



# Βαρομετρο Συναλλακτικης Συμπεριφορας Της Atradius

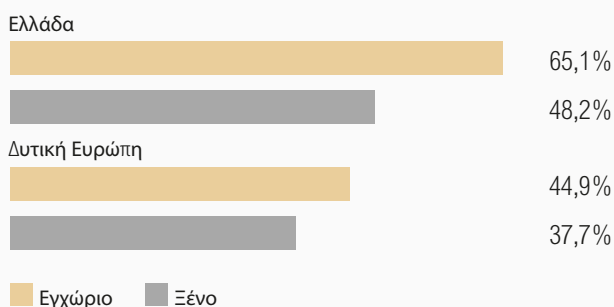
Διεθνής έρευνα της B2B Συναλλακτικής  
Συμπεριφοράς (Επιχείρηση προς επιχείρηση)  
Τα αποτελέσματα της έρευνας για την Ελλάδα

## Τα αποτελέσματα της έρευνας για την Ελλάδα

### Οι πωλήσεις επί πιστώσει

Οι ερωτηθέντες στην Ελλάδα ανέφεραν ότι, κατά μέσο όρο, 65,1% της συνολικής αξίας των εγχωρίων πωλήσεων B2B έγινε με πίστωση. Αυτό είναι πολύ πάνω από το μέσο όρο για τη Δυτική Ευρώπη (44,9%). Είναι ενδιαφέρον ότι, σύμφωνα με τη διαπίστωση αυτή, η Ελλάδα είναι η δεύτερη πιο επιρρεπής χώρα στη Δυτική Ευρώπη, να χρησιμοποιήσει την εμπορική πίστωση σε εγχώριες συναλλαγές B2B μετά τη Δανία (70,5%). Οι δύο χώρες έχουν εντελώς διαφορετικά οικονομικά τοπία. Ενώ η Ελλάδα χρησιμοποιούσε την εμπορική πίστωση πιο συχνά ως χρηματοδοτικό εργαλείο, η υψηλά ανταγωνιστική αγορά της Δανίας χρησιμοποιούσε την εμπορική πίστωση κυρίως ως εργαλείο μάρκετινγκ. Το 2014, το ποσοστό των εγχωρίων βασισμένων σε πίστωση πωλήσεων B2B στην Ελλάδα μειώθηκε σημαντικά, ως αποτέλεσμα μιας ξαφνικής στασιμότητας στην οικονομική δραστηριότητα. Φέτος, είδαμε μια αύξηση της οικονομικής δραστηριότητας, περισσότερο από τρεις φορές ανώτερη από τη μέση αύξηση που καταγράφηκε στη Δυτική Ευρώπη.

#### Ποσοστό πωλήσεων που έγιναν με πίστωση σε σύνολο πωλήσεων στους ερωτηθέντες στην Ελλάδα



Δείγμα: εταιρείες που ερωτήθηκαν (οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εγχώρια και εξαγωγική αγορά)  
 Πηγή: Βαρόμετρο Πληρωμών Atradius – Άνοιξη 2015

Περισσότερες πληροφορίες στο [Στατιστικό Παράρτημα](http://www.atradius.com/Publications/Payment Practices Barometer) στη διεύθυνση [www.atradius.com/Publications/Payment Practices Barometer](http://www.atradius.com/Publications/Payment Practices Barometer)

Αυτή η βελτίωση έχει επηρεάσει τις εγχώριες πωλήσεις επί πιστώσει, επαναφέροντάς τις στα επίπεδα του 2013. Το άνοιγμα στο εμπόριο της πίστωσης που εμφανίζεται από Έλληνες ερωτηθέντες στην εγχώρια αγορά είναι σχετικά υψηλό σε σύγκριση με αυτό που φαίνεται στις συναλλαγές με τους πελάτες B2B στο εξωτερικό. Περίπου το 48,8% της συνολικής αξίας των πωλήσεων B2B στο εξωτερικό έγινε με πίστωση σε σύγκριση με το 65,1% της αξίας των εγχωρίων πωλήσεων. Αυτό το ποσοστό των πωλήσεων B2B του εξωτερικού, το οποίο είναι πολύ ανώτερο από το μέσο όρο της έρευνας (37,7%), είναι το δεύτερο μεγαλύτερο από τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα στη Δυτική Ευρώπη. Και πάλι μετά από αυτό που παρατηρήθηκε στη Δανία (63%). Η μέση αύξηση στην Ελλάδα το 2014, είναι σχεδόν διπλάσια του μέσου όρου αύξησης 3% που καταγράφηκε στη Δυτική Ευρώπη.

