

**Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**  
**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών *Διοίκησης Επιχειρήσεων***

**Μεταπτυχιακή Διατριβή**



**Οι Παράγοντες που επηρεάζουν την δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης.**

**Ειρήνη Δημητρίου**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια  
Ντάϊνα Νικολάου**

**Ιούνιος, 2023**

**Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**  
**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών *Διοίκησης Επιχειρήσεων***

**Μεταπτυχιακή Διατριβή**

**Οι Παράγοντες που επηρεάζουν την δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης.**

**Ειρήνη Δημητρίου**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια**  
**Ντάϊνα Νικολάου**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

**Ιούνιος, 2023**



# ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

## Σημαντικοί όροι:

Επιχειρηματικότητα, Παράγοντες που Επηρεάζουν, Νέοι, Κίνητρα, Εμπόδια, Χρηματοδότηση, Ανάπτυξη

## Περίληψη

Η παρούσα διατριβή διερεύνησε τους παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στο πλαίσιο της Κύπρου. Στην εργασία αυτή, καλύψαμε διάφορους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχία μιας επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένου του ρόλου της ηγεσίας και της διαχείρισης, της πρόσβαση στην χρηματοδότηση, της ζήτησης της αγοράς και των τεχνολογικών εξελίξεων. Παρουσιάστηκαν αρκετές περιπτώσιολογικές μελέτες για την ανάδειξη επιτυχημένων επιχειρήσεων στην Κύπρο που αξιοποίησαν εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες για να πετύχουν, όπως είναι οι Υπεραγορές Alphamega, Σκλαβενίτης Κύπρου και Alion & More. Αυτές οι περιπτώσιολογικές μελέτες κατέδειξαν τη σημασία του στρατηγικού σχεδιασμού, της ανάλυσης αγοράς, της ικανοποίησης των πελατών και της καινοτομίας.

Η διατριβή εξέτασε επίσης κοινές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις, όπως ο ανταγωνισμός, η οικονομική αστάθεια και η αλλαγή των προτιμήσεων των πελατών, και προσέφερε στρατηγικές για να ξεπεραστούν αυτές οι προκλήσεις, όπως η διαφοροποίηση, η καινοτομία και η συνεργασία.

Τέλος διερευνήσαμε μελλοντικές τάσεις και ευκαιρίες στην επιχειρηματικότητα, όπως η άνοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου, η σημασία της βιωσιμότητας και οι δυνατότητες των αναδυόμενων τεχνολογιών. Συνολικά αυτή η διατριβή παρέχει πολύτιμες γνώσεις για επιχειρηματίες και ηγέτες επιχειρήσεων που επιθυμούν να ξεκινήσουν ή να αναπτύξουν μια επιχείρηση στην Κύπρο ή σε οποιαδήποτε άλλη αγορά, τονίζοντας τη σημασία της κατανόησης και της μόχλευσης εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων για την επιτυχία σε ένα δυναμικό και ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

# THE FACTORS THAT AFFECT THE CREATION AND DEVELOPMENT OF A BUSINESS

## **Important terms:**

Entrepreneurship, Influencing Factors, Young People, Motivation, Barriers, Financing, Development

## **Summary**

This thesis explored the factors that influence business creation and growth, particularly in the context of Cyprus. In this work, we covered various internal factors that can impact a business's success, including the role of leadership and management, access to funding. Market demand, technological advancements. Several case studies were presented to highlight successful businesses in Cyprus that leveraged internal and external factors to achieve success, success, such as Alphamefa Hypermarket, Sklavenitis Cyprus, and Alion & More. This case studies demonstrated the importance of strategic planning, market analysis, customers satisfaction, and innovation.

The thesis also examined common challenges faced by businesses, such as competition, economic instability, and changing customers preferences, and offered strategies to overcome these challenges, including diversification, innovation, and collaboration.

Finally, we explored future trends and opportunities in entrepreneurship, such as the rise of e-commerce, the importance of sustainability, and the potential of emerging technologies. Overall, this thesis provides valuable insights for entrepreneurs and business leader looking to star or grow a business in Cyprus any other market, emphasizing the importance of understanding and leveraging internal and external factors to achieve success in a dynamin and competitive business environment.

## **Ευχαριστίες**

Θα ήθελα αρχικά να ευχαριστήσω την επιβλέπον καθηγήτρια μου Ντάϊνα Νικολάου για την στήριξη της και την άψογη συμπεριφορά της, με ενέπνευσε και με καθοδήγησε ώστε να μπορέσω με ηρεμία και σύνεση να καταφέρω να ολοκληρώσω την διπλωματική μου εργασία.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω εν κάρδια τους αγαπημένους μου ανθρώπους που πάντοτε πιστεύουν σε εμένα και με ωθούν στο να καταφέρνω να φτάνω κάθε φορά πιο κοντά στους στόχους μου.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	3
Abstract	4
Ευχαριστίες	5
1. Εισαγωγή	8
1.1 Η σημασία της Επιχειρηματικότητας	8
1.2 Σκοπός	9
1.3 Προεπισκόπηση των κύριων σημείων	10
2. Εσωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων	11
2.1 Τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία	11
2.2 Η σημασία του επιχειρηματικού σχεδίου	12
2.3 Ο ρόλος της καινοτομίας και της δημιουργικότητας	13
2.4 Ο αντίκτυπος της οργανωτικής κουλτούρας	15
3. Εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων	16
3.1 Οικονομικοί παράγοντες	16
3.1.1 Ζήτηση και προσφορά αγοράς	17
3.1.2 Διαθεσιμότητα κεφαλαίου και χρηματοδότηση	18
3.1.3 Φορολογικές πολιτικές και κυβερνητικοί κανονισμοί	19
3.2 Κοινωνικοί παράγοντες	20
3.2.1 Κοινωνικά και πολιτιστικά πρότυπα	21
3.2.2 Δημογραφικές τάσεις	22
3.2.3 Τεχνολογικές εξελίξεις	23
3.3 Ανταγωνιστικοί παράγοντες	25
3.3.1 Ανταγωνιστική ανάλυση	26
3.3.2 Τάσεις και σημεία αναφοράς του κλάδου	27
3.3.3 Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και διαφοροποίηση	28
4. Μελέτες περίπτωσης	30
4.1 Παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων στην Κύπρο που έχουν αξιοποιήσει εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες	31
4.1.1 Υπεραγορές Alphamega	31
4.1.2 Σκλαβενίτης Κύπρου	32
4.1.3 Alion & More	33
4.2 Ανάλυση των παραγόντων που συνέλαβαν στην επιτυχία τους	34
5. Προκλήσεις και Λύσεις	36
5.1 Κοινές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις	36
5.2 Στρατηγικές για την αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων	38
5.3 Ο ρόλος της ηγεσίας και της διαχείρισης	40
6. Μεθοδολογία	41
6.1 Ανάλυση	42
7. Συμπέρασμα	58
7.1 Ανακεφαλαίωση των κύριων σημείων	58

7.2 Η σημασία της κατανόησης των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων	59
7.3 Μελλοντικές τάσεις και ευκαιρίες στην επιχειρηματικότητα	61
8. Παραρτήματα	63
8.1 Ερωτηματολόγιο	63
9. Βιβλιογραφία	67



# 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η λειτουργία της επιχειρηματικότητας στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης, της δημιουργίας θέσεων εργασίας και της καινοτομίας σε οποιοδήποτε έθνος είναι ζωτικής σημασίας (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2019). Είναι η διαδικασία δημιουργίας ή έναρξης μιας νέας επιχείρησης ή εντοπισμού αναζήτησης ευκαιριών για την επέκταση μιας υπάρχουσας επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες είναι άτομα που αναλαμβάνουν υπολογισμένους κινδύνους και χρησιμοποιούν τα talέντα, τις γνώσεις και τους πόρους τους για να εφαρμόσουν τις ιδέες τους.

Τα τελευταία χρόνια, η επιχειρηματικότητα γίνεται όλο και πιο σημαντική στην Κύπρο. Σύμφωνα με την Κυπριακή Στατιστική Υπηρεσία (2021), ο αριθμός των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων στην χώρα αυξήθηκε σταθερά τα τελευταία χρόνια, φτάνοντας τις 45.453 τον Ιανουάριο του 2021. Αυτό αντανάκλα το αυξημένο ενδιαφέρον και τις δυνατότητες για επιχειρηματικότητα στην Κύπρο, η οποία έχει τροφοδοτηθεί από κυβερνητικές πρωτοβουλίες για την στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) (KPMG, 2021).

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της επιχειρηματικότητας είναι η επίδραση της στην οικονομική επέκταση. Οι μικρές επιχειρήσεις συμβάλουν σημαντικά στην οικονομία δημιουργώντας θέσεις εργασίας, δημιουργώντας έσοδα και τονώνοντας τις καταναλωτικές δαπάνες. Στην Κύπρο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αντιπροσωπεύουν περίπου το 70% της συνολικής απασχόλησης και περισσότερο από το 60% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας, αναδεικνύοντας τον ζωτικό τους ρόλο στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2019).

Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα προωθεί την καινοτομία, η οποία είναι απαραίτητη για την δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις είναι πιο πιθανό να επιτύχουν και να δημιουργήσουν αξία στην αγορά, επειδή είναι σε θέση να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους και να προσφέρουν διακριτικές λύσεις στις ανάγκες των καταναλωτών. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό υπό το φως της τρέχουσας ψηφιακής εποχής, όπου οι τεχνολογικές εξελίξεις αλλάζουν γρήγορα το επιχειρηματικό τοπίο. (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2019)

Η επιχειρηματικότητα παρέχει κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη εκτός από οικονομικά και καινοτόμα οφέλη. Οι επιχειρηματίες, για παράδειγμα, συχνά ιδρύουν επιχειρήσεις που αντικατοπτρίζουν τις αξίες και τις πεποιθήσεις τους, οι οποίες μπορούν να συμβάλουν σε μια πιο ποικιλόμορφη και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνία. Αύξηση έχει σημειωθεί στην κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Κύπρο, όπου δημιουργούνται

επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση κοινωνικών ή περιβαλλοντικών ζητημάτων (Μαυρικήου & Καϊμακλιώτης, 2018).

Παρά τα πολλά πλεονεκτήματα της επιχειρηματικότητας, η έναρξη και η επέκταση μιας επιχείρησης δεν είναι χωρίς εμπόδια. Οι επιχειρήσεις συχνά αγωνίζονται με την απόκτηση χρηματοδότησης, τη διαχείριση των ταμειακών ροών, την προσέλκυση και τη διατήρηση ταλέντων και τους κανονισμούς πλοήγησης. Η κρατική υποστήριξη, όπως προγράμματα χρηματοδότησης και θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, μπορεί να διαδραματίσει κρίσιμο ρόλο στην προώθηση της επιχειρηματικότητας σε αυτό το πλαίσιο (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2019).

Η επιχειρηματικότητα είναι μια κρίσιμη πτυχή οποιασδήποτε οικονομίας, συμπεριλαμβανομένης της κυπριακής οικονομίας. Προωθεί την οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία και την κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη. Ενώ υπάρχουν εμπόδια που σχετίζονται με την έναρξη και την επέκταση μιας επιχείρησης, η κρατική υποστήριξη και πρωτοβουλίες μπορούν να βοηθήσουν τους επιχειρηματίες να ξεπεράσουν αυτά τα εμπόδια και να ανθίσουν (KPMG Cyprus, 2021).

## 1.2 ΣΚΟΠΟΣ

Το αντικείμενο της διπλωματικής εργασίας θα καλύψει τα ακόλουθα θέματα:

- Βασικές πληροφορίες για την σημασία της επιχειρηματικότητας και τον αντίκτυπο της στην οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία και την κοινωνική ανάπτυξη.
- Παράγοντες που συμβάλλουν στη δημιουργία μιας επιχείρησης, όπως ο εντοπισμός ευκαιριών, οι επιχειρηματικές δεξιότητες και η πρόσβαση σε χρηματοδότηση και πόρους.
- Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων των συνθηκών της αγοράς, του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, της καινοτομίας, της ηγεσίας και της κοινωνικής ευθύνης.
- Μελέτες περιπτώσεων και παραδείγματα επιτυχημένων Κυπριακών επιχειρήσεων και Κυπρίων επιχειρηματιών, αναδεικνύοντας τους βασικούς παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία τους.
- Συμπέρασμα που συνοψίζει τα κύρια ευρήματα της εργασίας και παρέχει συστάσεις για επιχειρηματίες και υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για την προώθηση της δημιουργίας και της ανάπτυξης επιτυχημένων επιχειρήσεων.

Στο σύνολο της, η εργασία θα παρέχει μια ολοκληρωμένη ανάλυση των διαφόρων παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, βασισμένη σε σχετικές θεωρίες, εμπειρικά στοιχεία, πρακτικά παραδείγματα και έρευνα ερωτηματολογίων.

### 1.3 ΠΡΟΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ

Η διατριβή με θέμα «Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης» διαρθρώνεται σε έξι κύριες ενότητες, καθεμία από τις οποίες καλύπτει μια συγκεκριμένη πτυχή του θέματος. Η πρώτη ενότητα παρέχει βασικές πληροφορίες σχετικά με τη σημασία της επιχειρηματικότητας, συμπεριλαμβανομένων των επιπτώσεων της στην οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία και την κοινωνική ανάπτυξη. Αυτή η ενότητα θέτει το πλαίσιο για τη διατριβή και υπογραμμίζει τη σημασία της μελέτης των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης.

Η δεύτερη ενότητα εστιάζει στους παράγοντες που συμβάλλουν στη δημιουργία μιας επιχείρησης. Αυτό περιλαμβάνει ανάλυση του προσδιορισμού των ευκαιριών, των δεξιοτήτων επιχειρηματικότητας και της πρόσβασης σε χρηματοδότηση και πόρους. Αυτή η ενότητα συζητά τη σημασία αυτών των παραγόντων και την αλληλεπίδραση τους στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιτυχημένης επιχείρησης.

Η τρίτη ενότητα διερευνά τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης. Αυτό περιλαμβάνει εξέταση των συνθηκών της αγοράς, του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, της καινοτομίας, της ηγεσίας και της κοινωνικής ευθύνης. Αυτή η ενότητα συζητά πώς αυτοί οι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την μακροπρόθεσμη επιτυχία μιας επιχείρησης και τις στρατηγικές που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι επιχειρηματίες για τη διαχείριση τους.

Η τέταρτη ενότητα παρέχει μελέτες περιπτώσεων και παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων και επιχειρηματιών της Κύπρου. Αυτές οι περιπτώσιολογικές μελέτες υπογραμμίζουν τους βασικούς παράγοντες που συνέλαβαν στην επιτυχία τους και δείχνουν πώς διαφορετικοί συνδυασμοί παραγόντων μπορούν να επηρεάσουν την δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης.

Η πέμπτη ενότητα συνοψίζει τα κύρια ευρήματα της διατριβής και παρέχει συστάσεις για επιχειρηματίες και υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για την προώθηση της δημιουργίας και ανάπτυξης επιτυχημένων επιχειρήσεων. Αυτή η ενότητα συνδυάζει τα βασικά θέματα και τις ιδέες που συζητήθηκαν σε όλη την διατριβή και προσφέρει πληροφορίες για το πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να ευδοκιμήσουν στο σημερινό δυναμικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Τέλος, η έκτη ενότητα παρουσιάζει έρευνα που διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίων. Στην συνέχεια γίνεται η ανάλυση της μεθοδολογίας που χρησιμοποιήσαμε, όπως και

ανάλυση των απαντήσεων. Έπειτα παρατίθενται τα αποτελέσματα που αντλήσαμε από την έρευνα αυτή.

Συνολικά, η διατριβή προσφέρει μια ολοκληρωμένη ανάλυση των διάφορων παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, βασιζόμενη σε σχετικές θεωρίες, εμπειρικά στοιχεία, πρακτικά παραδείγματα και έρευνας που διεξήχθη με σημαντικό ποσοστό.

## **2. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

### **2.1 ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ**

Τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία είναι ένας από τους εσωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν περισσότερο τη δημιουργία και την επέκταση μιας επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες είναι η κινητήρια δύναμη πίσω από τις νέες επιχειρήσεις και τα προσωπικά τους χαρακτηριστικά και ποιότητες, έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην ικανότητα τους να εντοπίζουν ευκαιρίες, να αποκτούν πόρους και να ξεπερνούν τα εμπόδια.

