



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΑΣ/ΠΟΤΟΠΟΙΑΣ
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ
ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

Γκιζέλη Ευανθία

Επιβλέπων καθηγητής ή καθηγήτρια
Γιάτσε Χριστιάνα

Μεσολόγγι 2021

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Πρόλογος

Η εργασία πραγματεύεται την επίδραση που έχει η πανδημία που βιώνουμε στον κλάδο της οινοποιίας/ποτοποιίας και συγκεκριμένα στις επιχειρήσεις του κλάδου στην Δυτική Ελλάδα. Αποτελεί ένα ιδιαίτερο σημαντικό θέμα τόσο γενικά, καθώς έχει επηρεάσει το σύνολο του παγκόσμιου πληθυσμού, με αντίκτυπο στην υγεία, στον τρόπο ζωής μας, στην ελευθερία μας αλλά και στην οικονομία, όσο και ειδικά για την Ελλάδα με τις καταστάσεις που βιώνουμε να είναι πρωτόγνωρες και το μέλλον μας να φαίνεται αβέβαιο.

Για την εκπόνηση της εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους συνέβαλλαν στην ολοκλήρωση αυτής της προσπάθειας. Την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κα. Χριστιάνα Γιάτσε για την συνεχή καθοδήγηση και τις ουσιώδεις συμβουλές. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους που δέχτηκαν να πάρουν μέρος στο ερευνητικό κομμάτι της εργασίας αλλά και για τον χρόνο που διέθεσαν. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την αμέριστη συμπαράσταση και την στήριξή τους στην διάρκεια όλων αυτών των χρόνων που χωρίς αυτά τίποτα από όσα έχω καταφέρει μέχρι σήμερα δε θα ήταν πραγματικότητα.

Περίληψη

Η παρούσα εργασία προσεγγίζει σε θεωρητικό επίπεδο τον κλάδο της οινοποιίας / ποτοποιίας στην Ελλάδα και τις επιπτώσεις που επέφερε η πανδημία της νόσου covid – 19.

Αρχικά επιχειρείται μία ιστορική αναδρομή του κλάδου στην Ελλάδα ενώ ακολούθως, περιγράφεται αναλυτικά η σημερινή κατάσταση τόσο στο κομμάτι της παραγωγής όσο και το οικονομικό σκέλος του κλάδου. Έπειτα αναφέρονται οι επιπτώσεις της πανδημίας στον κλάδο της ποτοποιίας / οινοποιίας πανελλαδικά.

Σε δεύτερο στάδιο πραγματοποιείται έρευνα, καταγράφοντας της απόψεις και τα δεδομένα 8 επιχειρήσεων του κλάδου της Δυτικής Ελλάδας. Από την έρευνα, όπως ήταν αναμενόμενο, έγινε σαφές ότι η Πανδημία είχε αρνητικό οικονομικό αντίκτυπο στις επιχειρήσεις. Οι περισσότερες προσπάθησαν να προσαρμοστούν στα νέα παγκόσμια δεδομένα με αποτέλεσμα να περιορίσουν σε κάποιο βαθμό την οικονομική ζημία τους. Ως ένα βαθμό αυτό επιτευχθεί χωρίς ωστόσο να αποτραπεί πλήρως η καθίζηση που υπέστησαν.

Λέξεις Κλειδιά: Οινοποιία, Ποτοποιία, αλκοολούχα ποτά, Πανδημία, covid - 19

Abstract

The present work approaches at a theoretical level the winemaking / distillery sector in Greece and the effects of the pandemic of covid disease - 19.

Initially, is attempted a historical review of the industry in Greece, following by the detail description of current situation, both in terms of production and the economic part of the industry. Then the effects of the pandemic on the beverage / winery industry are reported nationwide.

In the second stage, a survey is conducted, recording the views and data of 8 companies in the sector of Western Greece. The investigation, as expected, made it clear that the Pandemic had a negative economic impact on businesses. Most of them tried to adapt to the new global data, thus reducing their financial loss to some extent. To some extent this is achieved without, however, completely preventing the subsidence they have suffered.

Keywords: Winery, Distillery, alcoholic beverages, Pandemic, covid - 19

Πίνακας Περιεχομένων

1	Εισαγωγή	9
1.1	Ιστορική Αναδρομή	9
2	Οινοποιία – Ποτοποιία στην Ελλάδα	14
2.1	Οινοποιεία στην Ελλάδα	14
2.1.1	Καλλιεργούμενες Εκτάσεις - Παραγωγή	16
2.1.2	Προϊόντα Οινοποιίας.....	18
2.1.3	Οικονομικά Στοιχεία Οινοποιίας.....	19
2.2	Ποτοποιία Στην Ελλάδα.....	25
2.2.1	Προϊόντα Ποτοποιίας	26
2.2.2	Παραγωγή - Οικονομικά Στοιχεία Ποτοποιίας.....	26
3	Η Πανδημία και οι Επιπτώσεις τις στην Οινοποιεία / Ποτοποιεία.....	30
3.1	Οι Επιπτώσεις στην Οινοποιεία	30
3.2	Οι Επιπτώσεις στην Ποτοποιεία.....	31
4	Ερευνητικό Μέρος.....	34
4.1	Σκοπός και στόχοι της έρευνας	34
4.1.1	Μέθοδος καταγραφής των απόψεων.....	34
4.1.2	Μορφή και Περιεχόμενο του ερωτηματολογίου.....	35
4.1.3	Ανάλυση Αποτελεσμάτων	35
4.2	Περιορισμοί της Έρευνας	35
4.3	Παρουσίαση Αποτελεσμάτων	37
4.3.1	Δημογραφικά Στοιχεία	37
4.3.2	Σύγκριση 2019 με 2020 Ερώτηση: Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;	40
4.3.3	Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης.....	44
5	Βιβλιογραφία	46
6	Παράρτημα	48

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1: Σύνολο Αμπέλων (2011 - 2018)	17
Εικόνα 2: Παραγωγή Οίνου σε Χιλ. Λίτρα (1990 - 2019).....	18
Εικόνα 3: Εισαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019).....	20
Εικόνα 4: Αξία Εισαγωγών Οίνου εκ. € (2000 - 2019)	21
Εικόνα 5: Εξαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019).....	22
Εικόνα 6: Αξία Εξαγωγών εκ. € (2000 - 2019).....	23
Εικόνα 7: Σύγκριση Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019).....	24
Εικόνα 8: Σύγκριση Αξίας Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019)	25
Εικόνα 9: Εγχώρια παραγωγή αλκοολούχων ποτών (σε εκ. λίτρα). Πηγή: Χημείο Κράτους.....	27
Εικόνα 10: Δείκτες εξωστρέφειας και εισαγωγικής διεύθυνσης. Πηγή: Χημείο Κράτους.....	27
Εικόνα 11: Εξαγωγές και εισαγωγές αλκοολούχων ποτών σε εκ. €. Πηγή: Eurostat..	28
Εικόνα 12: Επίδραση του κλάδου των αλκοολούχων ποτών. Πηγή: Ανάλυση IOBE ..	29
Εικόνα 13: Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής Εργασιών Ποτών. Πηγή: Eurostat	32
Εικόνα 14: Έσοδα ΦΠΑ - ΕΦΚ αλκοόλης - οινοπνευματωδών (2019 - 2020)	32
Εικόνα 15: Διαχρονική εξέλιξη εσόδων ΕΦΚ αλκοολούχων σε εκ. €	33

Πίνακες

Πίνακας 1: Ταξινόμηση του κλάδου της ποτοποιίας	9
Πίνακας 2: Οινοποιεία ανά περιφέρεια	16
Πίνακας 3: Εκτάσεις Άμπελων και Οινάμπελων (εκ. στρέμματα).....	16
Πίνακας 4: Ποσοστό – Ποσοστιαία Μεταβολή Οινάμπελων (2011 - 2018)	17
Πίνακας 5: Παραγωγή Οίνου σε Χιλ. Λίτρα (1990 - 2019)	18
Πίνακας 6: Εισαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019).....	20
Πίνακας 7: Αξία Εισαγωγών Οίνου εκ. € (2000 - 2019).....	21
Πίνακας 8: Εξαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019)	22
Πίνακας 9: Αξία Εξαγωγών εκ. € (2000 - 2019)	23
Πίνακας 10: Σύγκριση Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019).....	24
Πίνακας 11: Σύγκριση Αξίας Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019).....	25

Πίνακας Γραφημάτων

Γράφημα 1: Φύλο συμμετεχόντων στην έρευνα	37
Γράφημα 2: Ηλικία συμμετεχόντων στην έρευνα.....	37
Γράφημα 3: Θέση που κατέχουν στην επιχείρηση των συμμετεχόντων στην έρευνα	38
Γράφημα 4: Μέγεθος των συμμετεχόντων επιχείρησης	38
Γράφημα 5: Εξαγωγική δραστηριότητα	39
Γράφημα 6: Μείωση / Αύξηση εξαγωγών.....	39
Γράφημα 7: Αύξηση - Μείωση τζίρου	40
Γράφημα 8: Παράγοντες μεταβολής τζίρου	40
Γράφημα 9: Αύξηση - Μείωση κερδοφορίας.....	41
Γράφημα 10: Παράγοντες μείωσης κερδοφορίας	41
Γράφημα 11: Καθυστέρηση στις παραλαβές - αποστολές	42
Γράφημα 12: Καθυστέρηση - Κωλύματα στην παραγωγή.....	42
Γράφημα 13: Αναστολή εργαζομένων?.....	43
Γράφημα 14: Ποσοστό εργαζομένων σε αναστολή για κάθε επιχείρηση	43
Γράφημα 15: Πανδημία ή η οικονομική κρίση ήταν το σοβαρότερο πλήγμα?	45
Γράφημα 16: Ενσωμάτωση υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου.....	45

1 Εισαγωγή

Ο κλάδος της ποτοποιίας και της οινοποιίας αποτελούν μέρος του γενικότερου κλάδου της μεταποίησης (τομέας Γ), σύμφωνα με την «Στατιστική ταξινόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα, αναθ. 2 (NACE Rev. 2, NACE αναθ. 2)¹»

Σύμφωνα με την παραπάνω ταξινόμηση ο κλάδος της ποτοποιίας (κωδικός 11 του τομέα Γ), διακρίνεται στις εξής υποκατηγορίες²:

Τομέας	Κωδικός	Περιγραφή
Γ	11.01	Ποτοποιία
Γ	11.02	Παραγωγή οίνου από σταφύλια
Γ	11.03	Παραγωγή μηλίτη και κρασιών από άλλα φρούτα
Γ	11.04	Παραγωγή άλλων μη αποσταγμένων ποτών που υφίστανται ζύμωση
Γ	11.05	Ζυθοποιία
Γ	11.06	Παραγωγή βύνης
Γ	11.07	Παραγωγή αναψυκτικών? παραγωγή μεταλλικού νερού και άλλων εμφιαλωμένων νερών

Πίνακας 1: Ταξινόμηση του κλάδου της ποτοποιίας

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα η οινοποιία (κωδ. 11.02 και 11.03) αποτελεί υποσύνολο του γενικότερου κλάδου της ποτοποιίας. Σύμφωνα με την μελέτη του IOBE για τον κλάδο των αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα, ο διαχωρισμός αυτός γίνεται με βάση την περιεκτικότητα αιθυλικής αλκοόλης. Συγκεκριμένα, στην κατηγορία των αλκοολούχων ποτών περιλαμβάνονται όλα τα ποτά που περιέχουν τουλάχιστον 15 βαθμούς αιθυλικής αλκοόλης και αντιμετωπίζουν κοινό φορολογικό πλαίσιο (αν και σε μερικές περιπτώσεις το ούζο και το τσίπουρο, ως ελληνικά αποστάγματα, έχουν διαφορετικό δείκτη φορολόγησης). Τα αλκοολούχα ποτά εντάσσονται στην ευρύτερη κατηγορία των οινοπνευματωδών ποτών, στην οποία περιλαμβάνονται όλες οι κατηγορίες ποτών που εμπεριέχουν αιθυλική αλκοόλη, όπως το κρασί και η μύρα.

1.1 Ιστορική Αναδρομή

Η οινοποιία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι με μακρά παράδοση στην Ελλάδα, η οποία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με όλες τις πτυχές του Ελληνικού πολιτισμού (οικονομία, θρησκεία, κοινωνική ζωή) και καλύπτει μία πολύ μεγάλη χρονική περίοδο, η απαρχή της οποίας χάνεται στα βάθη των αιώνων. Αν και η παραγωγή κρασιού δεν προήλθε από την Ελλάδα, οι αρχαίοι Έλληνες ήταν οι πρώτοι που ανέπτυξαν την τέχνη της οινοποίησης.

1

https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=EL&IntPcKey=18496334&StrLayoutCode=HIERARCHIC

² <https://www.statistics.gr/economic-activities>

Τα πρώτα ίχνη οινοποίησης στην αρχαία Ελλάδα αφορούν τον πρώτο Ελληνικό πολιτισμό, τον Μινωικό (3500 π.χ. – 1100 π.χ.), από όπου έχουν βρεθεί πλήηνα ποτήρια κρασιού, αμφορείς και λοιπά αντικείμενα συνδεδεμένα με το κρασί. Ανασκαφές αποκάλυψαν τάφους του Μινωικού πολιτισμού με χρονολόγηση 3000 π.χ – 2000 π.χ., οι οποίοι απεικονίζουν πιστά αντίγραφα από πατητήρια σταφυλιών, στα ερείπια της Βαθύπετρας είναι πιθανό να έχει βρεθεί το αρχαιότερο πατητήρι στον κόσμο, ενώ πολλά σκάφη κρασιού έχουν βρεθεί στις αποθήκες του ανακτόρου της Κνωσού.

Ο επόμενος σημαντικός ελληνικός πολιτισμός ο οποίος είχε μεγάλη σχέση και εξάρτηση με τον οίνο και την οινοποιία είναι ο μυκηναϊκός (1600 π.χ – 1100 π.χ.), όπως και ο υπόλοιπος γνωστός τότε αρχαίος κόσμος. Από εκείνη την περίοδο οι Έλληνες διαπραγματεύονταν και πούλαγαν, με αντάλλαγμα άλλων απαραίτητων και πολύτιμων προϊόντων (μέταλλα, δέρμα, ακόμα και σκλάβους), τα κρασιά τους. Τα μεγαλύτερα κέντρα εμπορίας κρασιού ήταν η Χίος, η Λέσβος, η Ρόδος, η Κρήτη, η Θράκη και η Μακεδονία. Μάλιστα ο Όμηρος αναφέρεται για το Αιγαίο πέλαγος ως «πέλαο το κρασάτο», θέλοντας να τονίσει την ποιότητα των κρασιών των νησιών του Αιγαίου.

Κατά τον 8^ο αιώνα π.χ. οι Έλληνες εισήγαγαν τεχνικές οινοποίησης στις δυτικές αποικίες (Ιταλία, Σικελία) και ακολούθως στην Γαλλία και την Ισπανία. Στη περίοδο 500 π.χ. – 300 π.χ. (Χρυσή Εποχή) η κυριαρχία της Αθήνας έδωσε ώθηση στο εμπόριο κρασιού τόσο στην Βόρεια Ευρώπη όσο και στις περιοχές γύρω από την Μαύρη Θάλασσα. Αργότερα, στα χρόνια του Μεγάλου Αλεξάνδρου η οινοποίηση μεταφέρθηκε στις καινούργιες κατακτημένες περιοχές στην ασιατική ήπειρο.

Με την άνοδο στην εξουσία των Ρωμαίων η οινοποιία και το εμπόριο κρασιού κατευθύνθηκε στη νότια Ελλάδα και συγκεκριμένα στη Ρόδο και στην Κρήτη (κατά κύριο λόγο). Τότε, περί τα μέσα του 1^{ου} αιώνα π.χ., ήταν τα χρυσά χρόνια της κρητικής οινοποιίας. Το εμπόριο κρασιού ξεκίναγε από την Κρήτη με προορισμό κυρίως την Ιταλία καθώς και την Ελβετία, διαδίδοντας της ελληνικές ποικιλίες κρασιού σε όλο τον γνωστό αρχαίο κόσμο.

Στη διάρκεια των βυζαντινών χρόνων η οινοποιία συνέχισε να ακμάζει στις περιοχές της Ελλάδας εκμεταλλευόμενη την στενή της σχέση με την ορθόδοξη χριστιανοσύνη. Ακολούθως, κατά την περίοδο των σταυροφοριών, λόγω της επαφής πολλών ευρωπαίων με τον ελληνικό οίνο, τα ελληνικά κρασιά θεωρήθηκαν τα καλύτερα. Μάλιστα, προορίζονταν μόνο για τους εύπορους της εποχής εκείνης. Η κατάσταση της οινοποιίας στην Ελλάδα επιδεινώθηκε με την πτώση του Βυζαντίου. Η εμβέλεια της μειώθηκε και πλέον είχε εφαρμογή μόνο σε τοπικό επίπεδο και στα μοναστήρια.

Στα χρόνια της οθωμανικής αυτοκρατορίας, αν και η κατανάλωση οίνου δεν ήταν αρεστή από τους κατακτητές, λόγω θρησκείας, η οινοποιία συνέχισε λόγω της είσπραξης φόρων από την αμπελοκαλλιέργεια και την παραγωγή κρασιών. Μεγάλο ρόλο στην διατήρηση του οινικού δυναμικού της Ελλάδας και κατ' επέκταση στη συνέχιση της παραγωγής κρασιού διαδραμάτισαν αφενός τα μοναστήρια (κυρίως το

Άγιο Όρος) καθώς απολάμβαναν αφορολόγητα προνόμια αφετέρου οι περιοχές που ήταν υπό την επίδραση των Ενετών, όπως η Σαντορίνη και η Κρήτη.

Μετά την Τουρκοκρατία, στα χρόνια τη ελληνικής ανεξαρτησίας, η οινοποιία παρουσίασε αρχικά μια μικρή πτώση, καθώς οι Τούρκοι κατά την υποχώρησή τους έκαψαν πολλά αγροκτήματα και αμπελώνες με αποτέλεσμα μόνο το 20% των εδαφών του Ελληνικού κράτους να είναι καλυμμένο με αμπέλια. Στα επόμενα χρόνια, η παραγωγή άρχισε να αυξάνεται με αποτέλεσμα σε βάθος 25ετίας να σημειώσει άνοδο 20%. Στη δεκαετία του 1870, λόγω της καταστροφής των αμπελών της Γαλλίας από έντομο (φυλλοξήρα), υπήρξε μεγάλη ζήτηση οίνου, γεγονός που τόνωσε την ελληνική οινοποιία και κατά συνέπεια την ελληνική οικονομία. Δυστυχώς, η ζήτηση διήρκεσε πάρα μόνο λίγα χρόνια με δυσμενείς συνέπειες. Επιπλέον, στο τέλος του αιώνα, η φυλλοξήρα εμφανίστηκε και στην Ελλάδα, γεγονός που επιδείνωσε ακόμα περισσότερο την κατάσταση. Στις αρχές του επόμενου αιώνα και μέχρι τα μέσα του, το τοπίο για την οινοπαραγωγή και οινοποιία δεν άλλαξε. Οι συνεχόμενοι πόλεμοι, η μετανάστευση, η ανυπαρξία κράτους ήταν παράγοντες ανατρεπτικοί για την πρόοδο της οινοποιίας.

