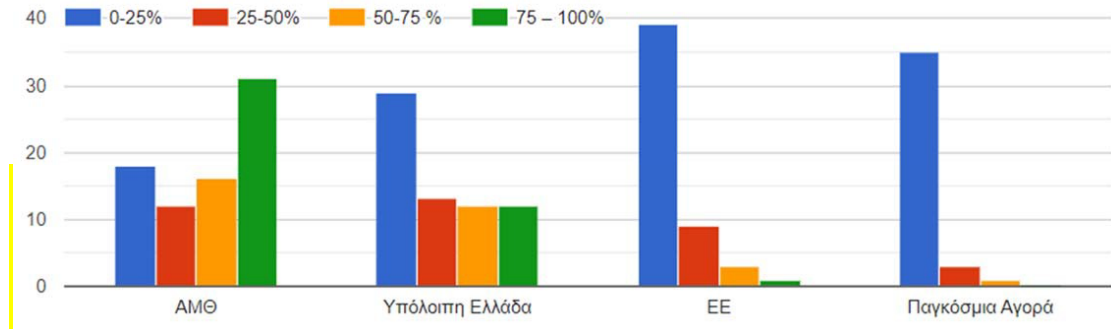
Σχετικά με το μέγεθος των επιχειρήσεων (νομική μορφή) ανά ΣΤΑΚΟΔ παρατηρούμε, όπως εμφανίζεται στο παρακάτω διάγραμμα, ότι η «Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών» κυριαρχείται από τις ατομικές επιχειρήσεις (80%), οι οποίες κυριαρχούν και στις υπόλοιπες κατηγορίες πλην της Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος (3Γ10.1), όπου τη μεγαλύτερη μερίδα κατέχουν οι ΟΕ/ΕΕ (50%). Οι ΑΕ εμφανίζονται και στις πέντε κατηγορίες δραστηριοτήτων (ΣΤΑΚΟΔ), με αρκετά σημαντική συμμετοχή (από 19% μέχρι 35%), έχοντας τη μεγαλύτερη εκπροσώπηση τους στην κατηγορία 3Γ10.1 (Επεξεργασία και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος) και την μικρότερη (19%) στην Ποτοποσία.

**Διάγραμμα: Κατανομή δείγματος ανά ΣΤΑΚΟΔ και νομική μορφή επιχείρησης**



## Περιοχή Προέλευσης Πρώτων Υλών

### Περιοχή Προμήθειας Πρώτων Υλών για το σύνολο των επιχειρήσεων



Είναι ενδιαφέρον ότι σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων του δείγματος (>50%), προμηθεύτηκαν μεγάλο ποσοστό των κύριων πρώτων υλών (>50%) που χρησιμοποίησαν το προηγούμενο έτος (2022) από την περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, συμβάλλοντας έτσι στην τοπική μεταποίηση και στην τοπική οικονομία. Αντίστοιχα, αν και μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί πρώτες ύλες και από άλλες περιοχές (υπόλοιπο χώρας, ΕΕ, διεθνής αγορά), αυτό συμβαίνει σε μικρό ποσοστό των προμηθειών τους (κυρίως 0-25%).

### Περιοχή Προμήθειας Πρώτων Υλών με βάση ΣΤΑΚΟΔ

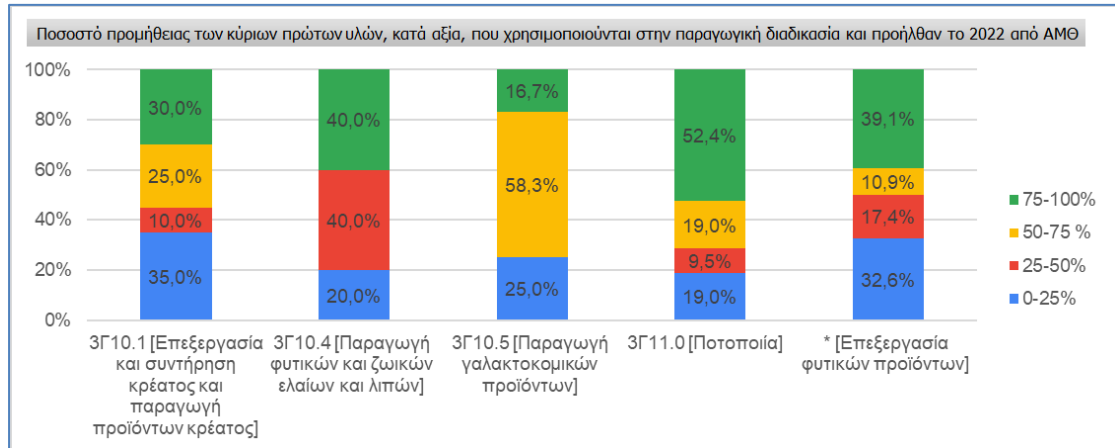
Στα διαγράμματα που ακολουθούν παρουσιάζεται η περιοχή προέλευσης των πρώτων υλών ανά κλάδο δραστηριότητας των επιχειρήσεων του δείγματος.

#### Χρήση Πρώτων Υλών με Προέλευση την Ανατολική Μακεδονία Θράκη

Εξετάζοντας ως τόπο προέλευσης των πρώτων υλών την Περιφέρεια ΑΜΘ κατά κλάδο και ως προς την αξία των πρώτων υλών, το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης τοπικών πρώτων υλών εμφανίζει η «Ποτοποιία» (52,4% του δείγματος του κλάδου χρησιμοποιεί κατά 75-100% (σε αξία) τοπικές πρώτες ύλες), ακολουθούμενη από την «Παραγωγή Φυτικών και Ζωικών Ελαίων και Λιπών» (40% του δείγματος) και την «Επεξεργασία φυτικών προϊόντων» (39,1%).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η άθροιση των ομάδων χρήση πρώτων υλών από την ΑΜΘ σε ποσοστό 75-100% και 50-75% αντίστοιχα, η οποία δίνει στον κλάδο της «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων» ένα ποσοστό της τάξης του 75%, για την «Ποτοποιία» 71,4%, για την «Επεξεργασία και Συντήρηση Κρέατος και Παραγωγή Προϊόντων Κρέατος» 55,0% και για την «Επεξεργασία φυτικών προϊόντων» 50,0%.

Περιοχή προμήθειας Πρώτων Υλών η ΑΜΘ

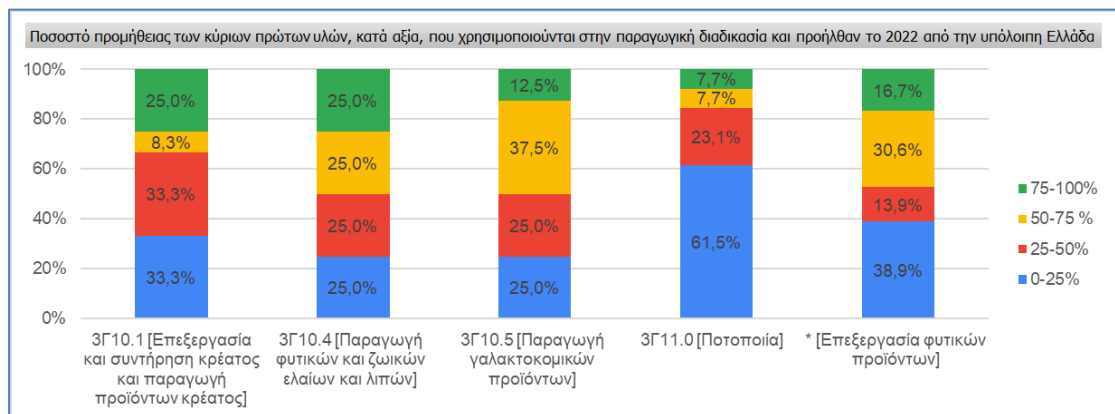


*Χρήση Πρώτων Υλών με Προέλευση το Υπόλοιπο της Χώρας*

Τόσο ο κλάδος της Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος όσο και ο κλάδος Παραγωγή Φυτικών και Ζωικών ελαίων και λιπών χρησιμοποιούν σε ποσοστό 25% των επιχειρήσεων πρώτες ύλες κατά 75-100% της αξίας από το υπόλοιπο της χώρας, ακολουθούμενοι από την Επεξεργασία φυτικών προϊόντων (16,7%) και την Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων (12,5%).

Η πρόσθεση των δύο κατηγοριών 75-100% και 50-75% για το ποσοστό χρήσης πρώτων υλών από το υπόλοιπο της χώρας διαφοροποιεί την εικόνα, εμφανίζοντας τους κλάδους της Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών και της Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων σε ποσοστό 50% των επιχειρήσεων, ακολουθούμενους από την Επεξεργασία φυτικών προϊόντων με 47,3% και την Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος με 33,0% των επιχειρήσεων.

Περιοχή Προμήθειας Πρώτων Υλών Υπόλοιπη Ελλάδα



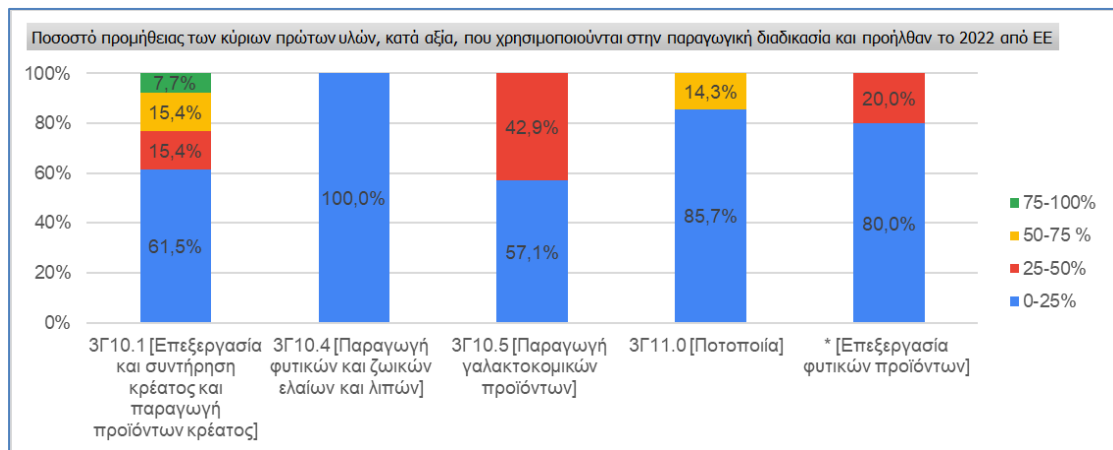


### Χρήση Πρώτων Υλών με Προέλευση την ΕΕ

Όπως φαίνεται από το παρακάτω διάγραμμα, η χρήση πρώτων υλών από την ΕΕ είναι περιορισμένη. Μόνο ο κλάδος της Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος χρησιμοποιεί σε ποσοστό 7,7% των επιχειρήσεων πρώτες ύλες σε ποσοστό 75-100% από την ΕΕ και σε ποσοστό 23,1% αθροιστικά για τις ομάδες 75-100% και 50-75%.

Αντίθετα ο κλάδος της Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπαρών δεν χρησιμοποιεί καθόλου ή σχεδόν καθόλου πρώτες ύλες από την ΕΕ, η Ποτοποιία επίσης καθόλου ή σχεδόν καθόλου σε ποσοστό 85,7% των επιχειρήσεων και η Επεξεργασία φυτικών προϊόντων επίσης καθόλου ή σχεδόν καθόλου στο 80,0% των επιχειρήσεων.

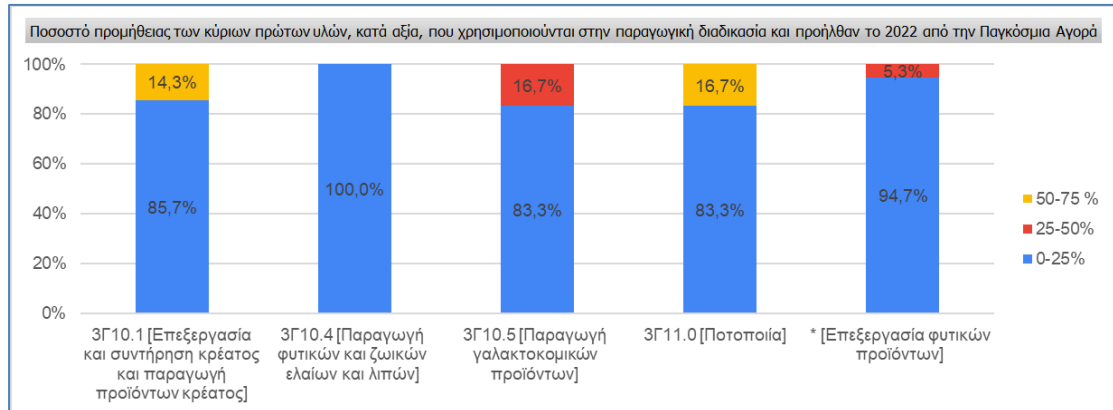
### Περιοχή Προμήθειας Πρώτων Υλών ΕΕ



### Χρήση Πρώτων Υλών με Προέλευση την Παγκόσμια Αγορά

Αντίστοιχη, όπως με την χρήση πρώτων υλών από την ΕΕ, είναι και η χρήση πρώτων υλών από την Παγκόσμια Αγορά. Οι επιχειρήσεις Παραγωγής φυτικών και ζωικών λιπών δεν χρησιμοποιούν καθόλου ή σχεδόν καθόλου (0-25% της αξίας) πρώτες ύλες από την παγκόσμια αγορά. Ανάλογα και η Επεξεργασία φυτικών προϊόντων, σε ποσοστό 94,7% των επιχειρήσεων του κλάδου, η Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος στο 85,7%, ενώ η Ποτοποιία και η Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων σε ποσοστό 83,3% των επιχειρήσεων τους.