### Μέση περίοδος πληρωμής

Οι περίοδοι πληρωμής που δίνεται από Έλληνες ερωτηθέντες σε εγχώριους πελάτες B2B, η οποία ανέρχεται κατά μέσο όρο σε 70 ημέρες από την ημερομηνία έκδοσης του τιμολογίου, φαίνεται να είναι η μεγαλύτερη σε έκταση στη Δυτική Ευρώπη. Αυτή η μέση τιμή είναι διπλάσια σε μήκος από το μέσο όρο της έρευνας (34 ημέρες). Κατά τα τελευταία δύο χρόνια, η εγχώρια περίοδος πληρωμής στην Ελλάδα αυξήθηκε κατά ένα μέσο όρο 10 ημερών. Το εύρημα αυτό υπογραμμίζει το δύσκολο επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα, στο οποίο η οικονομική πτυχή της χορήγησης της εμπορικής πίστωσης φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο. Οι περίοδοι πληρωμής που χορηγούνται στους πελάτες B2B του εξωτερικού, οι οποίες ανέρχονται κατά μέσο όρο σε 37 ημέρες, είναι σημαντικά μικρότερες από εκείνες που χορηγούνται στην εγχώρια αγορά. Αυτό είναι σχετικά κοντά στο μέσο όρο για τη Δυτική Ευρώπη (32 ημέρες). Κατά τα τελευταία δύο χρόνια, δεν υπήρχε σχεδόν καμία μεταβολή της μέσης περιόδου πληρωμής που δίνεται σε B2B πελάτες του εξωτερικού. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι μεγαλύτερες εγχώριες περίοδοι πληρωμής χορηγούνται επίσης από τους ερωτηθέντες στην Ιταλία και την Ισπανία.

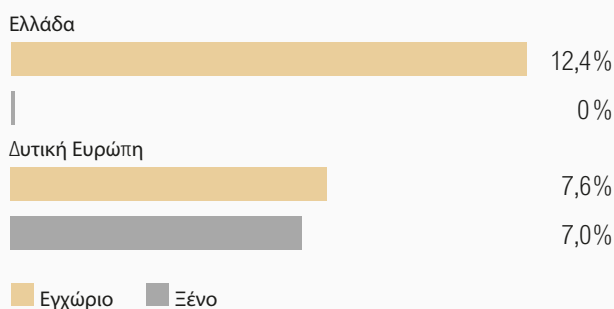
### Εκπρόθεσμα τιμολόγια B2B

Παρά τη σημαντική ποσότητα του χρόνου που δίδεται για τη διευθέτηση εμπορικών χρεών, ένα σημαντικό ποσοστό της συνολικής αξίας των εγχωρίων τιμολογίων B2B στην Ελλάδα (45%)



ήταν εκπρόθεσμα. Η Ελλάδα κατέγραψε το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό ληξιπρόθεσμων εγχώριων τιμολογίων στη Δυτική Ευρώπη, μετά από εκείνο της Ιταλίας (50,2%), ποσοστό επίσης πάνω από το μέσο όρο της έρευνας (40,2%). Κατά τα τελευταία δύο χρόνια, το επίπεδο των ληξιπρόθεσμων εγχώριων πληρωμών στην Ελλάδα αυξήθηκε σημαντικά (κατά περίπου 13 ποσοστιαίες μονάδες). Αυτή η αύξηση είναι συνεπής με την ανοδική τάση στο ποσοστό των καθυστερημένων εγχώριων πληρωμών που παρατηρούνται στη Δυτική Ευρώπη.