Κατά την σύγχρονη εποχή, η Ελλάδα λόγω των καταστάσεων και των δυσκολιών που πέρασε, δεν μπορούσε παρά να έχει μείνει πίσω και να παρακολουθεί τις παγκόσμιες εξελίξεις στην οινοποιία από το περιθώριο. Σταδιακά, η κατάσταση βελτιώθηκε λόγω της παρουσίας μεγάλων συνεταιριστικών οινοποιιών και μεγάλων ιδιωτικών οινοποιιών, τα οποία επένδυσαν σε εξοπλισμό.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών του 20^{ου} αιώνα ξεκίνησε η άνθιση της ελληνικής οινοποιίας. Το 1971, δημιουργήθηκε από το Ινστιτούτο Οίνου (έτος ίδρυσης 1952) η πρώτη κατηγοριοποίηση των ελληνικών οίνων κατά την οποία νομοθετούνται οι πρώτες ονομασίες προέλευσης οίνων. Σταδιακά δημιουργούνται μικρά και μεσαία οινοποιία περιορισμένης παραγωγής και αναγνωρίζονται οι τοπικοί οίνοι.

Παράλληλα, οινολόγοι και οινοποιοί αποκτούν τεχνογνωσία, όντας απόφοιτοι των ελληνικών πανεπιστημίων ή του εξωτερικού (κυρίως στη Γαλλία), με αποτέλεσμα τα οινοποιία να υιοθετήσουν νέες μεθόδους οινοποίησης με την χρήση σύγχρονης τεχνολογίας, οι οποίες θα οδηγήσουν στην καλύτερη αξιοποίηση του ποικιλιακού δυναμικού της χώρας. Περίπου την ίδια περίοδο, κάνουν την εμφάνισή τους και άλλα επαγγέλματα και ενώσεις που σχετίζονται με την οινοποιία και γενικά με τον οινικό κλάδο, όπως οι Έλληνες δημοσιογράφοι οίνου (έτος ίδρυσης 1994), ο σύνδεσμος Ελληνικών αποσταγμάτων και οινοπνευματωδών ποτών (έτος ίδρυσης 1995), ο σύνδεσμος Ελληνικού οίνου (έτος ίδρυσης 1995), η Πανελλήνια ένωση οινοχών (έτος ίδρυσης 1997) και η εθνική διεπαγγελματική οργάνωση αμπέλου και οίνου (έτος ίδρυσης 2000). Παράλληλα, διοργανώνονται μεγάλες ελληνικές εκθέσεις οίνου όπως η έκθεση οίνου «Οινόραμα» (διεξάγεται από το 1994, τις ζυγές χρονιές), ο διεθνής διαγωνισμός οίνου Θεσσαλονίκης (διεξάγεται από το 1999) και η έκθεση οίνου «Διονύσια» (διεξάγεται από το 2002, τις μονές χρονιές).

Τα αποτελέσματα των ανωτέρω οδήγησαν στην ελληνική οινική αναγέννηση με την βιομηχανία οίνου να έχει υποστεί τεράστιες βελτιώσεις λόγω των σοβαρών επενδύσεων σε σύγχρονα μέσα οινοποίησης. Νέες γενιές οινοποιών δημιουργούνται και εκπαιδεύονται στα καλύτερα ιδρύματα του κόσμου με αποτέλεσμα η ελληνική οινοποιία να βρίσκεται στις υψηλότερες θέσεις και να λαμβάνει την αναγνώριση που της αξίζει.

Πέραν της παραγωγής και εμπορίας οίνου, σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας παρασκευάζονταν και άλλα αλκοολούχα ποτά, όπως είναι το τσίπουρο, το ούζο και η ρακή, τα οποία όμως προορίζονταν μόνο για οικιακή χρήση, η παραγωγή τους δεν ήταν βιομηχανοποιημένη και λάμβανε χώρα κυρίως σε μικρά οικογενειακά ποτοποιία.

Στη διάρκεια της οθωμανικής αυτοκρατορίας, ξεκίνησε στην Ελλάδα η κατανάλωση μπίρας και το πρώτο αποστακτήριο δημιουργήθηκε το 1864 (ζυθοποιία Φιξ). Ακολούθως, δημιουργήθηκαν και άλλες μικρές ζυθοποιίες οι οποίες όμως εντέλει συγχωνεύτηκαν με την ζυθοποιία Φιξ.

Στην ίδια χρονική περίοδο, ξεκίνησαν την λειτουργία τους διάφορες ποτοποιίες, με μικρά αποστακτήρια, τα οποία παρήγαγαν ποτά τύπου κονιάκ. Το 1888 άρχισε η παραγωγή του γνωστού κονιάκ Μεταξά, το οποίο απέκτησε μεγάλη αναγνωρισιμότητα, με πλήθος βραβείσεων και σημαντικές εξαγωγές.

Μέχρι και την δεκαετία του 1960 η παρασκευή και διακίνηση συνολικά των αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα ήταν σε ερασιτεχνικό επίπεδο και αυτό οφειλόταν στις συνθήκες παραγωγής των ποτών και των μικρών ποσοτήτων παραγωγής. Επίσης η έλλειψη τεχνικών και μηχανικών μέσων, είναι ακόμη ένας λόγος που δεν μπορούν οι παραγωγοί εκείνης της εποχής να είναι εφάμιλλοι των σημερινών. Τα προϊόντα τους ήταν ανώνυμα χωρίς εμπορικό σήμα. Η παρασκευή τους γινόταν σε οικογενειακό περιβάλλον. Αυτές οι επιχειρήσεις παρήγαγαν τόσο όσο για να καλύπτουν και να εφοδιάζουν μικρές αγορές. Δεν είχαν ιδιαίτερες φιλοδοξίες για πωλήσεις σε μεγάλες αγορές σε πανελλήνιο επίπεδο ή σε επίπεδο εξαγωγών.

Παράλληλα την ίδια χρονική περίοδο ξεκίνησαν οι εισαγωγές διαφόρων ειδών ποτών, σε περιορισμένη όμως κλίμακα, τα οποία ήταν προσβάσιμα είτε σε κέντρα διασκέδασης της εποχής είτε, σε μικρότερη βαθμό, στην αγορά των μεγάλων πόλεων. Τα εισαγόμενα αλκοολούχα ποτά ήταν κυρίως ουίσκι και σαμπάνια. Μέχρι και την δεκαετία του 1980 η Ελλάδα έμεινε προσηλωμένη στην ελληνική ποτοποιία και στα τοπικά αλκοολούχα ποτά. Από το 1985 όμως έκαναν την εμφάνισή τους εταιρίες οι οποίες είχαν ως κύρια δραστηριότητά τους την εισαγωγή και αντιπροσώπευση ποτών και σε συνδυασμό με την εμφάνιση πολλών μαγαζιών διασκέδασης και σούπερ – μάρκετ, η κατανάλωση αλκοολούχων ποτών στράφηκε όλο και περισσότερο στα εισαγόμενα ποτά, γεγονός που αποδυνάμωσε την ελληνική ποτοποιία.

Μετά από μία περίοδο στασιμότητα και ανακατατάξεων η ελληνική ποτοποιία μαζί με την νέα γενιά ποτοποιών, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων αποτελούν συνεχιστές οικογενειακών παραδόσεων, διάγει μια περίοδο ακμής. Εξωστρεφής όσο ποτέ

άλλοτε, αφού οι συνθήκες της κρίσης στη χώρα το απαίτησαν, έχει φτάσει σήμερα να αυξάνει το πελατολόγιό της στο εξωτερικό πουλώντας κυρίως προϊόντα από τη βιτρίνα της Ελλάδας, με κυριότερο το ούζο ως προϊόν και το ΜΕΤΑΧΑ ως ετικέτα.

Στο πλαίσιο αυτό, δεν λείπουν και οι προσπάθειες με αλκοολούχα ποτά ευρωπαϊκής καταγωγής, όπως το τζιν και η βότκα. Σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα πρόκειται για εξαιρετικά προϊόντα που αποκτούν καλή φήμη αλλά και καταναλωτικό κοινό εκτός συνόρων.

2 Οινοποιία – Ποτοποιία στην Ελλάδα

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, ο κλάδος της οινοποιίας ξεκίνησε να αναπτύσσεται μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, στα μέσα της δεκαετίας του 1960. Εκείνη την χρονική περίοδο οικονομικά δυνατές επιχειρήσεις επένδυσαν στον κλάδο και οδήγησαν σε αύξηση της παραγωγής.

Στις μέρες μας, η ελληνική οινοποιία, αποτελείται από ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, ο οποίος περιλαμβάνει λίγα οινοποιία μεγάλου και μεσαίου μεγέθους και πάρα πολλά μικρού. Επιπλέον, υφίστανται και αγροτικοί συνεταιρισμοί, οι οποίοι αν και είναι λίγοι σε αριθμό έχουν σημαντική συμβολή στην βελτίωση της ποιότητας και της φήμης του ελληνικού οίνου.

Οι μεγάλες βιομηχανίες οίνου καλύπτουν το μεγαλύτερο μερίδιο της εγχώριας αγοράς όπως επίσης και των εξαγωγών οίνου σε αντίθεση με τα μεσαία και μικρά οινοποιία τα οποία καταλαμβάνουν μικρό μερίδιο και η παραγωγή τους είναι περιορισμένη (κυρίως στην τοπική αγορά). Όμως πολλές επιχειρήσεις πραγματοποιούν σημαντικές επενδύσεις τεχνολογίας και εκσυγχρονίζονται, μέσα από την ένταξή τους σε προγράμματα επιδότησης, με απώτερο σκοπό την αύξηση της παραγωγικής τους και εξαγωγικής τους δραστηριότητας.

2.1 Οινοποιία στην Ελλάδα

Η Ελλάδα αν και οινοπαραγωγικά είναι σχετικά μικρή χώρα, εντούτοις έχει περισσότερα από 1290 οινοποιία με τον αριθμό αυτό να αυξάνεται σημαντικά χρόνο με τον χρόνο. Από τα 1290 οινοποιία, τα 694 αποτελούν εγκεκριμένες επιχειρήσεις του κλάδου στις οποίες παράγονται περίπου 4000 εμφιαλωμένοι οίνοι (παρακάτω πίνακας).

Οινοποιία Ανά Περιφέρεια	
Περιφέρεια Αν. Μακεδονίας & Θράκης	
Π.Ε. Ξάνθης	2
Π.Ε. Έβρου	4
Π.Ε. Ροδόπης	6
Π.Ε. Δράμας	9
Π.Ε. Καβάλας	18
Σύνολο:	39
Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	
Π.Ε. Σερρών	24
Π.Ε. Πιερίας	12
Π.Ε. Χαλκιδικής	17
Π.Ε. Κιλκίς	12
Π.Ε. Ημαθίας	33
Π.Ε. Θεσσαλονίκης	27
Π.Ε. Πέλλας	7
Σύνολο:	132
Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας	
Π.Ε. Φλώρινας	16
Π.Ε. Καστοριάς	2
Π.Ε. Κοζάνης	14
Π.Ε. Γρεβενών	1
Σύνολο:	33
Περιφέρεια Ηπείρου	

Π.Ε. Ιωάννινων	4
Π.Ε. Άρτας	0
Π.Ε. Θεσπρωτίας	0
Π.Ε. Πρέβεζας	0
Σύνολο:	4
Περιφέρεια Θεσσαλίας	
Π.Ε. Τρικάλων	5
Π.Ε. Καρδίτσας	7
Π.Ε. Λάρισας	27
Π.Ε. Μαγνησίας	4
Σύνολο:	43
Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	
Π.Ε. Κέρκυρας	7
Π.Ε. Ζάκυνθου	6
Π.Ε. Λευκάδας	5
Π.Ε. Κεφαλλονιάς	9
Σύνολο:	27
Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	
Π.Ε. Ηλείας	7
Π.Ε. Αχαΐας	31
Π.Ε. Αιτωλοακαρνανίας	4
Σύνολο:	42
Περιφέρεια Στέρας Ελλάδας	
Π.Ε. Φθιώτιδας	15
Π.Ε. Βοιωτίας	14
Π.Ε. Ευβοίας	26
Π.Ε. Φωκίδας	1
Π.Ε. Ευρυτανίας	0
Σύνολο:	56
Περιφέρεια Αττικής	
Π.Ε. Δυτ. Αττικής	13
Π.Ε. Νήσων	2
Π.Ε. Κεντρικού Τομέα Αθηνών	0
Π.Ε. Νοτίου Τομέα Αθηνών	0
Π.Ε. Βορείου Τομέα Αθηνών	0
Π.Ε. Πειραιά	0
Π.Ε. Δυτικού Τομέα Αθηνών	2
Π.Ε. Αν. Αττικής	33
Σύνολο:	50
Περιφέρεια Πελοποννήσου	
Π.Ε. Αργολίδας	9
Π.Ε. Αρκαδίας	35
Π.Ε. Μεσσηνίας (Καλαμάτα)	8
Π.Ε. Μεσσηνίας (Τριφυλία)	9
Π.Ε. Λακωνίας	6
Π.Ε. Κορίνθιας	73

Σύνολο:	140
Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου	
Π.Ε. Λέσβου (Λήμνος)	11
Π.Ε. Σάμου (Ικαρία)	9
Π.Ε. Χίου	2
Σύνολο:	22
Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	
Π.Ε. Κυκλάδων	43
Π.Ε. Δωδεκάνησου	18
Σύνολο:	61
Περιφέρεια Κρήτης	
Π.Ε. Ρεθύμνου	0
Π.Ε. Ηρακλείου	31
Π.Ε. Λασιθίου	5
Π.Ε. Χανίων	9
	45
Γενικό Σύνολο:	694

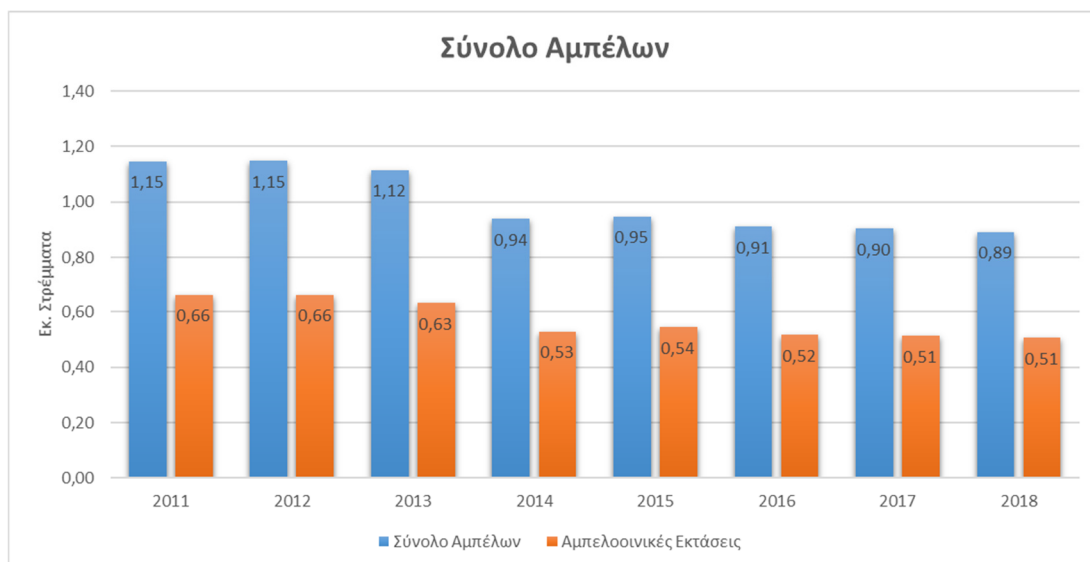
Πίνακας 2: Οινοποιεία ανά περιφέρεια

2.1.1 Καλλιεργούμενες Εκτάσεις - Παραγωγή

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (υπάρχουν στοιχεία μέχρι το 2018), η συνολική έκταση των αμπελώνων στην Ελλάδα από τα 1.150.000 στρέμματα που ήταν το 2011 έχει πέσει στα 890.000. Παράλληλη πτώση υπήρξε και στις εκτάσεις των αμπελών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή οίνου (από 660.000 σε 510.000 στρέμματα).

Εκτάσεις Άμπελων και Οινάμπελων (εκ. στρέμματα)		
Έτος	Σύνολο Αμπελών	Αμπελοοινικές Εκτάσεις
2011	1,15	0,66
2012	1,15	0,66
2013	1,12	0,63
2014	0,94	0,53
2015	0,95	0,54
2016	0,91	0,52
2017	0,90	0,51
2018	0,89	0,51

Πίνακας 3: Εκτάσεις Άμπελων και Οινάμπελων (εκ. στρέμματα)



Εικόνα 1: Σύνολο Αμπέλων (2011 - 2018)

Έτος	Ποσοστό – Ποσοστιαία Μεταβολή Οινάμπελων			
	Βάση της έκτασης της Ελλάδας		Βάσης της έκτασης των Αμπέλων	
	Ποσοστό	Μεταβολή	Ποσοστό	Μεταβολή
2011	0,50%	-	57,39%	-
2012	0,50%	0,00%	57,39%	0,00%
2013	0,48%	-4,55%	56,25%	-1,99%
2014	0,40%	-15,87%	56,38%	0,24%
2015	0,41%	1,89%	56,84%	0,81%
2016	0,39%	-3,70%	57,14%	0,53%
2017	0,39%	-1,92%	56,67%	-0,83%
2018	0,39%	0,00%	57,30%	1,12%

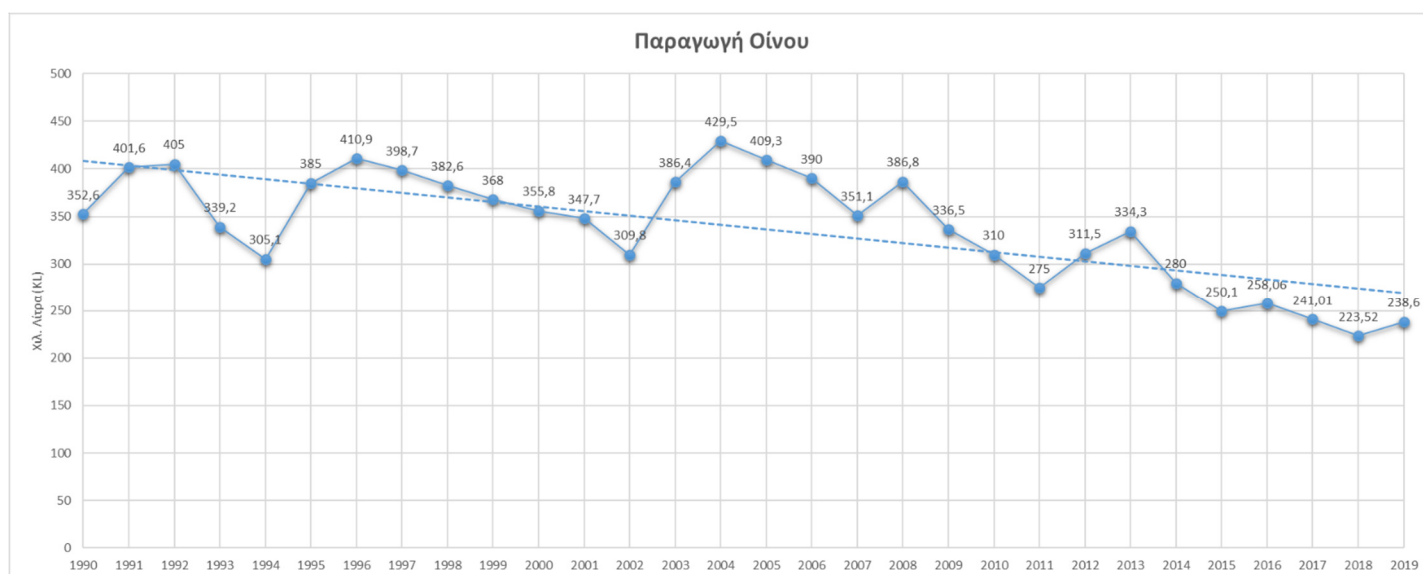
Πίνακας 4: Ποσοστό – Ποσοστιαία Μεταβολή Οινάμπελων (2011 - 2018)

Την ίδια πτωτική πορεία ακολουθεί και η παραγωγή οίνου. Σύμφωνα με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, η πορεία της οινοποιίας στην Ελλάδα από το 1990 μέχρι και το 2019 έχει παρουσίαση αρνητική μεταβολή ίση με 32,33%.