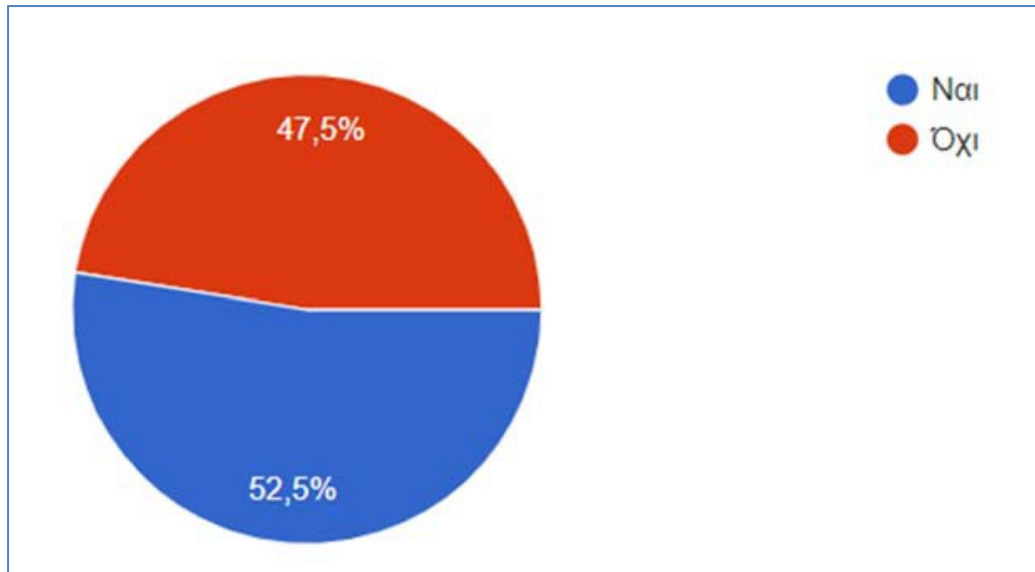
Περιοχή Προμήθειας Πρώτων Υλών η Παγκόσμια Αγορά



Συνοψίζοντας για την ερώτηση της προέλευσης των χρησιμοποιούμενων πρώτων υλών, διαπιστώνουμε ότι:

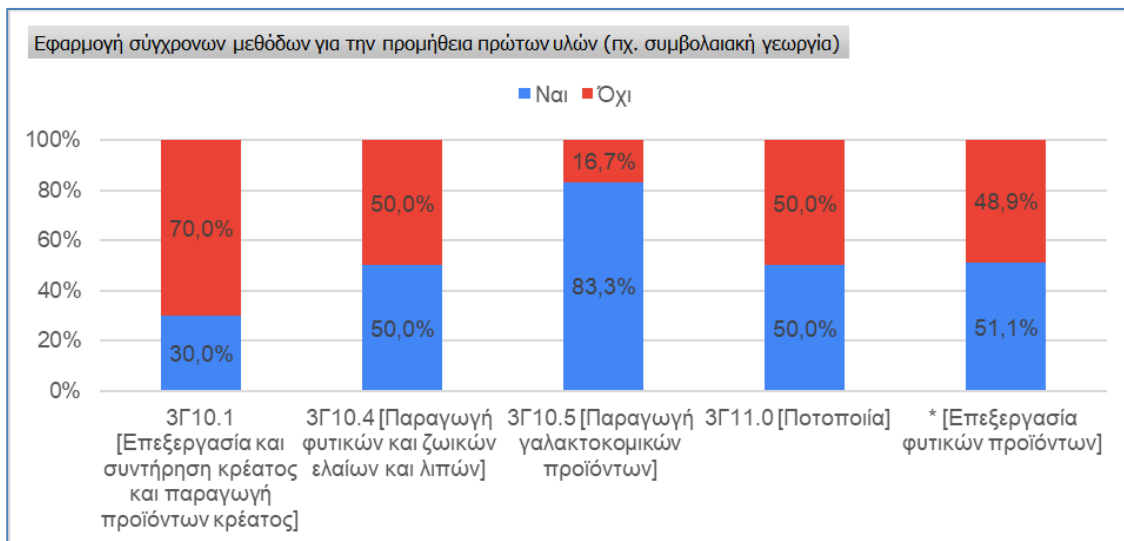
- Οι επιχειρήσεις του κλάδου της «Ποτοποιίας» στην πλειοψηφία τους (σε ποσοστό περίπου 52,4%) προμηθεύονται τις πρώτες ύλες τους (75% - 100% της αξίας) από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.
- Οι επιχειρήσεις του κλάδου «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων», επίσης, προμηθεύονται στην πλειοψηφία τους (ποσοστό 75,0%) πρώτες ύλες (άνω του 50% της αξίας τους) από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.
- Οι επιχειρήσεις των υπόλοιπων κλάδων εμφανίζουν υψηλά ποσοστά (71,4% των επιχειρήσεων του κλάδου της «Ποτοποιίας», 55,0% των επιχειρήσεων του τομέα της «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» προμηθεύονται πρώτες ύλες (άνω του 50% των πρώτων υλών τους) από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ). Επίσης το 40% των επιχειρήσεων του τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», προμηθεύονται πρώτες ύλες (το 75%-100% των πρώτων υλών τους) από την ΑΜΘ.
- Μικρά είναι τα ποσοστά των επιχειρήσεων της πλειοψηφίας των κλάδων δραστηριότητας που ανέφεραν ότι το 75%-100% των πρώτων υλών που χρησιμοποίησαν το 2022, προερχόταν από το υπόλοιπο της χώρας εκτός ΑΜΘ. Συγκεκριμένα 25% των επιχειρήσεων των κλάδων Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος και της Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών, προμηθεύτηκε πρώτες ύλες (σε μεγάλο ποσοστό (75%-100%)) από την υπόλοιπη Ελλάδα, ενώ ποσοστό 7,7% του κλάδου Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος προμηθεύτηκε πρώτες ύλες (σε μεγάλο ποσοστό, 75%-100%) από την ΕΕ.

**Εφαρμογή Σύγχρονων Μεθόδων Προμήθειας Πρώτων Υλών (πχ. συμβολαιακή γεωργία, κλπ).**



Η εφαρμογή νέων σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. με συμβολαιακή γεωργία) αξιοποιείται στην περιοχή της Θράκης από το 52,5% των επιχειρήσεων του δείγματος της έρευνας που αποτελεί υψηλό ποσοστό, όπως δείχνει το παραπάνω διάγραμμα.

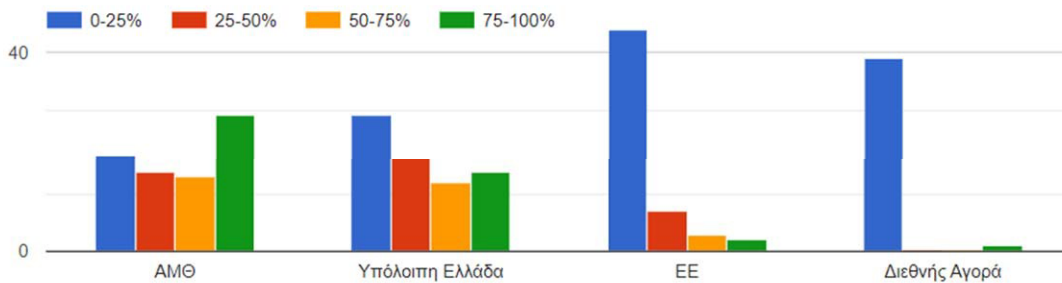
Λεπτομερέστερη εξέταση της ως άνω ερώτησης σε επίπεδο κλάδου δίνει τα παρακάτω συμπεράσματα.



Από την συσχέτιση των κλάδων δραστηριότητας των επιχειρήσεων με την εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολιακή γεωργία), πολύ μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων (της τάξης του 83,3%) του κλάδου «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων» εφαρμόζει σχετικές μεθόδους, σε αντίθεση με τον τομέα «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» που το αντίστοιχο ποσοστό είναι 30%. Οι υπόλοιποι τομείς εφαρμόζουν τέτοιες μεθόδους σε ποσοστό περίπου 50% των επιχειρήσεών τους.

## Η Διάθεση των Προϊόντων

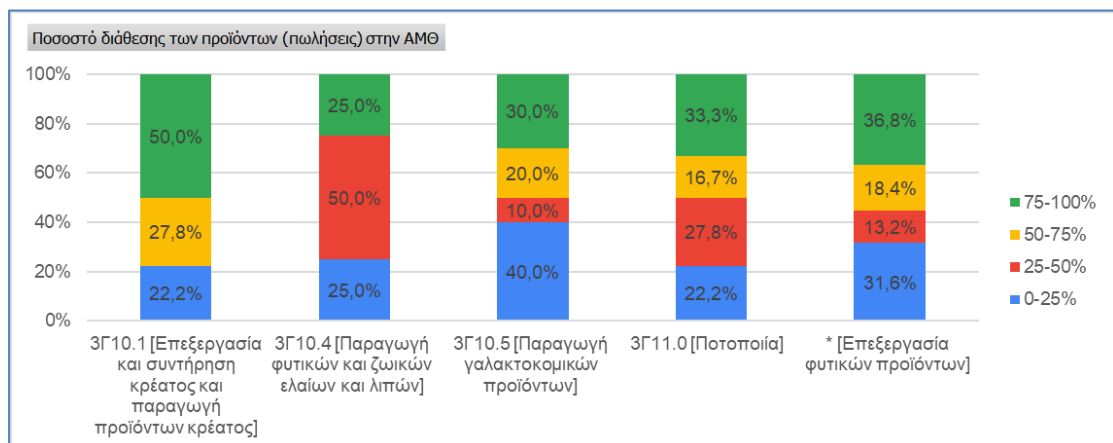
### Περιοχή Διάθεσης των Προϊόντων



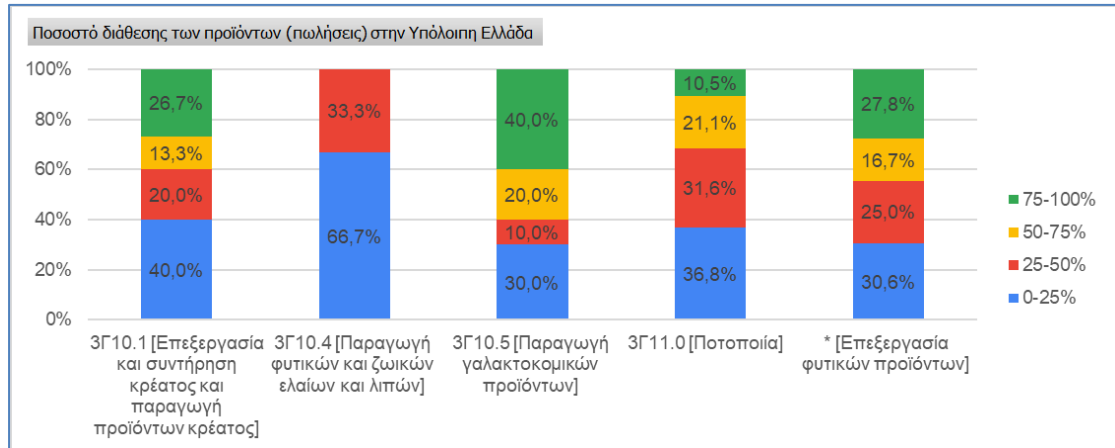
Όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα, οι πωλήσεις των προϊόντων των επιχειρήσεων του δείγματος της Θράκης επικεντρώνονται κυρίως εντός της περιφέρειας (Ανατολική Μακεδονία και Θράκη) καθώς και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Πολύ μικρό ποσοστό προϊόντων των επιχειρήσεων προωθείται στην αγορά της Ευρώπης (ΕΕ) ή στην παγκόσμια αγορά.

### Περιοχή Διάθεσης Προϊόντων ανά ΣΤΑΚΟΔ

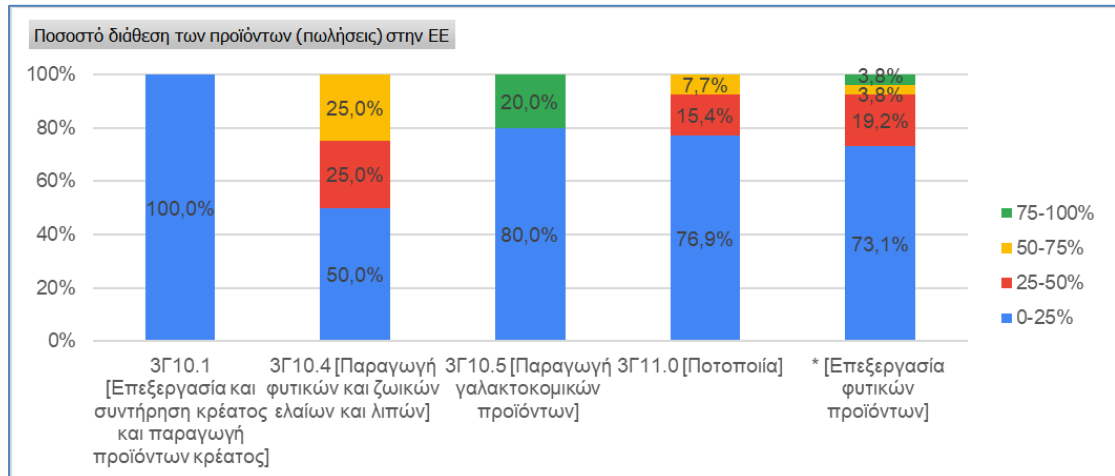
#### Η ΠΑΜΘ



### Η Λοιπή Ελλάδα



### Η ΕΕ



### Η Διεθνής Αγορά

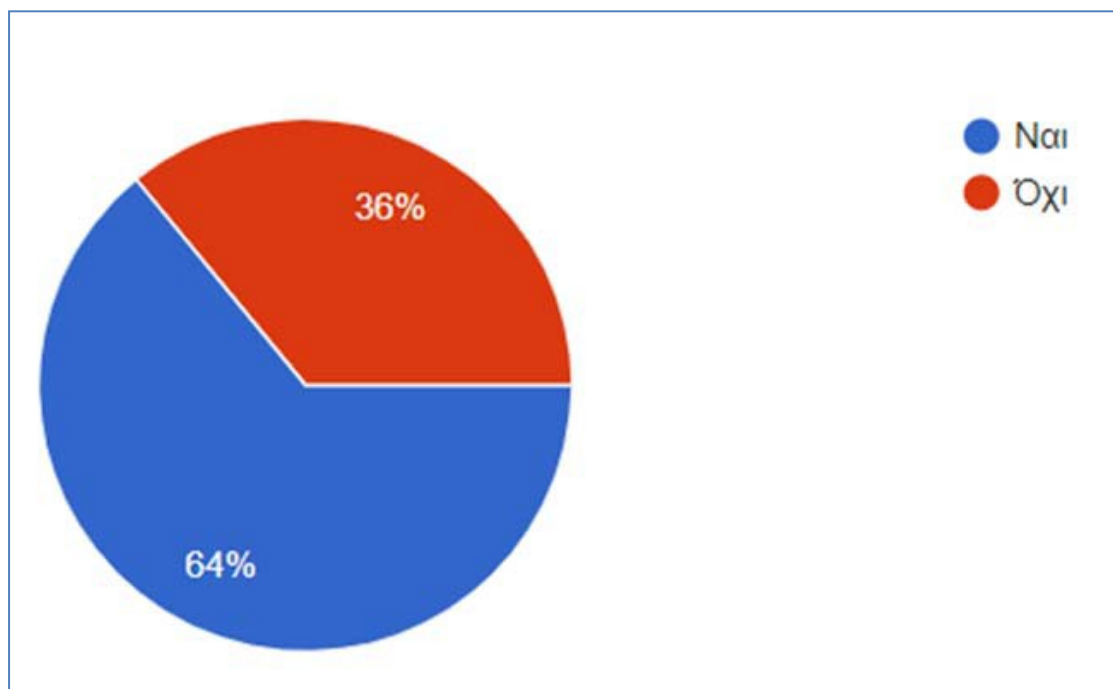


Από την συσχέτιση των κλάδων δραστηριότητας των επιχειρήσεων με την περιοχή διάθεσης των προϊόντων τους, προκύπτει ότι μόνο από τον τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», ένα ποσοστό 20% των επιχειρήσεων του κλάδου, προωθούν το 75% - 100% των προϊόντων τους στην διεθνή αγορά. Όλοι οι υπόλοιποι τομείς, είτε δεν διαθέτουν κανένα προϊόν στην διεθνή αγορά είτε το σχετικό ποσοστό των παραγόμενων προϊόντων τους που διατίθεται εκεί είναι μικρό (< 25%).

Ενδιαφέρον προκύπτει σε ότι αφορά την αγορά της ΕΕ, όπου μικρό μεν ποσοστό των επιχειρήσεων του τομέα «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων» (20%) προωθούν τα προϊόντα τους στην ΕΕ, ωστόσο σε ποσοστό της τάξης του 75%-100%.

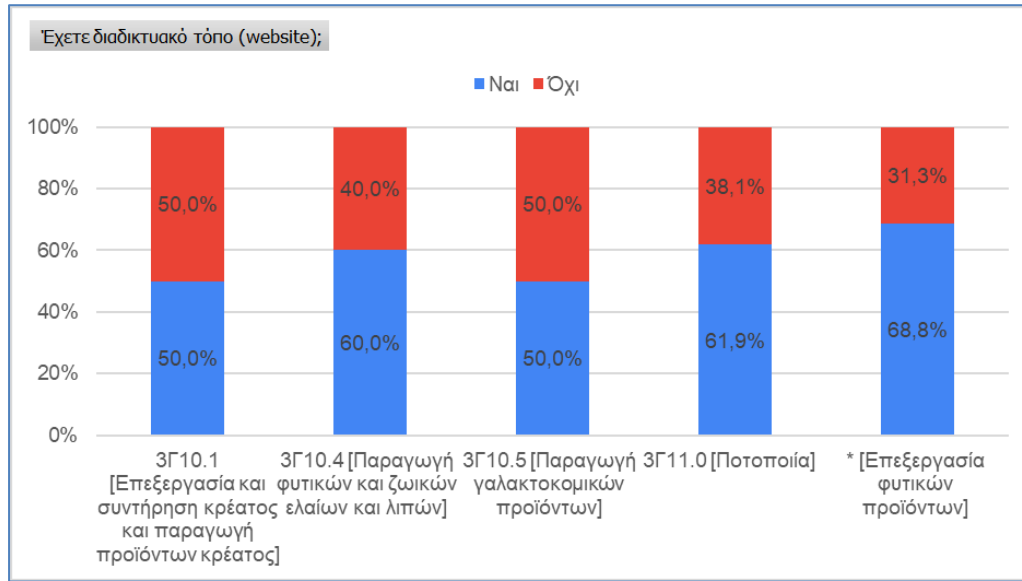
Επίσης σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων (50%) του τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», προωθούν το 25% - 75% των προϊόντων τους στην αγορά της ΕΕ. Το ίδιο ισχύει και για ποσοστό 23,1% των επιχειρήσεων του τομέα της ποτοποιίας.