### Μέσο ποσοστό B2B τιμολογίων καθυστερούμενων πλέον των 90 ημερών μετά την ημερομηνία λήξης



Δείγμα: εταιρείες που ερωτήθηκαν  
(οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εγχώρια και εξαγωγική αγορά)  
Πηγή: Βαρόμετρο Πληρωμών Atradius – Άνοιξη 2015

Περισσότερες πληροφορίες στο [Στατιστικό Παράρτημα](#) στη διεύθυνση [www.atradius.com/Publications/Payment Practices Barometer](http://www.atradius.com/Publications/Payment Practices Barometer)

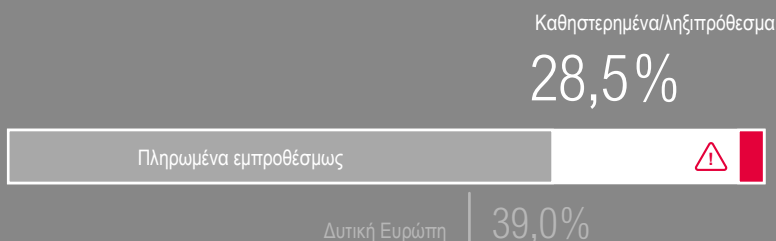
Οι B2B πελάτες του εξωτερικού των Ελλήνων ερωτηθέντων, πληρώνουν ληξιπρόθεσμα τιμολόγια πολύ γρηγορότερα από τους εγχώριους πελάτες. Κατά μέσο όρο, μόνο το 12% της συνολικής αξίας των ξένων τιμολογίων πήγε σε οριστική καθυστέρηση. Αυτό είναι το χαμηλότερο ποσοστό των ξένων ληξιπρόθεσμων τιμολογίων σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα, και σημαντικά κατώτερο από το μέσο όρο για τη Δυτική Ευρώπη (35,4%). Τα επίπεδα των καθυστερημένων πληρωμών αντανακλάται στις 72 ημέρες κατά μέσο όρο στην εικόνα Ημέρες

Εκκρεμών Πωλήσεων που δημοσιεύτηκε από Έλληνες ερωτηθέντες. Αυτό είναι το ίδιο με αυτό που παρατηρήθηκε στην Ιταλία, και 24 ημέρες περισσότερο από το μέσο όρο για τη Δυτική Ευρώπη (48 ημέρες). Αυτή η διαφορά μπορεί να εξηγηθεί από το μεγάλο αντίκτυπο των τιμολογίων σε καθυστέρηση (άνευ πληρωμής μετά από 90 μέρες μετά την ημερομηνία που κατέστησαν ληξιπρόθεσμα), ιδίως στην εγχώρια αγορά. Αυτά ανέρχονται στο 12,4% της συνολικής αξίας των εγχώριων απαιτήσεων B2B, σε σύγκριση με το μέσο όρο της τάξης του 7% για τη Δυτική Ευρώπη.

### Μέση καθυστέρηση πληρωμών

Οι εγχώριοι B2B πελάτες των Ελλήνων ερωτηθέντων κάνουν τις καθυστερημένες πληρωμές τους, κατά μέσο όρο, ένα μήνα μετά την ημερομηνία λήξης της προθεσμίας πληρωμής. Αυτό σημαίνει ότι οι εγχώριοι B2B προμηθευτές στην Ελλάδα λαμβάνουν την πληρωμή των τιμολογίων 100 ημέρες μετά την ημερομηνία έκδοσης του τιμολογίου. Αυτός είναι ο μεγαλύτερος μέσος όρος διάρκειας πληρωμής σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα, και είναι σχεδόν διπλάσιο από το μέσο όρο για τη Δυτική Ευρώπη (περίπου 55 ημέρες). Κατά τα τελευταία δύο χρόνια, όμως, αυτή η χρονική περίοδος μειώθηκε σημαντικά (σχεδόν κατά τρεις εβδομάδες). Τα ληξιπρόθεσμα τιμολόγια του εξωτερικού, σε αντίθεση, καταβάλλονται εντός περίπου πέντε ημερών από την ημερομηνία λήξης της προθεσμίας πληρωμής. Κατά τη διάρκεια των δύο τελευταίων ετών, αυτό το χρονοδιάγραμμα μειώθηκε περίπου 20 ημέρες, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι προμηθευτές στην Ελλάδα οφελούνται από την άμεση συμπεριφορά πληρωμής των ξένων ομολόγων τους. Ωστόσο, με χρόνο αναμονής 100 ημερών για να λάβουν την πληρωμή των εγχώριων τιμολογίων, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι Έλληνες ερωτηθέντες ανησυχούν ιδιαίτερα για την οικονομική ισορροπία των επιχειρήσεων τους. Όταν τους ζητήθηκε να υποδηλώσουν τη μεγαλύτερη πρόκληση για την κερδοφορία των επιχειρήσεων το 2015 δύο στους πέντε Έλληνες ερωτηθέντες ανέφεραν τη διατήρηση επαρκών ταμειακών ροών και την είσπραξη των ανεξόφλητων τιμολογίων. Σε αμφότερες τις περιπτώσεις, το ποσοστό των ερωτηθέντων είναι πάνω από αυτό στη Δυτική Ευρώπη συνολικά (18% υποδήλωσαν τις ταμειακές ροές και 11% την είσπραξη των εκκρεμών τιμολογίων).