Παραγωγή Οίνου σε Χιλ. Λίτρα	
Έτος	Παραγωγή
1990	352,6
1991	401,6
1992	405
1993	339,2
1994	305,1
1995	385
1996	410,9
1997	398,7
1998	382,6
1999	368

2000	355,8
2001	347,7
2002	309,8
2003	386,4
2004	429,5
2005	409,3
2006	390
2007	351,1
2008	386,8
2009	336,5
2010	310
2011	275
2012	311,5
2013	334,3
2014	280
2015	250,1
2016	258,06
2017	241,01
2018	223,52
2019	238,6

Πίνακας 5: Παραγωγή Οίνου σε Χιλ. Λίτρα (1990 - 2019)



Εικόνα 2: Παραγωγή Οίνου σε Χιλ. Λίτρα (1990 - 2019)

2.1.2 Προϊόντα Οινοποιίας

Ο αμπελοοινικός τομέας, όσον αφορά την πρωτογενή παραγωγή (αμπέλι), αλλά και την μεταποίηση (οίνος), στην Ευρωπαϊκή Ένωση διέπεται από την πιο πολύπλοκη νομοθεσία από όλα τα αγροτικά προϊόντα. Ο κύριος λόγος, στον οποίο οφείλεται η εξειδικευμένη νομοθεσία, αφορά την ιδιαίτερη υπεραξία που αποκτά ο οίνος στις συγκεκριμένες περιοχές παραγωγής του σε ολόκληρη την Ευρώπη συνεπώς και την

Ελλάδα, υπεραξία που αντανακλά τους ιδιαίτερους εδαφοκλιματικούς παράγοντες, τις τεχνικές επεξεργασίας και τις παραδοσιακές παρεμβάσεις του ανθρώπινου παράγοντα, είτε είναι ο αμπελοκαλλιεργητής, είτε ο οινοποιός.

Η κατηγοριοποίηση των οίνων, ως έχουν αυτή την στιγμή, προβλέπεται από τον κανονισμό της ΚΟΑ Οίνου (ΕΚ) 479/08 του συμβουλίου και τον εφαρμοστικό νόμο (ΕΚ) 607/0 της Επιτροπής, ο οποίος συνδέει τις κατηγορίες οίνων που υπήρχαν στην Ελλάδα με τις νέες κατηγορίες. Ένας από τους στόχους του νέου κανονισμού είναι η προστασία των ενδείξεων, οι οποίες εφεξής καταχωρούνται στο μητρώο ΠΟΠ και ΠΓΕ, και κατόπιν δημοσιεύονται στην επίσημη εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από εκεί και μετά προστατεύονται ως προς την χρήση τους σε παγκόσμιο επίπεδο.

Με βάση την ΕΕ τα κρασιά διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

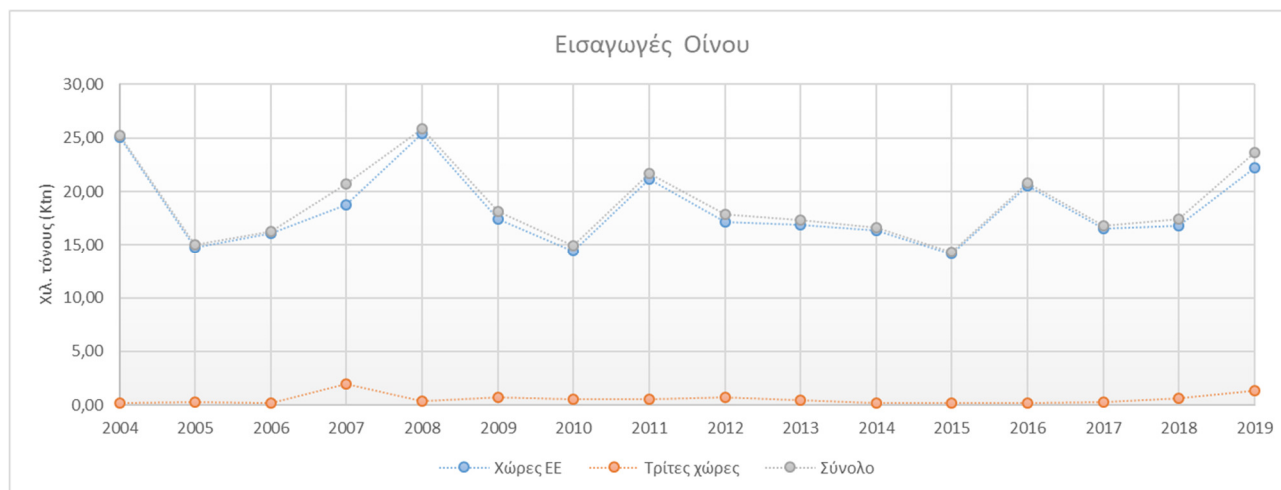
- ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης): σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνονται οι οίνοι ΟΠΑΠ (Ονομασία Προέλευση Ανωτέρας Ποιότητας), οι οίνοι ΟΠΕ (Ονομασία Προέλευσης Ελεγχόμενη), τους οίνους γλυκής φυσικός και τους οίνους Φυσικός γλυκός.
- ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική προέλευση): αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει τους Τοπικούς Οίνους και τους οίνους Ονομασία κατά Παράδοση.
- Με βάση την ανωτέρω κατηγοριοποίηση υπάρχει μια μεγάλη ομάδα κρασιών που δεν ανήκουν σε καμία από της ανωτέρω κατηγορίες και η Ελληνική νομοθεσία δεν προέβλεπε κάποιο τρόπο για να προστατέψει τα ελληνικά κρασιά. Σε αυτό το σημείο έρχεται η κοινοτική νομοθεσία, η οποία με το άρθρο 63 του ΚΑΝ (ΕΚ)607/09 προβλέπει αυστηρές διατάξεις και ελέγχους για την πιστοποίηση αυτών των οίνων, οι οποίοι γίνονται μια νέα κατηγορία και αποκαλούνται:
- Ποικιλιακοί Οίνοι: είναι οι οίνοι στους οποίους δεν επιτρεπόταν να αναγράφουν στην ετικέτα τους το έτος συγκομιδής τους και τις οινοποιήσιμες ποικιλίες αμπέλου από τις οποίες παρασκευάζονται. Από το 2009 και μετά όμως, με το άρθρο 63 του ΚΑΝ (ΕΚ)607/09, κατηγοριοποιήθηκαν με αποτέλεσμα να μπορούν να ανταγωνιστούν τις αυξανόμενες εισαγωγές οίνων από τρίτες χώρες.
- Οίνοι χωρίς ένδειξη ΠΟΠ ή ΠΓΕ: πρόκειται για τους υπόλοιπους οίνους που δεν πληρούν τις ανωτέρω αυστηρές προϋποθέσεις.

2.1.3 Οικονομικά Στοιχεία Οινοποιίας

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ (επεξεργασία ΚΕΟΣΟΕ) οι εισαγωγές οίνου από το 2004 έως και το 2019, κυμαίνονται μεταξύ περίπου 15.000 τόνων και 25.000 τόνων, παρουσιάζοντας διακυμάνσεις από χρονιά σε χρονιά, με τις χώρες της Ε.Ε. να έχουν την μερίδα του λέοντος. Οι εισαγωγές από τρίτες χώρες είναι σε πολύ μικρότερα μεγέθη.

Εισαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn)			
Έτος	Χώρες ΕΕ	Τρίτες χώρες	Σύνολο
2004	25,05	0,16	25,21
2005	14,72	0,26	14,98
2006	16,07	0,23	16,30
2007	18,74	1,93	20,67
2008	25,46	0,40	25,86
2009	17,43	0,69	18,12
2010	14,43	0,53	14,95
2011	21,14	0,51	21,64
2012	17,14	0,75	17,89
2013	16,88	0,46	17,34
2014	16,37	0,23	16,60
2015	14,13	0,18	14,32
2016	20,57	0,22	20,79
2017	16,53	0,31	16,84
2018	16,81	0,65	17,46
2019	22,25	1,35	23,60

Πίνακας 6: Εισαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019)

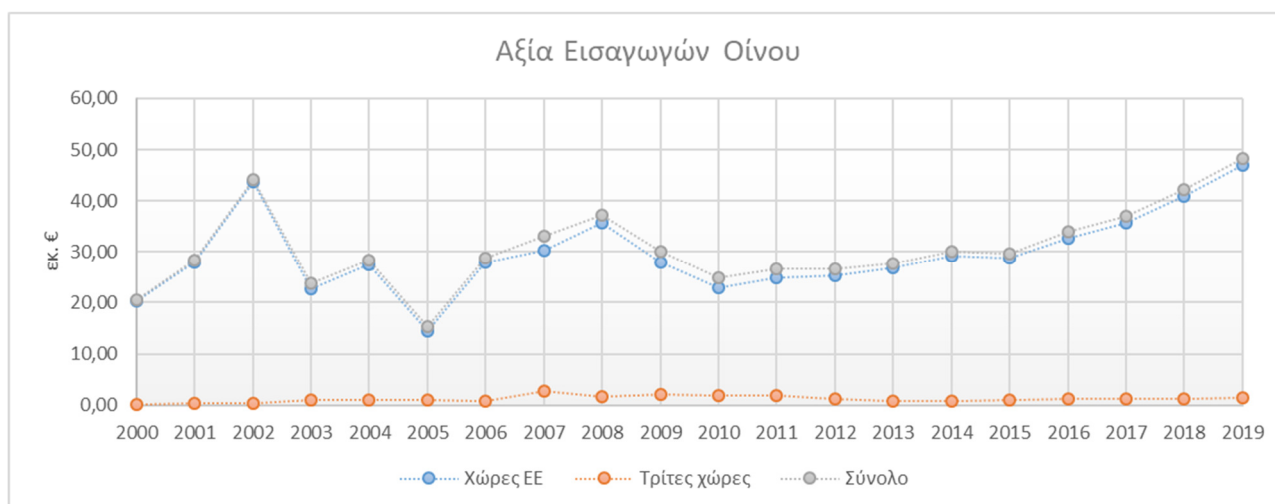


Εικόνα 3: Εισαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019)

Σύμφωνα, πάντα με τα ίδια στοιχεία, η αξία των εισαγωγών κυμαίνεται από περίπου 20 εκ. ευρώ μέχρι 50εκ. ευρώ, ενώ από το 2010 και έπειτα παρουσιάζουν μία συνεχώς αυξανόμενη τάση. Οι εισαγωγές από τρίτες χώρες για την ίδια χρονική περίοδο είναι περίπου στα ίδια μεγέθη.

Αξία Εισαγωγών Οίνου εκ. €			
Έτος	Χώρες ΕΕ	Τρίτες χώρες	Σύνολο
2000	20,22	0,20	20,42
2001	27,97	0,25	28,22
2002	43,76	0,40	44,16
2003	22,67	1,04	23,71
2004	27,38	1,04	28,42
2005	14,34	0,93	15,28
2006	27,90	0,77	28,67
2007	30,35	2,67	33,02
2008	35,60	1,58	37,17
2009	27,90	2,19	30,09
2010	23,01	1,91	24,92
2011	24,81	1,78	26,59
2012	25,26	1,25	26,51
2013	26,83	0,78	27,61
2014	29,14	0,86	30,00
2015	28,75	0,90	29,65
2016	32,73	1,14	33,87
2017	35,75	1,27	37,02
2018	40,95	1,22	42,17
2019	46,95	1,43	48,38

Πίνακας 7: Αξία Εισαγωγών Οίνου εκ. € (2000 - 2019)



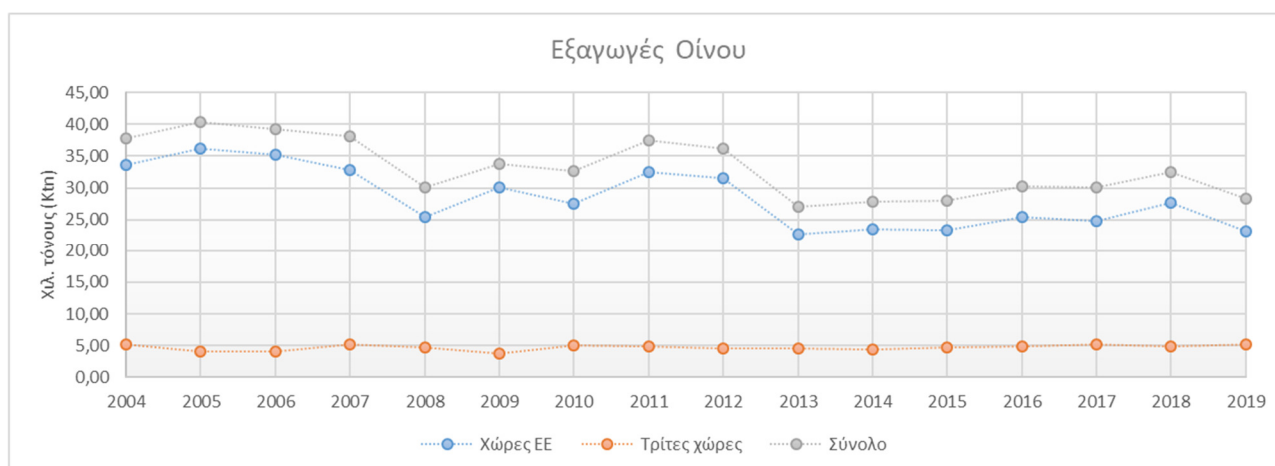
Εικόνα 4: Αξία Εισαγωγών Οίνου εκ. € (2000 - 2019)

Οι εξαγωγές οίνου από το 2004 και μετά, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα και γράφημα. Δείχνουν μία πτώση, σε απόλυτα νούμερα η οποία από το 2013 και έπειτα έχει περίπου σταθεροποιηθεί μεταξύ 27.000 και 33.000 χιλιάδες τόνοι. Και στην

περίπτωση των εξαγωγών, όπως και στις εισαγωγές, οι χώρες της Ε.Ε. αποτελούν τους κύριους αποδέκτες των οινικών επιχειρήσεων.

Εξαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn)			
Έτος	Χώρες ΕΕ	Τρίτες χώρες	Σύνολο
2004	33,64	5,11	37,86
2005	36,24	4,08	40,33
2006	35,22	3,97	39,19
2007	32,89	5,18	38,07
2008	25,46	4,63	30,09
2009	30,09	3,72	33,81
2010	27,59	5,00	32,60
2011	32,52	4,90	37,42
2012	31,57	4,55	36,12
2013	22,64	4,47	27,11
2014	23,50	4,33	27,83
2015	23,34	4,68	28,02
2016	25,43	4,84	30,27
2017	24,83	5,19	30,01
2018	27,64	4,85	32,49
2019	23,19	5,16	28,35

Πίνακας 8: Εξαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019)

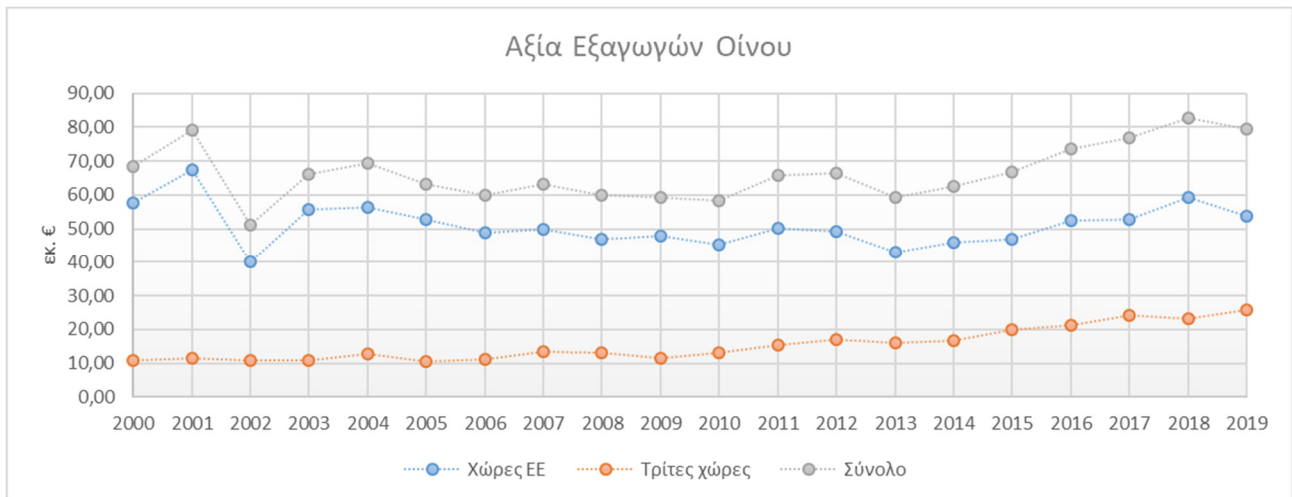


Εικόνα 5: Εξαγωγές Οίνου σε Χιλ. τόνους (Κtn) - (2004 - 2019)

Σε αντίθεση με τις εξαγωγές (σε απόλυτα νούμερα), η αξία των εξαγωγών ακολουθεί αυξητική τάση, τόσο στις Ευρωπαϊκές χώρες όσο και σε τρίτες χώρες, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα και γράφημα.