#### Υπαρξη διαδικτυακού τόπου (website)



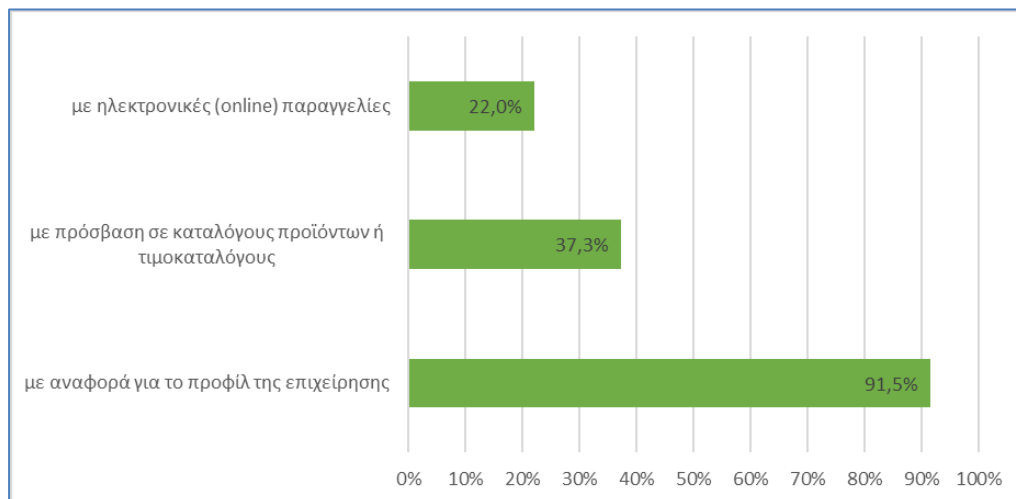
Σημαντικό ποσοστό (64%), αλλά όχι ικανοποιητικό, των επιχειρήσεων του δείγματος της Θράκης έχει δημιουργήσει και διατηρεί διαδικτυακό τόπο.

### ΣΤΑΚΟΔ και Διαδικτυακός τόπος



Από την συσχέτιση των κλάδων δραστηριότητας των επιχειρήσεων με την ύπαρξη website προέκυψε ότι σε υψηλότερο ποσοστό (68,8%) οι επιχειρήσεις του κλάδου «Επεξεργασία φυτικών προϊόντων» διαθέτουν website, ενώ το χαμηλότερο ποσοστό εμφανίζεται στις επιχειρήσεις των κλάδων «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» και Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων (50,0%).

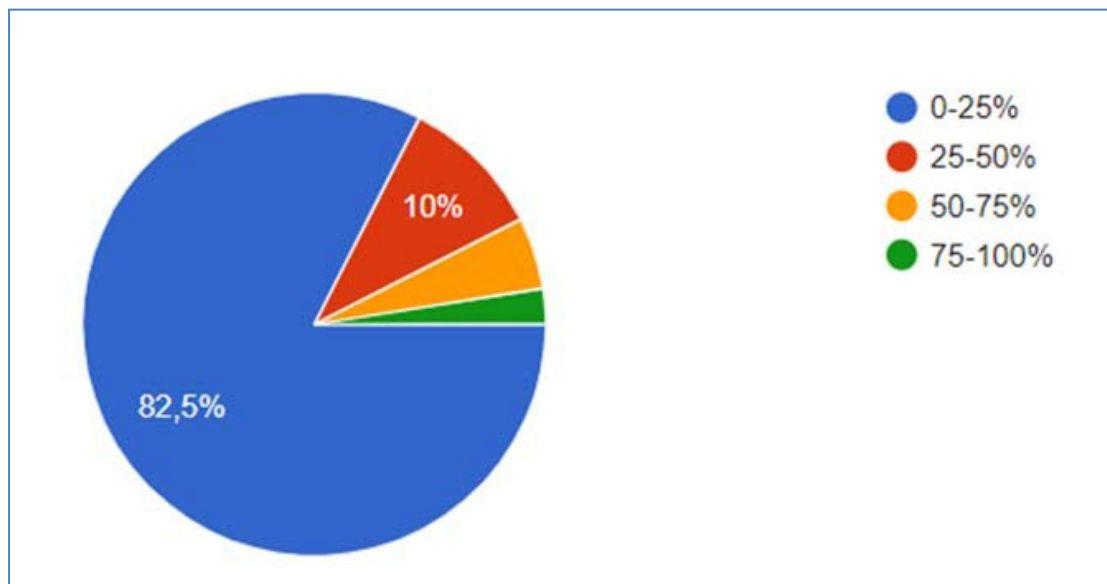
### Τι περιλαμβάνει ο Διαδικτυακός τόπος (ΣΥΝΟΛΟ ΝΑΙ)



Για τις επιχειρήσεις που διαθέτουν website, σχεδόν όλες (91,5%) προβάλλουν το προφίλ τους στον ιστότοπο, ενώ σε περισσότερο από το 1/3 των ιστοτόπων (37,3%) παρέχεται πρόσβαση σε καταλόγους με προϊόντα ή/και τιμοκαταλόγους.

Η δυνατότητα ηλεκτρονικών παραγγελιών, ωστόσο, αφορά μικρό ποσοστό των διαθέσιμων ιστοτόπων (22,0%).

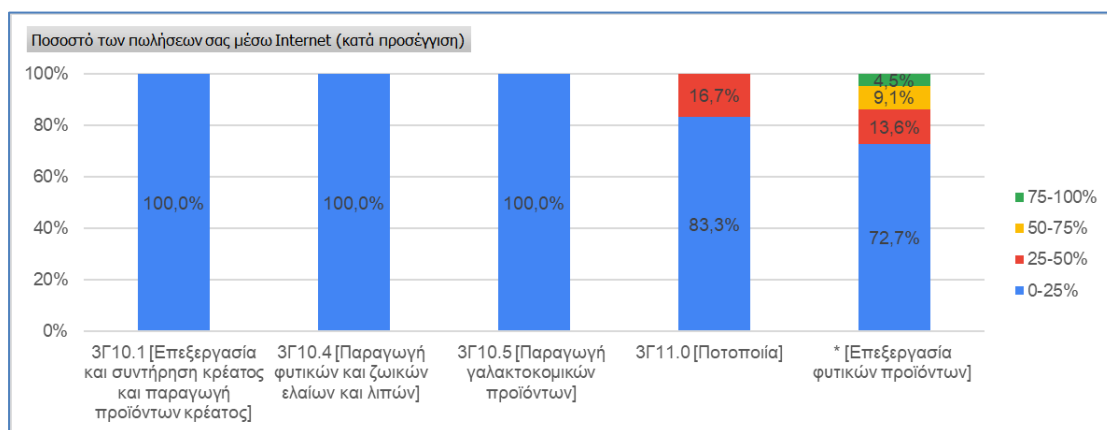
### Ποσοστό πωλήσεων μέσω Internet



Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η δυνατότητα ηλεκτρονικών παραγγελιών προσφέρεται σε χαμηλό αριθμό των υφιστάμενων ιστοτόπων (22,0%). Από τις επιχειρήσεις όμως που διατηρούν ηλεκτρονικό κατάστημα, το 82,5% επιτυγχάνει ποσοστό πωλήσεων έως 25% του συνόλου μέσω Internet.

Μικρό ποσοστό επιχειρήσεων (~ 5%) καλύπτει ποσοστό πωλήσεων έως 75% του συνόλου μέσω Internet ή δραστηριοποιείται αποκλειστικά διαδικτυακά (~ 2,5%).

### ΣΤΑΚΟΔ και Πωλήσεις μέσω Ίντερνετ





Πωλήσεις μέσω διαδικτύου σε ποσοστό 25% - 75% των επιχειρήσεων του κλάδου επιτυγχάνουν οι επιχειρήσεις της Ποτοποιίας, ενώ ποσοστό 4,5% του κλάδου της επεξεργασίας φυτικών προϊόντων επιτυγχάνει πωλήσεις από 75% - 100%.

## Έρευνα - Καινοτομία

### Τομείς Ενδιαφέροντος για την Ανάπτυξη Καινοτόμων Προϊόντων – Δράσεων - Λειτουργιών

Στην ερώτηση σχετικά με το ποιοι τομείς καινοτομίας ενδιαφέρουν περισσότερο τις επιχειρήσεις οι απαντήσεις ανά κλάδο δείχνουν το εξαιρετικό ενδιαφέρον (ποσοστό 83,3%) των επιχειρήσεων Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων για τη βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών. Αντίστοιχα έντονο είναι το ενδιαφέρον (σε ποσοστό 80%) των επιχειρήσεων της Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, όπως και την βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών (60% των επιχειρήσεων) αλλά και για τη βελτίωση του τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων (στο ίδιο ποσοστό).

Παράλληλα και οι κλάδοι της Επεξεργασίας φυτικών προϊόντων, όπως και της Ποτοποιίας ιεραρχούν την ανάπτυξη νέων προϊόντων και τη βελτίωση των Παραγωγικών διαδικασιών ψηλά (ποσοστά γύρω στο 60%).

Ειδικότερα από την συσχέτιση των κλάδων δραστηριότητας των επιχειρήσεων και του σχετικού ενδιαφέροντος για έρευνα και καινοτομία προέκυψαν τα παρακάτω:

- Μεγάλο ποσοστό (80%) των επιχειρήσεων του τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», εκφράζει ενδιαφέρον για την **ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών**. Σημαντικό είναι ότι αντίστοιχο ενδιαφέρον δείχνουν και τα ποσοστά των επιχειρήσεων των κλάδων «Επεξεργασία φυτικών προϊόντων» (56,3%), «Ποτοποιίας» (57,1%). Ψηλό σχετικά είναι και το αντίστοιχο ενδιαφέρον της «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» (40%), ενώ το μικρότερο ποσοστό, 25% των επιχειρήσεων, για την ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών, παρουσιάζει ο κλάδος της «Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων».
- Ο παραπάνω κλάδος, («Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων»), εκφράζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον (με το 83,3% των επιχειρήσεων) για την **βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών**. Υψηλά είναι και τα ποσοστά των υπόλοιπων κλάδων για την βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών (της τάξης του 60% των επιχειρήσεων), με μικρότερο το σχετικό ενδιαφέρον του κλάδου «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» (με το 45,0% των επιχειρήσεων).
- Τα θέματα **βελτίωσης του τρόπου επικοινωνίας με τους προμηθευτές ή τους πελάτες καθώς και της βελτίωση του τρόπου συσκευασίας των προϊόντων** απασχολούν

περισσότερο τις επιχειρήσεις του κλάδου «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών».

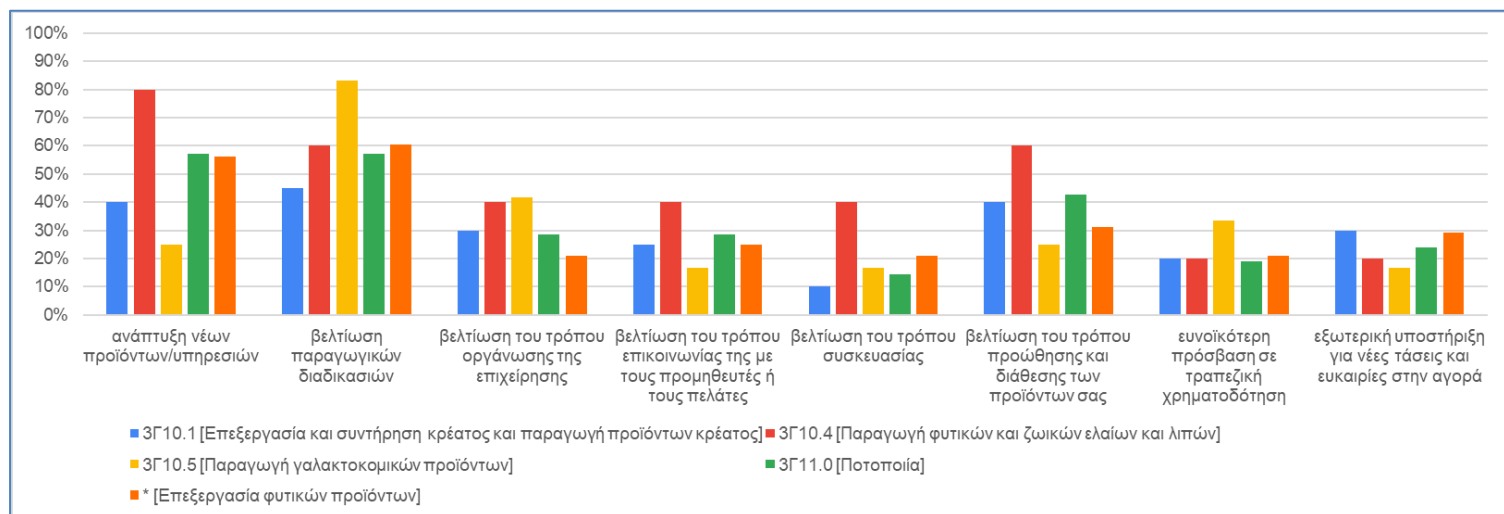
- Η **βελτίωση του τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων** απασχολεί περισσότερο τις επιχειρήσεις των κλάδων «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών» (60% των επιχειρήσεων), «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» (40,0% των επιχειρήσεων) και «Ποτοποιίας» (42,9% των επιχειρήσεων).

Αναλυτικά η εικόνα για το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων σε θέματα καινοτομίας εμφανίζεται στον πίνακα και το διάγραμμα που ακολουθούν.