Οι ερευνητές έχουν εντοπίσει μια ποικιλία προσωπικών χαρακτηριστικών που μοιράζονται οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες. Αυτά τα χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν την αυτοπεποίθηση, την επιμονή, την τάση για ανάληψη κινδύνων, το πάθος, τη δημιουργικότητα και την προθυμία για μάθηση από απογοητεύσεις και αποτυχίες (Barrick et al., 2019; Busenitz & Barney, 1997). Άλλες μελέτες (Lin, 1999; Nahapiet & Ghosh, 1998) έχουν επίσης τονίσει τη σημασία του κοινωνικού κεφαλαίου ή την ικανότητα ανάπτυξης και αξιοποίησης δικτύων επαφών και σχέσεων, ως κρίσιμο παράγοντα για την επιχειρηματική επιτυχία.

Είναι σημαντικό, ωστόσο, να σημειωθεί ότι δεν διαθέτουν όλοι οι επιχειρηματίες αυτά τα χαρακτηριστικά στον ίδιο βαθμό και ότι η επιχειρηματική επιτυχία δεν εξαρτάται αποκλειστικά από μεμονωμένα χαρακτηριστικά ή προσωπικότητες. Άλλοι εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες, όπως η πρόσβαση σε πόρους, οι συνθήκες της αγοράς και τα ρυθμιστικά πλαίσια, μπορούν επίσης να επηρεάσουν σημαντικά την επιτυχία ή την αποτυχία ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος (Gnyawali & fogel, 1994; Shane & Venkataraman, 2000).

Παρά αυτές τις επιφυλάξεις, πολλοί ερευνητές έχουν υποστηρίξει ότι τα προσωπικά χαρακτηριστικά ενός επιχειρηματία μπορούν να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Μελέτες έχουν δείξει, για παράδειγμα, ότι οι επιχειρηματίες με μεγάλη αυτοπεποίθηση και αυτό αποτελεσματικότητα είναι πιο πιθανό να αναλάβουν κινδύνους και να επιμείνουν μπροστά στις αντιξοότητες (Chen et al., 1998; Lerner & Almor, 2002). Ομοίως, οι εφευρετικοί και καινοτόμοι επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν νέα προϊόντα, υπηρεσίες ή

επιχειρηματικά μοντέλα που τους δίνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά (Damanpour, 1991; Shane, 2003).

Επιπλέον, τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία μπορούν να επηρεάσουν την οργανωτική κουλτούρα και τις αξίες της επιχείρησης, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει την απόδοση και τη μακροζωία της. Οι κοινωνικά υπεύθυνοι και βασισμένοι στην αξία επιχειρηματίες, για παράδειγμα, μπορεί να είναι πιο πιθανό να δώσουν προτεραιότητα στις ηθικές και βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές, οι οποίες μπορούν να ενισχύσουν την φήμη τους και να προσελκύσουν καταναλωτές και επενδυτές που μοιράζονται αυτές τις αξίες (Freeman et al., 2010; Maignan & Ferrell, 2004).

Συμπερασματικά, τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία είναι ένας σημαντικός εσωτερικός παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τη δημιουργία και την επέκταση μιας επιχείρησης. Αν και δεν μοιράζονται όλοι οι επιχειρηματίες τα ίδια χαρακτηριστικά, η έρευνα δείχνει ότι η αυτοπεποίθηση, η επιμονή, η δημιουργικότητα και το κοινωνικό κεφάλαιο είναι σημαντικοί παράγοντες πρόβλεψης της επιχειρηματικής επιτυχίας. Ωστόσο, είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη ο αντίκτυπος εξωτερικών παραγόντων, όπως οι συνθήκες της αγοράς και τα ρυθμιστικά πλαίσια στο επιχειρηματικό περιβάλλον και τα αποτελέσματα του.

## **2.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα επίσημο έγγραφο που περιγράφει τους στόχους μιας εταιρείας και καθορίζει μια στρατηγική για την επίτευξή τους. Είναι ένα ουσιαστικό εργαλείο για τους επιχειρηματίες που ξεκινούν μια νέα επιχείρηση, καθώς και για τις καθιερωμένες εταιρείες που επιδιώκουν να επεκτείνουν ή να αλλάξουν τις δραστηριότητές τους. Μια καλογραμμένη επιχειρηματική στρατηγική μπορεί να είναι καθοριστική για την επιτυχία μιας εταιρείας. Σε αυτή την ενότητα, θα αναλύσουμε την σημασία ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

### **Παρέχει ένα σαφή 'χάρτη στόχο'**

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο παρέχει στον επιχειρηματία ένα ξεχωριστό 'χάρτη' που πρέπει να ακολουθήσει (Kuratko et al., 2011). Περιγράφει τους στόχους και τους σκοπούς της επιχείρησης, καθώς και τις στρατηγικές που θα εφαρμοστούν για την επίτευξή τους. Αυτός ο 'οδικός χάρτης' βοηθά τον επιχειρηματία να παραμείνει συγκεντρωμένος στα πιο κρίσιμα καθήκοντα και να διασφαλίζει ότι η επιχείρηση του κινείται προς την σωστή κατεύθυνση.

### **Διευκολύνει την χρηματοδότηση**

Ένα καλογραμμένο επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα ουσιαστικό εργαλείο για την εξασφάλιση χρηματοδότησης (Bhide, 2000). Οι επενδυτές και οι χρηματοδότες θα απαιτήσουν ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο που να αποδεικνύει την βιωσιμότητα και τις δυνατότητες ανάπτυξης της εταιρείας. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο που περιλαμβάνει επιχειρηματικές προβλέψεις, έρευνα αγοράς και μια ξεκάθαρη

στρατηγική επιτυχίας είναι πολύ πιο πιθανό να προσελκύσει επενδυτές, από ένα που είναι ανεπαρκώς γραμμένο ή δεν έχει λεπτομέρειες.

### **Προσδιορίζει τις μελλοντικές προκλήσεις**

Επιπλέον, ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να βοηθήσει τον επιχειρηματία να εντοπίσει πιθανά εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσει η εταιρεία (Eis enh ardt & Martin, 2000). Οριοθετώντας τους κινδύνους και τις προκλήσεις που μπορεί να αντιμετωπίσει η επιχείρηση, ο επιχειρηματίας μπορεί να αναπτύξει στρατηγικές για τον μετριασμό αυτών των κινδύνων και να διασφαλίσει ότι η επιχείρηση είναι καλά εξοπλισμένη για να ξεπεράσει τυχόν εμπόδια.

### **Διευκολύνει την επικοινωνία**

Επιπρόσθετα, ένα επιχειρηματικό σχέδιο διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ του επιχειρηματία και άλλων ενδιαφερόμενων μερών, συμπεριλαμβανομένων των εργαζομένων, των επενδυτών και των εταίρων. (Ireland et al.,2003). Οριοθετώντας τους στόχους και τις στρατηγικές της επιχείρησης, ο επιχειρηματίας μπορεί να διασφαλίσει ότι όλοι βρίσκονται στην ίδια κατεύθυνση και εργάζονται προς τον ίδιο στόχο.

### **Προσφέρει μια δομή για την λήψη αποφάσεων**

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο παρέχει ένα πλαίσιο λήψης αποφάσεων (McMullen & Shepherd,2006). Καθώς η επιχείρηση αναπτύσσεται και αλλάζει, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να καθορίσει πως να καταναείμει τους πόρους, ποιες στρατηγικές να ακολουθήσει και πως να αντιδράσει στις αλλαγές της αγοράς. Το επιχειρηματικό σχέδιο παρέχει μια δομή για την λήψη αυτών των αποφάσεων, διασφαλίζοντας ότι είναι συνεπείς με τους γενικούς στόχους του οργανισμού.

Μια καλογραμμένη επιχειρηματική στρατηγική είναι ένας απαραίτητος πόρος για κάθε επιχειρηματία. Βοηθά στην εξασφάλιση χρηματοδότησης (Bhide, 2000), εντοπίζει πιθανές προκλήσεις (Eisnhardt & Martin, 2000), διευκολύνει την επικοινωνία (Ireland et al.,2003) και παρέχει ένα πλαίσιο λήψης αποφάσεων (McMullen & Shepherd, 2006). Αφιερώνοντας χρόνο και ενέργεια στην ανάπτυξη ενός εμπεριστατωμένου επιχειρηματικού σχεδίου, επιχειρηματίες μπορούν να αυξήσουν τις δυνατότητες τους για επιτυχία και να πραγματοποιήσουν τους στόχους τους.

## **2.3 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Η καινοτομία και δημιουργικότητα είναι απαραίτητες όχι μόνο για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά και για τη δημιουργία διακριτικών επιχειρηματικών μοντέλων που μπορούν να ξεχωρίσουν μια εταιρεία από τους ανταγωνιστές της (Harms et al., 2010). Αυτό απαιτεί από τους επιχειρηματίες να μπορούν να σκέφτονται αντισυμβατικά και να δημιουργούν αντισυμβατικές ιδέες. Αυτό φαίνεται από την Airbnb, η οποία αναστάτωσε την ξενοδοχειακή βιομηχανία αναπτύσσοντας μια πλατφόρμα που επιτρέπει στους ιδιοκτήτες σπιτιού, να νοικιάζουν τα επιπλέον

δωμάτια τους σε ταξιδιώτες. Αξιοποιώντας την οικονομία του διαμοιρασμού, η Airbnb ανέπτυξε ένα ανύπαρκτο μέχρι τότε επιχειρηματικό μοντέλο.

Ωστόσο δεν αρκεί να έχουμε καινοτόμες ιδέες. Επιπλέον, οι επιχειρηματίες πρέπει να είναι σε θέση να μετατρέψουν τις ιδέες τους σε κερδοφόρα προϊόντα ή υπηρεσίες. Αυτό απαιτεί τόσο δημιουργική, όσο και στρατηγική σκέψη (Dyer et al., 2008). Οι επιχειρηματίες πρέπει να καθορίσουν ποιες ιδέες αξίζει να επιδιωχθούν και να χαράξουν μια στρατηγική για την εμπορευματοποίηση τους. Αυτός είναι ο σκοπός ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα έγγραφο που περιγράφει τη στρατηγική ενός επιχειρηματία για την έναρξη και την επέκταση μιας επιχείρησης. Συνήθως αποτελείται από πληροφορίες σχετικά με την αγορά/στόχο, τον ανταγωνισμό, τις στρατηγικές μάρκετινγκ και πωλήσεων, τις οικονομικές προβλέψεις και την ομάδα διαχείρισης (Barringer & Ireland, 2016). Οι επιχειρηματίες που επιδιώκουν χρηματοδότηση από επενδυτές ή δανειστές πρέπει να έχουν ένα καλά μελετημένο επιχειρηματικό σχέδιο.

Επιπλέον, ένα επιχειρηματικό σχέδιο λειτουργεί ως οδικός χάρτης που πρέπει να ακολουθήσουν οι επιχειρηματίες καθώς ξεκινούν και επεκτείνουν την επιχείρησή τους. Βοηθά τους επιχειρηματίες να παραμείνουν συγκεντρωμένοι στους στόχους τους και να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με την κατανομή των πόρων. Επιπλέον, ένα επιχειρηματικό σχέδιο βοηθά τους επιχειρηματίες να προβλέψουν πιθανά εμπόδια και να αναπτύξουν σχέδια έκτακτης ανάγκης για να τα ξεπεράσουν.

Ωστόσο, ορισμένοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων μπορεί να θεωρήσουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο ως εμπόδιο στην καινοτομία και τη δημιουργικότητα. Μπορεί να πιστεύουν ότι ένα επίσημο σχέδιο εμποδίζει την ικανότητα τους να είναι ευέλικτοι και να ανταποκρίνονται γρήγορα στις αλλαγές της αγοράς (Blank, 2005). Αν και αυτό είναι μια θεμιτή ανησυχία, ένα επιχειρηματικό σχέδιο δεν χρειάζεται να είναι αυστηρό. Οι επιχειρηματίες μπορούν να τροποποιήσουν και να αναθεωρήσουν το επιχειρηματικό τους σχέδιο όπως είναι απαραίτητο για να αντικατοπτρίζουν νέες πληροφορίες ή αλλαγές στην αγορά.

Η καινοτομία και η δημιουργικότητα είναι απαραίτητες για την ίδρυση και την επέκταση μιας επιχείρησης. Ωστόσο, οι επιχειρηματίες πρέπει επίσης να διαθέτουν στρατηγική νοοτροπία και την ικανότητα να εφαρμόζουν τις ιδέες τους. Αυτό απαιτεί συνδυασμό δημιουργικότητας, στρατηγικής λογικής και ολοκληρωμένου επιχειρηματικού σχεδίου. Οι επιχειρηματίες μπορούν να μεγιστοποιήσουν τις δυνατότητες τους για επιτυχία, αγκαλιάζοντας την καινοτομία και τη δημιουργικότητα, ενώ έχουν επίσης ένα σταθερό σχέδιο.

## **2.4 Ο ΑΝΙΚΤΥΠΟΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ**

Η οργανωτική κουλτούρα μπορεί να έχει ουσιαστική επίδραση στη συγκρότηση και την επέκταση μιας επιχείρησης. (Schein, 2010) Η κουλτούρα μιας εταιρείας, αναφέρεται στις κοινές αξίες, πεποιθήσεις, στάσεις και πρακτικές που καθορίζουν τον

οργανισμό και διαμορφώνουν τη συμπεριφορά των μελών της. Μια θετική οργανωτική κουλτούρα μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός παραγωγικού και υγιούς εργασιακού περιβάλλοντος, το οποίο με τη σειρά του μπορεί να συμβάλει στην επιτυχία μιας επιχείρησης. Μια αρνητική ή τοξική καλλιέργεια, από την άλλη πλευρά, μπορεί να εμποδίσει την ανάπτυξη και τελικά να συμβάλει στην αποτυχία.

Διαμορφώνοντας τη συμπεριφορά των εργαζομένων, η οργανωτική κουλτούρα μπορεί να επηρεάσει τη δημιουργία και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Οι εργαζόμενοι είναι πιο πιθανό να παρακινηθούν και να αφοσιωθούν στην εργασία τους σε ένα περιβάλλον με θετικό ήθος. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη παραγωγικότητα, μειωμένη εναλλαγή εργαζομένων και ισχυρότερη αίσθηση κοινού σκοπού και ταυτότητας (Cameron & Quinn, 2011). Επιπλέον, μια θετική κουλτούρα μπορεί να προωθήσει την καινοτομία και την δημιουργικότητα ενθαρρύνοντας τους εργαζόμενους να μοιραστούν τις ιδέες τους και να δοκιμάσουν νέες προσεγγίσεις (Schein, 2010).

Αντίθετα, μια τοξική ή αρνητική καλλιέργεια μπορεί να έχει το αντίθετο αποτέλεσμα. Οι εργαζόμενοι είναι πιο πιθανό να αισθάνονται αποδεσμευμένοι και χωρίς κίνητρα σε μια κουλτούρα που χαρακτηρίζεται από τρόμο, δυσπιστία και μικρό-διαχείριση. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλή παραγωγικότητα, υψηλή τριβή και έλλειψη δημιουργικότητας (Cameron & Quinn, 2011). Επιπλέον, μια αρνητική κουλτούρα μπορεί να καλλιεργήσει τον κυνισμό και την απάθεια, καθιστώντας δύσκολη την προσέλκυση και τη διατήρηση κορυφαίων ταλέντων.

Επηρεάζοντας τη λήψη αποφάσεων, η οργανωτική κουλτούρα μπορεί επίσης να επηρεάσει τη δημιουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η λήψη αποφάσεων είναι πιο πιθανό να είναι συνεργατική και διαφανής σε μια θετική κουλτούρα, με τη συμβολή όλων των σχετικών ενδιαφερομένων (Schein, 2010). Αυτό μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι οι αποφάσεις είναι καλά ενημερωμένες και συνεπείς με τις αξίες και τους στόχους του οργανισμού. Αντίθετα, μια αρνητική κουλτούρα μπορεί να οδηγήσει σε αδιαφανή, αυθαίρετη, μεροληπτική ή με γνώμονα την ατζέντα λήψη αποφάσεων (Cameron & Quinn, 2011). Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη εμπιστοσύνης και λογοδοσίας, κάτι που μπορεί να είναι επιζήμιο για την επιτυχία μιας επιχείρησης.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η οργανωτική κουλτούρα δεν είναι εγγενώς σταθερή ή αμετάβλητη. Αντίθετα, μπορεί να εξελιχθεί και να αλλάξει ως απόκριση σε εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες με την πάροδο του χρόνου (Schein, 2010). Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για τους ηγέτες των επιχειρήσεων να διαμορφώσουν και να καλλιεργήσουν μια κουλτούρα που υποστηρίζει τους στόχους και τις αξίες τους.