Αξία Εξαγωγών εκ. €			
Έτος	Χώρες ΕΕ	Τρίτες χώρες	Σύνολο
2000	57,67	10,81	68,48
2001	67,35	11,62	78,97
2002	40,24	10,75	50,99
2003	55,58	10,67	66,25
2004	56,49	12,84	69,33
2005	52,89	10,38	63,27
2006	48,72	11,06	59,77
2007	49,90	13,37	63,28
2008	46,91	13,10	60,00
2009	47,80	11,31	59,11
2010	45,37	13,07	58,44
2011	50,31	15,45	65,75
2012	49,23	17,13	66,36
2013	43,13	16,18	59,31
2014	45,99	16,65	62,64
2015	46,88	20,00	66,87
2016	52,59	21,12	73,72
2017	52,84	24,09	76,93
2018	59,39	23,22	82,60
2019	53,81	25,70	79,52

Πίνακας 9: Αξία Εξαγωγών εκ. € (2000 - 2019)

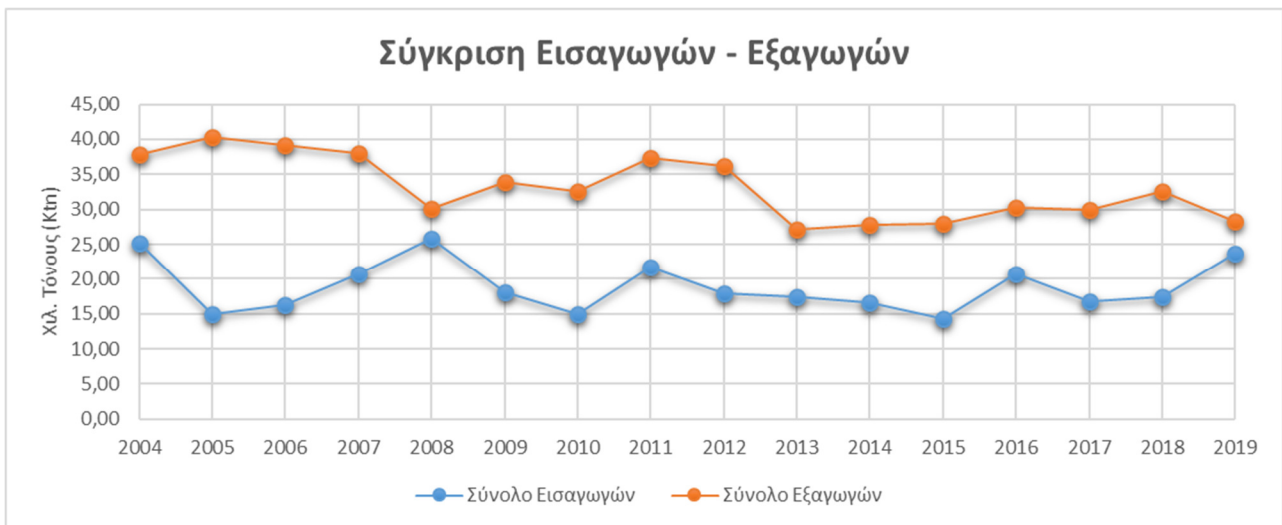


Εικόνα 6: Αξία Εξαγωγών εκ. € (2000 - 2019)

Συγκριτικά, η πορεία των εισαγωγών και των εξαγωγών για τις οιλικές επιχειρήσεις και τα οινοποιεία, ακολουθούν αντίθετη πορεία, όπως φαίνεται παρακάτω.

Έτος	Σύνολο Εισαγωγών (χιλ. τόνους)	Σύνολο Εξαγωγών (χιλ. τόνους)
2004	25,21	37,86
2005	14,98	40,33
2006	16,30	39,19
2007	20,67	38,07
2008	25,86	30,09
2009	18,12	33,81
2010	14,95	32,60
2011	21,64	37,42
2012	17,89	36,12
2013	17,34	27,11
2014	16,60	27,83
2015	14,32	28,02
2016	20,79	30,27
2017	16,84	30,01
2018	17,46	32,49
2019	23,60	28,35

Πίνακας 10: Σύγκριση Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019)

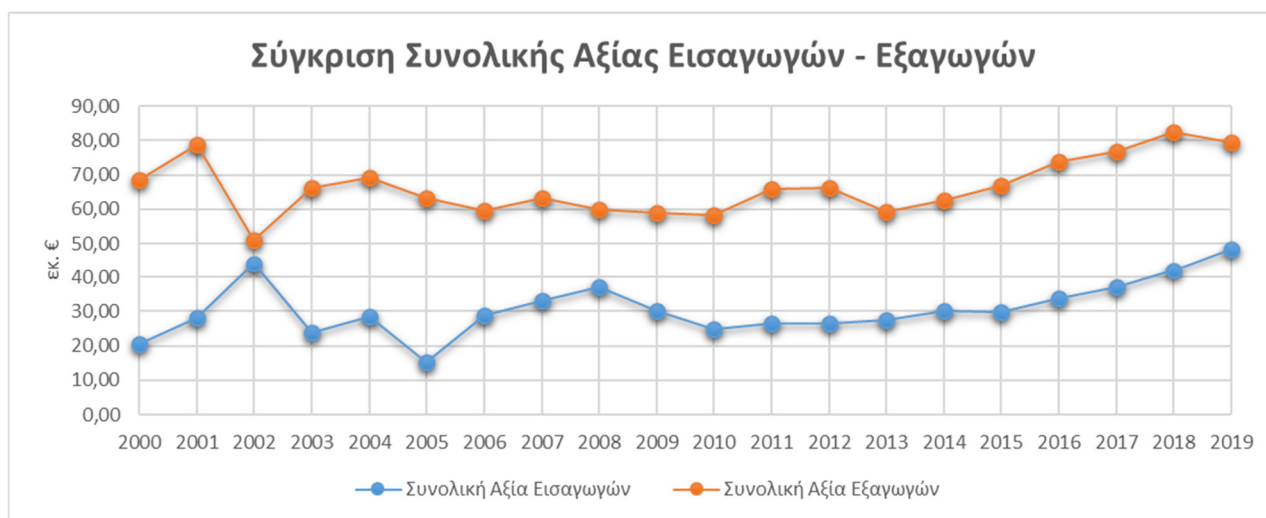


Εικόνα 7: Σύγκριση Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019)

Αντίθετα, η αξία των συναλλαγών, είτε μιλάμε για εισαγωγές είτε για εξαγωγές έχουν αποκτήσει τα τελευταία χρόνια ανοδική τάση.

Έτος	Συνολική Αξία Εισαγωγών (εκ. ευρώ)	Συνολική Αξία Εξαγωγών (εκ. ευρώ)
2000	20,42	68,48
2001	28,22	78,97
2002	44,16	50,99
2003	23,71	66,25
2004	28,42	69,33
2005	15,28	63,27
2006	28,67	59,77
2007	33,02	63,28
2008	37,17	60,00
2009	30,09	59,11
2010	24,92	58,44
2011	26,59	65,75
2012	26,51	66,36
2013	27,61	59,31
2014	30,00	62,64
2015	29,65	66,87
2016	33,87	73,72
2017	37,02	76,93
2018	42,17	82,60
2019	48,38	79,52

Πίνακας 11: Σύγκριση Αξίας Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019)



Εικόνα 8: Σύγκριση Αξίας Εισαγωγών - Εξαγωγών (2004 - 2019)

2.2 Ποιοποιία Στην Ελλάδα

Ο κλάδος της ποιοποιίας, μέχρι και το 2018, αποτελούταν από 367 επιχειρήσεις παρουσιάζοντας αυξητική τάση. Συγκεκριμένα, σε χρονικό διάστημα 10 ετών, από το 2008 – 2018, ο κλάδος παρουσίασε αύξηση περίπου 40% στον αριθμό των επιχειρήσεων. Πάρα το μικρό του μέγεθος, με τον κλάδο της ποιοποιίας συνδέεται άμεσα / έμμεσα με ένα μεγάλο τμήμα της οικονομίας, γεγονός που καθιστά τις

εξελίξεις του κλάδου αυτού σημαντικές, με ιδιαίτερη βαρύτητα στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας.

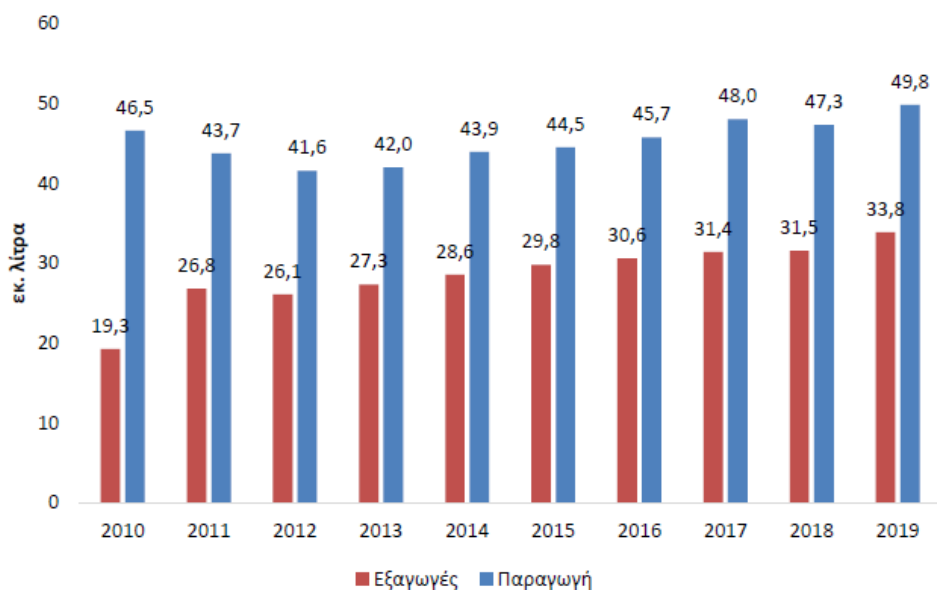
2.2.1 Προϊόντα Ποτοποιίας

Ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών περιλαμβάνει διαφορετικού είδους επιχειρήσεις, όσον αφορά την μορφή και την οργάνωσή τους, ο οποίες παράγουν διαφορετικά προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά είναι κυρίως τοπικά αποστάγματα, όπως ούζο, τσίπουρο, κονιάκ, μπράντι, λικέρ, απόσταγμα σταφυλής και άλλων φρούτων, ρακόμελο κ.α.

Όμως, εκτός από τους νόμιμους παραγωγούς αποσταγμάτων, παρουσιάζεται το φαινόμενο της παραγωγής για προσωπική χρήση και εμπορία σε «χύμα» μορφή. Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη του IOBE για τον κλάδο των αλκοολούχων ποτών (2020), τέτοια δραστηριότητα παρουσιάζουν περίπου 30.000 διήμεροι αποσταγματοποιοί, οι οποίοι παράγουν κυρίως χύμα τσίπουρο, όχι περισσότερο από 130 λίτρα και δεν ελέγχονται από το γενικό χημείο του κράτους. Οι παραγωγοί αυτοί, εκτός της προσωπικής χρήσης, διαθέτουν το προϊόν στην τοπική κοινωνία συμβάλλοντας με τον τρόπο τους στην αύξηση του αθέμιτου ανταγωνισμού και στην απώλεια φορολογικών εσόδων του κράτους.

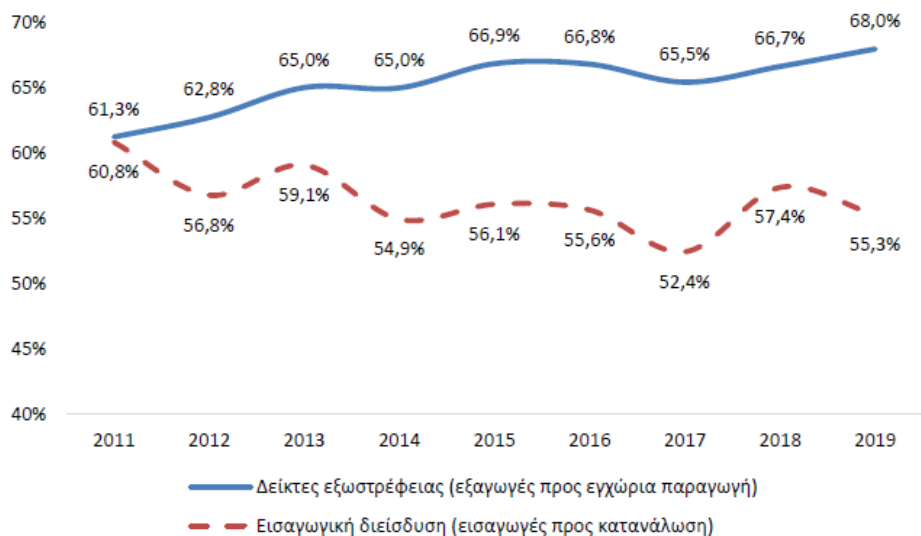
2.2.2 Παραγωγή - Οικονομικά Στοιχεία Ποτοποιίας

Τα τελευταία χρόνια, μετά την οικονομική κρίση και πριν την εμφάνιση της πανδημίας, ο κλάδος της ποτοποιίας εμφάνιζε άνοδο. Μάλιστα η παραγωγή είχε φθάσει σε σημεία τα οποία ήταν υψηλότερα ακόμα και από αυτά που υπήρχαν πριν την οικονομική κρίση. Ενδεικτικό της τάσης αυτής είναι το γεγονός ότι η εγχώρια παραγωγή αποσταγμάτων και άλλων αλκοολούχων ποτών έφτασε το 2019 σε 49,8 εκ. λίτρα, όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα. Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στην αλλαγή φιλοσοφίας των επιχειρήσεων του κλάδου με περισσότερη προσοχή στις εξαγωγές, οι οποίες σταδιακά αυξήθηκαν και έφτασαν το 2019 στα 33,8 εκ. λίτρα.

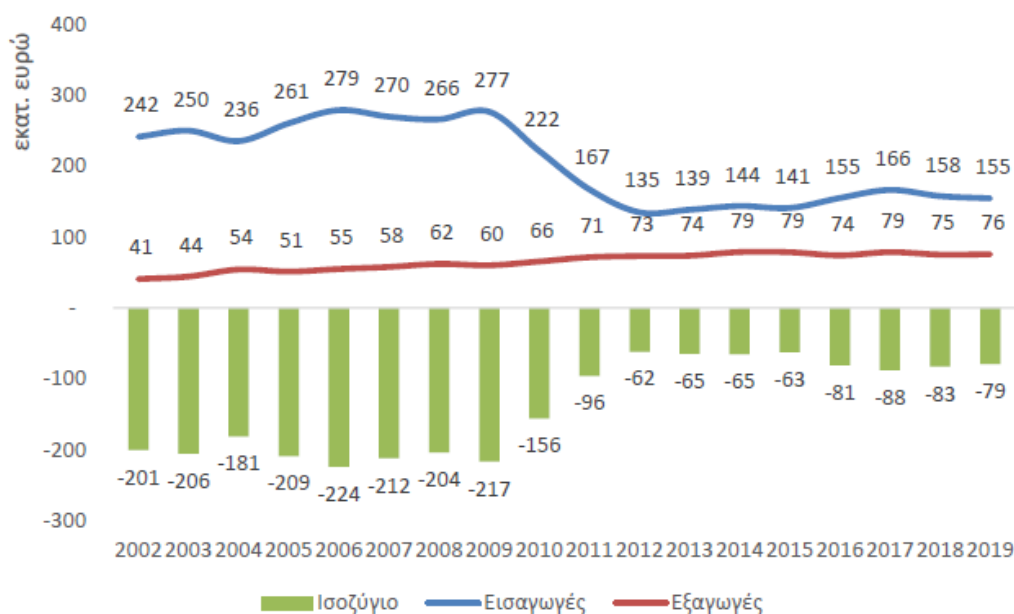


Εικόνα 9: Εγχώρια παραγωγή αλκοολούχων ποτών (σε εκ. λίτρα). Πηγή: Χημείο Κράτους

Η άνοδος της παραγωγής και της εξαγωγικής ικανότητας φαίνονται και από την σύγκριση των δεικτών εξωστρέφειας (εξαγωγές προς εγχώρια παραγωγή) – εισαγωγών (προς κατανάλωση), όπου παρουσιάζεται αύξηση 11% στον δείκτη εξαγωγών με παράλληλη μείωση 9% στις εισαγωγές.



Εικόνα 10: Δείκτες εξωστρέφειας και εισαγωγικής διείσδυσης. Πηγή: Χημείο Κράτους



Εικόνα 11: Εξαγωγές και εισαγωγές αλκοολούχων ποτών σε εκ. €. Πηγή: Eurostat

Το 67% της παραπάνω παραγωγής εξάχθηκε στο εξωτερικό, με κύριο προορισμό της χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (περίπου 60%). Η εξαγωγή αλκοολούχων ποτών από το 2010 και έπειτα έχει παρουσιάσει αύξηση 75%, έχοντας φθάσει σε σημείο τα έσοδα της να είναι περίπου στο ίδιο επίπεδο με αυτά των εξαγωγών οίνου (75 εκατομμύρια τζίρος – 2019).

Οι σημαντικότερες χώρες στις οποίες εξάγονται αποστάγματα είναι:

- Γερμανία (49%)
- Ιράκ (14%)
- Βουλγαρία (6%)
- Ολλανδία (5%)
- Τσεχία (4%)

Στο σύνολο, η Ευρώπη αποτελεί τον κυριότερο προορισμό των ελληνικών αλκοολούχων ποτών (περίπου 80% επί του συνόλου). Το ούζο αποτελεί την κορωνίδα των εξαγωγών, κατέχει το 64% στο σύνολο των αλκοολούχων ποτών που παράγονται. Στην εγχώρια αγορά, το ούζο καταλαμβάνει το 51% του συνόλου των ελληνικών παραγόμενων προϊόντων, ενώ η αναλογία επί των συνολικών εξαγόμενων αλκοολούχων ποτών φθάνει το 72%. Η χώρα με την μεγαλύτερη εισαγωγή ούζο από την Ελλάδα είναι η Γερμανία (περίπου 1,3 εκατομμύρια κιβώτια). Τελευταία, το ούζο εντάχθηκε στα 100 προστατευόμενα ευρωπαϊκά προϊόντα στη συμφωνία που επιτευχθεί μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Κίνας, ενώ νομοθετήθηκε και η πλήρης προστασία του (όπως και του τσίπουρου) στις αγορές των χωρών της Λατινικής Αμερικής.