**Πίνακας: Ποσοστιαία κατανομή τομέων ενδιαφέροντος για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων κλπ. (ανά ΣΤΑΚΟΔ)**

	Ανάπτυξη νέων προϊόντων /υπηρεσιών	Βελτίωση παραγωγικών διαδικασιών	Βελτίωση του τρόπου οργάνωσης της επιχείρησης	Βελτίωση του τρόπου επικοινωνίας της με τους προμηθευτές ή τους πελάτες	Βελτίωση του τρόπου συσκευασίας	Βελτίωση του τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων σας	Ευνοϊκότερη πρόσβαση σε τραπεζική χρηματοδότηση	Εξωτερική υποστήριξη για νέες τάσεις και ευκαιρίες στην αγορά
3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος]	40,0%	45,0%	30,0%	25,0%	10,0%	40,0%	20,0%	30,0%
3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών]	80,0%	60,0%	40,0%	40,0%	40,0%	60,0%	20,0%	20,0%
3Γ10.5 [Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων]	25,0%	83,3%	41,7%	16,7%	16,7%	25,0%	33,3%	16,7%
3Γ11.0 [Ποτοποιία]	57,1%	57,1%	28,6%	28,6%	14,3%	42,9%	19,0%	23,8%
[Επεξεργασία φυτικών προϊόντων]	56,3%	60,4%	20,8%	25,0%	20,8%	31,3%	20,8%	29,2%

**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή τομέων ενδιαφέροντος για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων κλπ (ανά ΣΤΑΚΟΔ)**



Η αντίστοιχη συσχέτιση του ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων για καινοτομία σε σχέση με την νομική τους μορφή (μέγεθος επιχείρησης) οδηγεί στα παρακάτω συμπεράσματα:

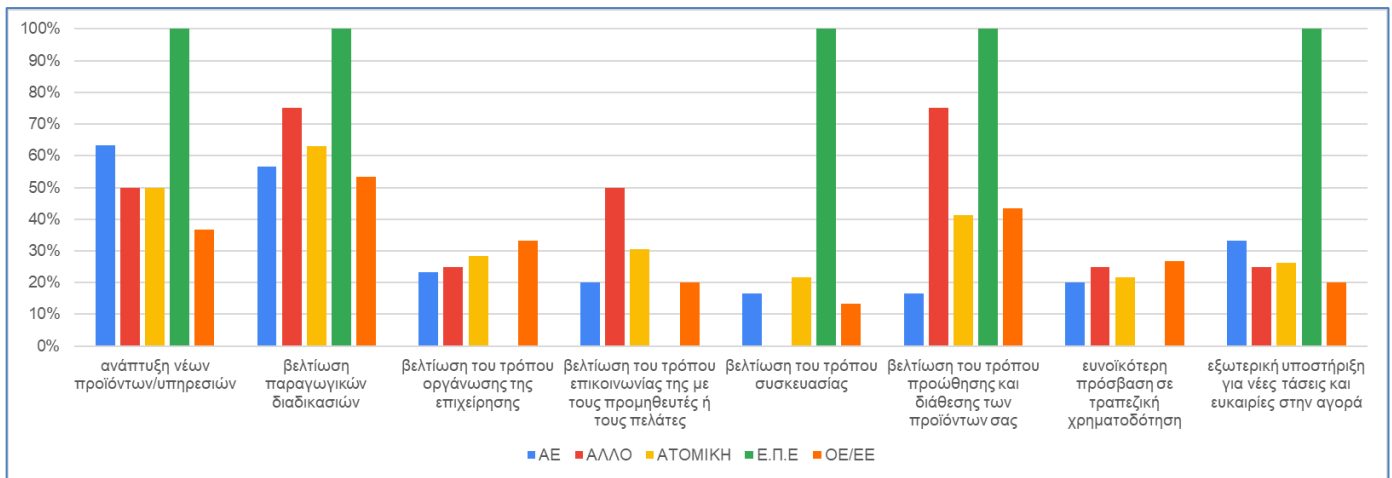
- ✓ Οι **ανώνυμες εταιρείες** σε υψηλό ποσοστό (63,3% των επιχειρήσεων), ενδιαφέρονται για την **ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών**. Σε επίσης, σημαντικό ποσοστό (56,7% των επιχειρήσεων), ενδιαφέρονται για την **βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών**. Σε μικρότερο αλλά αξιόλογο ποσοστό (33,3% των επιχειρήσεων) ενδιαφέρονται για **εξωτερική υποστήριξη για νέες τάσεις και ευκαιρίες στην αγορά**.
- ✓ Οι **ατομικές επιχειρήσεις και οι ΟΕ/ΕΕ** ενδιαφέρονται σε υψηλό ποσοστό (63,0% και 53,3% αντίστοιχα) για την **βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών**.
- ✓ Σε σημαντικό ποσοστό **οι ατομικές επιχειρήσεις** ενδιαφέρονται για την **ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών** (50,0%), όπως και για τη **βελτίωση του τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων** (41,3%).
- ✓ Για τη **βελτίωση του τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων** (σε ποσοστό 43,3%) ενδιαφέρονται επίσης οι ΟΕ/ΕΕ.
- ✓ Υψηλές είναι οι ανάγκες των επιχειρήσεων της κατηγορίας «**Άλλο**», που αφορά σε συνεταιριστικές επιχειρήσεις, σε μια σειρά τομείς, όπως στη **βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών και την προώθηση των προϊόντων** (ποσοστό 75%), αλλά και στην **ανάπτυξη νέων προϊόντων και στην επικοινωνία με πελάτες/προμηθευτές** (με ποσοστό 50% και στα δύο).

Στα παραπάνω αποτελέσματα δεν γίνεται ιδιαίτερη μνεία στις ΕΠΕ δεδομένου του μικρού αριθμού επιχειρήσεων με τη συγκεκριμένη νομική μορφή στο δείγμα.

#### Τομείς Ενδιαφέροντος για την Ανάπτυξη Καινοτόμων προϊόντων, ή Δράσεων, ή Λειτουργιών ανά Νομική Μορφή

Νομική Μορφή	Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών	Βελτίωση παραγωγικών διαδικασιών	Βελτίωση του τρόπου οργάνωσης της επιχείρησης	Βελτίωση του τρόπου επικοινωνίας της με προμηθευτές ή πελάτες	Βελτίωση του τρόπου συσκευασίας	Βελτίωση τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων	Ευνοϊκότερη πρόσβαση σε τραπεζική χρηματοδότηση	Εξωτερική υποστήριξη για νέες τάσεις και ευκαιρίες στην αγορά
ΑΕ	63,3%	56,7%	23,3%	20,0%	16,7%	16,7%	20,0%	33,3%
ΑΛΛΟ	50,0%	75,0%	25,0%	50,0%	0,0%	75,0%	25,0%	25,0%
ΑΤΟΜΙΚΗ	50,0%	63,0%	28,3%	30,4%	21,7%	41,3%	21,7%	26,1%
Ε.Π.Ε	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%
ΟΕ/ΕΕ	36,7%	53,3%	33,3%	20,0%	13,3%	43,3%	26,7%	20,0%

**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή τομέων ενδιαφέροντος για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων (ανά νομική μορφή)**



**Τι έχετε κάνει για τους τομείς που σας ενδιαφέρουν;**

Στην ερώτηση «Τι έχετε κάνει για τους τομείς που σας ενδιαφέρουν;», όπως δείχνουν οι απαντήσεις ανά κλάδο (δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων), η «**υλοποίηση επενδύσεων**» συγκεντρώνει, για όλους τους κλάδους, με απόσταση τα μεγαλύτερα ποσοστά σε σχέση με τις υπόλοιπες επιλογές.

Παράλληλα ψηλό είναι το ποσοστό συμμετοχής σε προγράμματα «έρευνας – καινοτομίας», ενώ αντίστοιχα υψηλά ποσοστά συγκεντρώνει και η συνεργασία με συμβουλευτικό – ερευνητικό φορέα, με εξαίρεση τον κλάδο της Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών.

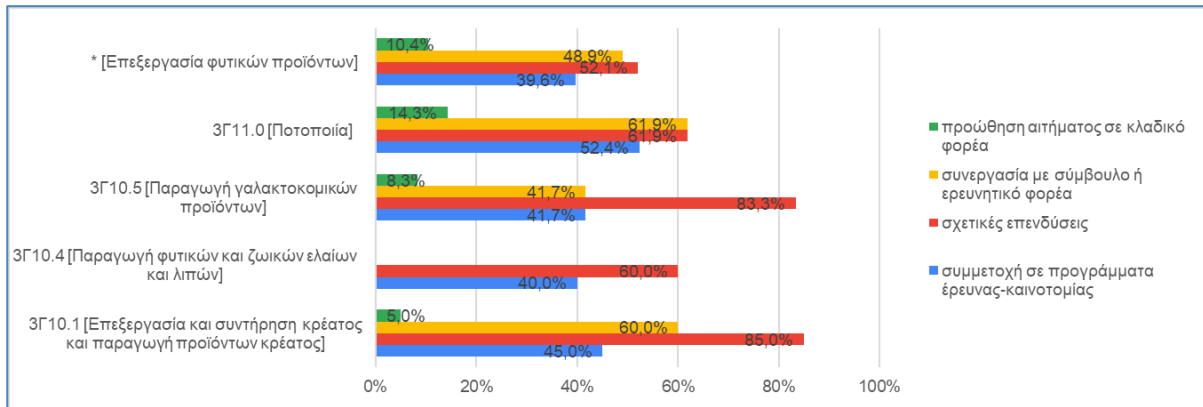
Πολύ χαμηλό ποσοστό συγκεντρώνει η προώθηση αιτήματος υποστήριξης σε κάποιον κλαδικό φορέα.

**Πίνακας: Ποσοστιαία κατανομή ενεργειών για τους τομείς ενδιαφέροντος (ανά ΣΤΑΚΟΔ).**

	συμμετοχή σε προγράμματα έρευνας-καινοτομίας	σχετικές επενδύσεις	συνεργασία με σύμβουλο ή ερευνητικό φορέα	προώθηση αιτήματος σε κλαδικό φορέα
3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος]	45,0%	85,0%	60,0%	5,0%
3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών]	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
3Γ10.5 [Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων]	41,7%	83,3%	41,7%	8,3%

	συμμετοχή σε προγράμματα έρευνας-καινοτομίας	σχετικές επενδύσεις	συνεργασία με σύμβουλο ή ερευνητικό φορέα	προώθηση αιτήματος σε κλαδικό φορέα
3Γ11.0 [Ποτοποιία]	52,4%	61,9%	61,9%	14,3%
* [Επεξεργασία φυτικών προϊόντων]	39,6%	52,1%	48,9%	10,4%

**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή ενεργειών για τους τομείς ενδιαφέροντος (ανά ΣΤΑΚΟΔ)**



Τα αναλυτικότερα αποτελέσματα από τις απαντήσεις στην παραπάνω ερώτηση, ανά κλάδο δραστηριότητας των επιχειρήσεων και των ενεργειών στις οποίες προέβησαν για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, ή δράσεων, ή λειτουργιών, είναι τα εξής:

- Πολύ μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων (85%) του κλάδου «**Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος**» προέβη σε επενδύσεις για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων/ δράσεων/ λειτουργιών. Επίσης, αντίστοιχα πολύ υψηλό ποσοστό επιχειρήσεων (83,3%) του κλάδου της «**Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**». Ακολουθεί ο κλάδος της «**Ποτοποιίας**» (61,9%) και της «**Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών**» με 60,0% των επιχειρήσεων του δείγματος που απάντησαν την ερώτηση.
- Σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων του τομέα της «**Ποτοποιίας**» (52,4%) συμμετείχε σε προγράμματα έρευνας-καινοτομίας. Ακολουθούν οι επιχειρήσεις των κλάδων «**Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος**» (45%), «**Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**», «**Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών**» με 41,7% και 40% αντίστοιχα και της «**Επεξεργασίας φυτικών προϊόντων**» με 39,6% των επιχειρήσεων.
- Υψηλό ποσοστό επιχειρήσεων του τομέα της «**Ποτοποιίας**» (61,9%) προέβη σε συνεργασία με σύμβουλο ή ερευνητικό φορέα, αντίστοιχα επίσης και στον τομέα «**Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος**» με το 60% των επιχειρήσεων, ενώ ακολουθεί ο τομέας της «**Επεξεργασίας φυτικών προϊόντων**» με το 48,9% των επιχειρήσεων. Μικρότερο (41,7%) είναι το ποσοστό των

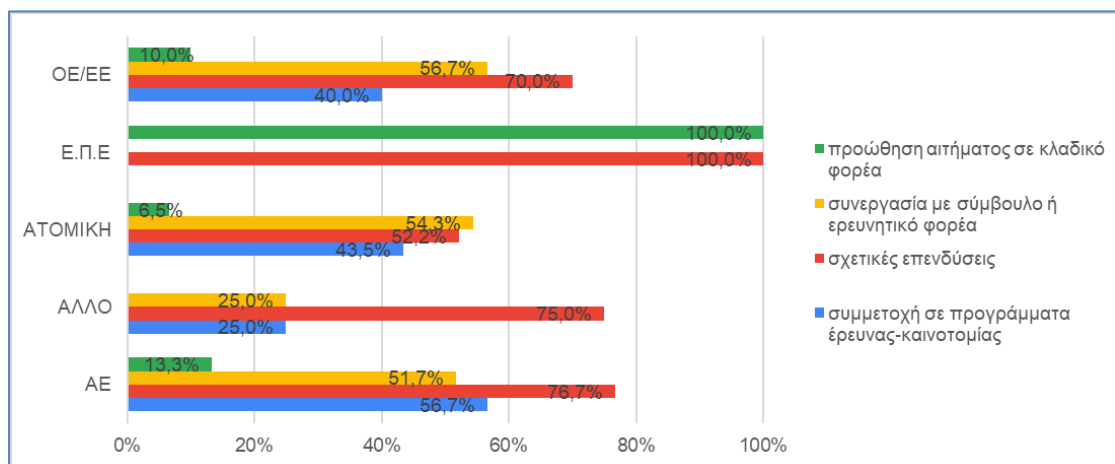
επιχειρήσεων του κλάδου της «**Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**» που συνεργάστηκε με σύμβουλο ή ερευνητικό φορέα, ενώ μηδενικό είναι το σχετικό ποσοστό για τον τομέα «**Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών**».

- Η προώθηση αιτήματος σε κλαδικό φορέα για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων ή δράσεων ή λειτουργιών παρουσιάζει χαμηλό ενδιαφέρον από τις επιχειρήσεις όλων των τομέων, από 14% (Ποτοποιία) μέχρι 0,0% («**Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών**»).

**Πίνακας: Ποσοστιαία κατανομή ενεργειών για τους τομείς ενδιαφέροντος (ανά νομική μορφή).**

	συμμετοχή σε προγράμματα έρευνας-καινοτομίας	σχετικές επενδύσεις	συνεργασία με σύμβουλο ή ερευνητικό φορέα	προώθηση αιτήματος σε κλαδικό φορέα
ΑΕ	56,7%	76,7%	51,7%	13,3%
ΑΛΛΟ	25,0%	75,0%	25,0%	0,0%
ΑΤΟΜΙΚΗ	43,5%	52,2%	54,3%	6,5%
Ε.Π.Ε	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
ΟΕ/ΕΕ	40,0%	70,0%	56,7%	10,0%

**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή ενεργειών για τους τομείς ενδιαφέροντος (ανά νομική μορφή)**

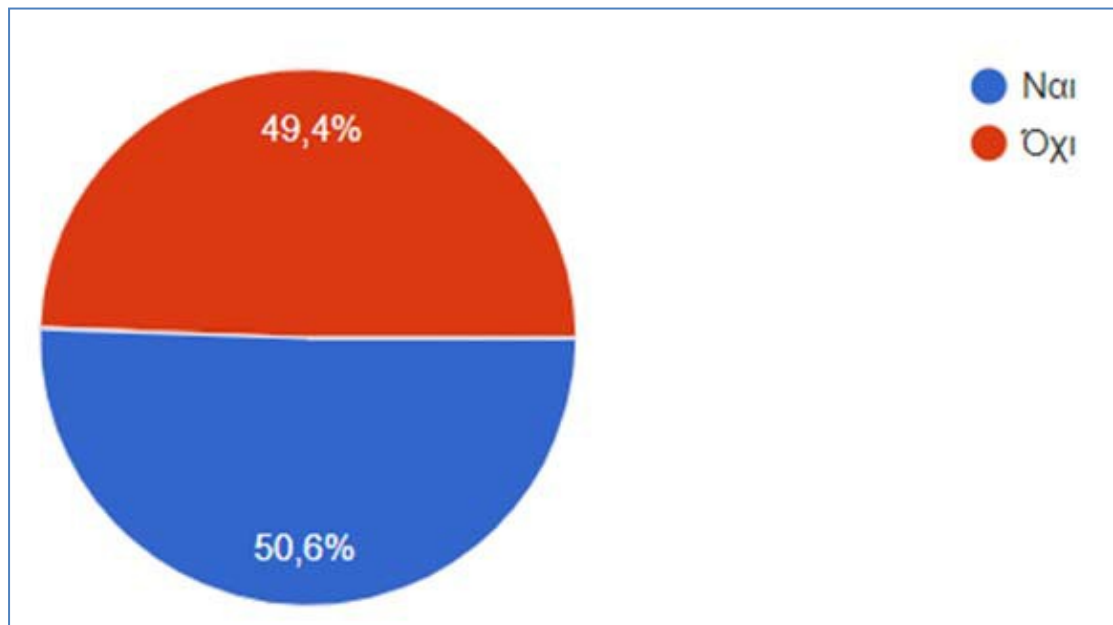


Από την συσχέτιση της νομικής μορφής των επιχειρήσεων και των ενεργειών στις οποίες προέβησαν για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων ή δράσεων ή λειτουργιών, προέκυψε η σχετικά μικρότερη συμμετοχή των **προσωποπαγών επιχειρήσεων** (ΟΕ/ΕΕ) σε δράσεις – ενέργειες για την ανάπτυξη καινοτομίας (40,0%), σαφώς υψηλότερη της συμμετοχής των επιχειρήσεων «ΑΛΛΟ», που αφορά σε συνεταιριστικές επιχειρήσεις και ΚΟΙΝΣΕΠ (25,0%) σε σχέση με τις επιχειρήσεις εταιρικής μορφής (ΑΕ) που συμμετέχουν με 56,7%.