Συμπερασματικά, η οργανωτική κουλτούρα μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την ανάπτυξη και την επέκταση μιας επιχείρησης. Μια θετική κουλτούρα μπορεί να ενθαρρύνει τα κίνητρα, τη δέσμευση, την καινοτομία και την διαφάνεια, ενώ μια αρνητική κουλτούρα μπορεί να οδηγήσει σε αποδυνάμωση, αποδέσμευση, κυνισμό



και κακή λήψη αποφάσεων. Ως εκ τούτου, τα στελέχη επιχειρήσεων θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στην ανάπτυξη και διατήρηση μιας κουλτούρας που να συνάδει με το όραμα και τις αξίες τους.

### **3. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

#### **3.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**

Στο σημερινό ταχέως εξελισσόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε τους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων. Ειδικότερα, οι οικονομικοί παράγοντες έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο στην επιτυχία μιας επιχείρησης. Αυτή η ενότητα θα συζητήσει τρεις βασικούς οικονομικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων: ζήτηση και προσφορά της αγοράς, διαθεσιμότητα κεφαλαίου και χρηματοδότηση και φορολογικές πολιτικές και κυβερνητικούς κανονισμούς.

Η ζήτηση και η προσφορά στην αγορά είναι ένας από τους παράγοντες που επηρεάζουν περισσότερο την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Μια επιχείρηση που μπορεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες της αγοράς έχει περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας από μια επιχείρηση που δεν μπορεί. Πριν αναπτύξουν προϊόντα ή υπηρεσίες, οι επιχειρήσεις πρέπει να διεξάγουν έρευνα αγοράς για να εντοπίσουν και να αναλύσουν τη ζήτηση και την προσφορά της αγοράς. Προκειμένου να προσαρμοστούν στις αλλαγές της αγοράς, οι επιχειρήσεις θα πρέπει επίσης να παραμείνουν ενημερωμένες για τις τάσεις της αγοράς και τις αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών (Chatterjee & Pearson, 2015).

Η διαθεσιμότητα κεφαλαίου και η χρηματοδότηση παίζουν σημαντικό ρόλο στην ίδρυση και την επέκταση μιας επιχείρησης. Η έναρξη μιας επιχείρησης απαιτεί μια σημαντική επένδυση κεφαλαίου και πολλοί επιχειρηματίες αγωνίζονται να αποκτήσουν τα απαραίτητα κεφάλαια για να ξεκινήσουν το εγχείρημα τους. Εδώ, τίθενται σε εφαρμογή εναλλακτικές λύσεις χρηματοδότησης, όπως δάνεια, επιχειρηματικά κεφάλαια και crowdfunding. Οι επιχειρηματίες πρέπει να σταθμίσουν το κόστος και τα πλεονεκτήματα κάθε επιλογής χρηματοδότησης πριν επιλέξουν αυτή που ανταποκρίνεται καλύτερα στις απαιτήσεις της επιχείρησης τους (Block & Colombo, 2016).

Η οικονομική βιωσιμότητα μιας επιχείρησης μπορεί επίσης να επηρεαστεί από τις φορολογικές πολιτικές και τους κυβερνητικούς κανονισμούς. Οι κυβερνήσεις είναι σε θέση να δημιουργήσουν ένα ευνοϊκό ή δυσμενές περιβάλλον για τις επιχειρήσεις μέσω φορολογικών πολιτικών και κανονισμών. Για παράδειγμα, οι φορολογικές εκπτώσεις και τα κίνητρα μπορούν να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να επενδύσουν σε συγκεκριμένες περιοχές ή κλάδους, ενώ οι υπερβολικοί κανονισμοί και φόροι μπορεί να κάνουν πιο δύσκολη και δαπανηρή τη λειτουργία των επιχειρήσεων (Garca-Sanchez & Garca-Medina, 2019). Κατά συνέπεια, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων πρέπει

να παραμένουν ενήμεροι για τις φορολογικές πολιτικές και τους κυβερνητικούς κανονισμούς που επηρεάζουν την επιχείρησή τους και να σχεδιάζουν ανάλογα.

### **3.1.1 ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ**

Η ζήτηση και η προσφορά της αγοράς είναι σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την επέκταση μιας επιχείρησης. Η ζήτηση της αγοράς είναι η ποσότητα ενός προϊόντος ή υπηρεσίας που οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι και μπορούν να αγοράσουν σε μια δεδομένη τιμή, ενώ η προσφορά της αγοράς είναι η ποσότητα ενός προϊόντος ή υπηρεσίας που οι παραγωγοί είναι πρόθυμοι και ικανοί να πουλήσουν σε μια δεδομένη τιμή (Mankiw, 2014). Για να λάβουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με την τιμολόγηση, τα επίπεδα παραγωγής και τις στρατηγικές μάρκετινγκ, οι επιχειρήσεις πρέπει να κατανοήσουν τη ζήτηση και την προσφορά της αγοράς για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους.

Οι προτιμήσεις των καταναλωτών είναι ένας από τους κύριους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση της αγοράς. Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να προσδιορίζουν τις απαιτήσεις της αγοράς/στόχους τους προκειμένου να αναπτύξουν αγαθά και υπηρεσίες σε ζήτηση. Για παράδειγμα, μια εταιρεία που πουλά βιολογικά προϊόντα διατροφής πιθανότατα θα έχει μεγαλύτερη ζήτηση σε περιοχές όπου οι καταναλωτές εκτιμούν τις υγιεινές και φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές. Επιπλέον, οι οικονομικές ή κοινωνικές αλλαγές μπορούν να επηρεάσουν τη ζήτηση της αγοράς. Κατά τη διάρκεια μιας ύφεσης, για παράδειγμα, οι καταναλωτές μπορεί να μειώσουν τις δαπάνες τους για είδη πολυτελείας προς όφελος των αναγκών (Mankiw, 2014).

Από την πλευρά της προσφοράς, οι εταιρείες πρέπει να εξετάσουν το κόστος παραγωγής τους και τη διαθεσιμότητα πόρων που σχετίζονται με την παραγωγή. Μια εταιρεία που απαιτεί ακριβές πρώτες ύλες, για παράδειγμα, μπορεί να δυσκολευτεί να διατηρήσει την κερδοφορία εάν η τιμή αυτών των υλών αυξηθεί. Επιπλέον, οι τεχνολογικές εξελίξεις μπορούν να επηρεάσουν την προσφορά στην αγορά αυξάνοντας την αποδοτικότητα της παραγωγής και μειώνοντας το κόστος.

Η κατανόηση της ζήτησης και της προσφοράς της αγοράς είναι απαραίτητη για τις επιχειρήσεις ώστε να λαμβάνουν ενημερωμένες αποφάσεις τιμολόγησης, παραγωγής και μάρκετινγκ. Εντοπίζοντας τις απαιτήσεις και τις προτιμήσεις της αγοράς/στόχους τους και παρακολουθώντας τις αλλαγές στην οικονομία και την τεχνολογία, οι επιχειρήσεις μπορούν να εξασφαλίσουν ότι προσφέρουν κερδοφόρα προϊόντα ή υπηρεσίες που έχουν ζήτηση.

### **3.1.2 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ**

Η διαθεσιμότητα κεφαλαίου και η χρηματοδότηση διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στην ίδρυση και την επέκταση μιας επιχείρησης. Η πρόσβαση σε επαρκές κεφάλαιο είναι απαραίτητη για την έναρξη μιας επιχείρησης, και οι επιχειρήσεις χρειάζονται επίσης συνεχή χρηματοδότηση για τη διατήρηση της ανάπτυξης και την επέκταση των δραστηριοτήτων τους. Το κεφάλαιο είναι ένας από τους σημαντικότερους φραγμούς

εισόδου για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), ανά ΚΡΜΓ (2019). Αυτή η ενότητα θα διερευνήσει τη σημασία της διαθεσιμότητας κεφαλαίου και της χρηματοδότησης για την ίδρυση και επέκταση των επιχειρήσεων, καθώς και την κατάσταση στην Κύπρο.

Η πρόσβαση στο κεφάλαιο που απαιτείτε για την έναρξη ή την επέκταση μιας επιχείρησης είναι ένα από τα σημαντικότερα εμπόδια για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Τα παραδοσιακά πιστωτικά ιδρύματα, όπως οι τράπεζες, συχνά διστάζουν να δανείσουν μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) λόγω του υψηλότερου αντιλαμβανόμενου κινδύνου που σχετίζεται με τις μικρότερες επιχειρήσεις (Billett, 2018). Αυτό έχει αυξήσει τον αριθμό των εναλλακτικών επιλογών χρηματοδότησης, όπως το crowdfunding, ο peer-to-peer δανεισμός και το επιχειρηματικό κεφάλαιο. Αυτές οι εναλλακτικές επιλογές χρηματοδότησης παρέχουν στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις μεγαλύτερη πρόσβαση σε κεφάλαια και τους επιτρέπουν να παρακάμψουν τα παραδοσιακά ιδρύματα δανεισμού (ΚΡΜΓ, 2019).

Στην Κύπρο, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αντιμετωπίζουν παρόμοιες δυσκολίες στην απόκτηση πρόσβασης στη χρηματοδότηση. Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕΠ) και η κυβέρνηση της Κύπρου συνεργάστηκαν για να αυξήσουν την διαθεσιμότητα χρηματοδότησης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) στη χώρα. Το 2018, η ΕΤΕΠ δάνεισε στην Κυπριακή Τράπεζα Ανάπτυξης 150 εκατομμύρια ευρώ για τη στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΕΤΕΠ, 2018). Η υποστήριξη από την ΕΤΕΠ για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) στην Κύπρο αύξησε τη διαθεσιμότητα χρηματοδότησης και ενίσχυσε το επιχειρηματικό κλίμα για τις ΜΜΕ στη χώρα.

Εκτός από τη δυσκολία πρόσβασης στη χρηματοδότηση, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις πρέπει να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα οικονομικά τους. Η αποτελεσματική οικονομική διαχείριση είναι απαραίτητη για τις επιχειρήσεις για να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους και να διατηρήσουν την ανάπτυξη. Σύμφωνα με την ΚΡΜΓ (2019), πολλές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αγωνίζονται με τη χρηματοοικονομική διαχείριση, η οποία μπορεί να συμβάλει σε ζητήματα ταμειακών ροών και ακόμη και σε χρεοκοπία.

Η υιοθέτηση μιας στρατηγικής διαχείρισης ταμειακών ροών είναι μια προσέγγιση που μπορούν να ακολουθήσουν οι επιχειρήσεις για να διαχειριστούν αποτελεσματικά τα οικονομικά τους. Μια στρατηγική διαχείρισης ταμειακών ροών περιλαμβάνει την πρόβλεψη και τον προγραμματισμό των χρηματοοικονομικών εισροών και εκροών μιας επιχείρησης. Αυτό επιτρέπει στις επιχειρήσεις να προβλέπουν πιθανά ζητήματα ταμειακών ροών και να λαμβάνουν προληπτικά μέτρα (Billett, 2018).

Η διαθεσιμότητα κεφαλαίου και η χρηματοδότηση είναι ζωτικής σημασίας για την ίδρυση και την επέκταση μιας επιχείρησης. Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση μπορεί να είναι δύσκολη για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), αλλά αναδεικνύονται εναλλακτικές λύσεις χρηματοδότησης για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στο κεφάλαιο. Για να διατηρήσουν οι επιχειρήσεις την ανάπτυξη και να αποφύγουν

ζητήματα ταμειακών ροών, η αποτελεσματική οικονομική διαχείριση είναι επίσης απαραίτητη. Παρόμοιες συνθήκες επικρατούν στην Κύπρο, όπου η βοήθεια της ΕΤΕΠ αύξησε τη διαθεσιμότητα χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ.

### **3.1.3 ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ**

Οι κυβερνητικές φορολογικές πολιτικές και κανονισμοί έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων. Οι υψηλοί φορολογικοί συντελεστές και οι περίπλοκοι κανονισμοί μπορούν να αποθαρρύνουν τους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν ή να επεκτείνουν επιχειρήσεις. Αντίθετα, οι ευνοϊκές φορολογικές πολιτικές και οι εξορθολογισμένοι κανονισμοί μπορούν να ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα και την επέκταση των επιχειρήσεων.

Οι κυβερνητικές φορολογικές πολιτικές αφορούν το ποσό και τη δομή των φόρων που πρέπει να πληρώσουν οι επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις υπόκεινται σε φόρο εισοδήματος, φόρο προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ) και άλλους φόρους, όπως φόρους ιδιοκτησίας και τελωνειακούς δασμούς στην πλειονότητα των εθνών. Οι φορολογικοί συντελεστές και η φορολογική δομή μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την κερδοφορία μιας εταιρείας. Οι υψηλοί φορολογικοί συντελεστές μπορούν να μειώσουν τα κέρδη, την ροή εσόδων και την ικανότητα επένδυσης, ενώ οι χαμηλοί φορολογικοί συντελεστές μπορούν αυξήσουν τα κέρδη και την επενδυτική ικανότητα.

Οι κυβερνητικοί κανονισμοί είναι οι νόμοι και οι απαιτήσεις που πρέπει να τηρούν οι επιχειρήσεις για να λειτουργούν νόμιμα. Διάφορα μέρη μιας επιχείρησης μπορεί να διέπονται από κανονισμούς, όπως η αδειοδότηση, οι άδειες, η υγεία και η ασφάλεια, η προστασία του περιβάλλοντος, οι εργασιακές σχέσεις και η πνευματική ιδιοκτησία. Επιπλέον, οι κανονισμοί μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τον κλάδο, την τοποθεσία και την κλίμακα της επιχείρησης. Οι περίπλοκοι και διφορούμενοι κανονισμοί μπορούν να αυξήσουν το κόστος συμμόρφωσης και τους νομικούς κινδύνους, ενώ οι απλοί κανονισμοί μπορούν να μειώσουν το φόρτο συμμόρφωσης και να διευκολύνουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Τα τελευταία χρόνια, οι φορολογικές πολιτικές και οι κυβερνητικές ρυθμίσεις στην Κύπρο έχουν υποστεί πολυάριθμες τροποποιήσεις. Ο φορολογικός συντελεστής εταιρικού εισοδήματος μειώθηκε σταδιακά στο 12,5% το 2020, που είναι σχετικά χαμηλός σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες (KPMG, 2022). Επιπλέον, η Κύπρος παρέχει μια σειρά φορολογικών κινήτρων και απαλλαγών για τις επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένης της έκπτωσης πλασματικών τόκων, του καθεστώτος ΔΙ και του καθεστώτος μη κατοικίας (ΕΥ, 2021). Αυτές οι πολιτικές επιδιώκουν στην προώθηση της επιχειρηματικότητας και την προσέλκυση ξένων επενδύσεων.

Ωστόσο, το φορολογικό σύστημα της Κύπρου παραμένει πολύπλοκο και δύσκολο για τις επιχειρήσεις. Η πολυπλοκότητα και το υψηλό κόστος συμμόρφωσης του συστήματος ΦΠΑ έχουν επικριθεί επανειλημμένως (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2020). Επιπλέον, οι κυβερνητικοί κανονισμοί στην Κύπρο μπορεί να είναι παρατεταμένοι και δυσκίνητοι, ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ. Αυτή η συγκυρία μπορεί να εμποδίσει την ανάπτυξη

και την ανταγωνιστικότητα των τοπικών επιχειρήσεων και να αποτρέψει τους ξένους επενδυτές.

Συνολικά, οι φορολογικές πολιτικές και οι κυβερνητικοί κανονισμοί είναι σημαντικοί εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων. Οι επιχειρηματίες και οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής πρέπει να επιτύχουν μια ισορροπία μεταξύ της προώθησης της επιχειρηματικότητας και της διασφάλισης της συμμόρφωσης με τη νομοθεσία. Παρά το γεγονός ότι οι φορολογικές πολιτικές στην Κύπρο παρέχουν κάποια κίνητρα και οφέλη για τις επιχειρήσεις, η πολυπλοκότητα και η γραφειοκρατική φύση των κανονισμών μπορεί να δημιουργήσει εμπόδια τόσο για τις ενγχώριες όσο και για τις διεθνείς εταιρείες.