Πωλήσεις επί πιστώσει  
**56,7%**  
Δυτική Ευρώπη  
41,3%



Μη εισπράξιμα  
**3,3%**  
Δυτική Ευρώπη  
1,2%

## Βασικοί παράγοντες καθυστέρησης πληρωμής

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες στην Ελλάδα (σχεδόν 84,3%) ανέφεραν ότι η εγχώρια καθυστέρηση πληρωμής των τιμολογίων B2B οφείλεται κυρίως στην ανεπαρκή διαθεσιμότητα κεφαλαίων. Στο 73%, αυτό είναι το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν αυτό το λόγο σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα και είναι σημαντικά υψηλότερο από εκείνο της Δυτικής Ευρώπης (51,4%). Επιλέγοντας την ανεπαρκή διαθεσιμότητα κεφαλαίων ως βασικό παράγοντα της καθυστέρησης πληρωμής δεν αποτελεί έκπληξη σε μια χώρα σε βαθιά οικονομική δυσκολία. Το 2014, το ποσοστό των Ελλήνων ερωτηθέντων που ανέφεραν αυτό το λόγο μειώθηκε σημαντικά, αυξανόμενο σημαντικά και πάλι φέτος. Η διαπίστωση αυτή αντανακλά την αύξηση του κινδύνου αφερεγγυότητας της χώρας. Επίσης, οι καθυστερήσεις πληρωμής από τους αλλοδαπούς πελάτες B2B αποδίδονταν πιο συχνά στην έλλειψη ρευστότητας (λίγο πάνω από το 57% των ερωτηθέντων). Για άλλη μια φορά, αυτό είναι το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων που ανέφεραν αυτό το λόγο σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα και είναι 20 ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερο από εκείνο της Δυτικής Ευρώπης. Μετά από μια έντονη μείωση στην αρχή του 2014, το ποσοστό αυτό αυξήθηκε σημαντικά και πάλι επιστρέφοντας στα επίπεδα του 2013.

Κορυφαία πρόκληση για την επιχειρηματική κερδοφορία το 2015:  
να διατηρήσουν επαρκή ρευστότητα



Δείγμα: εταιρείες που ερωτήθηκαν  
(οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εγχώρια και εξαγωγική αγορά)  
Πηγή: Βαρόμετρο Πληρωμών Atradius – Άνοιξη 2015

Περισσότερες πληροφορίες στο [Στατιστικό Παράρτημα](http://www.atradius.com/Publications/Payment_Practices_Barometer) στη διεύθυνση [www.atradius.com/Publications/Payment Practices Barometer](http://www.atradius.com/Publications/Payment_Practices_Barometer)

## Μη εισπράξιμοι λογαριασμοί

Ένας μέσος όρος 3,3% των απαιτήσεων B2B στην Ελλάδα αναφέρθηκαν ως μη εισπράξιμες. Αυτό είναι σχεδόν το τριπλάσιο του μέσου όρου για τη Δυτική Ευρώπη (1,2%). Οι μη εισπράξιμες εγχώριες B2B απαιτήσεις αναφέρθηκαν κυρίως από τους τομείς των υπηρεσιών και διαρκών καταναλωτικών αγαθών. Οι διαγραφές B2B του εξωτερικού αφορούσαν κυρίως στον τομέα των χημικών προϊόντων. Για το 71% των Ελλήνων ερωτηθέντων οι απαιτήσεις B2B οφείλονταν κυρίως στο ότι ο πελάτης είναι σε πτώχευση ή εκτός λειτουργίας. Αυτό σε σύγκριση με το 66,4% στη Δυτική Ευρώπη. Αξίζει να σημειωθεί ότι περισσότεροι ερωτηθέντες στην Ελλάδα (32,7%) σε σχέση με τη Δυτική Ευρώπη (24,1%) δήλωσαν ότι οι διαγραφές ήταν απόρροια του υψηλού κόστους της επιδίωξης εμπορικών χρεών. Το ποσοστό

