

Δελτίο Τύπου

Η μείωση του κόστους και οι τιμές των προϊόντων αποτελούν σημαντικές προκλήσεις για τον κλάδο των ποτών και τροφίμων, σύμφωνα με έρευνα της Deloitte

Αθήνα, 20 Μαΐου 2009 – Η μείωση του κόστους και η κοστολόγηση των προϊόντων είναι δύο από τις σημαντικότερες προκλήσεις για τα στελέχη του κλάδου ποτών και τροφίμων του Ηνωμένου Βασιλείου για το 2009, καθώς αντιμετωπίζουν τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης και την αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς των πελατών τους, όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα μίας νέας έρευνας της Deloitte.

Πιο συγκεκριμένα, το 31% των στελεχών που πήραν μέρος στην έρευνα δήλωσαν ότι η μείωση του κόστους είναι ο σημαντικότερος στόχος της επιχειρήσής τους για φέτος, ενώ το 12% υπογράμμισε ότι θα εστιάσει στην κοστολογική στρατηγική με στόχο να προστατεύσει και να βελτιώσει την εμπορική απόδοση. Προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις που θέλουν να μειώσουν το κόστος αποτελεί η μείωση των διοικητικών και των σταθερών εξόδων, σύμφωνα με το 37% των στελεχών. Αυτή η εστίαση στη μείωση του κόστους δεν αποτελεί έκπληξη, καθώς το 73% των επιχειρήσεων ανέφερε σημαντική άνοδο στο κόστος της παραγωγής κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών, ενώ το 25% σημείωσε ότι η αυτή αύξηση κυμάνθηκε μεταξύ του 11% και του 25%. Ωστόσο, μόλις το 8% των επιχειρήσεων αύξησε τις τιμές των προϊόντων, ενώ το 56% εξ αυτών αύξησε τις τιμές κατά 10% ή λιγότερο. Τέλος, μόλις το 37% των επιχειρήσεων μετακύλησε ολόκληρη την αύξηση του κόστους στους πελάτες του.

Σύμφωνα με την έρευνα, η αλλαγή της συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι ιδιαίτερα εμφανής. Το 25% των ερωτηθέντων υπογράμμισε ότι το προφίλ των καταναλωτών στους οποίους στοχεύει αλλάζει, ενώ το ίδιο ποσοστό ανέφερε ότι οι καταναλωτές έχουν μειώσει τις αγορές τους. Πλέον, πολλές επιχειρήσεις επαναπροσδιορίζουν τη στρατηγική τους με στόχο να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες των καταναλωτών. Το 19% των ερωτηθέντων έθεσε ως κύρια προτεραιότητα την καλύτερη στόχευση του marketing και του trade marketing, ενώ μόνο το 4% δήλωσε ότι θα μείωνε τις δαπάνες του marketing για να περικόψει τα έξοδα. Επίσης, 83% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι αναμένουν να αλλάξει ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνούν το brand τους στο κοινό που στοχεύουν, είτε δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στη διαφοροποίηση και στην αξία του brand, είτε μέσω καλύτερης συνεργασίας με τις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης για την αξιοποίηση των καταστημάτων ως μέσο προβολής και επικοινωνίας με τους καταναλωτές, είτε με ένα συνδυασμό των παραπάνω. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι κανένας από τους ερωτηθέντες δεν έθεσε ως κύρια προτεραιότητα για το 2009 την καινοτομία. Το παραπάνω υποδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις θα εστιάσουν στη σωστή διαχείριση της προσφοράς/ζήτησης και στη μείωση του κόστους προτού επενδύσουν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Σύμφωνα με τον κ. Χρόνη Κόκκινο, Director της Deloitte στην Ελλάδα με εξειδίκευση στο χώρο των Ποτών & Τροφίμων, αυτή η αλλαγή της συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι εμφανής και στην εγχώρια αγορά με σημαντικές συνέπειες σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα. «Παρατηρείται μία σαφής αύξηση της σημασίας της τιμής στις αγοραστικές αποφάσεις. Διαβρώνεται σταδιακά η αντιλαμβανόμενη αξία πολλών brands και αυξάνονται οι πωλήσεις προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας ακόμα και σε κατηγορίες όπου παραδοσιακά η ποιότητα εθεωρείτο βασικής σημασίας (π.χ. γάλα). Η τάση αυτή δύσκολα θα αναστραφεί πλήρως ακόμα κι αν αλλάξει το οικονομικό κλίμα, οπότε οι επιχειρήσεις για να διασφαλίσουν την ανταγωνιστικότητά τους θα πρέπει να εστιάσουν σε κινήσεις μείωσης κόστους μόνιμου χαρακτήρα και όχι μόνο σε προσωρινά μέτρα».

###

Σχετικά με τη Deloitte στην Ελλάδα:

Η Deloitte Ελλάδας είναι μέλος της Deloitte Touche Tohmatsu (DTT), της μεγαλύτερης εταιρίας παροχής επαγγελματικών υπηρεσιών στις ΗΠΑ και της 2^{ης} μεγαλύτερης στον κόσμο, με ένα δίκτυο εταιριών-μελών που καλύπτει 140 χώρες, 165.000 εργαζομένους και με ετήσιο κύκλο εργασιών που ξεπερνά τα USD \$28 δις (2008). Η Deloitte παρέχει ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε πελάτες του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, καλύπτοντας πολλαπλούς τομείς της οικονομίας. Στην Ελλάδα η Deloitte λειτουργεί με δύο εταιρίες: την “Deloitte Χατζηπαύλου Σοφινός & Καμπάνης Α.Ε.” για ελεγκτικές υπηρεσίες (audit & assurance) και την “Deloitte Business Solutions Α.Ε.” για φορολογικές (tax), συμβουλευτικές (consulting), και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (financial advisory). Έχοντας ακολουθήσει μια πορεία 33 ετών επιτυχημένης λειτουργίας και δυναμικής παρουσίας στην Ελλάδα, η Deloitte προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες σε μεγάλες κρατικές και ιδιωτικές, εμπορικές και βιομηχανικές επιχειρήσεις, καθώς και σε εταιρίες υπηρεσιών σε όλους τους κλάδους της Ελληνικής Οικονομίας. Με γραφεία στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και με περισσότερα από 400 άτομα προσωπικό, η Deloitte κατέχει σήμερα μία από τις υψηλότερες θέσεις στην Ελληνική αγορά, διαθέτοντας ένα εξαιρετικό χαρτοφυλάκιο πελατών. Η Deloitte αναδείχθηκε ως μία από τις 10 εταιρίες με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα στα πλαίσια της έρευνας BEST workplaces 2009, αποτελώντας τη μοναδική εταιρία παροχής επαγγελματικών υπηρεσιών που πέτυχε αυτήν τη διάκριση.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας: www.deloitte.gr

Πληροφορίες για θέματα MME:

Βαγγέλης Κουρής, Marketing & Communications Manager, Deloitte

Τηλ: 210-6781161, email: vkouris@deloitte.gr