### **3.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**

Οι επιχειρήσεις και οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων πρέπει να λαμβάνουν υπόψη, τους κοινωνικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων. Μεταξύ των κοινωνικών παραγόντων είναι οι κοινωνικοί και πολιτισμικοί κανόνες, οι δημογραφικές τάσεις και οι τεχνολογικές εξελίξεις. Αυτοί οι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο λειτουργίας μιας επιχείρησης και τις στρατηγικές επιτυχίας που χρησιμοποιεί. Αυτή η ενότητα θα εξετάσει τον αντίκτυπο αυτών των κοινωνικών παραγόντων στη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων.

Οι κοινές πεποιθήσεις, αξίες, στάσεις και συμπεριφορές που χαρακτηρίζουν μια συγκεκριμένη κοινωνία ή ομάδα αναφέρονται ως κοινωνικοί και πολιτισμικοί κανόνες. Αυτά τα πρότυπα μπορούν να επηρεάσουν τη ζήτηση για συγκεκριμένα αγαθά και υπηρεσίες καθώς και τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. Αντίθετα, οι δημογραφικές τάσεις αναφέρονται σε αλλαγές στο μέγεθος, τη σύνθεση και την κατανομή ενός πληθυσμού με την πάροδο του χρόνου. Για να παραμείνουν σχετικές και ανταγωνιστικές, οι επιχειρήσεις πρέπει να δεχτούν αυτές τις αλλαγές. Τέλος, οι τεχνολογικές εξελίξεις αναφέρονται στον ταχύ ρυθμό της τεχνολογικής αλλαγής, που μπορεί να παρουσιάσει στις επιχειρήσεις ευκαιρίες και προκλήσεις.

Οι επιχειρηματίες και οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που θέλουν να ανθίσουν στο σημερινό δυναμικό και ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον πρέπει να κατανοήσουν αυτούς τους κοινωνικούς παράγοντες και τον αντίκτυπο τους στη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων. Στις επόμενες ενότητες, θα διερευνήσουμε κάθε έναν από αυτούς τους κοινωνικούς παράγοντες σε μεγαλύτερο βάθος και θα συζητήσουμε τις επιχειρηματικές τους επιπτώσεις.

#### **3.2.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ**

Οι κοινωνικοί και πολιτισμικοί κανόνες μιας χώρας έχουν σημαντικό αντίκτυπο στο επιχειρηματικό της τοπίο. Αυτοί οι κανόνες αναφέρονται στις ευρέως αποδεκτές και ασκούμενες πεποιθήσεις, αξίες, στάσεις και συμπεριφορές μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας. Επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και ανταποκρίνονται σε διάφορες επιχειρηματικές πτυχές, όπως η επιχειρηματικότητα, η

καινοτομία και η ανάληψη κινδύνων. Συνεπώς, οι επιχειρηματίες πρέπει να έχουν επίγνωση των κοινωνικών και πολιτιστικών κανόνων των κοινοτήτων που υπηρετούν, προκειμένου να ιδρύσουν επιχειρήσεις που έχουν καλή αποδοχή και έχουν δυνατότητες ανάπτυξης.

Μια ουσιαστική πτυχή των κοινωνικών και πολιτιστικών κανόνων είναι η επιχειρηματική νοοτροπία. Σε ορισμένους πολιτισμούς, η επιχειρηματικότητα χαίρει μεγάλης εκτίμησης και σεβασμού, και η ίδρυση μιας επιχείρησης θεωρείται ως μια ευγενής προσπάθεια που ωφελεί την κοινωνία. Σε άλλους πολιτισμούς, ωστόσο, η σταθερότητα και η ασφάλεια μπορεί να έχουν προτεραιότητα και η επιχειρηματικότητα μπορεί να θεωρηθεί ως μια επικίνδυνη προσπάθεια που δεν αξίζει να επιδιωχθεί. Για παράδειγμα, σε κολεκτιβιστικές κουλτούρες όπως η Ιαπωνία, όπου η συμμόρφωση και η σταθερότητα εκτιμώνται ιδιαίτερα, η επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζεται συχνά με καχυποψία και η ίδρυση μιας νέας επιχείρησης μπορεί να είναι δύσκολη λόγω έλλειψης υποστήριξης και πόρων (Morris et al., 2012).

Η λειτουργία του φύλου στις επιχειρήσεις είναι μια άλλη ουσιαστική πτυχή των κοινωνικών και πολιτιστικών κανόνων. Σε πολλούς πολιτισμούς, οι ρόλοι και οι προσδοκίες των φύλων μπορούν να εμποδίσουν την ικανότητα των γυναικών να γίνουν επιχειρηματίες και να επιτύχουν επιχειρηματική επιτυχία. Σε ορισμένες χώρες της Μέσης Ανατολής, για παράδειγμα, οι γυναίκες μπορεί να αντιμετωπίσουν σημαντικά κοινωνικά και νομικά εμπόδια για την έναρξη και την λειτουργία μιας επιχείρησης, όπως περιορισμούς στην κινητικότητα και την πρόσβαση στο κεφάλαιο (Gurta & Turban, 2019). Ομοίως, σε ορισμένους πολιτισμούς, οι γυναίκες μπορεί να αντιμετωπίσουν μεροληψία και διακρίσεις όταν επιδιώξουν χρηματοδότηση ή τη διαπραγμάτευση συμβάσεων, περιορίζοντας την ευκαιρία ανάπτυξης και επέκτασης τους (Brush et al., 2019).

Οι κοινωνικές και πολιτιστικές συμβάσεις έχουν επίσης επηρεάσει το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Κύπρο. Τα τελευταία χρόνια, υπάρχει μια αυξανόμενη αναγνώριση της σημασίας της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας για την οικονομική ανάπτυξη του έθνους. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν πολιτιστικά εμπόδια που δυσκολεύουν τους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν και να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους. Για παράδειγμα, οι παραδοσιακές βιομηχανίες όπως ο τουρισμός και τα ακίνητα μπορεί να ευνοούνται έναντι νεότερων και πιο καινοτόμων τομέων. Επιπλέον, οι κοινωνικοί και πολιτιστικοί κανόνες μπορεί να εμποδίσουν την πρόσβαση των γυναικών και άλλων κατηγοριών που θα ήθελαν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε χρηματοδότηση και υποστήριξη (Κασίνης & Βαρνάβας, 2020).

Κατά συνέπεια, οι κοινωνικοί και πολιτιστικοί κανόνες είναι σημαντικοί παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων. Οι επιχειρηματίες πρέπει να κατανοούν τους κανόνες και τις αξίες των κοινοτήτων που αντιπροσωπεύουν, προκειμένου να δημιουργούν επιχειρήσεις με δυνατότητα επέκτασης και μακροπρόθεσμη επιτυχία. Στην Κύπρο, έχει δοθεί τα τελευταία χρόνια σημαντική έμφαση στην καινοτομία, την επιχειρηματικότητα και την σημαντικότητα

αυτής, αλλά πρέπει να γίνουν περισσότερες ενέργειες για την αντιμετώπιση των πολιτισμικών φραγμών που μπορούν να εμποδίσουν την επιτυχία των επιχειρηματιών, ιδιαίτερα των γυναικών και των άλλων κατηγοριών που θα ήθελαν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά.

### **3.2.2 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ**

Οι αλλαγές στα χαρακτηριστικά του πληθυσμού, όπως η ηλικία, το φύλο, η εθνικότητα, το επίπεδο εκπαίδευσης και το εισόδημα, αναφέρονται ως δημογραφικές τάσεις. Καθώς επηρεάζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών και τη ζήτηση της αγοράς, αυτές οι τάσεις έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις επιχειρήσεις. Οι αλλαγές στη δημογραφική δομή του πληθυσμού, για παράδειγμα, μπορεί να οδηγήσουν σε αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών, όπως η προτίμηση για πιο υγιεινά τρόφιμα και προϊόντα ή η αύξηση της ζήτησης για υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης. Ομοίως, αλλαγές στα επίπεδα εκπαίδευσης μπορεί να οδηγήσουν σε αύξηση της ζήτησης για προγράμματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή εξειδίκευσης.

Η γήρανση του πληθυσμού είναι μια σημαντική δημογραφική τάση που πρέπει να γνωρίζουν οι επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την έκθεση των Ηνωμένων Εθνών για την Γήρανση του Παγκόσμιου Πληθυσμού, το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 60 ετών και άνω προβλέπεται να αυξηθεί από 12 τοις εκατό το 2015 σε 22 τοις εκατό το 2050 (Ηνωμένα Έθνη, 2017). Αυτή η δημογραφική μετάβαση έχει επιπτώσεις για τις επιχειρήσεις, ειδικά στους τομείς της υγειονομικής περίθαλψης, της ασφάλισης και του συνταξιοδοτικού προγραμματισμού. Για παράδειγμα, η αύξηση του αριθμού των ηλικιωμένων μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ζήτησης για υπηρεσίες υγείας, εγκαταστάσεις μακροχρόνιας φροντίδας και άλλα προϊόντα και υπηρεσίες σε αυτόν τον κλάδο. Ως αποτέλεσμα, οι επιχειρήσεις πρέπει να αναπτύξουν προϊόντα και υπηρεσίες που να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των ηλικιωμένων προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικές.

Η εξελισσόμενη φυλετική και εθνική σύνθεση του πληθυσμού είναι μία ακόμη δημογραφική τάση που πρέπει να εξετάσουν οι επιχειρήσεις. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, ο πληθυσμός των Ισπανών αναμένεται να αυξηθεί από 18% το 2015 σε 30% το 2050 (Pew Research Center, 2015). Αυτή η τάση παρουσιάζει ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις να επεκτείνουν την πελατειακή τους ροή και να στοχεύσουν σε νέες αγορές. Για παράδειγμα, μπορεί να ζητηθεί από τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις μοναδικές απαιτήσεις και προτιμήσεις διάφορων φυλετικών και ομάδων άλλης εθνικότητας.

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις πρέπει να εξετάσουν πώς η αλλαγή των ρόλων των φύλων και οι δομές της οικογένειας επηρεάζουν την συμπεριφορά των καταναλωτών. Οι παραδοσιακοί ρόλοι των φύλων εξελίσσονται καθώς περισσότερες γυναίκες εισέρχονται στο εργατικό δυναμικό και περισσότεροι άνδρες αναλαμβάνουν ευθύνες φροντίδας. Αυτή η μετάβαση έχει οδηγήσει σε αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών, όπως η αύξηση της ζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες που

εξοικονομούν χρόνο και απλοποιούν εργασίες (Mintel, 2014). Η προσαρμογή σε αυτές τις αλλαγές απαιτεί από τις επιχειρήσεις να δημιουργούν προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις και προτιμήσεις των πελατών/στόχων τους.

Η κατάσταση στην Κύπρο δείχνει πώς οι δημογραφικές τάσεις μπορούν να επηρεάσουν τις επιχειρήσεις. Την τελευταία δεκαετία, η Κύπρος γνώρισε σημαντικές δημογραφικές αλλαγές, με γήρανση του πληθυσμού και μείωση του αριθμού νέων. Αυτή η αλλαγή είχε ως αποτέλεσμα μια αλλαγή στην συμπεριφορά των καταναλωτών, με τους ηλικιωμένους να απαιτούν περισσότερες υπηρεσίες υγείας και μακροχρόνιας φροντίδας και τους νέους να αναζητούν όλο και περισσότερες ευκαιρίες εκπαίδευσης και απασχόλησης στο εξωτερικό. Οι επιχειρήσεις στην Κύπρο πρέπει να προσαρμοστούν σε αυτές τις δημογραφικές αλλαγές δημιουργώντας αγαθά και υπηρεσίες που να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και τις προτιμήσεις των καταναλωτών/στόχων τους.

Οι δημογραφικές τάσεις έχουν ουσιαστική επίδραση στις επιχειρήσεις λόγω της επιρροής τους στη συμπεριφορά των καταναλωτών και στη ζήτηση της αγοράς. Οι επιχειρήσεις πρέπει να γνωρίζουν αυτές τις τάσεις και να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους ανάλογα, προκειμένου να διατηρήσουν την αλλαγή της φυλετικής και εθνικής σύνθεσης και η εξέλιξη των ρόλων των φύλων και των οικογενειακών δομών, προσφέρουν στις επιχειρήσεις ευκαιρίες να στοχεύσουν σε νέες αγορές και να επεκτείνουν την καταναλωτική τους βάση.

### **3.2.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ**

Οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και έχουν γίνει βασικός μοχλός δημιουργίας και επέκτασης επιχειρήσεων. Οι καινοτομίες στην τεχνολογία είχαν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών, βελτιστοποιημένες λειτουργίες, βελτιωμένη επικοινωνία και διευρυμένη πρόσβαση στην αγορά. Αυτό το κεφάλαιο θα εξετάσει την επίδραση των τεχνολογικών εξελίξεων στη δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων.

Η επίδραση των τεχνολογικών εξελίξεων στη δημιουργία και επέκταση των επιχειρήσεων είναι πολύπλευρη. Η ικανότητα της τεχνολογίας να δημιουργεί νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες είναι από τις πιο σημαντικές επιπτώσεις της (Haseeb et al., 2019). Ο πολλαπλασιασμός στις πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, για παράδειγμα, έδωσε την δυνατότητα στους επιχειρηματίες να προσεγγίσουν ένα παγκόσμιο κοινό χωρίς να απαιτούν φυσική βιτρίνα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη επιχειρήσεων που προηγουμένως ήταν αδύνατες.

Η βελτίωση διαδικασιών είναι άλλη μια σημαντική επίδραση της τεχνολογίας στη δημιουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις μπορούν πλέον να αυτοματοποιήσουν μια ποικιλία διαδικασιών, μειώνοντας τον χρόνο και τους πόρους που απαιτούνται για την ολοκλήρωσή τους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας και της κερδοφορίας για τις επιχειρήσεις, καθώς είναι πλέον σε θέση



να επικεντρωθούν σε βασικές δραστηριότητες σε αντίθεση με τις συνήθεις εργασίες (Lee et al., 2019).

Επιπλέον, οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν επιτρέψει στις επιχειρήσεις να ενισχύσουν την επικοινωνία και τη συνεργασία τους. Το λογισμικό τηλεδιάσκεψης επέτρεψε στις ομάδες να επικοινωνούν και να συνεργάζονται ανεξάρτητα από την φυσική τους τοποθεσία, για παράδειγμα. Αυτό έδωσε την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε ταλέντα από όλο τον κόσμο και να συνεργάζονται απρόσκοπτα με προμηθευτές και συνεργάτες.

Νέα προϊόντα και υπηρεσίες έχουν αναπτυχθεί ως αποτέλεσμα της επιρροής της τεχνολογίας, στην δημιουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η πρόοδος της τεχνολογίας έχει επιτρέψει στις επιχειρήσεις να αναπτύξουν ασύλληπτα προϊόντα και υπηρεσίες. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας τρισδιάστατης εκτύπωσης, για παράδειγμα, έδωσε τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να κατασκευάσουν πολύπλοκα προϊόντα που θα ήταν αδύνατον να παραχθούν χρησιμοποιώντας συμβατές τεχνικές κατασκευής (Vidmar et al., 2021).

Επιπλέον, η τεχνολογία έχει βελτιώσει την προσβασιμότητα στην αγορά. Το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επέτρεψαν στις επιχειρήσεις να προσεγγίσουν ένα μεγαλύτερο κοινό, συμπεριλαμβανομένων των προηγούμενων απρόσιτων εξειδικευμένων αγορών. Αυτό οδήγησε σε αυξημένες πωλήσεις και έσοδα για τις επιχειρήσεις, ωθώντας την επέκτασή τους.

### **Οι συνθήκες στην Κύπρο**

Τα τελευταία χρόνια, η Κύπρος έχει ενσωματώσει τεχνολογικές εξελίξεις. Η κυβέρνηση έχει εφαρμόσει πολιτικές καινοτομίας και προώθησης της τεχνολογίας, όπως είναι η ίδρυση του Κυπριακού Κέντρου Έρευνας και Καινοτομίας (Orthodoxou, 2022). Κατά συνέπεια, το έθνος έχει δει μια αύξηση στις επιχειρήσεις που βασίζονται στην τεχνολογία, ιδιαίτερα στο fintech και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Ωστόσο, για να συνειδητοποιήσουμε πλήρως τις δυνατότητες της τεχνολογίας στην ώθηση της δημιουργίας και της ανάπτυξης επιχειρήσεων στην Κύπρο, πρέπει να αντιμετωπιστούν ορισμένα εμπόδια. Η έλλειψη πρόσβασης στη χρηματοδότηση για νεοφυείς επιχειρήσεις και μικρές επιχειρήσεις είναι ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια. Παρά τη διαθεσιμότητα πολυάριθμων κυβερνητικών προγραμμάτων και ευκαιριών ιδιωτικής χρηματοδότησης, πολλοί επιχειρηματίες αγωνίζονται να εξασφαλίσουν το κεφάλαιο που απαιτείται για την κλιμάκωση των επιχειρήσεων τους.