Εκτός από το ούζο και το τσίπουρο, το οποίο και αυτό διεκδικεί μια μερίδα των εξαγωγών, διάφορα άλλα αλκοολούχα ποτά, κυρίως το ΜΕΤΑΧΑ, έχουν σημαντικό μερίδιο στις εξαγωγές. Μάλιστα, ενώ το ούζο αποτελεί το πλέον εξαγώγιμο και

αναγνωρίσιμο ελληνικό αλκοολούχο ποτό, η ετικέτα ΜΕΤΑΧΑ είναι στην πρώτη θέση των πωλήσεων με το 80% αυτών να γίνεται στο εξωτερικό.

Η επίδραση που έχει ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών (άμεση – έμμεση) στην ελληνική οικονομία είναι ιδιαίτερα σημαντική και έφτασε το 2019 στα 2,3 δισεκ. €, τα εισοδήματα από εργασία σχετιζόμενη με τον κλάδο στα 480 εκ. € ενώ τα έσοδα του κράτους από φόρους και εισφορές στα 517 εκ. €.

σε εκ. ευρώ		Άμεση	Έμμεση	Προκαλούμενη	Συνολική
<u>Παραγωγή αλκοολούχων ποτών</u>	ΑΕΠ	45	51	75	171
	Εισόδημα από εργασία	10	11	15	36
	Φόροι και εισφορές	4	4	26	34
	Απασχόληση (άτομα)	733	2.250	1.716	4.699
<u>Χονδρικό Εμπόριο</u>	ΑΕΠ	35	23	63	121
	Εισόδημα από εργασία	13	4	13	30
	Φόροι και εισφορές	6	5	22	33
	Απασχόληση (άτομα)	1.027	360	1.440	2.827
<u>Λιανικό Εμπόριο</u>	ΑΕΠ	20	14	40	73
	Εισόδημα από εργασία	9	2	8	19
	Φόροι και εισφορές	4	3	14	20
	Απασχόληση (άτομα)	1.844	158	908	2.910
<u>HORECA</u>	ΑΕΠ	718	420	820	1.959
	Εισόδημα από εργασία	124	105	166	395
	Φόροι και εισφορές	92	57	281	430
	Απασχόληση (άτομα)	24.001	13.320	18.792	56.113
		Άμεση	Έμμεση	Προκαλούμενη	Συνολική
<u>Σύνολο</u>	ΑΕΠ	818	508	998	2.324
	Εισόδημα από εργασία	157	122	201	480
	Φόροι και εισφορές	106	69	342	517
	Απασχόληση (άτομα)	27.605	16.089	22.855	66.549

Εικόνα 12: Επίδραση του κλάδου των αλκοολούχων ποτών. Πηγή: Ανάλυση IOBE

3 Η Πανδημία και οι Επιπτώσεις της στην Οινοποιεία / Ποτοποιεία

Στις 26 Φεβρουαρίου 2020 η Ελλάδα μπήκε στην μάχη εναντίον της πανδημίας. Με τα κρούσματα να παρουσιάζουν αυξητική τάση αποφασίστηκαν αρχικά περιοριστικά μέτρα, τα οποία είχαν τοπική ισχύ και στις 12 Μαρτίου η χώρα μπήκε σε κατάσταση καθολικού «lockdown». Οι επιχειρήσεις που έμειναν ανοικτές ήταν μόνο φούρνοι, ιδιωτικές υπηρεσίες υγείας, φαρμακεία, σουπερμάρκετ, επιχειρήσεις τροφίμων και οικιακών αναγκών, επιχειρήσεις διανομής προϊόντων και παροχής προϊόντων σε πακέτο, πρατήρια υγρών καυσίμων, συνεργεία αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών, επιχειρήσεις παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και κούριερ, καταστήματα κινητής τηλεφωνίας και οπτικών και γραφεία τελετών. Ακολούθως ανακοινώθηκαν επιπλέον περιοριστικά μέτρα, όπως η απαγόρευση των δημόσιων συναθροίσεων 10 ή περισσότερων ατόμων, με στόχο την καταπολέμηση της πανδημίας. Παράλληλα τέθηκαν σε ισχύ διάφορα πακέτα στήριξης των πληττόμενων επιχειρήσεων και εργαζομένων, όπως αναστολή καταβολής φόρων και εισφορών, αναβολή φορολογικών υποχρεώσεων, χρηματική ενίσχυση ύψους 800€ για τους εργαζομένους σε επιχειρήσεις των οποίων η λειτουργία αναστάλη, τους ελεύθερους επαγγελματίες και τους αυτοαπασχολούμενους, μείωση ΦΠΑ από 24% σε 6%.

Οι περιορισμοί διήρκησαν μέχρι τις 18 Μαΐου, ημερομηνία στην οποία σταδιακά ξεκίνησε το σταδιακό άνοιγμα των επιχειρήσεων και των δημόσιων υπηρεσιών και την 1^η Ιουλίου έγινε επανέναρξη του τουρισμού. Αυτή η περίοδος χαλαρότητας διήρκησε μέχρι το Νοέμβριο του 2020. Στις 7 Νοεμβρίου 2020, εφαρμόστηκε νέο καθολικό «lockdown», το οποίο διήρκησε μέχρι τον Μάιο του 2021.

3.1 Οι Επιπτώσεις στην Οινοποιεία

Ο οικονομικός αντίκτυπος της Πανδημίας στην οινοποιεία ακολούθησε τον πτωτικό ρυθμό της οικονομίας της χώρας. Αποτέλεσε ένα εξωγενές σοκ το οποίο επηρέασε με σφοδρότητα τόσο τη ζήτηση όσο και την προσφορά. Σε αυτό το πλαίσιο οι επιπτώσεις στα οινοποιεία ήταν σημαντικές.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (επεξεργασία ΚΕΟΣΟΕ), η επίδραση της πανδημίας ώθησε τις εξαγωγικές επιδόσεις οίνου, τόσο προς την Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και σε τρίτες χώρες, σε μείωση 11,13% σε σχέση με το 2019 (από 79,52 εκ.€ το 2019 σε 70,67 εκ.€ το 2020). Αντίστοιχα, μείωση παρουσιάζεται και στην ποσότητα των εξαγωγών η οποία φθάνει το 8% (από 28.351 tn το 2019 σε 26.081 tn το 2020).

Συγκεκριμένα, η μείωση των εξαγωγών σε αξία προς την Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν της τάξης του 9,76% (από 53,81 εκ.€ το 2019 σε 48,56 εκ.€ το 2020) ενώ η μείωση σε ποσότητα ήταν της τάξης του 8% (από 23.194 tn το 2019 σε 21.337 tn το 2020).

Η εικόνα των εξαγωγών προς τρίτες χώρες είναι λιγότερο ικανοποιητική καθώς η πανδημία έπληξε σχετικά περισσότερο τις εξαγωγές προς ΗΠΑ. Η αξία των εξαγωγών μειώθηκε κατά 14% (από 25,70 εκ.€ το 2019 σε 22,11 εκ.€ το 2020), ενώ η ποσότητα μειώθηκε κατά 8% (από 5.157 tn το 2019 σε 4.744 tn το 2020).

Επιπλέον, τα οινοποιεία εξαιτίας της καθίζησης της αγοράς HORECA (ξενοδοχεία, εστιατόρια, catering) εμφάνισαν μεγάλες μειώσεις στα έσοδά τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα οινοποιεία της Βορείου Ελλάδος τα οποία υπολογίζεται ότι έχασαν, κατά μέσο όρο, το 20% του τζίρου τους, με τα μικρότερα οινοποιεία που στοχεύουν σε τουριστικές περιοχές να πλήττονται περισσότερο. Σύμφωνα με τον διευθυντή της ένωσης «Οινοποιοί Βορείου Ελλάδας» Γιάννη Αλμπάνη, «Το -20% είναι ένας μέσος όρος για τις επιχειρήσεις της Βόρειας Ελλάδας, αλλά υπάρχουν πολλά οινοποιεία, κυρίως τα μικρά, με τζίρο κάτω από 1.000.000 ευρώ, που κατέγραψαν απώλειες τουλάχιστον 40%. Επίσης, η μέση πτώση του τζίρου σε όλη την Ελλάδα είναι μεγαλύτερη, περίπου -25%. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιπτώσεις της πανδημίας επηρέασαν πιο πολύ τις τουριστικές περιοχές, όπου είχαμε μειώσεις έως -80%»

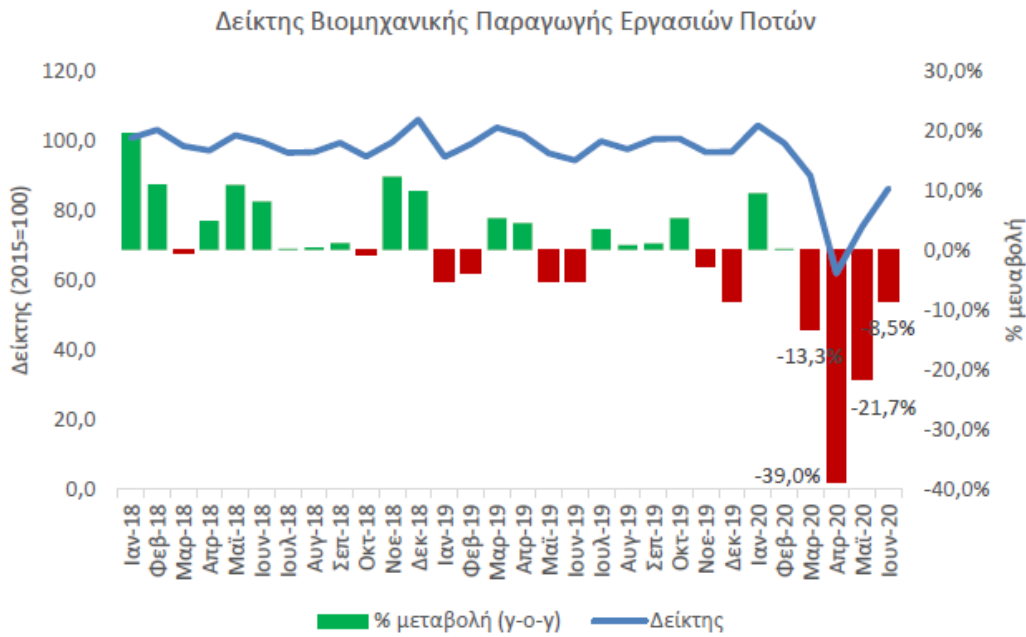
Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Ελληνικού Οίνου (ΣΕΟ), οι πωλήσεις κρασιού στη HORECA μειώθηκε κατά 40% με το ποσοστό αυτό να φθάνει στις τουριστικές περιοχές έως και 80%. Αντίθετα αύξηση πωλήσεων της τάξης του 15% παρουσιάστηκε στο λιανεμπόριο (π.χ. σούπερ μάρκετ) όμως ένα μεγάλο ποσοστό μικρών οινοποιείων και ετικετών δεν διατίθενται στα ράφια τους. Επίσης σημαντική αύξηση πωλήσεων κατέγραψαν οι ηλεκτρονικές αγορές οίνου είτε μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων είτε μέσω πλατφόρμων.

Όλα τα παραπάνω είχαν σαν αποτέλεσμα με το πέρασμα της τουριστικής περιόδου 2020 να μείνουν αδιάθετοι πάνω από 40.000 τόνοι κρασιού, ενώ ακολούθως θα ξεκινούσε η περίοδος τρύγου. Το πρόβλημα αυτό είναι σημαντικό αφενός γιατί οι ελεύθεροι χώροι για την αποθήκευση είναι περιορισμένοι αφετέρου γιατί όλη αυτή η αδιάθετη ποσότητα θα οδηγήσει στην κατάρρευση των τιμών οίνου. Ο κίνδυνος που εγκυμονούν τα παραπάνω είναι υπαρκτός και μπορεί να οδηγήσει στη συρρίκνωση του αμπέλου και στην οικονομική ασφυξία και κατάρρευση των οινοποιείων.

3.2 Οι Επιπτώσεις στην Ποτοποιεία

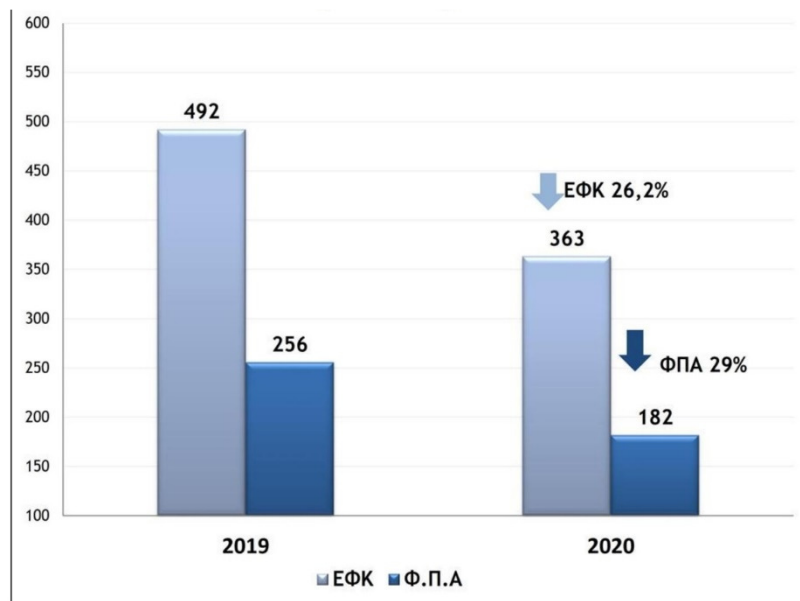
Ο κλάδος της ποτοποιίας ως μέρος του συνόλου της αγοράς αποτελεί ένα από τους περισσότερο πληγέντες κλάδους από την οικονομική κρίση που δημιούργησε η πανδημία. Η μεγάλη υποχώρηση της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας (14,2% μείωση του ΑΕΠ στο 2^ο τρίμηνο του 2020 - 14,2% μείωση του ΑΕΠ στο 3^ο τρίμηνο του 2020) σε συνδυασμό με την σύνδεση της ποτοποιίας με το εμπόριο, την εστίαση και τα ξενοδοχεία ώθησε τον κλάδο σε σημαντικές απώλειες.

Κατά την περίοδο της πρώτης καραντίνας, ο δείκτης της παραγωγής ποτών μειώθηκε 13,3% τον Μάρτιο και περίπου 40% τον Απρίλιο. Με την σταδιακή άρση των περιορισμών η κατάσταση βελτιώθηκε, με την παραγωγή όμως να παραμένει σε επίπεδα χαμηλότερα του 2019.



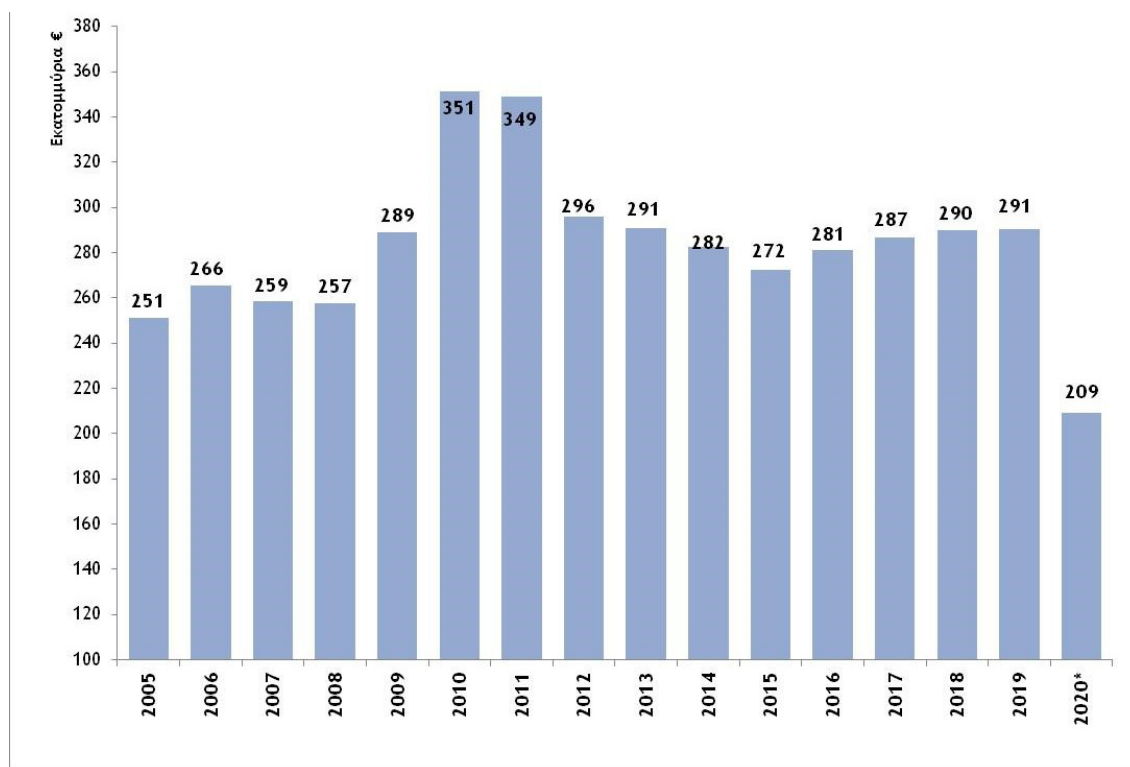
Εικόνα 13: Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής Εργασιών Ποτών. Πηγή: Eurostat

Η μεγάλη πτώση του κλάδου φαίνεται από τα έσοδα του κράτους, μέσω φόρων (ΦΠΑ, Ειδικοί Φόροι Κατανάλωσης). Σύμφωνα με την «Απολογιστική Έκθεση για την εξέλιξη και τη διακύμανση των εσόδων από φόρους της ΑΑΔΕ», τα έσοδα από τον ΦΠΑ & τους Ειδικούς Φόρους Κατανάλωσης (ΕΦΚ) αλκοόλης & οινοπνευματωδών ποτών (συμπεριλαμβανομένου και του κρασιού) το 2020 παρουσίασαν πτώση 27,14% (από 748 εκ.€ το 2019 σε €545 εκ.€ το 2020. Αντίστοιχη πτώση (27,6%) υπήρξε και από τα έσοδα που εισπράττονται μέσω Τελωνείων το 2020.



Εικόνα 14: Έσοδα ΦΠΑ - ΕΦΚ αλκοόλης - οινοπνευματωδών (2019 - 2020)

Ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών παρουσίασε πτώση των εσόδων από φόρους της τάξης του 28,3% σε σχέση με το 2019, που αντιστοιχεί σε απώλεια 81,4 εκ.€ (από 290,5 εκ.€ το 2019 σε 209,1 εκ.€ το 2020).