## Ανθρώπινο Δυναμικό

Από το σύνολο των επιχειρήσεων, μόνο οι μισές (50.6%) δήλωσαν ότι το προσωπικό τους συμμετείχε σε προγράμματα κατάρτισης τα τελευταία 2 έτη, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα.

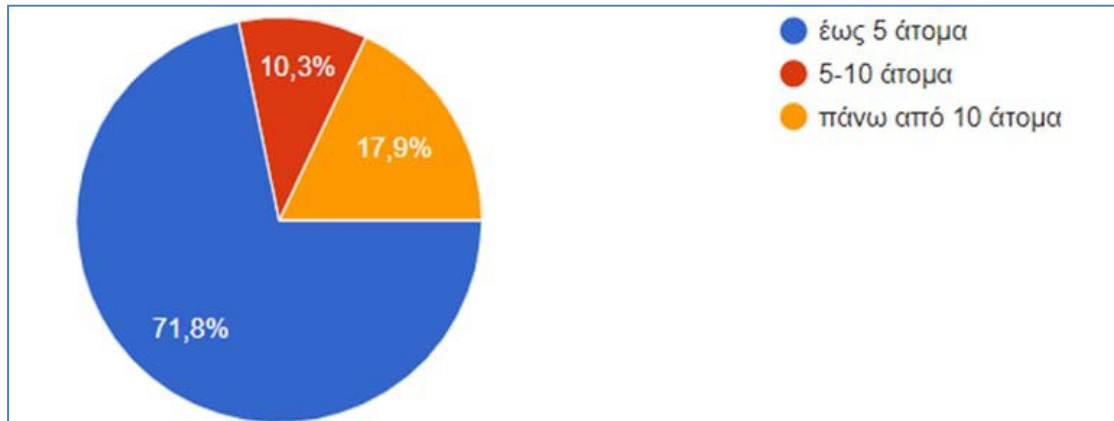
### Συμμετοχή σε προγράμματα κατάρτισης τα 2 τελευταία έτη



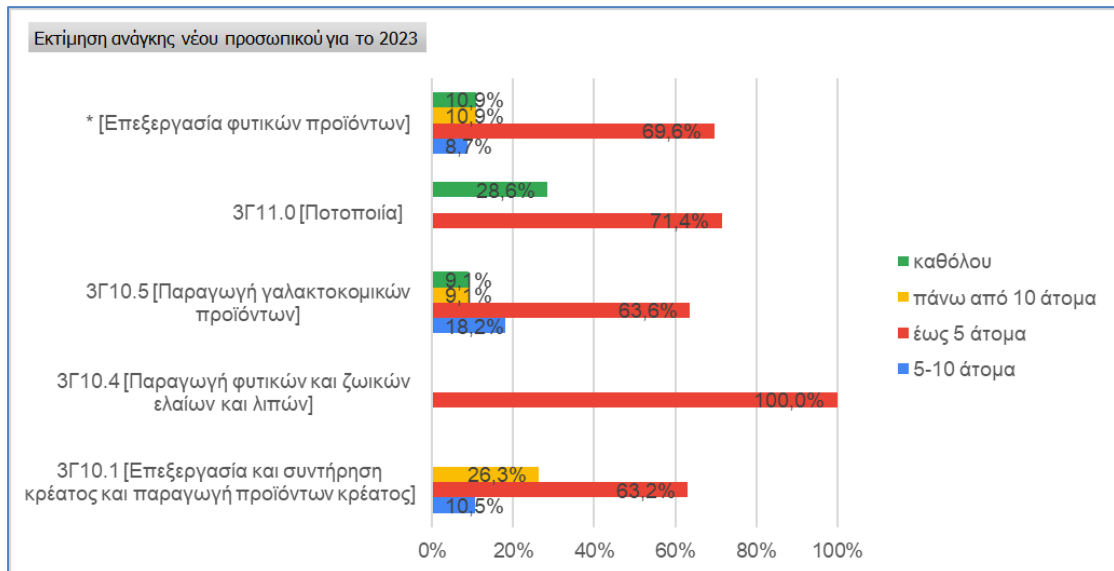
Το 71,8% των επιχειρήσεων του δείγματος εκτίμησε ότι θα χρειαστεί να προσλάβει το 2023 έως 5 άτομα για τις ανάγκες του, ενώ ποσοστό 17,9% των επιχειρήσεων εκτίμησε ότι θα χρειαστεί να προσλάβει πάνω από 10 άτομα. Μικρότερο ποσοστό, 10,3% των επιχειρήσεων θα χρειαστεί 5-10 άτομα το 2023.



### Εκτίμηση για αριθμό νέου προσωπικού το 2023



### Πόσο προσωπικό θα χρειαστείτε το 2023 βάσει ΣΤΑΚΟΔ



Ανά κλάδο δραστηριότητας, μέχρι 5 άτομα προσωπικό το 2023 θα χρειαστούν όλες οι επιχειρήσεις του τομέα «**Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών**», το 71,4% των επιχειρήσεων του τομέα της «**Ποτοποιίας**», το 69,6% των επιχειρήσεων «**Επεξεργασίας Φυτικών Προϊόντων**», το 63,6% του τομέα «**Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**» και το 63,2% του τομέα «**Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος**».

Περισσότερα από 5 άτομα, θα χρειαστούν πολλές επιχειρήσεις του τομέα «**Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος**» και μάλιστα ένα υψηλό ποσοστό, (26,3%), θα χρειαστεί περισσότερα από 10 άτομα.

Περισσότερα από 5 άτομα, θα χρειαστούν επίσης το 18,2% των επιχειρήσεων «**Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**» και το 8,0% των επιχειρήσεων του τομέα «**Επεξεργασίας Φυτικών Προϊόντων**».

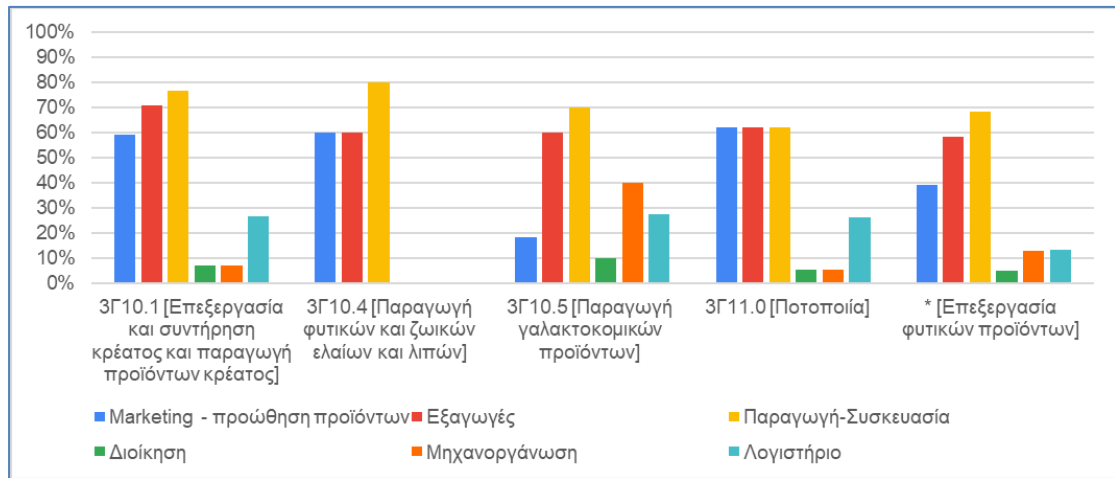
Καθόλου προσωπικό δεν θα χρειαστεί το 28,6% των επιχειρήσεων του κλάδου της «**Ποτοποιίας**», το 10,9% των επιχειρήσεων «**Επεξεργασίας Φυτικών Προϊόντων**» και το 9,1% των επιχειρήσεων του τομέα «**Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**».

Οι ανάγκες των επιχειρήσεων σε ειδικότητες ανά κλάδο εμφανίζονται στον παρακάτω και το σχετικό διάγραμμα.

**Πίνακας: Ποσοστιαία κατανομή αναγκαίων ειδικοτήτων (ανά ΣΤΑΚΟΔ).**

	Marketing - προώθηση προϊόντων	Εξαγωγές	Παραγωγή- Συσκευασία	Διοίκηση	Μηχανοργάνωση	Λογιστήριο
3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος]	58,8%	70,6%	76,5%	7,1%	7,1%	26,7%
3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών]	60,0%	60,0%	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3Γ10.5 [Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων]	18,2%	60,0%	70,0%	10,0%	40,0%	27,3%
3Γ11.0 [Ποτοποιία]	61,9%	61,9%	61,9%	5,3%	5,3%	26,3%
* [Επεξεργασία φυτικών προϊόντων]	39,0%	58,1%	68,2%	5,0%	12,8%	13,2%

**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή αναγκών ειδικοτήτων (ανά ΣΤΑΚΟΔ).**



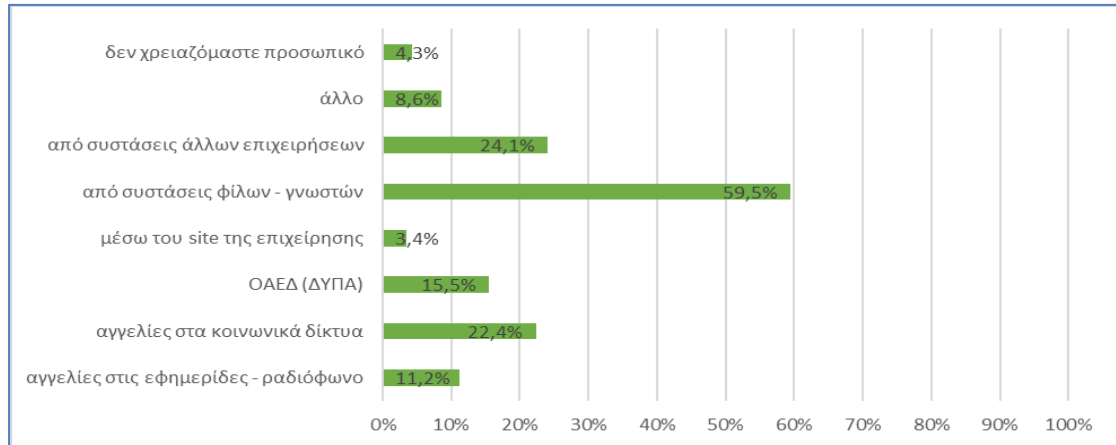
Οι επαγγελματικές ειδικότητες που εμφανίζουν την μεγαλύτερη ζήτηση είναι κυρίως η **παραγωγή και συσκευασία** (από 80% μέχρι 61,9% στους επιμέρους κλάδους) και οι **εξαγωγές** (από 70,6% μέχρι 58,1% για τους επιμέρους κλάδους). Επίσης το **Marketing/προώθηση προϊόντων** (από 61,9% μέχρι 39,0%, και μόνο 18,2% στην «Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων»). Αντίθετα η «Διοίκηση», η «Μηχανοργάνωση» και το «Λογιστήριο» παρουσιάζουν γενικά μικρή ζήτηση, με εξαίρεση την «Μηχανοργάνωση» για τον κλάδο της «Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων» που εμφανίζει ζήτηση της τάξης του 40,0%.

Στην ερώτηση σχετικά με το πώς βρίσκουν το προσωπικό τους οι επιχειρήσεις βλέπουμε ότι κυριαρχούν οι **Συστάσεις μέσω φίλων - γνωστών (59,5%) - άλλων επιχειρήσεων (24,1%), συνολικά σε ποσοστό 83,6%**.

Σε ποσοστό 22,4% η εύρεση προσωπικού γίνεται από αγγελίες στα κοινωνικά δίκτυα.

Πολύ χαμηλά είναι τα ποσοστά εύρεσης προσωπικού μέσω ΔΥΠΑ (ΟΑΕΔ) (15,5%) και μέσω αγγελιών σε εφημερίδες - ραδιόφωνο (11,2%).

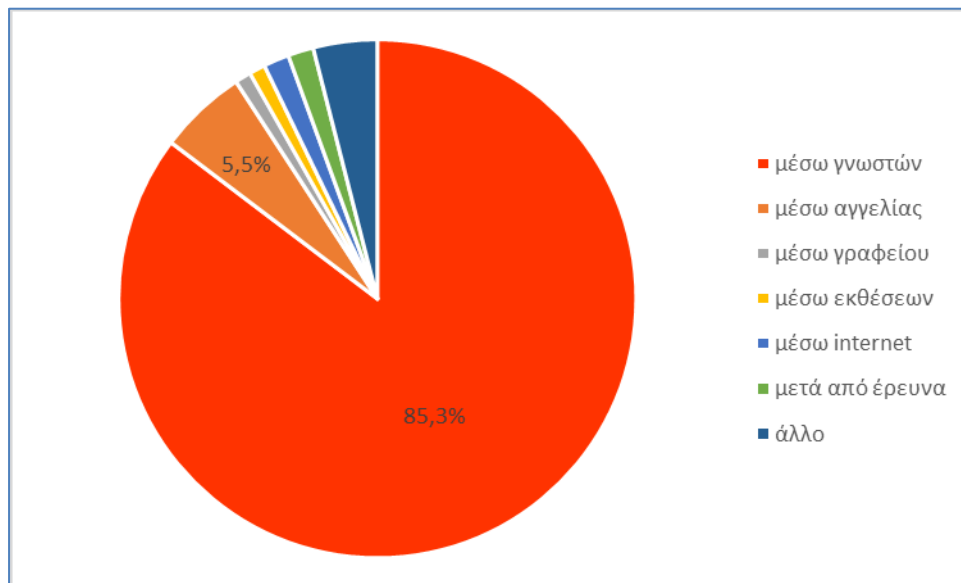
**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή εύρεσης προσωπικού (σύνολο δείγματος).**



Ανάλογη με την εξεύρεση προσωπικού είναι και η εικόνα της εξεύρεσης εξωτερικών συνεργατών, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί.

**Τρόπος Εύρεσης Εξωτερικών Συνεργατών**

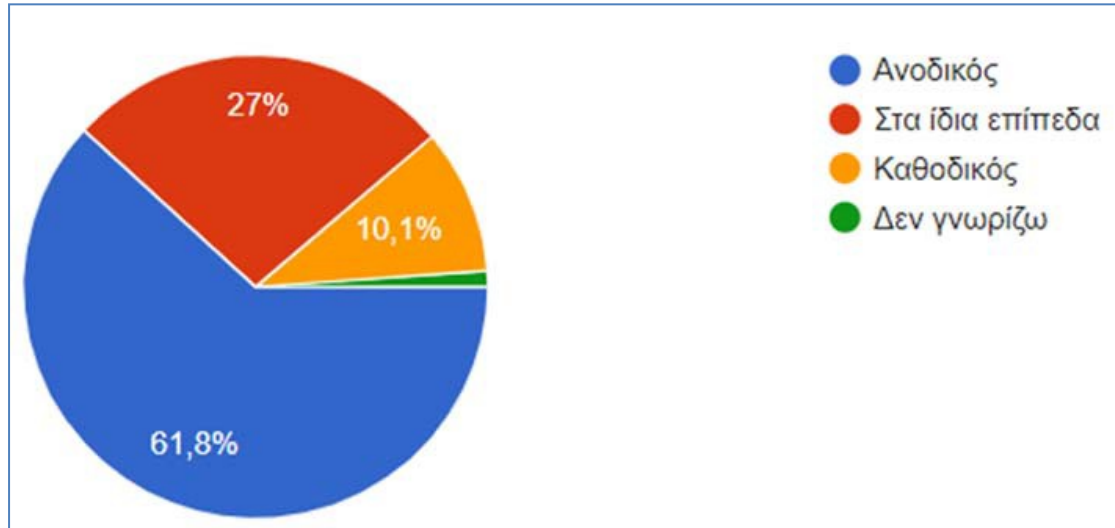
**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή εύρεσης εξωτερικών συνεργατών (σύνολο δείγματος).**



Στον τρόπο εύρεσης εξωτερικών συνεργατών κυριαρχούν και εδώ οι συστάσεις γνωστών σε ποσοστό 85,3%.