Ένα επιπλέον εμπόδιο είναι η έλλειψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού σε ορισμένους τεχνολογικούς τομείς. Ενώ η Κύπρος διαθέτει ισχυρό εκπαιδευτικό σύστημα, πρέπει να αναπτυχθούν εξειδικευμένα μαθήματα τεχνολογίας για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της ραγδαίας αναπτυσσόμενης τεχνολογικής βιομηχανίας.

Οι καινοτομίες στην τεχνολογία είχαν σημαντικό αντίκτυπο στη δημιουργία και την επέκταση των επιχειρήσεων (Kaya et al., 2019). Η ικανότητα της τεχνολογίας να δημιουργεί νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, να εξορθολογίζει τις διαδικασίες, να βελτιώνει την επικοινωνία και τη συνεργασία και να αναπτύσσει νέα προϊόντα και υπηρεσίες έχει καθοριστική σημασία για την επέκταση των επιχειρήσεων σε όλο τον κόσμο. Υπάρχει ακόμη δουλειά να γίνει στην Κύπρο, αλλά οι προσπάθειες της κυβέρνησης να προωθήσει την καινοτομία και την τεχνολογία οδήγησαν σε αύξηση των επιχειρήσεων που βασίζονται στην τεχνολογία.

### **3.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**

Κατά την έναρξη ή την επέκταση μιας επιχείρησης, είναι σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη το ανταγωνιστικό τοπίο και οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχία της. Οι ανταγωνιστικοί παράγοντες περιλαμβάνουν την ανάλυση της αγοράς, τις τάσεις του κλάδου και τον εντοπισμό ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Κατανοώντας αυτούς τους παράγοντες, οι επιχειρήσεις μπορούν να διαφοροποιηθούν και να ευδοκιμήσουν σε μια ανταγωνιστική αγορά λαμβάνοντας τεκμηριωμένες αποφάσεις. Σε αυτό το τμήμα, θα εξετάσουμε ανταγωνιστικούς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων των ανταγωνιστικών αναλύσεων, των τάσεων του κλάδου και του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

#### **Ανταγωνιστική Ανάλυση**

Ορίζεται ως η διαδικασία εντοπισμού και αξιολόγησης των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών υφιστάμενων και δυνητικών ανταγωνιστών. Συνήθως, η ανάλυση συνεπάγεται με τον εντοπισμό των άμεσων και έμμεσων ανταγωνιστών της εταιρείας και την αξιολόγηση των προϊόντων, των υπηρεσιών, των στρατηγικών τιμολόγησης, των πρωτοβουλιών μάρκετινγκ και του συνολικού μεριδίου αγοράς τους (Porter, 1985). Ο σκοπός της ανταγωνιστικής ανάλυσης είναι να αποκτήσει μια βαθύτερη κατανόηση του ανταγωνιστικού τοπίου και πώς να διαφοροποιήσει τα προϊόντα της εταιρείας από αυτά των ανταγωνιστών.

#### **Τάσεις στον κλάδο**

Η παρακολούθηση των τάσεων του κλάδου είναι ένας επιπλέον κρίσιμος ανταγωνιστικός παράγοντας για την επιτυχία της επιχείρησης. Αυτό απαιτεί παρακολούθηση των αλλαγών της αγοράς, των νέων τεχνολογιών και της συμπεριφοράς των καταναλωτών (Declan, 2018). Εντοπίζοντας τάσεις, οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους για να παραμείνουν ανταγωνιστικές και να ικανοποιήσουν τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών. Οι εταιρείες που αγκάλιασαν τη στροφή προς το ηλεκτρονικό εμπόριο, για παράδειγμα, μπόρεσαν να ανθίσουν στο εξελισσόμενο τοπίο λιανικής.

#### **Στρατηγικό Πλεονέκτημα**

Ο εντοπισμός και η ανάπτυξη ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία μιας επιχείρησης. Είναι δυνατό να αποκτήσετε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα παρέχοντας μοναδικά προϊόντα ή υπηρεσίες, καθιερώνοντας αποτελεσματικές διαδικασίες ή παρέχοντας εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών (Porter, 1985). Δημιουργώντας ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, οι επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε μια αγορά με συμφόρηση, να προσελκύσουν και να διατηρήσουν πελάτες. Οι ανταγωνιστικοί παράγοντες είναι ουσιαστικοί για την επιτυχία μιας επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις μπορούν να τοποθετηθούν για ανάπτυξη και επιτυχία αναλύοντας τον ανταγωνισμό, συμβαδίζοντας με τις τάσεις του κλάδου και αναπτύσσοντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

### **3.3.1 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ**

Η ανάλυση του ανταγωνισμού είναι ένα κρίσιμο συστατικό οποιασδήποτε επιχειρηματικής στρατηγικής, καθώς επιτρέπει στους οργανισμούς να κατανοήσουν τη θέση τους στη αγορά και να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό. Σύμφωνα με τον Porter (1980), μια ανταγωνιστική ανάλυση συνεπάγεται με την αξιολόγηση των δυνατών και αδυναμιών των ανταγωνιστικών, τον εντοπισμό ευκαιριών και απειλών στην αγορά και την ανάπτυξη μιας στρατηγικής για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Το πλαίσιο SWOT, το οποίο αντιπροσωπεύει τα δυνατά σημεία, τα τρωτά σημεία, τις ευκαιρίες και τις απειλές (Weihrich, 1982), είναι μια τεχνική για τη διεξαγωγή μιας ανταγωνιστικής ανάλυσης. Αυτό το πλαίσιο βοηθά τις επιχειρήσεις στον εντοπισμό των εσωτερικών δυνατοτήτων και τρωτών σημείων τους, καθώς και των ευκαιριών και των απειλών της εξωτερικής αγοράς. Αφού εντοπίσουν αυτούς τους παράγοντες, οι οργανισμοί μπορούν να αναπτύξουν μια στρατηγική που μεγιστοποιεί τα δυνατά σημεία και τις ευκαιρίες τους, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τις αδυναμίες και τις απειλές τους.

Η συγκριτική αξιολόγηση, η οποία περιλαμβάνει τη σύγκριση της απόδοσης ενός οργανισμού με αυτή των ανταγωνιστών του (Camp, 1989), είναι μια πρόσθετη μέθοδος για τη διεξαγωγή ανταγωνιστικής ανάλυσης. Αυτή η μέθοδος βοηθά τους οργανισμούς στον εντοπισμό βέλτιστων πρακτικών και ευκαιριών βελτίωσης. Αναλύοντας τις πρακτικές επιτυχημένων ανταγωνιστών, οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν εικόνα για το τι λειτουργεί καλά στην αγορά και ποιες αλλαγές είναι απαραίτητες για να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά.

Η ανάλυση του ανταγωνισμού είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις μικρές επιχειρήσεις, καθώς συχνά συναντούν σημαντικά εμπόδια για την είσοδο και την επιτυχία στην αγορά (Gibbs, 2018). Διεξάγοντας μια ολοκληρωμένη ανάλυση ανταγωνισμού, οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να εντοπίσουν τα κενά της αγοράς και να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε κλάδους που κυριαρχούνται από μια χούφτα μεγάλες εταιρείες, όπου οι μικρότερες επιχειρήσεις πρέπει να βρουν μια μοναδική πρόταση πώλησης για να διακριθούν.

Συνολικά, η ανάλυση ανταγωνισμού είναι αναπόσπαστο μέρος κάθε επιχειρηματικής στρατηγικής. Οι οργανισμοί μπορούν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά αξιολογώντας τα δυνατά και αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών, εντοπίζοντας ευκαιρίες και απειλές και αναπτύσσοντας μια στρατηγική που μεγιστοποιεί τα δυνατά σημεία και τις ευκαιρίες ελαχιστοποιώντας τις αδυναμίες και τις απειλές.

### **3.3.2 ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΗΜΕΙΑ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**

Οι τάσεις και τα σημεία αναφοράς στον κλάδο αναφέρονται στα πρότυπα και τις εξελίξεις σε συγκεκριμένες αγορές και τομείς, διαμορφώνουν τις προτιμήσεις των καταναλωτών και επηρεάζουν την προσφορά και τη ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες, αυτές οι τάσεις παίζουν καθοριστικό ρόλο στον καθορισμό της επιτυχίας μιας επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις που μπορούν να προβλέψουν και να προσαρμοστούν στα σημεία αναφοράς και τις τάσεις του κλάδου μπορούν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να βελτιώσουν τη συνολική τους απόδοση.

Η άνοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου και των διαδικτυακών συναλλαγών είναι μια σημαντική εξέλιξη του κλάδου. Τα τελευταία χρόνια, έχει σημειωθεί σημαντική στροφή προς τις ηλεκτρονικές αγορές, ειδικά ως αποτέλεσμα της πανδημίας COVID-19 και των μέτρων κοινωνικής απομόνωσης που προκύπτουν. Η Adobe Analytics διαπίστωσε ότι τις δύο πρώτες εβδομάδες του Νοεμβρίου 2020, οι διαδικτυακές δαπάνες στις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκαν κατά 42% από έτος σε έτος (Adobe, 2020).

Αυτή η τάση έχει επηρεάσει διάφορους κλάδους, από το λιανικό εμπόριο έως τη φιλοξενία, και οι επιχειρήσεις που έχουν προσαρμοστεί εγκαθιστώντας ή ενισχύοντας την παρουσία τους στο διαδίκτυο είναι πιο πιθανό να επιβιώσουν και να ανθίσουν.

Μια άλλη αξιοσημείωτη τάση στον κλάδο είναι η έμφαση στη βιωσιμότητα και την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Ανησυχώντας ολοένα και περισσότερο για περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα, οι καταναλωτές αναζητούν ενεργά επιχειρήσεις που μοιράζονται τις αξίες τους. Σύμφωνα με μια μελέτη της Nielsen (2018), το 81 τοις εκατό των ερωτηθέντων παγκοσμίως, πιστεύει ακράδαντα ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να συμβάλλουν στη βελτίωση του περιβάλλοντος. Οι επιχειρήσεις που μπορούν να επιδείξουν την αφοσίωση τους στη βιωσιμότητα και την κοινωνική ευθύνη μέσω των πρακτικών και των προϊόντων τους είναι πιο πιθανό να προσελκύσουν και να διατηρήσουν πελάτες.

Η συγκριτική ανάλυση είναι μια άλλη κρίσιμη πτυχή της ανάλυσης του κλάδου. Αυτό περιλαμβάνει τη σύγκριση της απόδοσης μιας επιχείρησης με αυτή των ανταγωνιστών της και τον εντοπισμό τομέων για βελτίωση. Διάφοροι παράγοντες, όπως η τιμολόγηση, η ποιότητα των προϊόντων, η εξυπηρέτηση πελατών και οι στρατηγικές μάρκετινγκ, μπορούν να αξιολογηθούν χρησιμοποιώντας τη συγκριτική αξιολόγηση. Οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν στρατηγικές για να αποκτήσουν

ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να βελτιώσουν τη συνολική τους απόδοση, εντοπίζοντας τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών τους.

Η τουριστική βιομηχανία στην Κύπρο έχει επηρεαστεί σημαντικά από τις τάσεις και τα πρότυπα του κλάδου. Τα παραδοσιακά ξενοδοχεία χρειάστηκε να τροποποιήσουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα ως απάντηση στην εμφάνιση διαδικτυακών πλατφορμών ταξιδιωτικών κρατήσεων όπως η 'Booking' και η 'Airbnb'. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των μπουτίκ ξενοδοχείων και των ενοικιαζόμενων διακοπών, καθώς και μεγαλύτερη έμφαση στην παροχή προς τους επισκέπτες, όπως ξεχωριστές εμπειρίες και εξατομικευμένες υπηρεσίες. Επιπλέον, έχει δοθεί αυξημένη έμφαση στον οικοτουρισμό και την αειφορία στην Κύπρο, με τις επιχειρήσεις να εργάζονται για τη μείωση των περιβαλλοντικών τους επιπτώσεων και την προώθηση βιώσιμων πρακτικών.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να παραμείνουν ανταγωνιστικές και επιτυχημένες πρέπει να παραμένουν ενημερωμένες στις τάσεις και τα σημεία αναφοράς του κλάδου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, η βιωσιμότητα και η συγκριτική αξιολόγηση είναι μερικοί μόνο από τους παράγοντες που επηρεάζουν περισσότερο την απόδοση μιας εταιρείας. Οι επιχειρήσεις μπορούν να τοποθετηθούν για μακροπρόθεσμη επιτυχία προσαρμοζόμενοι σε αυτές τις τάσεις και συγκριτικά με τους ανταγωνιστές.

### **3.3.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ**

Για να πετύχει μια επιχείρηση σε μια ανταγωνιστική αγορά, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και η διαφοροποίηση είναι κρίσιμοι παράγοντες. Για να ξεχωρίσουν και να προσελκύσουν καταναλωτές, οι επιχειρήσεις πρέπει να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους. Αυτή η διαφοροποίηση μπορεί να επιτευχθεί μέσω ποικίλων μεθόδων, συμπεριλαμβανομένης της παροχής μοναδικών προϊόντων ή υπηρεσιών, μιας ισχυρής εικόνας της επωνυμίας, της εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών και της εφαρμογής τεχνολογίας αιχμής.

Ο εκτοπισμός και η χρήση των δυνατών σημείων μιας εταιρείας είναι ένα κρίσιμο στοιχείο του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Αυτό απαιτεί πλήρη κατανόηση των εσωτερικών λειτουργιών της εταιρείας καθώς και του εξωτερικού περιβάλλοντος λειτουργίας της. Μια εταιρεία μπορεί να αναπτύξει μια στρατηγική για να αξιοποιήσει τα δυνατά της σημεία και να βελτιώσει τις αδυναμίες της, αναλύοντας τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία της.

Για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, είναι επίσης σημαντικό να κατανοήσουμε τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών. Οι εταιρείες πρέπει να διεξάγουν έρευνα αγοράς για να κατανοήσουν την αγορά - στόχο και τις απαιτήσεις της, και στη συνέχεια να προσαρμόσουν ανάλογα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την παροχή εξατομικευμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών ή τη χρήση τεχνολογίας για την επίσπευση της εμπειρίας του πελάτη.

Εκτός από την κατανόηση των απαιτήσεων των πελατών, οι επιχειρήσεις πρέπει επίσης να παρακολουθούν τις εξελίξεις και τις τάσεις του κλάδου. Αυτό απαιτεί συνεχή δέσμευση για παρακολούθηση των πιο πρόσφατων τεχνολογικών και βιομηχανικών εξελίξεων. Παραμένοντας μπροστά από την καμπύλη, οι επιχειρήσεις μπορούν να τοποθετηθούν ως ηγέτες του κλάδου και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Είναι επίσης σημαντικό για τις επιχειρήσεις να επικεντρωθούν στη δημιουργία μιας ισχυρής εικόνας επωνυμίας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ και διαφήμισης, καθώς και με συνεπή επωνυμία και ανταλλαγή μηνυμάτων σε όλα τα κανάλια. Μια ισχυρή εικόνα της επωνυμίας μπορεί να βοηθήσει μια εταιρεία να ξεχωρίσει από τους ανταγωνιστές και να οικοδομήσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Οι εταιρείες μπορούν να διαφοροποιηθούν παρέχοντας προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν προσφέρουν οι ανταγωνιστές τους. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της δημιουργικότητας, της καινοτομίας και της έρευνας και ανάπτυξης. Οι εταιρείες μπορούν επίσης να διαφοροποιηθούν μέσω της εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών, όπως η παροχή υποστήριξης 24 ώρες την ημέρα, επτά ημέρες την εβδομάδα ή μέσω εξατομικευμένης βοήθειας.

Η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι πιο σημαντική από ποτέ στη σημερινή παγκοσμιοποιημένη και έντονα ανταγωνιστική αγορά. Για να καταφέρουν να φτάσουν σε επίπεδο επιτυχίας, οι επιχειρήσεις πρέπει να διαφοροποιούνται συνεχώς και να παραμένουν μπροστά από την καμπύλη. Οι εταιρείες μπορούν να τοποθετηθούν στην επιτυχία εστιάζοντας στα δυνατά τους σημεία, κατανοώντας τις απαιτήσεις των πελατών, συμβαδίζοντας με τις τάσεις του κλάδου, δημιουργώντας μια ισχυρή εικόνα επωνυμίας και προσφέροντας διακριτικά προϊόντα ή υπηρεσίες.