Εικόνα 15: Διαχρονική εξέλιξη εσόδων ΕΦΚ αλκοολούχων σε εκ. €

Η μεγάλη αυτή πτώση αποτελεί συνέπεια των περιορισμών, καθώς το 62% της κατανάλωσης των προϊόντων ποιοτικής καταγωγής καταναλώνεται στην εστίαση. Στο ίδιο μήκος κύματος συνεχίζεται και το 2021 με τις ελπίδες για σημαντική ανάκαμψη να μην είναι ρεαλιστικές.

4 Ερευνητικό Μέρος

4.1 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η καταγραφή των απόψεων των οινοποιείων και ποτοποιείων της Δυτικής Ελλάδας σχετικά με την επίδραση της πανδημίας στον κλάδο τους.

Οι επιμέρους στόχοι είναι:

- Η καταγραφή των οικονομικών δεικτών των οινοποιείων και ποτοποιείων της Δυτικής Ελλάδας για το έτος 2020 και η σύγκρισή τους με το 2019.
- Η ανάδειξη και η καταγραφή των μέτρων αντιμετώπισης στο καιρό την πανδημίας.
- Ο προσδιορισμός των απόψεων και της στάσης των επιχειρήσεων στην οικονομική κρίση που επέφερε η πανδημία.

4.1.1 Μέθοδος καταγραφής των απόψεων

Για την ερευνητική προσέγγιση και καταγραφή των απόψεων στο ζήτημα της επίδρασης της πανδημίας στον κλάδο της οινοποιίας / ποτοποιίας χρησιμοποιήθηκε ένας συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής μεθόδου. Οι λόγοι επιλογής της μικτής μεθόδου οφείλονται στην καλύτερη αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της ποσοτικής και ποιοτικής μεθόδου και στην αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των αδυναμιών της κάθε μιας. Συγκεκριμένα, με τη χρήση μεικτής έρευνας:

- Ο ερευνητής, με τη χρήση μεικτών μεθόδων έρευνας, μπορεί να δώσει απαντήσεις σ' ένα ευρύτερο φάσμα ερευνητικών ερωτημάτων.
- Ο ερευνητής, χρησιμοποιώντας επιπλέον ερευνητικές μεθόδους, μπορεί να αντισταθμίσει τα αδύνατα σημεία της καθεμιάς μεθόδου ξεχωριστά (αρχή της συμπληρωματικότητας).
- Οι μεικτές μέθοδοι έρευνας παρέχουν πιο τεκμηριωμένα συμπεράσματα μέσω της διασταύρωσης των ευρημάτων (αρχή του τριγωνισμού).
- Οι μεικτές μέθοδοι έρευνας μπορούν να αξιοποιηθούν για την προαγωγή της γενικευσιμότητας των ερευνητικών αποτελεσμάτων.
- Ο συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας μπορεί να προσφέρει πληρέστερη και σφαιρικότερη γνώση

Η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω ερωτηματολογίου, στα οποία κάθε άτομο απαντά μόνο του στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου χωρίς την παρουσία συνεντευκτή. Οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε η μέθοδος του ερωτηματολογίου είναι οι εξής:

- Διευκόλυνση της συλλογής των στοιχείων εκείνων που είναι απαραίτητα για τη μελέτη των διαφόρων μεταβλητών και τη μεταξύ τους συσχέτιση.
- Αποτελούν ένα ανιχνευτικό μέσο, παρέχοντας στοιχεία μετρήσιμα και διαχρονικά συγκρίσιμα
- Δυνατότητα γενίκευσης των εξαγόμενων αποτελεσμάτων
- Συλλογή μεγάλου πλήθους δεδομένων σε σύντομο χρονικό διάστημα

- Ακρίβεια των δεδομένων της έρευνας λόγω της ανωνυμίας που προσφέρει το ερωτηματολόγιο
- Μικρό κόστος
- Ευκολία στη δημιουργία και την χρήση

Η συλλογή των δεδομένων της έρευνας μέσω του ερωτηματολογίου έγινε τον Μάιο του 2021 με το δείγμα να επιλέγεται από τα οινοποιεία και ποτοποιεία της Δυτικής Ελλάδας. Τέλος, ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου κυμάνθηκε περίπου στα 5 λεπτά, με αποτέλεσμα να μην είναι πολύ κουραστικό για τους ερωτηθέντες.

4.1.2 Μορφή και Περιεχόμενο του ερωτηματολογίου

Κατά την δημιουργία του ερωτηματολογίου οι ερωτήσεις σχεδιάστηκαν με γνώμονα την απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα καθώς και την κάλυψη των παρακάτω χαρακτηριστικών:

- Πληρότητα
- Σαφήνεια
- Συνοχή
- Κατάλληλη δομή
- Ύπαρξη ερωτημάτων ελέγχου
- Συντομία
- Αρτιότητα παρουσίασης
- Αναφορά βασικών οδηγιών συμπλήρωσης και εννοιολογικές επεξηγήσεις
- Δυνατότητα κωδικοποίησης και μηχανογραφικής επεξεργασίας

Η σύνταξη του ερωτηματολογίου οργανώθηκε μετά τη βιβλιογραφική έρευνα που προηγήθηκε της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δύο μέρη και περιλαμβάνει 14 ερωτήσεις οι οποίες αντιστοιχούν στους επιμέρους στόχους της έρευνας. Αναλυτικότερα, στο πρώτο μέρος γίνεται περιγραφή του δείγματος, συγκεκριμένα οι πρώτες έξι ερωτήσεις. Στο δεύτερο μέρος γίνεται οικονομική σύγκριση των ετών 2019 – 2020 (πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας). Οι ερωτήσεις αυτές απαντούν στο 1ο επιμέρους στόχο, οι εναπομείναντες ερωτήσεις απαντούν στον 2ο και 3ο επιμέρους στόχο. Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου είναι συνδυασμός κλειστών και ανοικτών. Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από 8 επιχειρήσεις.

4.1.3 Ανάλυση Αποτελεσμάτων

Η στατιστική επεξεργασία των ερωτηματολογίων έγινε με το πρόγραμμα Microsoft Office Excel 2016 και περιλαμβάνει γραφικές παραστάσεις καθώς και συγκριτικά διαγράμματα.

4.2 Περιορισμοί της Έρευνας

Η έρευνα αντιμετώπισε προβλήματα και παρουσιάζει περιορισμούς τα οποία εντάσσονται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αφορά περιορισμούς που θέτει η ίδια η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ενώ η δεύτερη αποτελεί συνισταμένη

κοινωνικών καταστάσεων και προβλημάτων τα οποία παρουσιάστηκαν κατά την διάρκεια της έρευνας.

Η μικτή προσέγγιση που ακολουθήθηκε στην παρούσα έρευνα και η μέθοδος καταγραφής των απόψεων των ερωτηθέντων (ερωτηματολόγιο) θέτουν από μόνα τους περιορισμούς που έχουν να κάνουν με τα εξής:

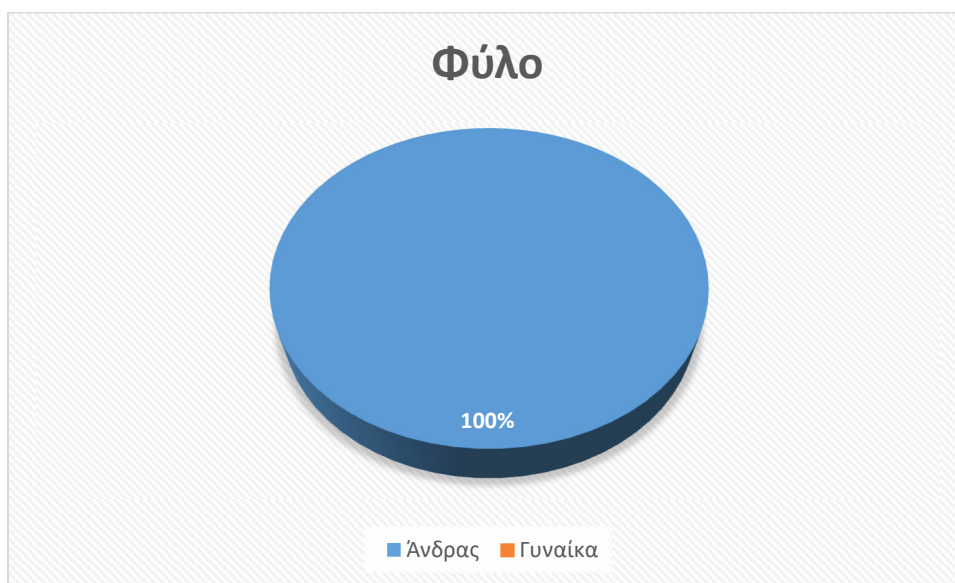
- Επειδή κατά την μικτή έρευνα ο ερευνητής θα πρέπει με αντικειμενικό τρόπο να εξάγει αποτελέσματα, αυτό συνεπάγεται ότι θα πρέπει να παραμείνει σε απόσταση από το δείγμα, έτσι ώστε να αποτραπεί η πιθανότητα εκδήλωσης προδιάθεσης ή προκατάληψης και να εξασφαλιστεί η ανωνυμία. Μειονέκτημα αυτής της στάσης αποτελεί το γεγονός ότι υπάρχει πιθανότητα κάποιες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου να χρειαστούν διευκρινήσεις ή επισημάνσεις. Για να αποφευχθεί το παραπάνω πρόβλημα ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου έγινε με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να είναι κατανοητό. Επίσης μαζί με το ερωτηματολόγιο δόθηκαν βασικές οδηγίες συμπλήρωσης και επεξηγήσεις.
- Η μέθοδος καταγραφής απόψεων και αντιλήψεων με την χρήση ερωτηματολογίου έχει τα εξής μειονεκτήματα:
 - Απώλεια των λεπτομερειών και του βάθους της πληροφορίας
 - Έλλειψη ελέγχου της ακρίβειας των απαντήσεων
 - Έλλειψη ελέγχου της ειλικρίνειας των ερωτηθέντων
 - Υποκειμενικότητα των ερωτηθέντων στην κατανόηση των ερωτήσεων.

Όσον αφορά προβλήματα που παρουσιάστηκαν κατά την διάρκεια της έρευνας, αυτά έχουν να κάνουν με τις καταστάσεις που ζει η Ελλάδα λόγω πανδημίας της νόσου COVID – 19. Στο διάστημα της έρευνας χρειάστηκε να τεθούμε σε καραντίνα, υπήρξε ψυχολογική πίεση και πολύ άγχος λόγω των καταστάσεων που βιώναμε, με αποτέλεσμα τόσο ο ερευνητής όσο και το δείγμα που επιλέχθηκε να ορίσουν διαφορετικές προτεραιότητες. Συνέπεια των παραπάνω ήταν το χρονοδιάγραμμα που είχε εξαρχής τεθεί να μην τηρηθεί.

4.3 Παρουσίαση Αποτελεσμάτων

4.3.1 Δημογραφικά Στοιχεία

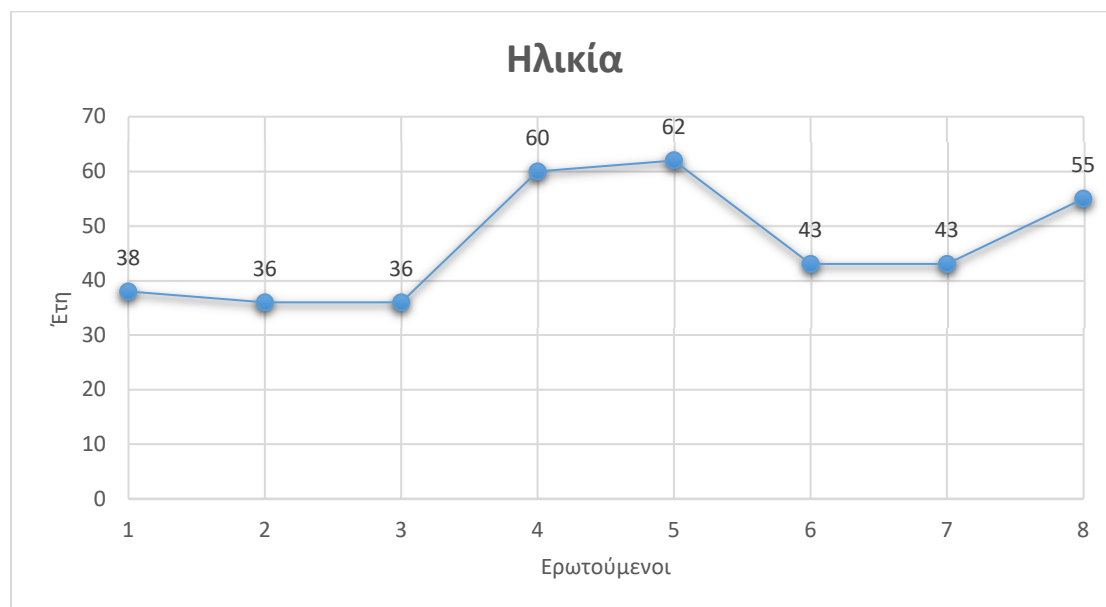
Φύλο



Γράφημα 1: Φύλο συμμετεχόντων στην έρευνα

Στην έρευνα συμμετείχαν 8 επιχειρήσεις της Δυτικής Ελλάδας. Η απάντηση του ερωτηματολογίου έγινε αποκλειστικά από άντρες.

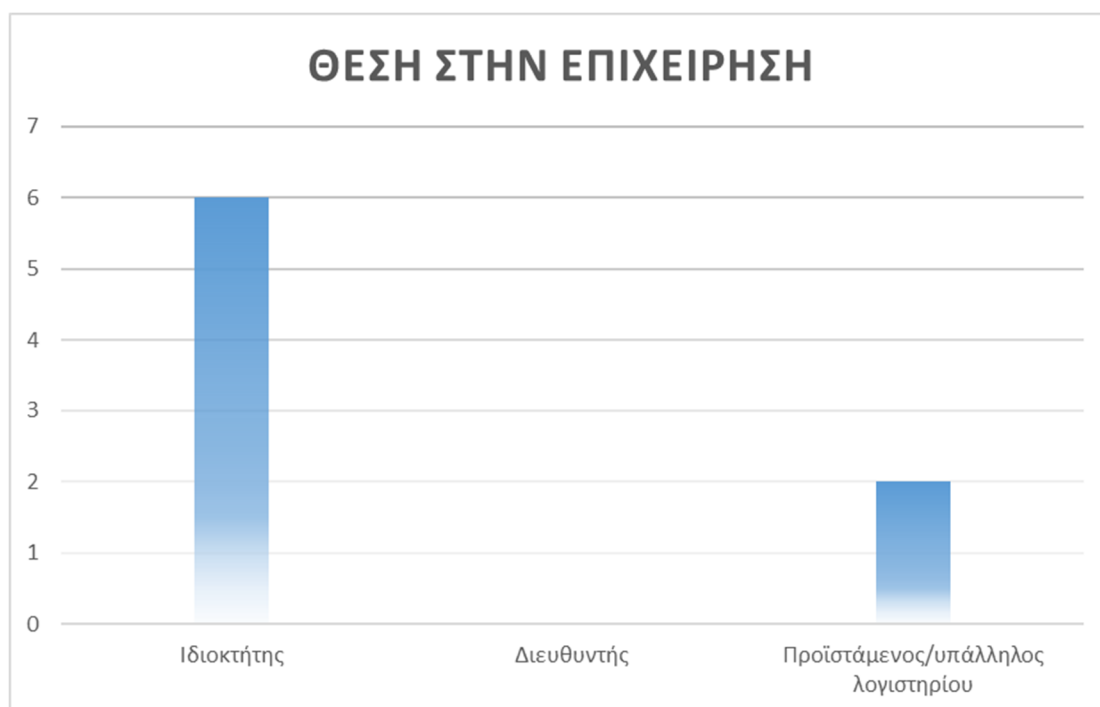
Ηλικία



Γράφημα 2: Ηλικία συμμετεχόντων στην έρευνα

Η ηλικία των συμμετεχόντων κυμαίνεται από τα 36 έτη μέχρι 62, με μία μέση τιμή τα 46 περίπου έτη.

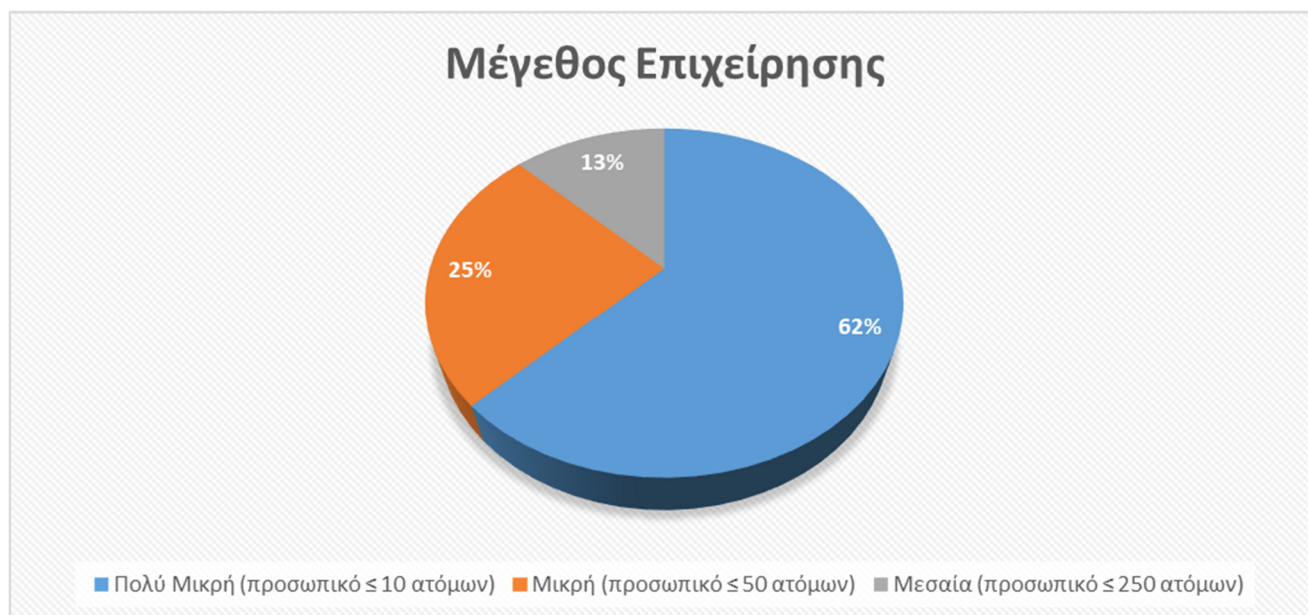
Θέση που κατέχουν στην επιχείρηση



Γράφημα 3: Θέση που κατέχουν στην επιχείρηση των συμμετεχόντων στην έρευνα

Από τους συμμετέχοντες οι 6 κατέχουν την θέση του Ιδιοκτήτη ενώ οι δύο αυτή του Προϊστάμενου / υπάλληλου λογιστηρίου.