των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι δεν μπορούσε να εισπραχθεί το χρέος (30%), δεδομένου ότι ήταν πολύ παλιό είναι σχεδόν διπλάσιο σε σχέση με τη Δυτική Ευρώπη (16,4%). Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις πρακτικές είσπραξης των απαιτήσεων B2B στην Ελλάδα, παρακαλούμε δείτε την Παγκόσμια Επιθεώρηση Εισπράξεων (Global Collections Review) της Atradius Collections (δωρεάν λήψη μετά την εγγραφή), η οποία θα είναι διαθέσιμη από 21 Απριλίου 2015 στην τοποθεσία [www.atradiuscollections.com](http://www.atradiuscollections.com).

## Πρακτικές πληρωμών ανά τομέα

Σε όλους σχεδόν τους τομείς με τους οποίους οι Έλληνες ερωτηθέντες ασκούν εμπόριο, στους εγχώριους B2B πελάτες χορηγούνται περίοδοι πληρωμής σύμφωνες με το μέσο όρο της χώρας. Εξαιρέσεις σε αυτό είναι οι τομείς του φαγητού και των διαρκών καταναλωτικών αγαθών, όπου οι περίοδοι πληρωμής είναι πολύ μικρότερες (κατά μέσο όρο περίπου 50 ημέρες). Τα υψηλότερα επίπεδα ληξιπρόθεσμων πληρωμών βρίσκονται στον εγχώριο κατασκευαστικό τομέα (σχεδόν 60%), που καταγράφει τις μεγαλύτερες καθυστερήσεις πληρωμών (κατά μέσο όρο 46 ημέρες). Δεν αποτελεί έκπληξη για μια χώρα της οποίας οι οικονομικές συνθήκες και το περιβάλλον αφερεγγυότητας παραμένουν δύσκολα, ένας μέσος όρος τεσσάρων στους πέντε ερωτηθέντες ανέφεραν ότι οι εγχώριοι B2B αγοραστές καθυστερούν την πληρωμή του τιμολογίου πιο συχνά λόγω των οικονομικών δυσκολιών. Η αντίληψη των ερωτηθέντων στην Ελλάδα είναι ότι η συμπεριφορά πληρωμής των εγχώριων B2B πελατών θα παραμείνει η ίδια κατά τη διάρκεια των επόμενων 12 μηνών. Για την πλειονότητα των ερωτηθέντων (περίπου 25%) μια ελαφρά επιδείνωση αναμένεται στη βιομηχανία τροφίμων. Όσον αφορά στις εμπορικές σχέσεις τους στο εξωτερικό, οι Έλληνες ερωτηθέντες χορηγούν ανώτερες από το μέσο όρο περιόδους πληρωμής (45 ημέρες) σε αγοραστές B2B στον τομέα των τροφίμων. Τα ποσοστά αθέτησης πληρωμών του εξωτερικού, και τα επίπεδα καθυστέρησης πληρωμών, στον τομέα των κατασκευών είναι πάνω από τον μέσο όρο. Ωστόσο, η καθυστέρηση πληρωμών του εξωτερικού εμφανίζεται πιο συχνά λόγω των ανεπαρειών του τραπεζικού συστήματος. Δεν αναμένεται καμία αλλαγή στη συμπεριφορά πληρωμής των πελατών του εξωτερικού των Έλλήνων ερωτηθέντων κατά τη διάρκεια των επόμενων 12 μηνών.

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με το σχεδιασμό της έρευνας του Βαρόμετρου Πρακτικών Πληρωμής της Atradius, παρακαλούμε δείτε [την αναφορά για την περιοχή](#).

Αν μετά την ανάγνωση αυτής της έκθεσης θα θέλατε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την προστασία των απαιτήσεων της επιχειρήσής σας έναντι αθέτησης πληρωμών από τους πελάτες σας, μπορείτε να επισκεφθείτε την [ιστοσελίδα της Atradius](#) ή αν έχετε πιο συγκεκριμένες ερωτήσεις, παρακαλούμε [αφήστε ένα μήνυμα](#) και ένα ειδικός για το προϊόν, θα σας καλέσει.