Ωστόσο, η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος δεν είναι πάντα απλή. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι επιχειρήσεις μπορεί να συναντήσουν εμπόδια όπως περιορισμένους πόρους ή έντονο ανταγωνισμό. Οι μικρές επιχειρήσεις στην Κύπρο, για παράδειγμα, μπορεί να δυσκολεύονται να αντιμετωπίσουν μεγαλύτερες εταιρείες λόγω των περιορισμένων πόρων και της πελατειακής τους βάσης. Σε τέτοιες περιπτώσεις, είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις να επικεντρωθούν στην εξειδικευμένη αγορά τους και στα διακριτικά τους πλεονεκτήματα, προκειμένου να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και η διαφοροποίηση στη σημερινή αγορά είναι απαραίτητη για κάθε επιχείρηση που επιδιώκει την επιτυχία. Οι εταιρείες μπορούν να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εστιάζοντας στα δυνατά τους σημεία, κατανοώντας τις ανάγκες των πελατών, μένοντας ενήμερες για τις τάσεις του κλάδου, δημιουργώντας μια ισχυρή εικόνα επωνυμίας και παρέχοντας διακριτικά προϊόντα ή υπηρεσίες. Με τις

κατάλληλες στρατηγικές και προσέγγιση, κάθε εταιρεία μπορεί να πετύχει σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά, παρά το γεγονός ότι αυτό δεν είναι πάντα απλό.

#### **4. ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ**

Το τέταρτο κεφάλαιο αυτής της διατριβής εξετάζει περιπτώσιολογικές μελέτες επιτυχημένων επιχειρήσεων στην Κύπρο που έχουν αξιοποιήσει αποτελεσματικά εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Αυτές οι περιπτώσιολογικές μελέτες παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες για τις στρατηγικές και τις πρακτικές που συνέβαλαν στην επιτυχία των οργανισμών που μελετήθηκαν. Αναλύοντας τους παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων, μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Κύπρο και να εντοπίσουμε πιθανές ευκαιρίες εξέλιξης και ανάπτυξης.

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα διερευνήσουμε μια ποικιλία περιπτώσιολογικών μελετών επιτυχημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο και θα αναλύσουμε τους παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία τους. Θα δώσουμε προσοχή τόσο σε εσωτερικούς όσο και σε εξωτερικούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων των πρακτικών διαχείρισης, της εκπαίδευσης των εργαζομένων και της καινοτομίας, καθώς και στις οικονομικές τάσεις, στις ρυθμιστικές πολιτικές και στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Για να διασφαλίσουμε ότι η ανάλυσή μας βασίζεται σε στέρεες έρευνες και στοιχεία, θα συμβουλευτούμε μια ποικιλία επιστημονικών εργασιών, εκθέσεις του κλάδου και άλλες αξιόπιστες πηγές δεδομένων. Χρησιμοποιώντας αυτούς τους πόρους, μπορούμε να παρέχουμε μια διεξοδική και λεπτή κατανόηση των παραγόντων που συνέβαλαν στην επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων στην Κύπρο.

Αυτό το κεφάλαιο έχει σκοπό να παρέχει πρακτικές γνώσεις και διδάγματα που μπορούν να εφαρμόσουν άλλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο. Μελετώντας τα επιτεύγματα άλλων, οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν αποτελεσματικές στρατηγικές ανάπτυξης και επέκτασης και να συμβάλουν στη συνεχή ανάπτυξη της κυπριακής οικονομίας.

#### **4.1 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΕΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**

##### **4.1.1 ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ALPHAMEGA**

Εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες επέτρεψαν στις Υπεραγορές Alphamega να γίνουν η κυρίαρχη αλυσίδα σουπέρ μάρκετ στην Κύπρο. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1987 και σήμερα λειτουργεί εννέα καταστήματα σε όλο το νησί, απασχολώντας περισσότερα από 1.500 άτομα (Alphamega, 2022). Η επιτυχία της Alphamega μπορεί να αποδοθεί σε διάφορους παράγοντες, όπως η ισχυρή ταυτότητα της επωνυμίας της, η πελατοκεντρική προσέγγιση και η προσαρμοστικότητα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς.

Η ταυτότητα του brand της Alphamega είναι καθιερωμένη και αναγνωρισμένη από τους καταναλωτές σε όλη την Κύπρο. Η επωνυμία της εταιρείας βασίζεται στην ποιότητα, την ποικιλία και την αξία, τα οποία αντικατοπτρίζονται στις προσφορές προϊόντων και στις καμπάνιες μάρκετινγκ (Χριστοφή,2021).Επιπλέον, η Alphamega επενδύει σημαντικά στην εξυπηρέτηση πελατών, εκπαιδεύοντας τους υπαλλήλους της ώστε να παρέχουν σε κάθε πελάτη μια εξατομικευμένη εμπειρία αγορών. Αυτές οι προσπάθειες συνέβαλαν στην εδραίωση της πίστης των καταναλωτών και στην προώθηση της επαναλαμβανόμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Εκτός από τα εσωτερικά της πλεονεκτήματα, η Alphamega έχει αξιοποιήσει εξωτερικούς παράγοντες για την ενίσχυση της ανταγωνιστικής της θέσης. Η εταιρεία έχει επεκτείνει το απόθεμα των προϊόντων της για να περιλαμβάνει βιολογικά και υγιεινά είδη, καθώς και ηλεκτρονικές παραγγελίες και παράδοση στο σπίτι (Alphamega, 2022). Αυτό έδωσε τη δυνατότητα στην εταιρεία να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά τις μεγαλύτερες διεθνείς αλυσίδες όπως η Lidl και η Carrefour, καθώς και τοπικοί ανταγωνιστές όπως η Σκλαβενίτης.

Η επιτυχία του Alphamega οφείλεται εν μέρει και στις ευνοϊκές οικονομικές συνθήκες της Κύπρου. Τα τελευταία χρόνια, η οικονομία της χώρας γνώρισε σταθερή ανάπτυξη, η οποία ενίσχυσε τις καταναλωτικές δαπάνες και υποστήριξε την επέκταση του κλάδου του λιανικού εμπορίου (Eurostat,2022). Επιπλέον, η θέση της Κύπρου στο σταυροδρόμι Ευρώπης, Αφρικής και Ασίας την έχει καταστήσει στρατηγική θέση για το εμπόριο, δημιουργώντας ευκαιρίες για επιχειρήσεις όπως η Alphamega να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους (Chambers.law,2022).

Η Alphamega Hypermarkets έχει αξιοποιήσει αποτελεσματικά εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες για να γίνει ηγέτης της αγοράς στον κυπριακό κλάδο λιανικής. Η έμφαση της εταιρείας στην ποιότητα, την ποικιλία και την αξία, σε συνδυασμό με την πελατοκεντρική της προσέγγιση και την προσαρμοστικότητα στις κυμαινόμενες συνθήκες της αγοράς, τη βοήθησαν να δημιουργήσει μια ισχυρή ταυτότητα επωνυμίας και την αφοσίωση των πελατών. Η ευημερία του Alphamega οφείλεται επίσης, εν μέρει, στις ευνοϊκές οικονομικές συνθήκες και τη στρατηγική θέση της Κύπρου.

#### **4.1.2 ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ**

Η εταιρεία Σκλαβενίτης Κύπρου είναι μια άλλη επιτυχημένη επιχείρηση στην Κύπρο που έχει αξιοποιήσει εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Είναι μια αλυσίδα σούπερ μάρκετ που λειτουργεί 31 τοποθεσίες σε όλη την Κύπρο (Σκλαβενίτης Κύπρου). Τόσο εσωτερικοί όσο και εξωτερικοί παράγοντες συνέβαλαν στην επιτυχία της εταιρείας στην εξαιρετικά ανταγωνιστική κυπριακή αγορά.

Εσωτερικά, ο Σκλαβενίτης Κύπρου έχει δώσει προτεραιότητα στην παροχή ανώτερων προϊόντων και υπηρεσιών στους καταναλωτές. Η εταιρεία έχει επενδύσει στον εκσυγχρονισμό των καταστημάτων της, στην επέκταση της επιλογής των προϊόντων της και στην ενίσχυση της εξυπηρέτησης των πελατών της. Επιπλέον, το ισχυρό



σύστημα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας της εταιρείας εγγυάται ότι τα καταστήματά της είναι πάντα εφοδιασμένα με φρέσκα, υψηλής ποιότητας προϊόντα(Σκλαβενίτης Κύπρου).

Εξωτερικά, η εταιρεία Σκλαβενίτης Κύπρου έχει αναπτυχθεί και επεκτείνει τις δραστηριότητές της αξιοποιώντας το ευνοϊκό επιχειρηματικό κλίμα στην Κύπρο. Η Κύπρος έχει ευνοϊκή φορολογική δομή, εργατικό δυναμικό υψηλής εκπαίδευσης και στρατηγική θέση, γεγονός που την καθιστά ιδανική τοποθεσία για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου (Κυπριακός Οργανισμός Προώθησης Επενδύσεων). Η εταιρεία Σκλαβενίτης Κύπρου έχει κεφαλαιοποιήσει αυτούς τους παράγοντες ανοίγοντας νέα καταστήματα, επεκτείνοντας την επιλογή προϊόντων της και επενδύοντας σε νέες τεχνολογίες για την ενίσχυση των δραστηριοτήτων της.

Οι στρατηγικές συνεργασίες με προμηθευτές και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη είναι ένας άλλος σημαντικός εξωτερικός παράγοντας που συνέβαλε στην επιτυχία του Σκλαβενίτη Κύπρου. Οι μακροχρόνιες σχέσεις της εταιρείας με τοπικούς αγρότες, παραγωγούς και προμηθευτές της επέτρεψαν να εξασφαλίσει αξιόπιστη προμήθεια προϊόντων υψηλής ποιότητας σε ανταγωνιστικές τιμές. Επιπλέον, η εταιρεία έχει συνεργαστεί με άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς στην Κύπρο για την υποστήριξη των τοπικών κοινωνιών, την προώθηση βιώσιμων πρακτικών και τη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας (Σκλαβενίτης Κύπρου).

Η εταιρεία Σκλαβενίτης Κύπρου είναι μια επιτυχημένη επιχείρηση στην Κύπρο που έχει κεφαλαιοποιήσει τόσο εσωτερικούς όσο και εξωτερικούς παράγοντες για να αναπτυχθεί και να επιτύχει σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά. Εστιάζοντας στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας στους πελάτες της, επενδύοντας στον εκσυγχρονισμό και την καινοτομία και αξιοποιώντας τις ευνοϊκές επιχειρηματικές συνθήκες στην Κύπρο, η εταιρεία Σκλαβενίτης Κύπρου μπόρεσε να εδραιώσει μια ισχυρή θέση στην αγορά και να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

#### **4.1.3 ALION & MORE**

Η Alion & More είναι μια ευημερούσα επιχείρηση στην Κύπρο που έχει επωφεληθεί τόσο από εσωτερικούς όσο και από εξωτερικούς παράγοντες. Η επιτυχία της Alion & More μπορεί να αποδοθεί στη σταθερή φήμη της επωνυμίας της, στην πελατοκεντρική στρατηγική της και στην αποτελεσματική διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Ένας από τους εσωτερικούς παράγοντες που συνέβαλε στην επιτυχία της Alion & More είναι η δέσμευση της να παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας στους πελάτες της. Η φήμη της εταιρείας για την προσφορά ποικίλης επιλογής προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές τη βοήθησε να προσελκύσει και να διατηρήσει πελάτες. Επιπλέον, η εταιρεία ακολουθεί μια πελατοκεντρική προσέγγιση, η οποία συνεπάγεται την κατανόηση των απαιτήσεων και των προτιμήσεων των πελατών της

και την προσαρμογή των προϊόντων και των υπηρεσιών της ανάλογα (Alion & More,2021).

Ένας επιπλέον εσωτερικός παράγοντας που συνέβαλε στην επιτυχία της Alion & More είναι η αποτελεσματική διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ο οργανισμός έχει πραγματοποιήσει σημαντικές επενδύσεις στην υποδομή της αλυσίδας εφοδιασμού για να διασφαλίσει ότι τα προϊόντα προέρχονται, μεταφέρονται και παραδίδονται αποτελεσματικά. Αυτό έχει χρησιμεύσει στη μείωση του λειτουργικού κόστους και στην αύξηση της συνολικής αποτελεσματικότητας της επιχείρησης.

Η Alion & More έχει αξιοποιήσει εξωτερικούς παράγοντες εκτός από τους εσωτερικούς παράγοντες για να πετύχει. Μία από αυτές τις μεταβλητές είναι το ευνοϊκό επιχειρηματικό κλίμα της Κύπρου, το οποίο έχει προσελκύσει ξένες επενδύσεις και έχει επιτρέψει στις επιχειρήσεις να ανθίσουν(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2021). Επιπλέον, η εταιρεία έχει κεφαλαιοποιήσει την αυξανόμενη ζήτηση για ηλεκτρονικές αγορές, η οποία έχει επιταχυνθεί από την πανδημία COVID-19. Η εταιρεία έχει αναπτύξει μια ισχυρή πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου που επιτρέπει στους πελάτες να αγοράζουν ηλεκτρονικά και να λαμβάνουν παράδοση στο σπίτι ή παραλαβή από το κατάστημα (Alion & More,2021).

Η Alion & More είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα επιτυχημένης επιχείρησης στην Κύπρο που έχει αξιοποιήσει εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Η επιτυχία της εταιρείας μπορεί να αποδοθεί στην εστίαση της, στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, στην πελατοκεντρική προσέγγισή της και στην αποτελεσματική διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Επιπλέον, το ευνοϊκό επιχειρηματικό κλίμα στην Κύπρο και η αυξανόμενη ζήτηση για ηλεκτρονικές αγορές συνέβαλαν στην επιτυχία της εταιρείας.

#### **4.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΟΥΣ**

Πολλές επιτυχημένες επιχειρήσεις στην Κύπρο έχουν χρησιμοποιήσει εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες για να επιτύχουν (Snieska et al., 2019). Οι Υπεραγορές Alphamega, Σκλαβενίτης Κύπρου και Alion & More είναι τρεις τέτοιες επιχειρήσεις. Αρκετοί παράγοντες συνέβαλαν στην επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων, οι οποίες απέδειξαν την ικανότητά τους να ακμάζουν σε μια ανταγωνιστική αγορά. Αυτή η ανάλυση θα διερευνήσει τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία αυτών των τριών επιχειρήσεων.

Οι υπεραγορές Alphamega της Κύπρου είναι μια γνωστή και ευημερούσα αλυσίδα λιανικής. Η εταιρεία έχει γίνει γνωστό όνομα στους Κύπριους καταναλωτές και διατηρεί πολλαπλές υπεραγορές σε όλη τη χώρα. Η Alphamega έχει χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά τόσο εσωτερικούς όσο και εξωτερικούς παράγοντες για να επιτύχει την επιτυχία.

Η εξυπηρέτηση πελατών είναι ένας από τους εσωτερικούς παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία της Alphamega. Η εταιρεία έχει υιοθετήσει μια πελατοκεντρική στρατηγική στην οποία ιεραρχούνται οι απαιτήσεις και οι προτιμήσεις των πελατών της. Η Alphamega έχει επενδύσει στην εκπαίδευση των εργαζομένων της για την παροχή ανώτερης εξυπηρέτησης πελατών, γεγονός που συνέβαλε στην επιτυχία της εταιρείας να δημιουργήσει πιστούς πελάτες.

Η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι ένας άλλος εσωτερικός παράγοντας που συνέβαλε στην επιτυχία της Alphamega. Η εταιρεία έχει δημιουργήσει μια αξιόπιστη αλυσίδα εφοδιασμού που εγγυάται τη συνεχή διαθεσιμότητα των προϊόντων της. Η Alphamega έχει εφαρμόσει ένα εξελιγμένο σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων που παρακολουθεί τα δεδομένα πωλήσεων και προβλέπει τη ζήτηση, βελτιστοποιώντας έτσι τα επίπεδα αποθεμάτων και ελαχιστοποιώντας τα αποθέματα.