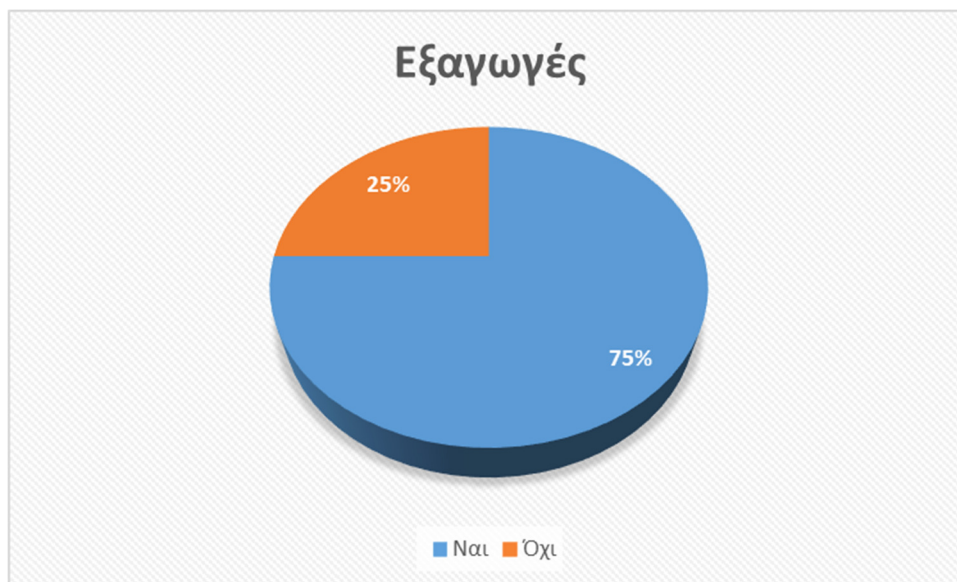
Μέγεθος Επιχείρησης



Γράφημα 4: Μέγεθος των συμμετεχόντων επιχείρησης

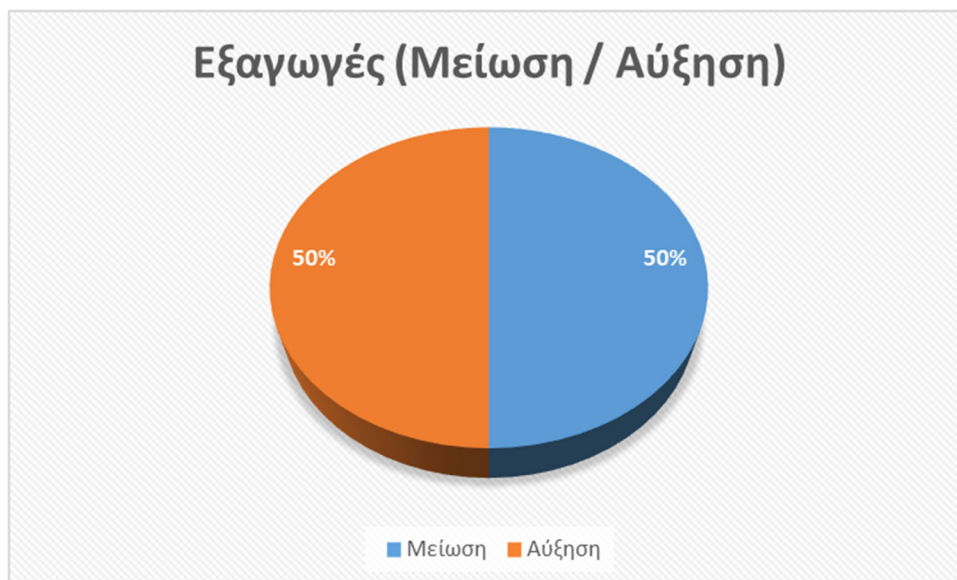
Το 62% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι πολύ μικρές (αριθμός εργαζομένων ≤ 10), το 25% μικρές (αριθμός εργαζομένων ≤ 50) και μόλις το 13% Μεσαίες (αριθμός εργαζομένων ≤ 250)

Εξαγωγές



Γράφημα 5: Εξαγωγική δραστηριότητα

Το 75% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσε ότι εξάγει τα προϊόντα της, ενώ το 25% όχι.

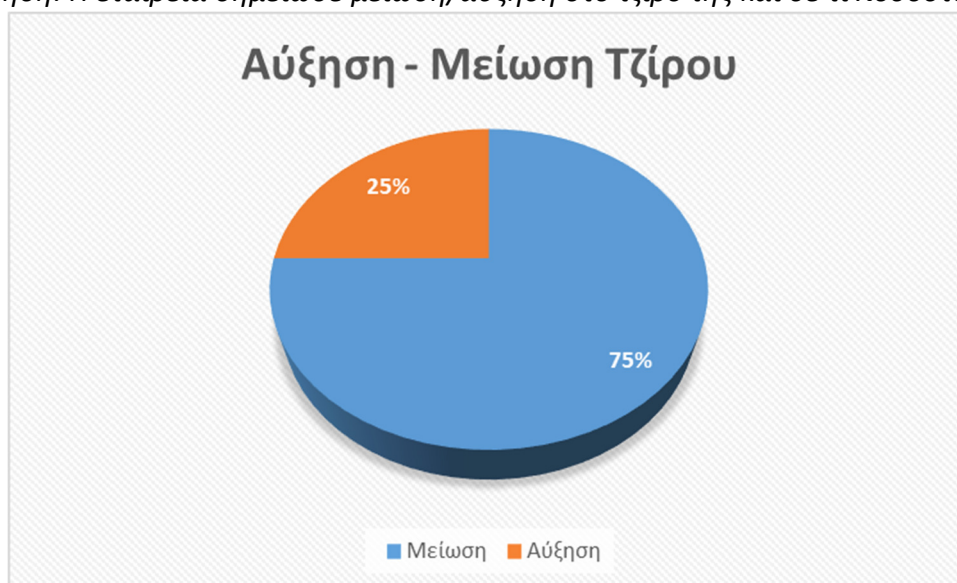


Γράφημα 6: Μείωση / Αύξηση εξαγωγών

Από το 75% των επιχειρήσεων που εξάγουν τα προϊόντα τους οι μισές είχαν αύξηση στις εξαγωγές και οι άλλες μισές μείωση.

4.3.2 Σύγκριση 2019 με 2020

Ερώτηση: Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

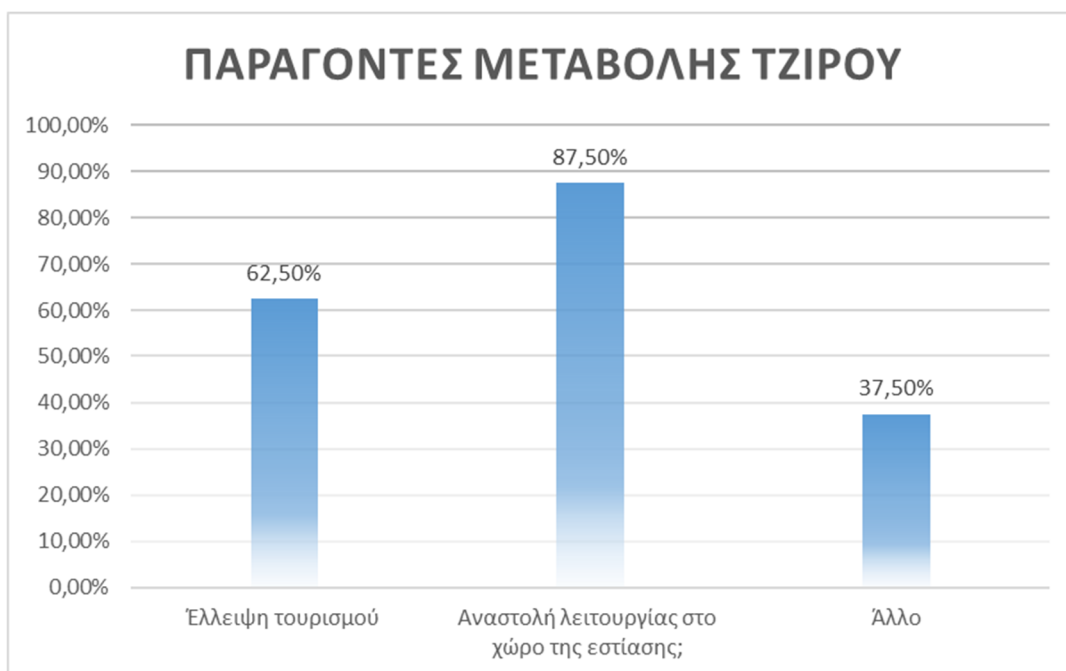


Γράφημα 7: Αύξηση - Μείωση τζίρου

Το 75% των επιχειρήσεων της έρευνας δήλωσαν μείωση του τζίρου ενώ μόνο το 25% αύξηση.

Ερώτηση: Ποιους θεωρείτε παράγοντες μεταβολής:

- έλλειψη τουρισμού
- αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης;
- Άλλο



Γράφημα 8: Παράγοντες μεταβολής τζίρου

Όσον αφορά τους παράγοντες που θεωρούν οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις ως πιο σημαντικούς στην μεταβολή του τζίρους τους, το 87,50% δήλωσε την αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης, το 62,50% την έλλειψη τουρισμού ενώ το 37,50% δήλωσε ή/και άλλους παράγοντες.

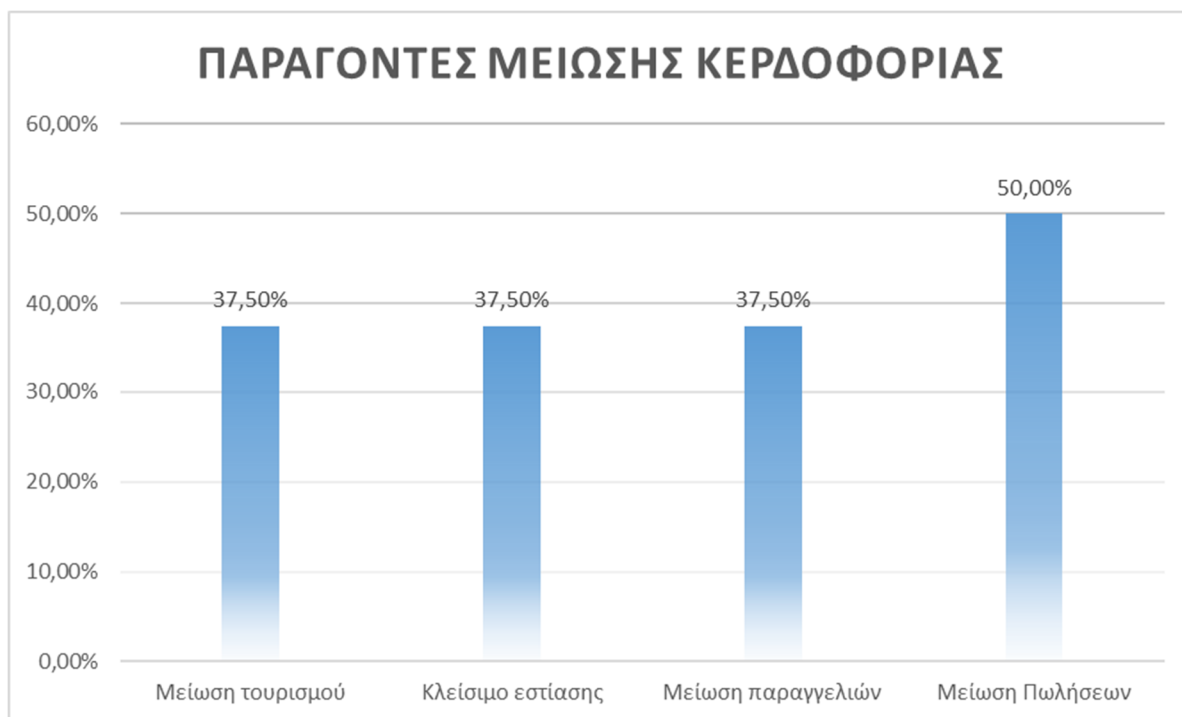
Ερώτηση: Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία;



Γράφημα 9: Αύξηση - Μείωση κερδοφορίας

Το 62% των εταιριών που συμμετείχαν παρουσίασε μείωση στην κερδοφορία ενώ το 38% αύξηση.

Ερώτηση: Ποιοι παράγοντες έπαιξαν ρόλο σε αυτό;



Γράφημα 10: Παράγοντες μείωσης κερδοφορίας

Σχετικά με τους παράγοντες μείωσης της κερδοφορίας ως πιο σημαντικός θεωρείται η μείωση των πωλήσεων (ποσοστό 50%) και ακολουθούν η μείωση του τουρισμού, το κλείσιμο της εστίασης και η μείωση παραγγελιών σε ποσοστό 37,50%.

Ερώτηση: Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση στις παραλαβές / αποστολές;



Γράφημα 11: Καθυστέρηση στις παραλαβές - αποστολές

Καθυστέρηση στις παραλαβές / αποστολές αντιμετώπισε το 37% ενώ το 63% όχι.

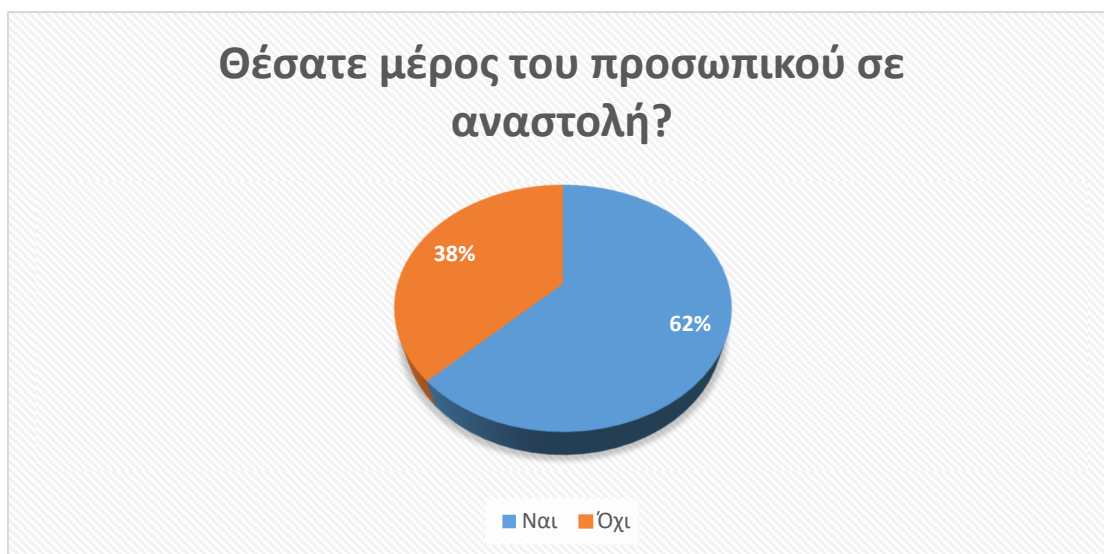
Ερώτηση: Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;



Γράφημα 12: Καθυστέρηση - Κωλύματα στην παραγωγή

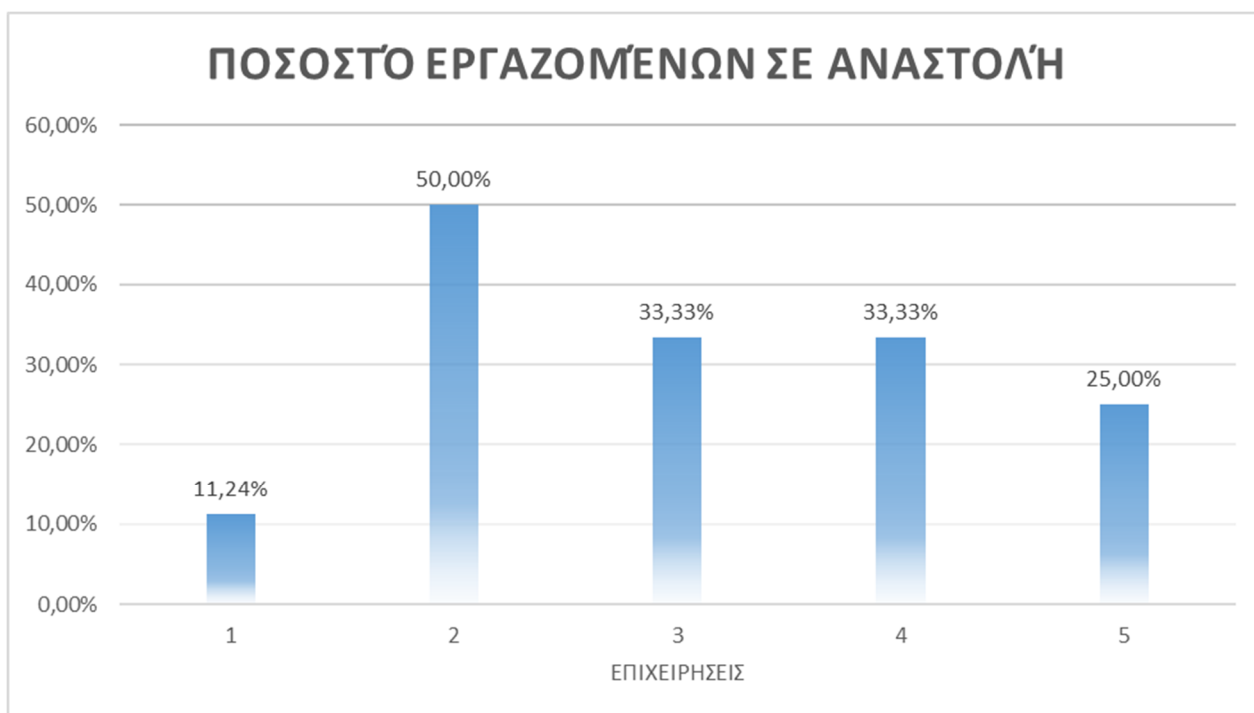
Μόνο το 12% αντιμετώπισε καθυστέρηση ή/και κωλύματα στην παραγωγή. Το υπόλοιπο 88% δεν αντιμετώπισε τέτοια προβλήματα.

Ερώτηση: Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;



Γράφημα 13: Αναστολή εργαζομένων?

Σε αναστολή λειτουργίας έθεσε τους εργαζομένους του το 62% ενώ το 38% τους διατήρησε.



Γράφημα 14: Ποσοστό εργαζομένων σε αναστολή για κάθε επιχείρηση

Το ποσοστό των εργαζομένων που τέθηκαν σε αναστολή κυμαίνεται από 50% (το υψηλότερο) σε 11,24% (το χαμηλότερο).