## Στατιστικό Παράρτημα

|  |   |
|--|---|
| Western Europe: proportion of total B2B sales made on credit                               | 3 |
| Average payment terms recorded in Western Europe (average days)                            | 4 |
| Western Europe: proportion of domestic and foreign past due B2B invoices                   | 5 |
| Western Europe: main reasons for payment delays by domestic B2B customers                  | 6 |
| Western Europe: main reasons for payment delays by foreign B2B customers                   | 7 |
| Average DSO recorded in Western Europe   | 8 |
| The greatest challenge to business profitability in 2015 for respondents in Western Europe | 9 |

Το [Στατιστικό παράρτημα](#) σε αυτή την έκθεση είναι μέρος του Βαρόμετρου Πρακτικών Πληρωμής της Atradius για την Άνοιξη 2015 (αποτελέσματα της έρευνας για τη Δυτική Ευρώπη) διαθέσιμη στην τοποθεσία [www.atradius.com/Publications/PaymentPracticesBarometer](http://www.atradius.com/Publications/PaymentPracticesBarometer). Το παράρτημα αυτό είναι διαθέσιμο για λήψη σε μορφή PDF (μόνο στα Αγγλικά).

### Αποποίηση ευθύνης

Η έκθεση αυτή παρέχεται μόνο για ενημερωτικούς σκοπούς και δεν προορίζεται ως σύσταση για συγκεκριμένες συναλλαγές, επενδύσεις ή στρατηγικές με οποιονδήποτε τρόπο για οποιονδήποτε αναγνώστη. Οι αναγνώστες πρέπει να λαμβάνουν τις δικές τους ανεξάρτητες αποφάσεις, εμπορικές ή άλλες, αναφορικά με τις πληροφορίες που παρέχονται. Ενώ έχουμε καταβάλει κάθε προσπάθεια για να διασφαλίσουμε ότι οι πληροφορίες που περιέχονται στην παρούσα έκθεση έχουν ληφθεί από αξιόπιστες πηγές, η Atradius δεν ευθύνεται για τυχόν λάθη ή παραλείψεις, ή για τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τη χρήση αυτών των πληροφοριών. Όλες οι πληροφορίες στην παρούσα έκθεση παρέχονται «όπως είναι», χωρίς καμία εγγύηση πληρότητας, ακρίβειας, επικαιρότητας ή αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τη χρήση τους, και χωρίς οποιουδήποτε είδους εγγύηση, ρητή ή σιωπηρή. Σε καμία περίπτωση η Atradius, οι σχετιζόμενες συνεργασίες ή επιχειρήσεις της, ή οι συνεργάτες, πράκτορες ή υπάλληλοί τους, δεν θα έχουν ευθύνη προς εσάς ή οποιονδήποτε άλλο για οποιαδήποτε απόφαση που λαμβάνεται ή ενέργεια που γίνεται στηριζόμενη στις πληροφορίες σε αυτή την έκθεση ή για οποιοσδήποτε παρεπόμενος, ειδικές ή παρόμοιες ζημιές, ακόμα και αν έχει ενημερωθεί για την πιθανότητα τέτοιων ζημιών.

### Πνευματικά δικαιώματα Atradius N.V. 2015

Αν βρήκατε την έκθεση αυτή χρήσιμη, γιατί να μην επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας [www.atradius.com](http://www.atradius.com), όπου θα βρείτε πολλές περισσότερες εκδόσεις της Atradius με επίκεντρο την παγκόσμια οικονομία, συμπεριλαμβανομένων εκθέσεων χώρας, ανάλυσης βιομηχανίας, συμβουλές για τη διαχείριση πιστώσεων και εκθέσεις σχετικά με τρέχοντα επιχειρηματικά θέματα.

Στο Twitter; Ακολουθήστε την Atradius ή αναζητήστε το #atradiusprb για να μείνετε ενημερωμένοι ως προς την τελευταία έκδοση.

Ακολουθήστε μας  
στα Social Media



**Atradius Credit Insurance N.V.**  
Monumental Plaza, Building C, 7th floor  
Kifissias Avenue 44  
151 25, Maroussi  
Telephone: +30 210 72 59 179  
Fax: +30 210 72 59 129

[info.gr@atradius.com](mailto:info.gr@atradius.com)  
[www.atradius.gr](http://www.atradius.gr)