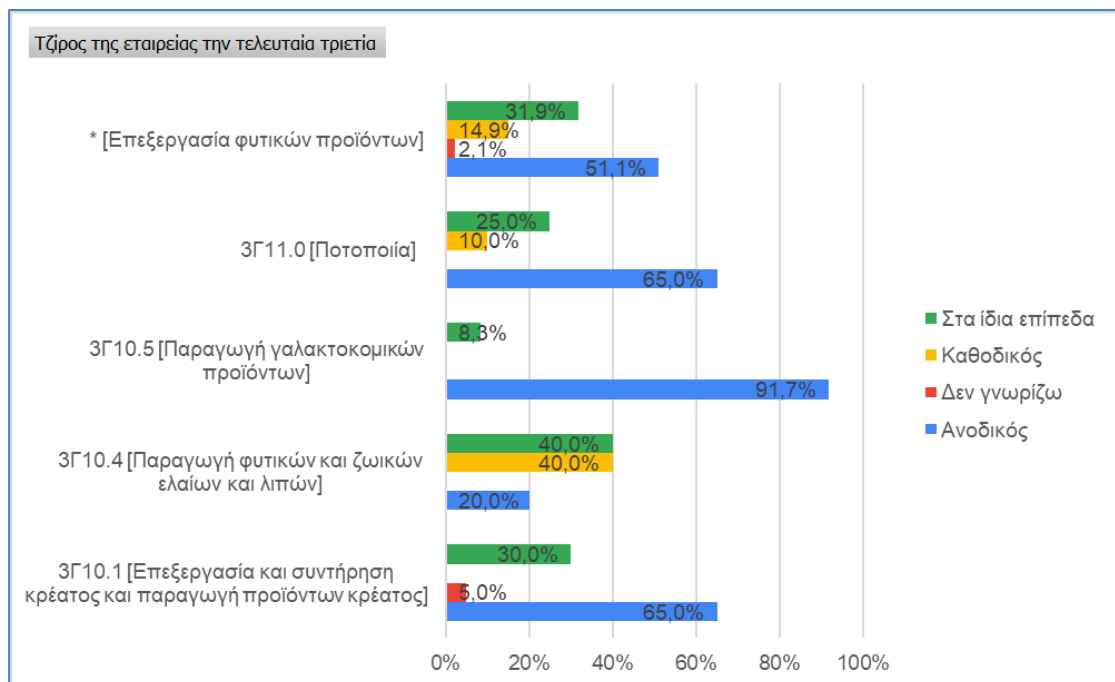
## Γενικές Ερωτήσεις

### Κύκλος Εργασιών Επιχειρήσεων την Τελευταία Τριετία



Στην πλειονότητα των επιχειρήσεων (61,8%) ο συνολικός τζίρος τους παρουσίασε **αύξηση** την τελευταία τριετία ή παρέμεινε στα ίδια επίπεδα (27,0%). Μόνο 10,1% είχε **μείωση** του κύκλου εργασιών.

### Κύκλος Εργασιών Επιχειρήσεων την Τελευταία Τριετία ανά ΣΤΑΚΟΔ



Η ανάλυση ανά κλάδο δείχνει ότι το 91,7% των επιχειρήσεων του κλάδου «**Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων**» παρουσίασε αύξηση του τζίρου κατά την τελευταία τριετία, ενώ για το υπόλοιπο 8,3% των επιχειρήσεων ο τζίρος ήταν στα ίδια επίπεδα.

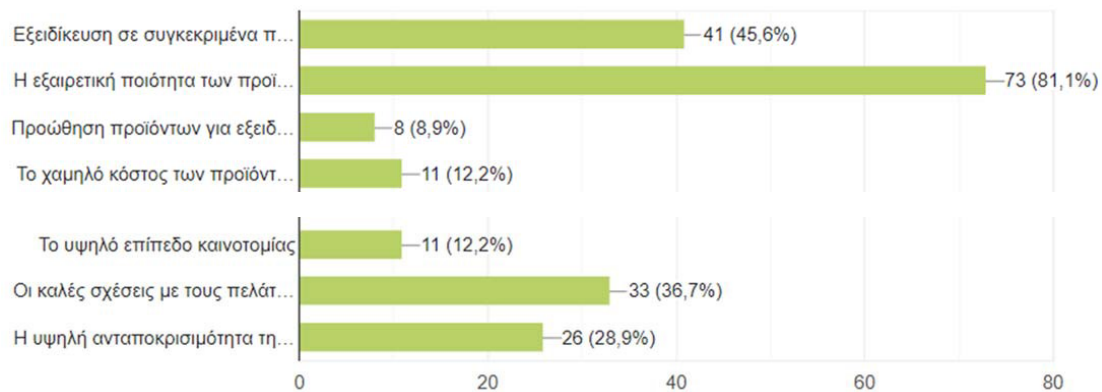
Το 65,0% των επιχειρήσεων του κλάδου «**Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος**» παρουσίασε επίσης αύξηση του τζίρου κατά την τελευταία τριετία, ενώ για το υπόλοιπο 30,0% των επιχειρήσεων ο τζίρος ήταν στα ίδια επίπεδα.

Στους υπόλοιπους κλάδους, ο κλάδος «**Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών**» φαίνεται να παρουσιάζει προβλήματα, με μόνο το 20% των επιχειρήσεων να παρουσιάζουν ανοδικό τζίρο, 40% στα ίδια επίπεδα αλλά και 40% των επιχειρήσεων να έχουν καθοδικό τζίρο.

Οι κλάδοι «**Επεξεργασίας Φυτικών Προϊόντων**» και «**Ποτοποιίας**», αν και παρουσιάζουν ανοδικό κύκλο εργασιών για το 51,1% και 65,0% των επιχειρήσεων τους αντίστοιχα, δείχνουν μια σχετική στασιμότητα της τάξης του 31,9% και 25,0% των επιχειρήσεων τους, και μικρή καθοδικότητα για το 14,9% και το 10,0%.

Σε ό,τι αφορά την άποψη των επιχειρήσεων σχετικά με τα ισχυρά τους σημεία, το σύνολο των κλάδων, σε πολύ υψηλό ποσοστό μεταξύ θεωρεί ως τέτοιο την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων τους.

#### Άποψη των Επιχειρήσεων σχετικά με τα Δυνατά τους Σημεία



Το 81,1% των ερωτηθέντων επιχειρήσεων θεωρεί την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων που παράγει, ως το δυνατό σημείο της επιχείρησης, ακολουθούμενο από την εξειδίκευση σε συγκεκριμένες εφαρμογές/προϊόντα (45,6%). Η υψηλή ανταποκρισιμότητα στην διεκπεραίωση των παραγγελιών (σύνολο 28,9%) αποτελεί ισχυρό σημείο για τους κλάδους 3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος] και 3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών] με ποσοστό 40,0% και στις δύο περιπτώσεις, ενώ ενδιαφέρον παρουσιάζει ο κλάδος 3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών] σε σχέση με τις «καλές σχέσεις με τους πελάτες», που αξιολογεί σε ποσοστό 100%.

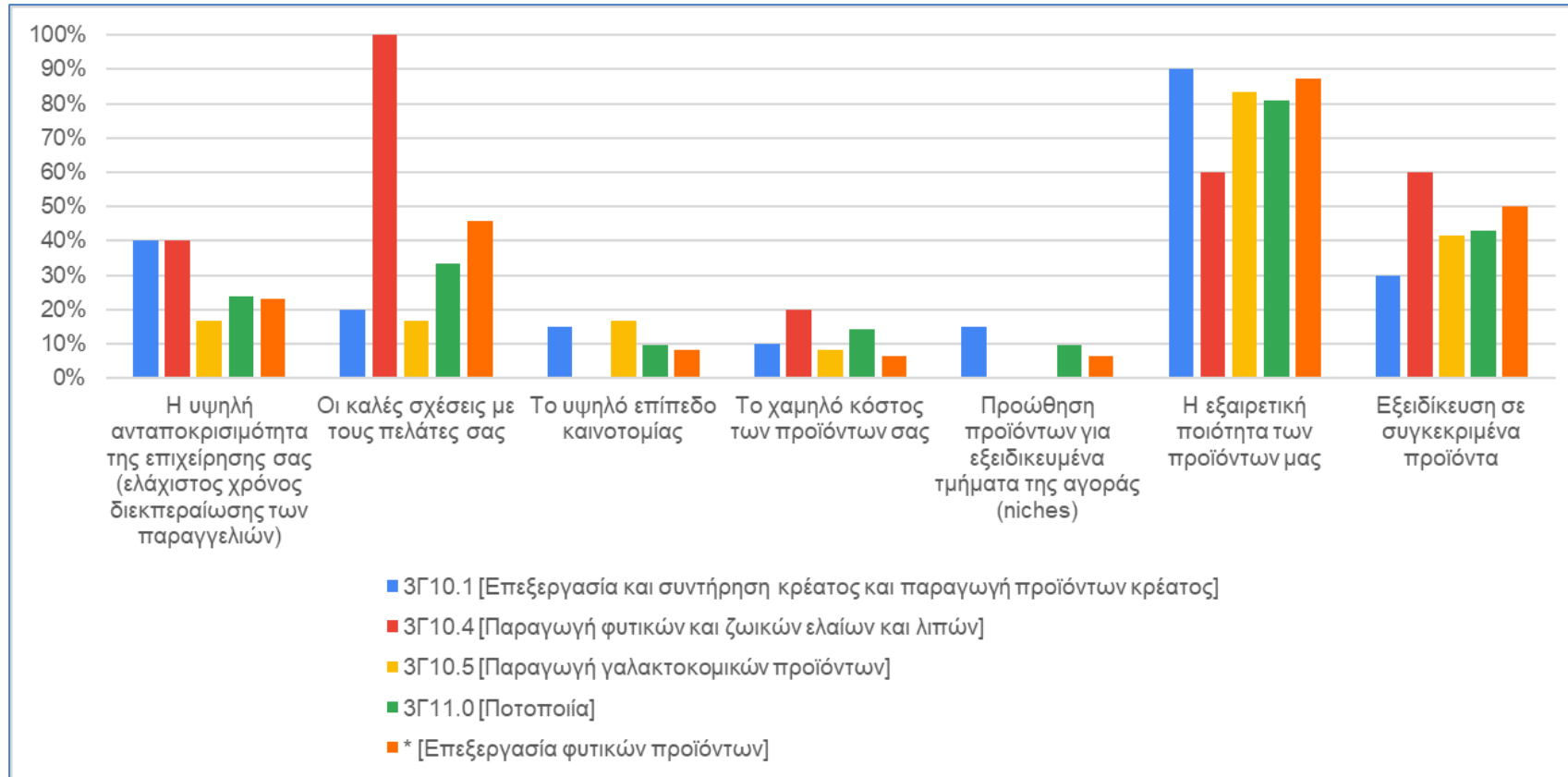
Η εξειδίκευση των επιχειρήσεων («**Εξειδίκευση σε συγκεκριμένα προϊόντα**») φαίνεται να κινείται σε ένα μέσο επίπεδο, ενώ η «**καινοτομία**», όπως και το «**χαμηλό κόστος των προϊόντων**» βρίσκονται χαμηλά

**Πίνακας: Ποσοστιαία κατανομή των δυνατών σημείων κάθε επιχείρησης (ανά ΣΤΑΚΟΔ).**

	Η υψηλή ανταποκρισιμότητα της επιχείρησής σας (ελάχιστος χρόνος διεκπεραίωσης των παραγγελιών)	Οι καλές σχέσεις με τους πελάτες σας	Το υψηλό επίπεδο καινοτομίας	Το χαμηλό κόστος των προϊόντων σας	Προώθηση προϊόντων για εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς (niches)	Η εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων μας	Εξειδίκευση σε συγκεκριμένα προϊόντα
3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος]	40,0%	20,0%	15,0%	10,0%	15,0%	90,0%	30,0%
3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών]	40,0%	100,0%	0,0%	20,0%	0,0%	60,0%	60,0%
3Γ10.5 [Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων]	16,7%	16,7%	16,7%	8,3%	0,0%	83,3%	41,7%
3Γ11.0 [Ποτοποιία]	23,8%	33,3%	9,5%	14,3%	9,5%	81,0%	42,9%
* [Επεξεργασία φυτικών προϊόντων]	22,9%	45,8%	8,3%	6,3%	6,3%	87,5%	50,0%

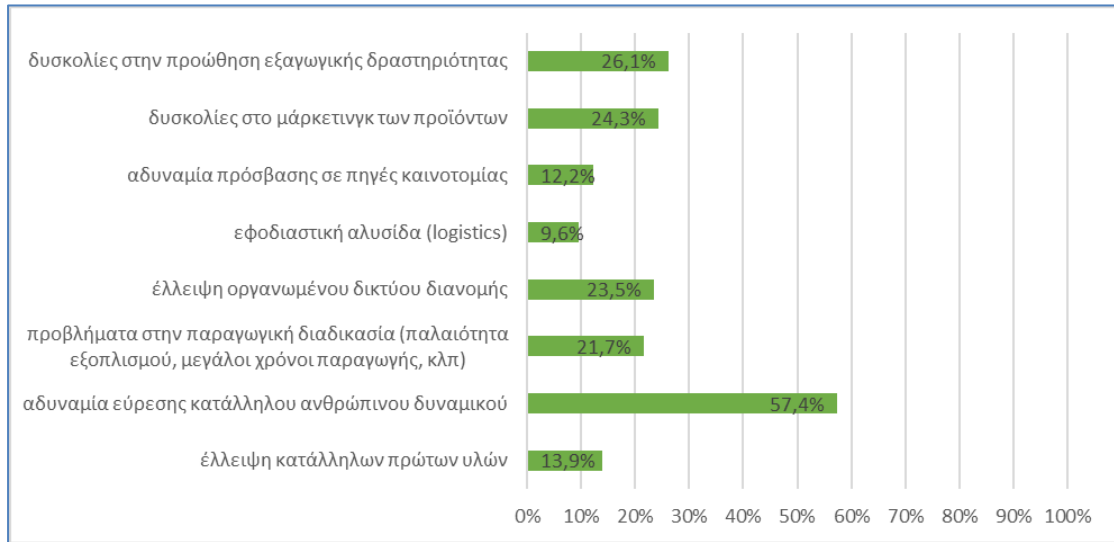


**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή των δυνατών σημείων κάθε επιχείρησης (ανά ΣΤΑΚΟΔ).**



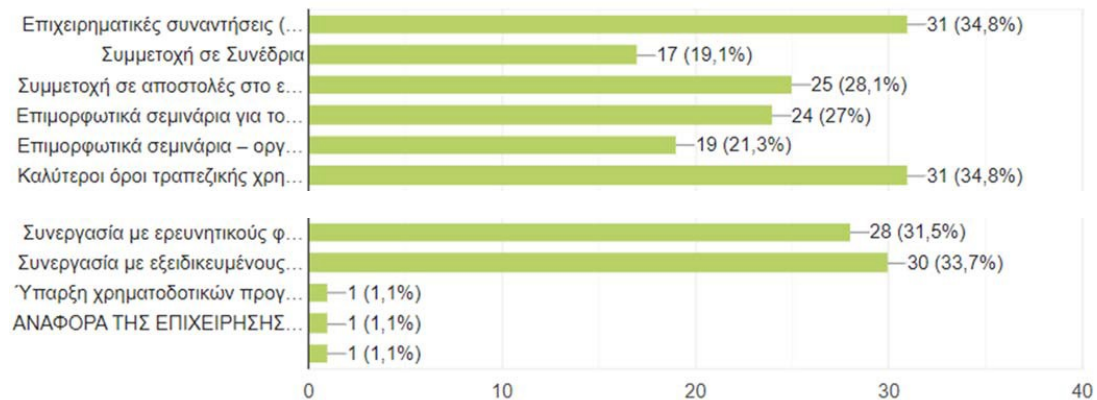
Πληροφορίες σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις της έρευνας δίνουν τα παρακάτω διαγράμματα.