4.3.3 Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

Ερώτηση: Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

Στην ερώτηση αυτή οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν πολύ διαφορετικές. Για τον λόγο αυτό τις παραθέτουμε αυτολεξεί:

Επιχείρηση 1 (ερωτηματολόγιο 1):

Η εταιρία αφού έχασε ένα μερίδιο του τζίρου από την μείωση του τουρισμού και το κλείσιμο της εστίασης έδωσε βάση στον κλάδο των ΣΙΜ όπου σημειώθηκε άνοδος, προσφέροντας μεγαλύτερες εκπτώσεις, εκμεταλλευόμενη το μειωμένο κόστος παραγωγής κατάφερε να συγκρατήσει τον τζίρο και την κερδοφορία της.

Επιχείρηση 2 (ερωτηματολόγιο 2):

Συχνότερη καθαριότητα, χρήση αντισηπτικού, καθημερινές απολυμάνσεις στους χώρους εργασίας, χρήση μάσκας

Επιχείρηση 3 (ερωτηματολόγιο 3):

Προσαρμοστήκαμε στις δυνατότητες της Επιχείρησής μας, ακολουθήσαμε και κάναμε χρήση των μέτρων διευκόλυνσης που πήρε η κυβέρνηση.

Επιχείρηση 5 (ερωτηματολόγιο 5):

Αυστηρές συνθήκες υγιεινής

Επιχείρηση 6 (ερωτηματολόγιο 6):

Αναστολές και μείωση ωραρίου

Επιχείρηση 8 (ερωτηματολόγιο 8):

Επιστρεπτά προκαταβολή

Ερώτηση: Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;



Γράφημα 15: Πανδημία ή η οικονομική κρίση ήταν το σοβαρότερο πλήγμα?

Το 75% δήλωσε ότι σοβαρότερο πλήγμα ήταν/είναι η Πανδημία, ενώ το 25% η οικονομική κρίση

Ερώτηση: Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας; Αν ΝΑΙ, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών;



Γράφημα 16: Ενσωμάτωση υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου

Όσον αφορά την ενσωμάτωση υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου, μόνο το 25% δήλωσε ότι κινήθηκε σε αυτήν την κατεύθυνση, ενώ το 75% όχι.

5 Βιβλιογραφία

Βασικά στοιχεία παραγωγής. Ανακτήθηκε από:
<https://winesofgreece.org/el/articles/%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE%CF%82/>

ΓΙΑΛΟΦΟΣ Λ., (2019). ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ: Α Ξ Ι Ο Λ Ο Γ Η Σ Η Τ Ω Ν Χ Ρ Η Μ Α Τ Ο Ο Ι Κ Ο Ν Ο Μ Ι Κ Ω Ν Ε Π Ι Δ Ο Σ Ε Ω Ν Κ Α Ι Μ Ε Λ Ε Τ Η Τ Ο Τ Κ Λ Α Δ Ο Υ Τ Η Σ Ε Λ Λ Η Ν Ι Κ Η Σ Ο Ι Ν Ο Π Ο Ι Ι Α Σ

Εκτάσεις και Παραγωγή. Ανακτήθηκε από: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPG06/>

Ελληνικά κρασιά: Πώς κινήθηκαν οι εξαγωγές το 2020 - Μειώθηκαν οι εξαγωγές των ελληνικών κρασιών στις ευρωπαϊκές αγορές αλλά και στις τρίτες χώρες. Ανακτήθηκε από: <http://www.e-a.gr/axaia/articles/article.jsp?context=103&categoryid=4198&articleid=14779>

Η άνθηση της ελληνικής ποτοποιίας. Ανακτήθηκε από: <https://www.newmoney.gr/roh/palamos-oikonomias/business-stories/i-anthisi-tis-ellinikis-potopias/>

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), (2020): Ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα

Καραντώνης Χ., (2015). Πτυχιακή Εργασία: ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΟΥΙΣΚΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων – ΚΕΟΣΟΕ – Παραγωγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.keosoe.gr/statistikaelladas/paragogi.html>

Κρασί: Καθιερώθηκε στα ελληνικά σπίτια αλλά έχασε το 20% του τζίρου στην πανδημία: Ανακτήθηκε από: <https://m.naftemporiki.gr/story/1692282/krasi-kathierothike-sta-ellinika-spitia-alla-exase-to-20-tou-tzirou-stin-pandimia>

Μητρώο Εγκεκριμένων Επιχειρήσεων ΠΟΠ, ΠΓΕ και Ποικιλιακών Οίνων. Ανακτήθηκε από: <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/ampeli/oin/4112-mhtroo-pop-pge>

Πανδημία COVID-19 στην Ελλάδα. Ανακτήθηκε από: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CE%BD%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%AF%CE%B1_COVID-19_%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1

ΡΟΥΜΑΝΗΣ Γ., (2018). ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ: Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΚΡΑΣΙ

Σεχρεμέλη Π., (2018). Διπλωματική Εργασία: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στατιστικά Αμπελοοινικού Τομέα. Ανακτήθηκε από: <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/ampeli/oin>

Στατιστική ταξινόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα, αναθ. 2 (NACE Rev. 2, NACE αναθ. 2). Ανακτήθηκε από: https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=EL&IntPcKey=18496334&StrLayoutCode=HIERARCHIC

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΩΝ & ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ (ΣΕΑΟΠ): Αλκοολούχα Ποτά: Επιβεβαιώνονται οι προβλέψεις. Το ισχυρό πλήγμα στον κλάδο λόγω της πανδημίας αντικατοπτρίζεται και στα κρατικά έσοδα. Ανακτήθηκε από: <http://www.seaop.gr/press-office/press-releases/press-releases/alkoolougcha-pota-to-isxyro-plhgma-ston-klado-logw-ths-pandhmias-apodeiknyetai-kai-sta-kratika-esoda>

Ταξινόμηση οικονομικών δραστηριοτήτων. Ανακτήθηκε από: <https://www.statistics.gr/economic-activities>

Τσαλίκης Γ. (2020). Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία: Χρηματοοικονομική ανάλυση των οινοποιητικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική επικράτεια, ο ρόλος του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη τους και η επίδραση της πανδημίας του Covid-19

6 Παράρτημα

1^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας - Γυναίκα

Ηλικία:

Θέση: Ιδιοκτήτης – Διευθυντής - προϊστάμενος/υπάλληλος λογιστηρίου

Μέγεθος επιχείρησης:

Απάντηση: Μεσαία

Αρ. Εργαζομένων:

Απάντηση: 89

Εξαγωγές:

Απάντηση: ΝΑΙ

Αν ΝΑΙ, σημείωσε **μείωση ή αύξηση των εξαγωγών;**

Απάντηση: Αύξηση κατά 2,3%

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

Απάντηση: Μείωση κατά 2,7%

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε :

- έλλειψη τουρισμού
- αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης;
- Άλλο

Απάντηση: Η μείωση οφείλεται στην εσωτερική αγορά, συγκεκριμένα στην μείωση του τουρισμού την καλοκαιρινή περίοδο και το κλείσιμο της εστίασης και της διασκέδασης

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία;

Απάντηση: Όχι – Παρουσίασε αύξηση

Ποιοι **παράγοντες** έπαιξαν ρόλο σε αυτό; (**π.χ:** μπορεί να αυξήθηκαν σημαντικά τα λειτουργικά τους έξοδα...)

Απάντηση: Μείωση κόστους παραγωγής και λειτουργικού κόστους

3. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές;

Απάντηση: Όχι

4. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού)

Απάντηση: Όχι δεν αντιμετωπίσαμε τέτοια προβλήματα στην παραγωγή τηρώντας βέβαια όλα τα προβλεπόμενα μέτρα

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;

Απάντηση: Ναι

Αν **ΝΑΙ**, πόσους εργαζόμενους;

Απάντηση: 10 (πωλήσεις εσωτερικού)

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

1. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

...επιγραμματικά ή πολύ συνοπτικά.....

Απάντηση: Η εταιρία αφού έχασε ένα μερίδιο του τζίρου από την μείωση του τουρισμού και το κλείσιμο της εστίασης έδωσε βάση στον κλάδο των ΣΙΜ όπου σημειώθηκε άνοδος, προσφέροντας μεγαλύτερες εκπτώσεις, εκμεταλλευόμενη το μειωμένο κόστος παραγωγής κατάφερε να συγκρατήσει τον τζίρο και την κερδοφορία της.

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

(...ποιες παράμετροι είχαν βαρύνουσα σημασία;)

Απάντηση: Σοβαρότερο πλήγμα για την επιχείρησή μου ήταν η πανδημία. Η εταιρία μας είναι κατά βάση εξαγωγική με το 75% του τζίρου της να πραγματοποιείται σε πάνω από 50 χώρες σε όλο τον κόσμο με κυριότερη αγορά την Γερμανία. Σε αντίθεση με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα την προηγούμενη δεκαετία που ήταν κατά βάση τοπικό φαινόμενο, η πανδημία επηρέασε το σύνολο των χωρών παγκοσμίως με αποτέλεσμα να μειωθεί κατακόρυφα η κατανάλωση επηρεάζοντας περισσότερο τις εξαγωγικές εταιρίες. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η Καβίνο να μην πετύχει τον στόχο για αύξηση των εξαγωγών τις κατά 10%, για το 2020 καταφέροντας ωστόσο να σημειώσει μια αύξηση της τάξης του 2,3%.

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας;

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών;

2^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας - Γυναίκα:

Απάντηση: Άνδρας

Ηλικία:

Απάντηση: 38

Θέση: Ιδιοκτήτης – Διευθυντής - προϊστάμενος/υπάλληλος λογιστηρίου:

Απάντηση: Ιδιοκτήτης

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή, μικρομεσαία....κλπ

Απάντηση: Μικρή

Αρ. Εργαζομένων:

Απάντηση: 20

Εξαγωγές: ΝΑΙ, ΟΧΙ:

Απάντηση: ΝΑΙ

Αν ΝΑΙ, σημείωσε μείωση ή αύξηση των εξαγωγών;

Απάντηση: Μείωση

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

Απάντηση: Μείωση κατά 10%

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε:

- έλλειψη τουρισμού
- αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης;
- άλλο

Απάντηση: Αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία;

Απάντηση: Μείωση

Ποιοι παράγοντες έπαιξαν ρόλο σε αυτό; (π.χ: μπορεί να αυξήθηκαν σημαντικά τα λειτουργικά τους έξοδα...)

Απάντηση: Μείωση παραγγελιών

3. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές;

Απάντηση: Ναι

4. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού)

Απάντηση: Όχι

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;

Απάντηση: Ναι

Αν **ΝΑΙ**, πόσους εργαζόμενους;

Απάντηση: 10

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

1. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

....επιγραμματικά ή πολύ συνοπτικά.....

Απάντηση: ΣΥΧΝΟΤΕΡΗ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ, ΧΡΗΣΗ ΑΝΤΙΣΥΠΤΙΚΟΥ, ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΑΠΟΛΥΜΑΝΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΧΡΗΣΗ ΜΑΣΚΑΣ

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

Απάντηση: ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ

(...ποιες παράμετροι είχαν βαρύνουσα σημασία;)

Απάντηση: ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας;

Απάντηση: ΟΧΙ

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών;

3^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας

Ηλικία: 36

Θέση: προϊστάμενος/υπάλληλος λογιστηρίου

Μέγεθος επιχείρησης: μικρομεσαία

Αρ. Εργαζομένων: 15

Εξαγωγές: ΝΑΙ

Αν ΝΑΙ, σημείωσε μείωση ή αύξηση των εξαγωγών; Μείωση κατά 48%

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

Μείωση 45%

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε :

- έλλειψη τουρισμού
- αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης;
- Μεταβολή αγοραστικής νοοτροπίας των καταναλωτών

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία;

Οι οικονομικές συνθήκες την περίοδο αυτή είχαν σαν αποτέλεσμα σημαντικές ζημιές για την Εταιρεία. Παράγοντες που έπαιξαν ρόλο είναι τα σταθερά λειτουργικά έξοδα, και η μείωση του τζίρου.

3. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές; ΟΧΙ

4. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί; ΟΧΙ

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού)

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;

ΝΑΙ. Όλους εκ περιτροπής

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

1. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

Προσαρμοστήκαμε στις δυνατότητες της Επιχείρησής μας, ακολουθήσαμε και κάναμε χρήση των μέτρων διευκόλυνσης που πήρε η κυβέρνηση.

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

Την πανδημία, επειδή ήταν παγκόσμια ενώ η οικονομική κρίση αφορούσε κυρίως το εσωτερικό της χώρας αφήνοντας ανοικτές τις δυνατότητες εξωστρέφειας.

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας;

ΜΕΡΙΚΩΣ.

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών;

4^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας

Ηλικία: 36

Θέση: Ιδιοκτήτης

Μέγεθος επιχείρησης: Μικρή

Αρ. Εργαζομένων: 6

Εξαγωγές: ΝΑΙ

Αν ΝΑΙ, σημείωσε μείωση ή αύξηση των εξαγωγών; Αύξηση

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

Μείωση

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε :

- έλλειψη τουρισμού
- αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης;
- Μεταβολή αγοραστικής νοοτροπίας των καταναλωτών

Απάντηση: Και τους τρεις

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία;

Οι οικονομικές συνθήκες την περίοδο αυτή είχαν σαν αποτέλεσμα σημαντικές ζημιές για την Εταιρεία. Παράγοντες που έπαιξαν ρόλο είναι τα σταθερά λειτουργικά έξοδα, και η μείωση του τζίρου.

Απάντηση: Ναι

3. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές; Ναι

**4. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;
ΟΧΙ**

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού)

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;

ΝΑΙ. 2

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

2. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

Πανδημία

Η Εγγύρια οικονομική κρίση

Βοήθησε να στραφούμε στις εξαγωγές

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας;

Όχι.

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών;

5^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας

Ηλικία: 60

Θέση: Ιδιοκτήτης

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή

Αρ. Εργαζομένων: 8.

Εξαγωγές: ΝΑΙ

Αν ΝΑΙ, σημείωσε μείωση ή αύξηση των εξαγωγών;

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019. ΝΑΙ

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

ΑΥΞΗΣΗ 3.4%.

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε :

- έλλειψη τουρισμού
- αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης;
- άλλο

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία; ΟΧΙ

Ποιοι παράγοντες έπαιξαν ρόλο σε αυτό; (π.χ: μπορεί να αυξήθηκαν σημαντικά τα λειτουργικά τους έξοδα...)

3. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές; ΝΑΙ

4. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού) ΟΧΙ

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής; ΟΧΙ

Αν ΝΑΙ, πόσους εργαζόμενους;

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

- 1. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες; Αυστηρές συνθήκες υγιεινής**

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

Την πρότερη οικονομική κρίση, η οποία βρήκε το οινοποιείο μας στα πρώτα βήματά του.

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας; ΟΧΙ

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών;

6^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας - Γυναίκα

Ηλικία: ...62

Θέση: Ιδιοκτήτης

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή

Αρ. Εργαζομένων: ...4

Εξαγωγές: ΝΑΙ,

Αν ΝΑΙ, σημείωσε μείωση ή αύξηση των εξαγωγών; μείωση

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/αύξηση στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε :

- έλλειψη τουρισμού *X*
- αναστολή λειτουργίας στο χώρο της εστίασης; *X*
- άλλο

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία; ΝΑΙ

Ποιοι παράγοντες έπαιξαν ρόλο σε αυτό; (π.χ: μπορεί να αυξήθηκαν σημαντικά τα λειτουργικά τους έξοδα) Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

3. Αντιμετώπισατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές; ΟΧΙ

4. Αντιμετώπισατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού) ΕΙΧΑΜΕ ΑΡΚΕΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΥΛΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;

Αν ΝΑΙ, πόσους εργαζόμενους; ΕΝΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

1. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

....ΑΝΑΣΤΟΛΕΣ ΚΑΙ ΜΕΙΩΣΗ ΩΡΑΡΙΟΥ

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΕΙΧΑΜΕ ΚΑΛΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας;

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών; **ΛΙΓΟ**

7^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας

Ηλικία: ...55.....

Θέση: Ιδιοκτήτης

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή,

Αρ. Εργαζομένων: ...2.....

Εξαγωγές:, ΟΧΙ

Αν **ΝΑΙ**, σημείωσε **μείωση ή αύξηση** των εξαγωγών;

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/ στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε :

- αναστολή λειτουργίας στο *χώρο της εστίασης*;

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία;

Ποιοι **παράγοντες** έπαιξαν ρόλο σε αυτό; (**π.χ:** μπορεί να αυξήθηκαν σημαντικά τα λειτουργικά τους έξοδα...) **Ναι**. Η πανδημία

3. Αντιμετώπισατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές; Όχι

4. Αντιμετώπισατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;

Όχι δεν υπήρχαν παραγγελίες .

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού)

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;

Αν **ΝΑΙ**, πόσους εργαζόμενους;

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

1. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

...επιγραμματικά ή πολύ συνοπτικά.....

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

(...ποιες παράμετροι είχαν βαρύνουσα σημασία;)

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας;

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών; Όχι

8^ο Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας

Ηλικία: 60

Θέση: Ιδιοκτήτης

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή,

Αρ. Εργαζομένων: 0

Εξαγωγές:, ΟΧΙ

Αν **ΝΑΙ**, σημείωσε **μείωση ή αύξηση των εξαγωγών;**

Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Η εταιρεία σημείωσε μείωση/ στο τζίρο της και σε τι ποσοστό;

Αύξηση 10%

Παράγοντες μεταβολής θεωρείτε :

- Αύξηση κατανάλωσης στα Super Market

2. Σημειώθηκε μείωση στην κερδοφορία; ΟΧΙ

Ποιοι **παράγοντες** έπαιξαν ρόλο σε αυτό; (**π.χ:** μπορεί να αυξήθηκαν σημαντικά τα λειτουργικά τους έξοδα...) Μείωση λειτουργικού κόστους

3. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση στις παραλαβές /αποστολές; Όχι

4. Αντιμετωπίσατε καθυστέρηση ή άλλα κωλύματα στην παραγωγή και γιατί;

Όχι.

(π.χ.: κάποιες εταιρίες αναγκάστηκαν να δουλεύουν με βάρδιες ώστε να μην υπάρχει συγχρωτισμός και να περιοριστούν οι πιθανότητες μετάδοσης στο σύνολο του προσωπικού)

5. Αναγκαστήκατε να θέσετε μέρος του προσωπικού σε καθεστώς αναστολής;

Όχι

Αν **ΝΑΙ**, πόσους εργαζόμενους;

Αντιμετώπιση και αξιολόγηση κρίσης

1. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

...επιγραμματικά ή πολύ συνοπτικά.....

Επιστρεπτέα Προκαταβολή

2. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

(...ποιες παράμετροι είχαν βαρύνουσα σημασία;)

Την Πανδημία

3. Ενσωματώσατε υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου στην επιχείρησή σας;

Αν **ΝΑΙ**, άλλαξε τον τρόπο προσέγγισης των πελατών; Όχι