Η εικόνα της επωνυμίας και οι στρατηγικές μάρκετινγκ είναι δύο εξωτερικοί παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία της Alphamega. Η εταιρεία έχει αναπτύξει μια ισχυρή εικόνα της επωνυμίας στους Κύπριους καταναλωτές, επιτρέποντάς της να κερδίσει την εμπιστοσύνη και την αφοσίωσή τους. Εκτός από την εφαρμογή αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ, όπως προγράμματα αφοσίωσης, προωθητικές προσφορές και διαδικτυακή διαφήμιση, η Alphamega πέτυχε να προσελκύει και να διατηρεί πελάτες.

Η Σκλαβενίτης Κύπρου είναι μια άλλη επιτυχημένη αλυσίδα λιανικής στην Κύπρο που έχει επιτύχει, αξιοποιώντας μια ποικιλία εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων. Ο Σκλαβενίτης διαθέτει πολλά σούπερ μάρκετ σε όλη τη χώρα και έχει κερδίσει τη φήμη για την παροχή προσιτών προϊόντων υψηλής ποιότητας.

Η έμφαση στην ποιότητα των προϊόντων είναι ένας από τους εσωτερικούς παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία της εταιρείας Σκλαβενίτης. Η αυστηρή διαδικασία επιλογής προμηθευτών της εταιρείας διασφαλίζει ότι στα σούπερ μάρκετ της πωλούνται μόνο προϊόντα υψηλής ποιότητας. Επιπλέον, η εταιρεία Σκλαβενίτης έχει επενδύσει στην εκπαίδευση των εργαζομένων της, η οποία εξυπηρετεί τη διατήρηση της υψηλής ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών της.

Η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι ένας άλλος εσωτερικός παράγοντας που συνέβαλε στην επιτυχία της εταιρείας Σκλαβενίτης. Ο οργανισμός έχει εφαρμόσει ένα εξελιγμένο σύστημα logistics που εγγυάται τη συνεχή διαθεσιμότητα των προϊόντων. Η Σκλαβενίτης έχει επίσης δημιουργήσει συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς, δίνοντάς της τη δυνατότητα να προωθεί προϊόντα τοπικής προέλευσης και να υποστηρίζει την τοπική οικονομία.

Εκτός από την αφοσίωσή τους στην ικανοποίηση των πελατών, η επιτυχία της Σκλαβενίτης επηρεάζεται και από αυτόν τον παράγοντα. Έχουν επενδύσει στον εκσυγχρονισμό των καταστημάτων τους, στην επέκταση των σειρών προϊόντων τους και στην ενίσχυση της εξυπηρέτησης των πελατών τους. Επιπλέον, προσφέρουν online αγορές και παράδοση, επιτρέποντας στους πελάτες να παραγγείλουν είδη

παντοπωλείου από την άνεση του σπιτιού τους. Η Σκλαβενίτης έχει δημιουργήσει μια πιστή πελατειακή βάση ως αποτέλεσμα των προσπαθειών της να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών.

Ο Σκλαβενίτης μπόρεσε να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία για να αυξήσει την παραγωγικότητα και να εξορθολογήσει τις λειτουργίες. Έχουν επενδύσει σε αυτοματοποιημένα συστήματα απογραφής, επιλογές ηλεκτρονικών πληρωμών και διαδικτυακές πλατφόρμες παραγγελιών, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να διαχειρίζονται την αλυσίδα εφοδιασμού τους πιο αποτελεσματικά και να μειώνουν τα απόβλητα. Αυτό όχι μόνο αύξησε την κερδοφορία τους, αλλά και βελτίωσε την ικανότητά τους να ανταποκρίνονται στη ζήτηση των πελατών.

Οι στρατηγικές μάρκετινγκ και οι τιμολογιακές πολιτικές είναι εξωτερικοί παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία της Σκλαβενίτης. Αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ, όπως προγράμματα αφοσίωσης και προωθητικές προσφορές, έχουν εφαρμοστεί από την εταιρεία για να προσελκύσουν και να διατηρήσουν τους καταναλωτές. Επιπλέον, η Σκλαβενίτης έχει υιοθετήσει μια στρατηγική τιμολόγησης που δίνει έμφαση στην προσιτή τιμή, η οποία επέτρεψε στην εταιρεία να παραμείνει ανταγωνιστική σε μια αγορά συμφόρησης.

Η Alion & More είναι μια άλλη επιτυχημένη εταιρεία στην Κύπρο που έχει κεφαλαιοποιήσει τόσο εσωτερικούς όσο και εξωτερικούς παράγοντες. Από την ίδρυσή της το 1991 ως μικρό κατάστημα λιανικής πώλησης, η εταιρεία έχει εξελιχθεί για να γίνει ο μεγαλύτερος διανομέας στο είδος της στην Κύπρο.

Η ισχυρή ηγετική και διοικητική ομάδα της Alion & More είναι ένας σημαντικός εσωτερικός παράγοντας που συμβάλλει στην επιτυχία τους. Η ηγεσία της εταιρείας έχει προηγηθεί αποτελεσματικά στις μεταβαλλόμενες τάσεις της αγοράς και έχει προσαρμόσει ανάλογα το επιχειρηματικό της μοντέλο. Επιπλέον, έχουν εφαρμόσει αποτελεσματικές στρατηγικές διαχείρισης κόστους και έχουν βελτιστοποιήσει την εφοδιαστική τους αλυσίδα προκειμένου να μειώσουν τα έξοδα και να αυξήσουν την παραγωγικότητα.

Η Alion & More έχει επίσης επωφεληθεί από εξωτερικούς παράγοντες όπως οι τάσεις της αγοράς και οι προτιμήσεις των καταναλωτών. Έχουν επεκτείνει τη σειρά προϊόντων τους για να συμπεριλάβουν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών τους. Επιπλέον, έχουν ενσωματώσει το ηλεκτρονικό εμπόριο και έχουν δημιουργήσει ένα φιλικό προς τον χρήστη ηλεκτρονικό κατάστημα, το οποίο τους έδωσε τη δυνατότητα να προσεγγίσουν νέους πελάτες και να αυξήσουν τις πωλήσεις.

Η Alion & More έχει δημιουργήσει ισχυρές συνεργασίες με προμηθευτές και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτό τους επέτρεψε να διαπραγματευτούν καλύτερες τιμές και να αποκτήσουν πρόσβαση σε προϊόντα υψηλής ποιότητας, δίνοντάς τους ένα πλεονέκτημα στην αγορά.

Η επιτυχία της Alion & More μπορεί να αποδοθεί στον συνδυασμό ισχυρής ηγεσίας, αποτελεσματικής διαχείρισης κόστους και της ικανότητάς τους να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες τάσεις της αγοράς και στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Η έμφαση που δίνουν στην δημιουργία των συνεργασιών και στη μοχλεύσει του ηλεκτρονικού εμπορίου συνέβαλε επίσης στην επιτυχία τους στην εξαιρετικά ανταγωνιστική αγορά της Κύπρου.

Οι Alphamega, Σκλαβενίτης και Alion & More είναι όλα εξαιρετικά παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων στην Κύπρο που έχουν χρησιμοποιήσει εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες για την επιτυχία. Η εστίαση στην ικανοποίηση των πελατών, τις αποτελεσματικές λειτουργίες και την τεχνολογία τους επέτρεψε να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητα της αγοράς. Αναλύοντας τις επιτυχίες αυτών των εταιρειών, άλλες εταιρείες στην Κύπρο μπορούν να αποκτήσουν πολύτιμες γνώσεις και να εφαρμόσουν στρατηγικές για τη δική τους επιτυχία.

## **5. ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΛΥΣΕΙΣ**

### **5.1 ΚΟΙΝΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Στο παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον της σημερινής εποχής, οι εταιρείες αντιμετωπίζουν ποικίλα εμπόδια που μπορούν να εμποδίσουν την επιτυχία τους. Ενώ ορισμένες από αυτές τις προκλήσεις μπορεί να είναι συγκεκριμένες για μια συγκεκριμένη βιομηχανία ή εταιρεία, άλλες είναι καθολικές. Σε αυτή την ενότητα, θα εξετάσουμε μερικά από τα πιο συνηθισμένα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις και πώς να τα ξεπεράσουμε.

- Ο ανταγωνισμός είναι αναμφισβήτητο το σημαντικότερο εμπόδιο που συναντούν οι επιχειρήσεις. Στον παγκοσμιοποιημένο κόσμο του σήμερα, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν έντονο ανταγωνισμό τόσο από εγχώριους όσο και από ξένους ανταγωνιστές. Οι επιχειρήσεις πρέπει να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους και να αναπτύξουν μια πρόταση αξίας που να έχει απήχηση στους καταναλωτές προκειμένου να είναι πετυχημένες. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω καινοτομίας, διαφοροποίησης προϊόντων ή ανώτερης εξυπηρέτησης πελατών.
- Η αβεβαιότητα στην οικονομία είναι ένα επιπλέον σημαντικό εμπόδιο που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις. Η οικονομική ύφεση μπορεί να οδηγήσει σε μειωμένη ζήτηση, πωλήσεις και κερδοφορία. Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να προσαρμόζονται γρήγορα στις μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες και να επανορθώσουν στρατηγικές για τον μετριασμό των επιπτώσεων της οικονομικής αβεβαιότητας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω χρηστής οικονομικής διαχείρισης, διαφοροποίησης και προετοιμασίας έκτακτης ανάγκης.
- Η ταχεία τεχνολογική πρόοδος μεταμορφώνει το επιχειρηματικό περιβάλλον με πρωτοφανή ρυθμό. Οι εταιρείες που δεν μπορούν να συμβαδίσουν με τις

τεχνολογικές εξελίξεις διατρέχουν κίνδυνο να μείνουν πίσω από τους ανταγωνιστές και να γίνουν άσχετες στην αγορά. Για να παραμείνουν ανταγωνιστικές, οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύουν σε τεχνολογία αιχμής και να αναπτύξουν στρατηγικές για την ενσωμάτωση της στις δραστηριότητες τους.

- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών αλλάζουν συνεχώς και οι επιχειρήσεις πρέπει να προσαρμοστούν για να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Η τακτική έρευνα αγοράς είναι απαραίτητη προκειμένου οι επιχειρήσεις να κατανοήσουν τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών τους και να αναπτύξουν στρατηγικές για να ικανοποιήσουν αυτές τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις.
- Το εργατικό δυναμικό είναι η ραχοκοκαλιά οποιουδήποτε οργανισμού και η προσέλκυση και η διατήρηση των καλύτερων ταλέντων είναι απαραίτητη για την επιτυχία μιας εταιρείας. Για να διατηρήσουν κορυφαία ταλέντα, οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύσουν στην ανάπτυξη των εργαζομένων και να παρέχουν ευκαιρίες κατάρτισης και εξέλιξης.

Οι επιχειρήσεις στην Κύπρο αντιμετωπίζουν παρόμοια εμπόδια με αυτά που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Το μικρό μέγεθος της αγοράς και η περιορισμένη δεξαμενή ταλέντων μπορεί να δυσκολέψει τις εταιρείες να εντοπίσουν κατάλληλους υπαλλήλους. Επιπλέον, η πολιτική αστάθεια, τα υψηλά επίπεδα δημόσιου χρέους και η έλλειψη επενδύσεων σε υποδομές έχουν επηρεάσει την οικονομία της χώρας. Ωστόσο, παρά τα εμπόδια αυτά, πολλές επιχειρήσεις στην Κύπρο έχουν ανθίσει με την εφαρμογή καινοτόμων στρατηγικών και την προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς.

Η γεωγραφική θέση της Κύπρου, για παράδειγμα, είναι ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια που συναντούν εκεί οι επιχειρήσεις. Η θέση της Κύπρου στα ανατολικά σύνορα της Ευρώπης την καθιστά λιγότερο προσβάσιμη από άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, ορισμένες επιχειρήσεις έχουν μετατρέψει αυτό το μειονέκτημα σε πλεονέκτημα, χρησιμοποιώντας την τοποθεσία της Κύπρου ως πύλη προς τη Μέση Ανατολή και τη Βόρεια Αφρική. Αυτές οι επιχειρήσεις έχουν αναπτύξει ξεχωριστές στρατηγικές για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών σε αυτές τις περιοχές, αξιοποιώντας τις γνώσεις τους για τα τοπικά έθιμα και τον πολιτισμό για να δημιουργήσουν μακροχρόνιες σχέσεις.

Ένα επιπλέον εμπόδιο για τις επιχειρήσεις στην Κύπρο είναι η περιορισμένη δεξαμενή ταλέντων. Ωστόσο, ορισμένες επιχειρήσεις κατάφεραν να προσελκύσουν και να διατηρήσουν κορυφαία ταλέντα παρέχοντας ένα θετικό εργασιακό περιβάλλον, επενδύοντας στην ανάπτυξη των εργαζομένων και προσφέροντας ανταγωνιστικά πακέτα αποδοχών. Με αυτόν τον τρόπο, αυτές οι εταιρείες μπόρεσαν να δημιουργήσουν ισχυρές, αφοσιωμένες ομάδες που έχουν υψηλά κίνητρα.

Για να ξεπεράσουν τα εμπόδια που συναντούν οι επιχειρήσεις στην Κύπρο, είναι απαραίτητο να

αναπτύξουν καινοτόμες στρατηγικές και να επενδύσουν στην ανάπτυξη των εργαζομένων τους. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι προορατικές στον εντοπισμό και τον μετριασμό κινδύνων, όπως η οικονομική αστάθεια και οι πολιτικές αναταραχές. Οι επιχειρήσεις στην Κύπρο μπορούν να αναπτύξουν ένα βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να ανθίσουν στην παγκόσμια αγορά εάν προβούν σε αυτή τη δράση.

## **5.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΑΥΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΝ**

Η εύρεση αποτελεσματικών στρατηγικών για την υπέρβαση αυτών των εμποδίων είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία των επιχειρήσεων. Σε αυτή την ενότητα, θα συζητήσουμε μερικά από τα πιο κοινά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις, καθώς και στρατηγικές για την υπερνίκησή τους.

Ο ανταγωνισμός στην αγορά είναι ένα από τα σημαντικότερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις (Margherita & Braccini, 2021). Για να ξεπεραστεί αυτό το εμπόδιο, οι επιχειρήσεις πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στη διαφοροποίηση και να προσφέρουν στους καταναλωτές ξεχωριστή αξία. Μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν στρατηγικές τιμολόγησης για να προσελκύσουν καταναλωτές, όπως η προσφορά εκπτώσεων ή η ομαδοποίηση προϊόντων. Μια άλλη στρατηγική είναι να δοθεί προτεραιότητα στην εξυπηρέτηση πελατών και να καλλιεργηθεί μια βάση πιστών πελατών που επιστρέφουν.

Μια άλλη δυσκολία είναι η οικονομική διαχείριση της επιχείρησης. Η αποτελεσματική οικονομική διαχείριση είναι απαραίτητη για την επιβίωση και την επέκταση των επιχειρήσεων. Οι στρατηγικές για την υπέρβαση αυτής της πρόκλησης περιλαμβάνουν σχολαστικό προϋπολογισμό, διαχείριση ταμειακών ροών, μείωση κόστους και επένδυση στους κατάλληλους τομείς. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να έχετε πλήρη κατανόηση των οικονομικών καταστάσεων και να αναζητάτε καθοδήγηση από ειδικούς όταν χρειάζεται (Theodore D Kokkoris, 2014).

Η τεχνολογία είναι ένα επιπλέον εμπόδιο για τις επιχειρήσεις. Για να παραμείνουν ανταγωνιστικές, οι επιχειρήσεις πρέπει να συμβαδίζουν με τις πιο πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις. Η επένδυση στην τεχνολογία, όπως η αναβάθμιση υλικού και λογισμικού, και η εκπαίδευση των εργαζομένων είναι στρατηγικές για να ξεπεραστεί αυτή η πρόκληση. Επιπλέον, είναι σημαντικό να παραμείνετε ενήμεροι για τις πιο πρόσφατες τεχνολογικές τάσεις και να υιοθετήσετε νέες τεχνολογίες όταν μπορούν να ωφελήσουν την επιχείρηση.

Μια άλλη πρόκληση είναι η αποτελεσματική διαχείριση των εργαζομένων. Ο κύκλος εργασιών μπορεί να είναι δαπανηρός για τις επιχειρήσεις, επομένως είναι σημαντικό να διατηρούνται τα κίνητρα και η αφοσίωση των εργαζομένων (Tsiakkirios & Pashiardis, 2002). Οι στρατηγικές για την υπέρβαση αυτής της πρόκλησης

περιλαμβάνουν την παροχή ανταγωνιστικών αποδοχών και παροχών, ευκαιριών επαγγελματικής ανέλιξης και θετικού εργασιακού περιβάλλοντος. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να επικοινωνείτε αποτελεσματικά με τους υπαλλήλους και να ζητάτε τα σχόλιά τους.