**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή των βασικών προβλημάτων κάθε επιχείρησης (σύνολο δείγματος).**



**Υψηλό ποσοστό των επιχειρήσεων, μεγαλύτερο της 1 στις 2 επιχειρήσεις (57,4%) δήλωσαν ότι δυσκολεύονται στην εύρεση κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού.** Επιπλέον, σημαντικό ποσοστό (26,1%) αντιμετωπίζει δυσκολίες στην προώθηση της εξαγωγικής δραστηριότητας, αλλά και δυσκολίες στο μάρκετινγκ (24,3%), στην έλλειψη οργανωμένου δικτύου διανομής (23,5%), στην παραγωγική διαδικασία (21,7%) και αδυναμία πρόσβασης σε πηγές καινοτομίας (12,2%). Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η αδυναμία ποσοστού των επιχειρήσεων στην εύρεση κατάλληλων πρώτων υλών (13,9%).

Οι τρόποι με τους οποίους οι επιχειρήσεις πιστεύουν ότι μπορούν να ανταποκριθούν στις προκλήσεις παρουσιάζονται στο παρακάτω διάγραμμα στη βάση του αριθμού των απαντηθέντων ερωτήσεων.

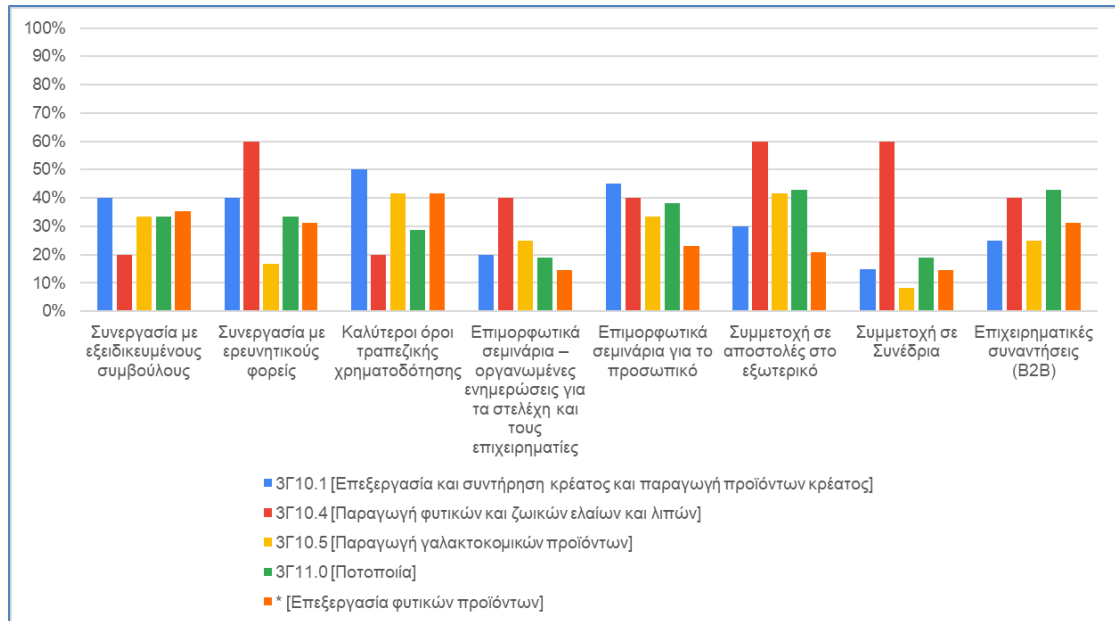


Σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων αναφέρθηκαν στην ανάγκη υποστήριξης της επιχειρηματικότητας σε θέματα **βελτίωσης των όρων τραπεζικής χρηματοδότησης**, στην **διοργάνωση επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B)**. Επίσης σε θέματα **συνεργασίας με εξειδικευμένους συμβούλους και με ερευνητικούς φορείς**, διοργάνωσης αποστολών στο εξωτερικό, καθώς και διοργάνωσης επιμορφωτικών σεμιναρίων για το υφιστάμενο προσωπικό και τα στελέχη.

Σε ό,τι αφορά τις προσδοκίες των επιχειρήσεων για υποστήριξη τους από τους τοπικούς συλλογικούς φορείς επιχειρηματικότητας πληροφορίες δίνουν οι παρακάτω πίνακες και διαγράμματα.

**Πίνακας: Ποσοστιαία κατανομή των ενεργειών και δράσεων που επιθυμούν οι επιχειρήσεις να υλοποιηθούν από τους τοπικούς συλλογικούς φορείς για την υποστήριξή τους και της τοπικής επιχειρηματικότητας γενικότερα (ανά ΣΤΑΚΟΔ).**

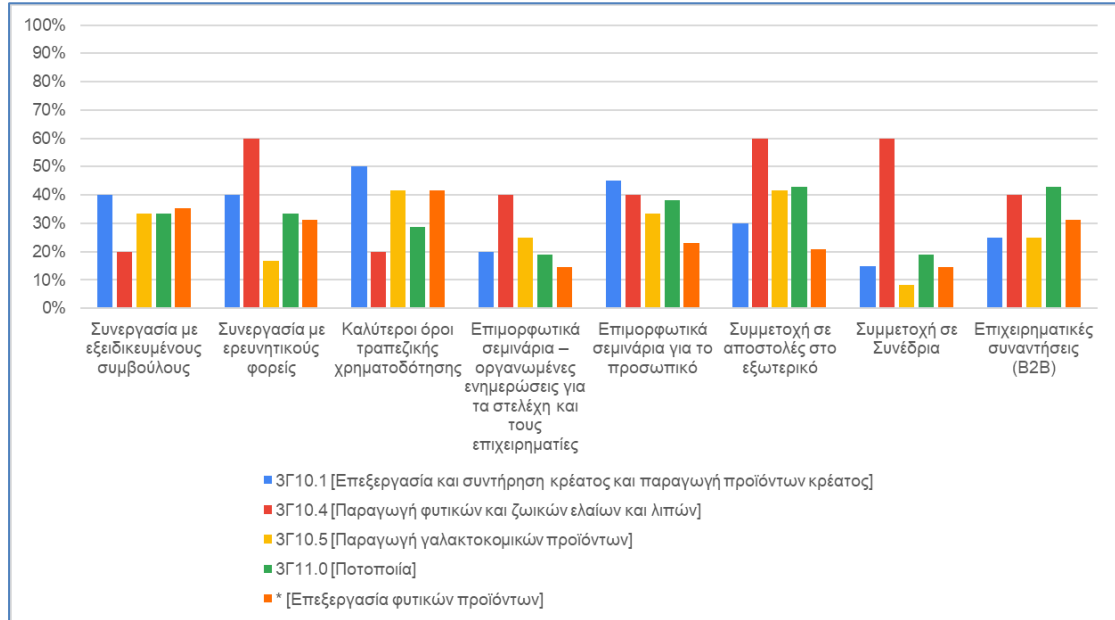
	Συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους	Συνεργασία με ερευνητικούς φορείς	Καλύτεροι όροι τραπεζικής χρηματοδότησης	Επιμορφωτικά σεμινάρια – οργανωμένες ενημερώσεις για τα στελέχη και τους επιχειρηματίες	Επιμορφωτικά σεμινάρια για το προσωπικό	Συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό	Συμμετοχή σε συνέδρια	Επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B)
3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος]	40,0%	40,0%	50,0%	20,0%	45,0%	30,0%	15,0%	25,0%
3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών]	20,0%	60,0%	20,0%	40,0%	40,0%	60,0%	60,0%	40,0%
3Γ10.5 [Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων]	33,3%	16,7%	41,7%	25,0%	33,3%	41,7%	8,3%	25,0%
3Γ11.0 [Ποτοποιία]	33,3%	33,3%	28,6%	19,0%	38,1%	42,9%	19,0%	42,9%
* [Επεξεργασία φυτικών προϊόντων]	35,4%	31,3%	41,7%	14,6%	22,9%	20,8%	14,6%	31,3%



Για τον κλάδο:

- 3Γ10.1 [Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος] προτεραιότητα, αν και όχι καιρία (50%), έχουν οι όροι τραπεζικής χρηματοδότησης, ακολουθούμενα από τα επιμορφωτικά σεμινάρια (45,1%) και τη συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους και ερευνητικούς φορείς (40,0%)
- 3Γ10.4 [Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών], η εξωστρέφεια με τη συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό (60,0%), η συμμετοχή σε συνέδρια και η συνεργασία με ερευνητικούς φορείς (από 60,0%), ενώ σημασία έχουν και τα επιμορφωτικά σεμινάρια για το προσωπικό, η ενημέρωση των στελεχών και των επιχειρηματιών, και οι συναντήσεις B2B (από 40,0%)
- 3Γ10.5 [Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων], μεγαλύτερη σημασία έχουν Καλύτεροι όροι τραπεζικής χρηματοδότησης και η συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό (από 41,7%), ακολουθούμενα από τη συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους και τα Επιμορφωτικά σεμινάρια για το προσωπικό με 33,3% αντίστοιχα
- 3Γ11.0 [Ποτοποιία], η συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό (42,9%), ακολουθούμενη από τα Επιμορφωτικά σεμινάρια για το προσωπικό (38,1%), τη Συνεργασία με ερευνητικούς φορείς (33,3%) και τη Συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους (33,3%)
- [Επεξεργασία φυτικών προϊόντων], οι Καλύτεροι όροι τραπεζικής χρηματοδότησης (41,7%), η Συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους (35,4%), και η Συνεργασία με ερευνητικούς φορείς, όπως και Επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) με ποσοστό 31,3% και οι δύο.

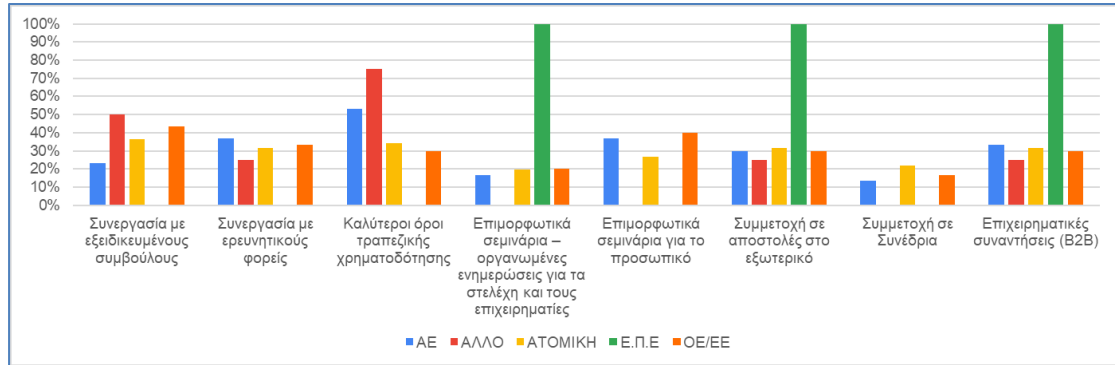
**Διάγραμμα: Ποσοστιαία κατανομή των ενεργειών και δράσεων που επιθυμούν οι επιχειρήσεις να υλοποιηθούν από τους τοπικούς συλλογικούς φορείς για την υποστήριξή τους και της τοπικής επιχειρηματικότητας γενικότερα (ανά ΣΤΑΚΟΔ)**



Το ίδιο ερώτημα, επιθυμητές ενέργειες για την αντιμετώπιση των προκλήσεων, με κατανομή ανά νομική μορφή (μέγεθος) επιχείρησης δίνει τα παρακάτω αποτελέσματα:

**Πίνακας: Ποσοστιαία κατανομή των ενεργειών και δράσεων που επιθυμούν οι επιχειρήσεις να υλοποιηθούν από τους τοπικούς συλλογικούς φορείς για την υποστήριξή τους και της τοπικής επιχειρηματικότητας γενικότερα (ανά νομική μορφή).**

	Συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους	Συνεργασία με ερευνητικούς φορείς	Καλύτεροι όροι τραπεζικής χρηματοδότησης	Επιμορφωτικά σεμινάρια – οργανωμένες ενημερώσεις για τα στελέχη και τους επιχειρηματίες	Επιμορφωτικά σεμινάρια για το προσωπικό	Συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό	Συμμετοχή σε Συνέδρια	Επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B)
ΑΕ	23,3%	36,7%	53,3%	16,7%	36,7%	30,0%	13,3%	33,3%
ΑΛΛΟ	50,0%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%
ΑΤΟΜΙΚΗ	36,6%	31,7%	34,1%	19,5%	26,8%	31,7%	22,0%	31,7%
Ε.Π.Ε	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
ΟΕ/ΕΕ	43,3%	33,3%	30,0%	20,0%	40,0%	30,0%	16,7%	30,0%



Αν και η κατηγορία ΕΠΕ εμφανίζει τρεις φορές 100% για ισάριθμες κατηγορίες ενεργειών, δεδομένου του μικρού αριθμού επιχειρήσεων με μορφή ΕΠΕ που συμμετέχουν στο δείγμα, δεν λαμβάνονται υπόψη τα αποτελέσματα αυτά.

Ως σημαντική προτεραιότητα, με απόσταση, (75%) αντιμετωπίζουν την τραπεζική χρηματοδότηση οι επιχειρήσεις της κατηγορίας «Άλλο» (συνεταιριστικές, ΚΟΙΝΣΕΠ κλπ.), όπως επίσης και τη συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους (50%).

Οι ΑΕ, αντίστοιχα επίσης ιεραρχούν ψηλά τη βελτίωση των όρων τραπεζικής χρηματοδότησης ((53,3%), αξιολογώντας επίσης σχετικά ψηλά τη Συνεργασία με ερευνητικούς φορείς, και τα Επιμορφωτικά σεμινάρια για το προσωπικό (από 36,7%), καθώς και τις Επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) (33,3%) και τη Συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό (30,0%).

Οι ΟΕ/ΕΕ δίνουν προτεραιότητα στη Συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους (43,3%) και στα Επιμορφωτικά σεμινάρια για το προσωπικό (40,0%), στη Συνεργασία με ερευνητικούς φορείς (33,3%), όπως και στους Καλύτερους όρους τραπεζικής χρηματοδότησης, στη Συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό και στις Επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) (από 30,0%).

Αντίστοιχα και οι Ατομικές επιχειρήσεις ιεραρχούν τις επιθυμητές ενέργειες ως εξής: τη Συνεργασία με εξειδικευμένους συμβούλους πρώτη (36,6%), κοντά με τους Καλύτερους όρους τραπεζικής χρηματοδότησης (34,1%), ενώ τη Συνεργασία με ερευνητικούς φορείς, τη Συμμετοχή σε αποστολές στο εξωτερικό και τις Επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) με ποσοστό 31,7%.

## ΔΥΝΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

### Δυνατά Σημεία

Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, **ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις του Αγροδιατροφικού τομέα του δείγματος της Θράκης, προμηθεύτηκαν μεγάλο ποσοστό των κύριων πρώτων υλών (>50%) που χρησιμοποίησαν το προηγούμενο έτος (2022) από την περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.**

Οι επιχειρήσεις του τομέα της «Ποτοποιίας» προμηθεύονται στην πλειοψηφία τους πρώτες ύλες κύρια από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ). Μάλιστα, υψηλό ποσοστό των επιχειρήσεων αυτών ανέφερε ότι το 75%-100% των πρώτων υλών που χρησιμοποίησε το 2022, προερχόταν από την ΑΜΘ.

Οι επιχειρήσεις του τομέα «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων» επίσης προμηθεύονται στην πλειοψηφία τους πρώτες ύλες (άνω του 50% των πρώτων υλών τους) κύρια από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ).

Οι επιχειρήσεις των υπόλοιπων τομέων, σε υψηλά ποσοστά προμηθεύονται επίσης πρώτες ύλες (άνω του 50% των πρώτων υλών τους) από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ). Επίσης το 40% των επιχειρήσεων του τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», προμηθεύονται πρώτες ύλες (και μάλιστα το 75%-100% των πρώτων υλών τους) από την ΑΜΘ.

Η προμήθεια τοπικών πρώτων υλών αποτελεί δυνατό σημείο των επιχειρήσεων της περιοχής, αφενός γιατί συμβάλλει στην τοπική οικονομία, αφετέρου γιατί δημιουργεί την προοπτική της παραγωγής προϊόντων διακριτών από αυτά άλλων περιοχών – προϊόντων με τοπική χαρακτηριστικά και με εν δυνάμει δυνατότητα διαφοροποίησης στην αγορά.

Επίσης σημαντική είναι για τις επιχειρήσεις **η εφαρμογή νέων σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολαιακή γεωργία)** που εφαρμόζεται στην περιοχή της Θράκης από το 52,5% των επιχειρήσεων του δείγματος της έρευνας (που αποτελεί υψηλό ποσοστό).

Από την συσχέτιση των κλάδων δραστηριότητας των επιχειρήσεων με την εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολαιακή γεωργία), προέκυψε ότι πολύ μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων (άνω του 83%) του τομέα «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων» εφαρμόζει αυτές τις μεθόδους. Επίσης πολλοί από τους υπόλοιπους κλάδους του αγροδιατροφικού τομέα της Θράκης, εφαρμόζουν τέτοιες μεθόδους σε ποσοστό 50% των επιχειρήσεών τους.

Η εφαρμογή νέων σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολαιακή γεωργία) αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής, δεδομένου ότι αφενός διασφαλίζει σταθερή ροή των πρώτων υλών για την επιχείρηση και εξασφαλίζει την

ζητούμενη από αυτήν ποιότητα, αφετέρου διότι συμβάλλει στην **στήριξη των αγροτών και συνεπώς και των τοπικών κοινωνιών.**

Στην πλειονότητα των επιχειρήσεων (61,8%) του δείγματος, **ο συνολικός τζίρος τους παρουσίασε αύξηση** την τελευταία τριετία ή παρέμεινε στα ίδια επίπεδα (27,0%).

Το 91,7% των επιχειρήσεων του κλάδου «Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων» παρουσίασε αύξηση του τζίρου κατά την τελευταία τριετία, ενώ για το υπόλοιπο 8,3% των επιχειρήσεων ο τζίρος ήταν στα ίδια επίπεδα.

Το 65% των επιχειρήσεων του κλάδου «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» παρουσίασε επίσης αύξηση του τζίρου κατά την τελευταία τριετία ενώ, για το υπόλοιπο 36% των επιχειρήσεων ο τζίρος ήταν στα ίδια επίπεδα.

Η αύξηση του κύκλου εργασιών κατά την τελευταία τριετία των επιχειρήσεων του δείγματος αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής αναδεικνύοντας την σημασία και τις προοπτικές του αγροδιατροφικού τομέα της Θράκης και ιδιαίτερα του κλάδου των προϊόντων ζωϊκής προέλευσης.

Παρόλο το γεγονός ότι μόνο μικρό ποσοστό των προϊόντων των επιχειρήσεων προωθείται στην αγορά της Ευρώπης (ΕΕ) ή στην διεθνή αγορά, και αυτό αποτελεί αδύνατο στοιχείο των τοπικών επιχειρήσεων, εντούτοις, ενδιαφέρον προκύπτει για τον **κλάδο «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων»** όπου **μικρό μεν ποσοστό των επιχειρήσεων του (20%), προωθούν ωστόσο το 75%-100% των προϊόντων τους στην εν λόγω –απαιτητική- αγορά. Επίσης σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων (50%) του τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», προωθούν το 25%-75% των προϊόντων τους στην αγορά της ΕΕ.** Το ίδιο ισχύει και για ποσοστό 25% των επιχειρήσεων του τομέα της ποτοποιίας.

Η προώθηση των τοπικών προϊόντων στην ευρωπαϊκή αγορά ορισμένων επιχειρηματικών κλάδων αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής αναδεικνύοντας τις δυνατότητές τους στην προώθηση των προϊόντων τους σε απαιτητικές αγορές του εξωτερικού.

Τόσο η **βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών όσο και η ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών** αποτελούν σημαντικούς τομείς ενδιαφέροντος για την προώθηση καινοτομίας από τις επιχειρήσεις του δείγματος. Ακολουθούν, η βελτίωση του τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων, η βελτίωση του τρόπου οργάνωσης της επιχείρησης, η βελτίωση του τρόπου επικοινωνίας της επιχείρησης με τους προμηθευτές ή τους πελάτες, και η υποστήριξη για τις νέες τάσεις και τις ευκαιρίες στην αγορά.

Το σημαντικό ενδιαφέρον των τοπικών επιχειρήσεων για την βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών και για την ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής που μπορεί να τις ωθήσει στην ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.



**Σχεδόν το σύνολο των ερωτηθέντων επιχειρήσεων θεωρεί την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων που παράγει, ως το δυνατό σημείο της επιχείρησης.**

Είναι σίγουρα δυνατό στοιχείο των επιχειρήσεων της Θράκης να παράγουν εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα, ωστόσο, επειδή πρόκειται για την υποκειμενική άποψη των παραγωγών και όχι των καταναλωτών, ενέργειες πιστοποίησης των παραγόμενων προϊόντων (π.χ. παραγόμενα με πρώτες ύλες από προϊόντα ΠΓΕ, ή ΠΟΠ κλπ.) θα διασφάλιζαν αντικειμενικά αυτήν την άποψη.

## Αδύνατα Σημεία

**Μικρό ποσοστό προϊόντων (το 0-25%) των επιχειρήσεων προωθείται στην αγορά της Ευρώπης (ΕΕ) ή στην παγκόσμια αγορά.**

Το πρόβλημα των περιορισμένων εξαγωγών των επιχειρήσεων της περιοχής αποτελεί αδύνατο σημείο τους δείχνοντας τον χαμηλό βαθμό εξωστρέφειάς τους.

Οι επιχειρήσεις για την ανάπτυξη της εξωστρέφειάς τους, θα πρέπει να εδραιώσουν μια εξαγωγική κουλτούρα, θέτοντας σχετικούς στόχους, να προσαρμόσουν τα προϊόντα τους στις ανάγκες της κάθε αγοράς, να αποκτήσουν εξειδικευμένα στελέχη καθώς και κατάλληλη οργανωτική δομή.

Σημαντικό ποσοστό (64%), αλλά όχι επαρκές (δεδομένης της διεύρυνσης της χρήσης του διαδικτύου σήμερα), των επιχειρήσεων του δείγματος της Θράκης έχει δημιουργήσει και διατηρεί διαδικτυακό τόπο. **Η δυνατότητα ηλεκτρονικών παραγγελιών, ωστόσο, αφορά μικρό μόνο ποσοστό των διαθέσιμων ιστοτόπων (22,0%) των επιχειρήσεων.**

Η πολύ περιορισμένη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων της περιοχής περιορίζοντας με τον τρόπο αυτό την μεγέθυνση τους, ιδιαίτερα λαμβάνοντας υπόψη το απομακρυσμένο της περιοχής εγκατάστασης τους.

Η επένδυση στην δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος με την δυνατότητα ηλεκτρονικών παραγγελιών αποτελεί σήμερα χαμηλού κόστους και υψηλού οφέλους επένδυση που θα έπρεπε να υιοθετήσει το 100% των επιχειρήσεων της περιοχής.

Αναφέρθηκε παραπάνω, στα δυνατά σημεία των επιχειρήσεων, ότι στην πλειονότητα των επιχειρήσεων (61,8%) του δείγματος, **ο συνολικός τζίρος τους παρουσίασε αύξηση** την τελευταία τριετία ή παρέμεινε στα ίδια επίπεδα (27,0%). Από την ανάλυση των κλάδων δραστηριότητας προέκυψε ότι η αύξηση του τζίρου αφορά κύρια τις επιχειρήσεις προϊόντων ζωϊκής προέλευσης (γαλακτοκομικών προϊόντων και επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος). Ωστόσο ο κλάδος **«Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών» φαίνεται να παρουσιάζει προβλήματα, με μόνο**

**το 20% των επιχειρήσεων να παρουσιάζουν ανοδικό τζίρο, 40% στα ίδια επίπεδα αλλά και 40% των επιχειρήσεων να είναι σε καθοδικό τζίρο.**

Ο κλάδος επιχειρήσεων «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», «Φυτικής και ζωικής παραγωγής, θήρας και συναφών δραστηριοτήτων» και «Ποτοποιίας» θα πρέπει να αναζητήσει τις αιτίες καθοδικού τζίρου που παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις του την τελευταία τριετία, μέσα από την αναζήτηση συμβουλευτικής υποστήριξης.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων θεώρησε την υλοποίηση επενδύσεων ως βασικό τρόπο ανάπτυξης καινοτόμων προϊόντων ή δράσεων, ή λειτουργιών και προέβη σε σχετικές επενδύσεις, αρκετά σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων αναζήτησε συνεργασία με σύμβουλο ή ερευνητικό φορέα και μικρότερο ποσοστό επιχειρήσεων συμμετείχε σε προγράμματα έρευνας και καινοτομίας. Τα παραπάνω δείχνουν τις επιχειρήσεις της περιοχής να προωθούν την καινοτομία, ωστόσο, **το υψηλό επίπεδο καινοτομίας αξιολογήθηκε ως δυνατό σημείο από πολύ λίγες επιχειρήσεις του δείγματος.**

Επίσης, από την συσχέτιση της νομικής μορφής των επιχειρήσεων και των ενεργειών στις οποίες προέβησαν για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, ή δράσεων, ή λειτουργιών, προέκυψε η **μικρότερη συμμετοχή των ατομικών επιχειρήσεων σε δράσεις – ενέργειες για την ανάπτυξη καινοτομίας σε σχέση με τις επιχειρήσεις εταιρικής μορφής.**

Η έλλειψη καινοτομίας αποτελεί αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων της περιοχής περιορίζοντας με τον τρόπο αυτό την ανταγωνιστικότητά τους. Ιδιαίτερα οι μικρές επιχειρήσεις, χωρίς την υιοθέτηση καινοτόμων διαδικασιών ή προϊόντων θα δυσκολευτούν να αναπτυχθούν στην σημερινή αγορά.

**Η προώθηση αιτήματος σε κλαδικό φορέα για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, ή δράσεων, ή λειτουργιών παρουσιάζει χαμηλό ενδιαφέρον από τις επιχειρήσεις όλων των κλάδων.** Πολύ μικρό ποσοστό επιχειρήσεων προέβη στην προώθηση σχετικού αιτήματος σε κλαδικό φορέα.

Οι τοπικοί Συλλογικοί Φορείς υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, θα μπορούσαν να συμβάλουν σημαντικά στα θέματα προώθησης της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας στις τοπικές επιχειρήσεις π.χ. με την διοργάνωση επιστημονικών εργαστηρίων (workshops) ανά κλάδο δραστηριότητας, την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, την εκπαίδευση προσωπικού, την διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών κλπ. και με τον τρόπο αυτό να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων μελών τους.

**Στον τρόπο εύρεσης προσωπικού κυριαρχούν οι συστάσεις μέσω φίλων - γνωστών - άλλων επιχειρήσεων σε πολύ μεγάλο ποσοστό.**

Σε μικρό ποσοστό η εύρεση προσωπικού γίνεται από αγγελίες στα κοινωνικά δίκτυα.

Πολύ χαμηλά είναι τα ποσοστά εύρεσης προσωπικού μέσω ΔΥΠΑ και μέσω αγγελιών σε ΜΜΕ.

**Στον τρόπο εύρεσης εξωτερικών συνεργατών κυριαρχούν επίσης οι συστάσεις γνωστών.**

Αποτελεί αδύνατο σημείο για την επιχειρηματικότητα της περιοχής, το γεγονός η εύρεση προσωπικού ή συνεργατών να επιτυγχάνεται κύρια μέσω γνωστών και φίλων. Και εδώ, η συμβολή των τοπικών Συλλογικών Φορέων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας θα μπορούσε να είναι καταλυτική π.χ. με την δημιουργία σχετικής πλατφόρμας προσφοράς και ζήτησης εργασίας κλπ.

**Υψηλό ποσοστό επιχειρήσεων, πάνω από 1 στις 2 δήλωσαν ότι δυσκολεύονται ιδιαίτερα στην εύρεση κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού.** Επιπλέον, σημαντικό ποσοστό έχει εντοπίσει δυσκολίες στην προώθηση της εξαγωγικής δραστηριότητας, αλλά και δυσκολίες στο μάρκετινγκ, στην παραγωγική διαδικασία, στην έλλειψη οργανωμένου δικτύου διανομής και αδυναμία πρόσβασης σε πηγές καινοτομίας.

Η δυσκολία εύρεσης κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί πολύ σημαντικό πρόβλημα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην περιοχή. Πρόκειται για σύνθετο πρόβλημα στο οποίο μπορούν μεν να συμβάλουν ενέργειες των τοπικών Συλλογικών Φορέων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, πχ με την δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας προσφοράς και ζήτησης εργασίας, ωστόσο απαιτούνται και κλαδικές έρευνες εντοπισμού των αναγκών σε ειδικότητες και προώθησης στην συνέχεια ενεργειών για την δημιουργία και εξεύρεση των σχετικών ειδικοτήτων.

**Από το σύνολο των επιχειρήσεων, μόνο οι μισές δήλωσαν ότι το προσωπικό τους συμμετείχε σε προγράμματα κατάρτισης τα τελευταία 2 έτη, ενώ περίπου το 1/3 των επιχειρήσεων εξέφρασε το αίτημα για διοργάνωση σχετικών επιμορφωτικών δράσεων.**

Αποτελεί αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων, οι μισές από αυτές να μην έχουν διοργανώσει σεμινάριο κατάρτισης (ή να μην έχει συμμετάσχει το προσωπικό τους σε σεμινάριο που διοργανώθηκε στην περιοχή από άλλους φορείς) τα τελευταία 2 έτη για το προσωπικό τους. Η συνεχής και πολύ γρήγορη εξέλιξη της τεχνολογίας απαιτεί συνεχή κατάρτιση του προσωπικού. Και στο σημείο αυτό μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά οι τοπικοί Συλλογικοί Φορείς.

Επιπλέον, σημαντικό ποσοστό έχει εντοπίσει δυσκολίες στην προώθηση της εξαγωγικής δραστηριότητας, αλλά και δυσκολίες στο μάρκετινγκ, στην παραγωγική διαδικασία, στην έλλειψη οργανωμένου δικτύου διανομής

**Σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων αναφέρθηκαν στην ανάγκη υποστήριξης της επιχειρηματικότητας από τοπικούς φορείς σε θέματα βελτίωσης των όρων τραπεζικής χρηματοδότησης, όπως και στην διοργάνωση επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B).**

**Επίσης σε θέματα συνεργασίας με εξειδικευμένους συμβούλους και με ερευνητικούς φορείς και στη διοργάνωση αποστολών στο εξωτερικό.**

Αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων αποτελούν και οι δυσκολίες στην προώθηση της εξαγωγικής δραστηριότητας, στο μάρκετινγκ, πεδία επίσης που θα μπορούσαν να καλυφθούν από ενέργειες των τοπικών συλλογικών φορέων.