Οι επιχειρήσεις στην Κύπρο αντιμετωπίζουν πρόσθετα εμπόδια, συμπεριλαμβανομένου του οικονομικού και πολιτικού κλίματος του νησιού. Οι επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν προκειμένου να αντέξουν την πρόσφατη οικονομική κρίση. Η διαφοροποίηση προϊόντων και υπηρεσιών, η επέκταση σε νέες αγορές και η μείωση του κόστους είναι στρατηγικές για την αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων (Zhao, 2021).

Συμπερασματικά, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ποικίλα εμπόδια, αλλά υπάρχουν αποτελεσματικές μέθοδοι για να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια. Οι επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν και να επεκταθούν εστιάζοντας στη διαφοροποίηση, την αποτελεσματική οικονομική διαχείριση, την τεχνολογία και τη διαχείριση εργαζομένων. Λόγω του οικονομικού και πολιτικού κλίματος στην Κύπρο, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πρόσθετα εμπόδια, αλλά με τις σωστές στρατηγικές μπορούν να προσαρμοστούν και να ανθίσουν.

### **5.3 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΗΓΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ**

Η ηγεσία και η διαχείριση είναι απαραίτητα για την επιτυχία κάθε επιχείρησης. Η αποτελεσματική ηγεσία και η διαχείριση είναι απαραίτητες για την υπέρβαση των εμποδίων, την επίτευξη στόχων και την προώθηση της καινοτομίας (Schaltegger, 2020). Σε αυτή την ενότητα, θα εξετάσουμε τη σημασία της ηγεσίας και της διοίκησης στις επιχειρήσεις, καθώς και τα βασικά χαρακτηριστικά των αποτελεσματικών ηγετών.

Η αποτελεσματική ηγεσία είναι απαραίτητη για την καθοδήγηση ενός οργανισμού προς την επίτευξη των στόχων και των στόχων του. Η ηγεσία συνεπάγεται με την ικανότητα να εμπνέει και να παρακινεί τους εργαζόμενους, να αναπτύσσει ένα κοινό όραμα και να θέτει σαφείς στόχους και προσδοκίες. Οι καλοί ηγέτες είναι επίσης ικανοί να καλλιεργούν ένα περιβάλλον που ενθαρρύνει τη συνεργασία, τη δημιουργικότητα και την καινοτομία.



Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι ένα από πιο σημαντικά χαρακτηριστικά των επιτυχημένων ηγετών. Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη εμπιστοσύνης και τη δημιουργία μιας σαφούς οργανωτικής κατεύθυνσης. Η ικανότητα δημιουργίας ισχυρών σχέσεων με υπαλλήλους, πελάτες και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία οποιασδήποτε επιχείρησης και οι ηγέτες που είναι ικανοί στην επικοινωνία είναι ικανοί να το κάνουν.

Ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό των αποτελεσματικών ηγετών είναι η ικανότητα αποτελεσματικής ανάθεσης. Η ανάθεση είναι απαραίτητη για την ενδυνάμωση των εργαζομένων να αναλαμβάνουν σημαντικά καθήκοντα και ευθύνες, κάτι που είναι απαραίτητο για την επαγγελματική τους εξέλιξη και ανάπτυξη τους. Επιπλέον, η αποτελεσματική ανάθεση επιτρέπει στους ηγέτες να επικεντρωθούν σε στρατηγικά καθήκοντα και πρωτοβουλίες υψηλού επιπέδου, που είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση της ανάπτυξης και της καινοτομίας.

Εκτός από την ηγεσία, η αποτελεσματική διαχείριση είναι απαραίτητη για την ευημερία οποιουδήποτε οργανισμού. Η αποτελεσματική διαχείριση απαιτεί την ικανότητα προγραμματισμού, οργάνωσης και εκτέλεσης καθηκόντων και έργων. Οι καλοί μάνατζερ είναι ικανοί να καθορίζουν στόχους, να αναπτύσσουν σχέδια δράσης και να παρακολουθούν την πρόοδό τους προς την επίτευξη αυτών των στόχων. Είναι επίσης σε θέση να εντοπίζουν και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τους κινδύνους, κάτι που είναι απαραίτητο για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία του οργανισμού.

Η αποτελεσματική διαχείριση πόρων είναι ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά των επιτυχημένων διαχειριστών (Sharpley, 2002). Αυτό απαιτεί την ικανότητα αποτελεσματικής και αποδοτικής κατανομής πόρων όπως ο χρόνος, τα χρήματα και το προσωπικό. Οι καλοί μάνατζερ είναι επίσης ικανοί να ιεραρχούν αποτελεσματικά τις εργασίες, κάτι που είναι ζωτικής σημασίας για τη διασφάλιση ότι οι κρίσιμες εργασίες ολοκληρώνονται έγκαιρα και εντός του προϋπολογισμού.

Η ικανότητα αποτελεσματικής διαχείρισης της αλλαγής, είναι ένα επιπλέον κρίσιμο χαρακτηριστικό των επιτυχημένων διαχειριστών. Στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον, η αλλαγή είναι σταθερή και οι διευθυντές που είναι έμπειροι στη διαχείριση της αλλαγής, μπορούν γρήγορα να προσαρμοστούν σε νέες προκλήσεις και ευκαιρίες. Επιπλέον, είναι σε θέση να εμπνεύσουν τους εργαζόμενους να αγκαλιάσουν την αλλαγή και να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων και των στόχων του οργανισμού,

Οι επιχειρήσεις στην Κύπρο αντιμετωπίζουν μια σειρά από εμπόδια, συμπεριλαμβανομένου του έντονου ανταγωνισμού, της οικονομικής αβεβαιότητας και ενός πολύπλοκου ρυθμιστικού περιβάλλοντος. Για να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια και να επιτευχθεί μακροπρόθεσμη επιτυχία, είναι απαραίτητη η αποτελεσματική ηγεσία και η διαχείριση. Οι Υπεραγορές Alphamega είναι ένα παράδειγμα επιτυχημένης επιχείρησης στην Κύπρο που έχει επωφεληθεί από την αποτελεσματική

ηγεσία και διαχείριση. Η εστίαση στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, καθώς και η προώθηση ενός θετικού εργασιακού περιβάλλοντος για τους εργαζομένους, συνέβαλε στην επιτυχία της εταιρείας. Η επιτυχία της εταιρείας μπορεί να αποδοθεί εν μέρει στις ηγετικές και διαχειριστικές ικανότητες της ομάδας διαχείρισης.

Η ομάδα διαχείρισης των Υπεραγορών Alphamega είναι ικανή να θέτει σαφείς στόχους και προσδοκίες για τους εργαζόμενους και να αναθέτει αποτελεσματικά καθήκοντα. Η ικανότητα της ομάδας να διαχειρίζεται αποτελεσματικά τους πόρους είναι ζωτικής σημασίας για την ικανότητα της εταιρείας να λειτουργεί αποτελεσματικά και να επιτυγχάνει τους στόχους της. Επιπλέον, η ομάδα διαχείρισης είναι ικανή στην αποτελεσματική διαχείριση της αλλαγής, η οποία είναι απαραίτητη για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες της αγοράς και τη διατήρηση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

## **6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

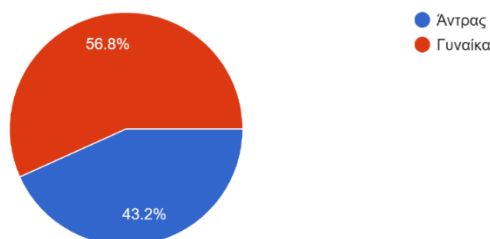
Στη εργασία αυτή ερευνήσαμε πέραν της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και ποικίλης αρθρογραφίας, διεξαγάγαμε και έρευνα ερωτηματολογίου με δείγμα 111 ατόμων. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μέσω του εργαλείου Google Forms και συλλέξαμε τα στοιχεία/απαντήσεις κατά την περίοδο των μηνών Μάρτιος έως Απρίλιος 2023. Το ερωτηματολόγιο διαμοιράστηκε ηλεκτρονικά μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και απευθυνθήκαμε κυρίως σε άντρες, γυναίκες, νέους αλλά και σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας τα οποία πιθανό να ενδιαφέρονται ή θα ήθελαν να αποκτήσουν την δική τους επιχείρηση ή και να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα. Τέλος πραγματοποιήσαμε στατιστική ανάλυση μέσω του εργαλείου Microsoft Excel 2010.

### **6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ**

Αρχικά πραγματοποιήσαμε στατιστική ανάλυση των απαντήσεων που λάβαμε στα ερωτήματα του ερωτηματολογίου που συντάξαμε. Στο 'Γράφημα 1' βλέπουμε το μέγεθος του δείγματος χωρισμένο σε φύλα αντρών και γυναικών, περίπου είναι ισοκατανεμημένο, δηλαδή όπως φαίνεται πιο κάτω: Το 56.8% είναι η γυναικεία συμμετοχή η οποία αντιστοιχεί σε 63 άτομα και το 43.2% είναι η ανδρική συμμετοχή η οποία αντιστοιχεί σε 46 άτομα.

Γράφημα 1

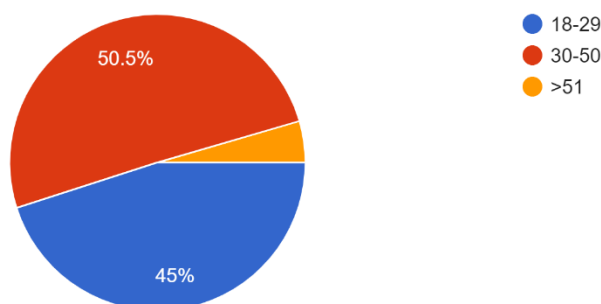
Φύλο  
111 responses



Το δείγμα που καταγράφηκε όπως φαίνεται και στο 'Γράφημα 2' που αφορά την ηλικιακή ομάδα είναι κυρίως από νεαρά άτομα ηλικίας 18-29 και 30-50, αυτό δείχνει ότι η έρευνα αντιπροσωπεύει κυρίως νέους ανθρώπους. Παρόλα αυτά είχαμε και μια μικρή συμμετοχή της τάξεως των 5 ατόμων οι οποίοι είναι άνω των 51 χρόνων.

## Γράφημα 2

Ηλικία  
111 responses

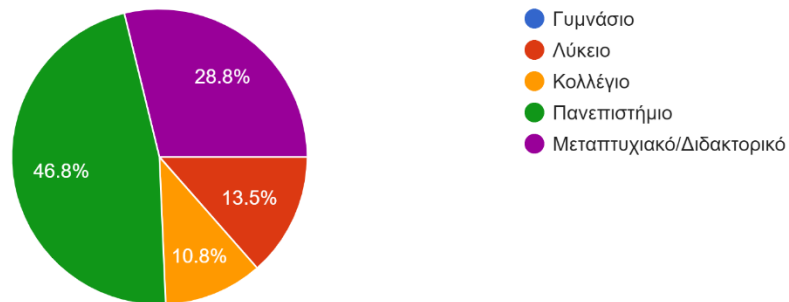


Σημαντικό στοιχείο στο σημείο αυτό είναι ότι οι περισσότεροι, εκτός από νεαρά άτομα είναι και σε υψηλό επίπεδο μόρφωσης αφού όπως παρουσιάζουμε στο 'Γράφημα 3' το 57.6% του δείγματος είναι κάτοχος πανεπιστημιακού ή κολεγιακού διπλώματος και το 28.8% κατέχει μεταπτυχιακό. Ωστόσο ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 13.5% κατέχει την βασική εκπαίδευση.

## Γράφημα 3

### Επίπεδο Μόρφωσης

111 responses

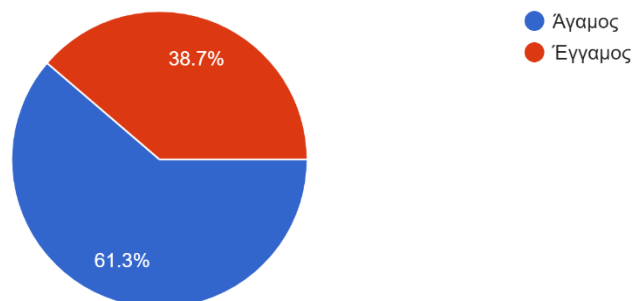


Στο 'Γράφημα 4' όπου παρουσιάζετε η προσωπική κατάσταση των συμμετεχόντων, βλέπουμε ότι πέραν του 60% του δείγματος είναι Άγαμοι.

### Γράφημα 4

### Προσωπική Κατάσταση

111 responses

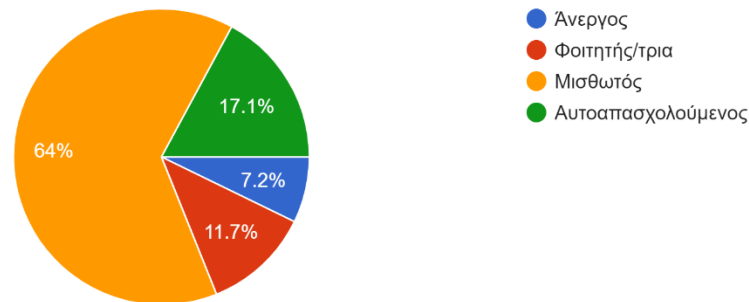


Στο 'Γράφημα 5' παρουσιάζετε η επαγγελματική κατάσταση των συμμετεχόντων στην οποία βλέπουμε ότι το 2/3 του δείγματος είναι μισθωτοί, ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 17.1% είναι αυτοαπασχολούμενοι και το υπόλοιπο δείγμα είναι φοιτητές και άνεργοι.

### Γράφημα 5

## Επαγγελματική Απασχόληση

111 responses

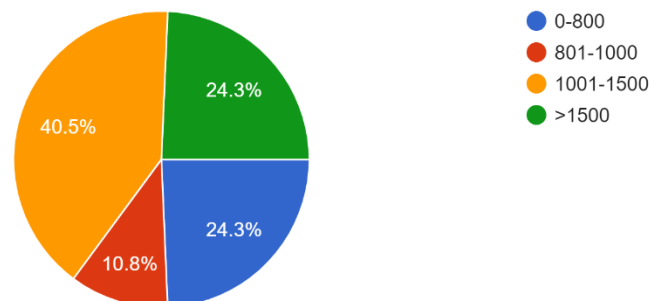


Στο 'Γράφημα 6' τα αποτελέσματα που αντλήσαμε φαίνεται να χωρίζονται σε τρεις σημαντικές κατηγορίες συμμετεχόντων. Το μεγαλύτερο μέρος το 40.5% έχει μηνιαίο εισόδημα 1001-1500 ευρώ, το 24.3% σε μηνιαίο εισόδημα 0-800 και αντίστοιχα όμοιο ποσοστό 24.3% στο πέραν των 1500 ευρώ και τέλος ένα 10.8% έχει μηνιαίο εισόδημα 8001-1000 ευρώ.

## Γράφημα 6

### Εισόδημα τον μήνα (ευρώ)

111 responses

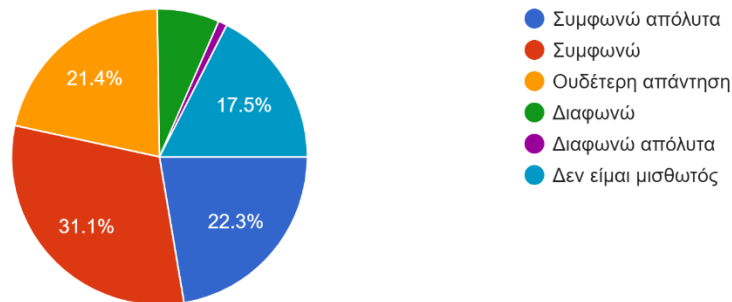


Αρχικά να αναφέρουμε στο 'Γράφημα 7' που αναφέρεται στο αν επέλεξες να είσαι μισθωτός, ότι το 17.5% το οποίο αντιστοιχεί σε 18 άτομα δεν είναι μισθωτοί. Έπειτα βλέπουμε ότι στο πιο πάνω ερώτημα, το εντυπωσιακό είναι ότι το 53.4% των ερωτηθέντων συμφωνούν απόλυτα ή συμφωνούν. Όπως επίσης ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 7.8% διαφωνεί απόλυτα ή διαφωνεί στο ερώτημα και το 21.4% κρατάει ουδέτερη στάση.

## Γράφημα 7

### Επέλεξα να είμαι μισθωτός

103 responses

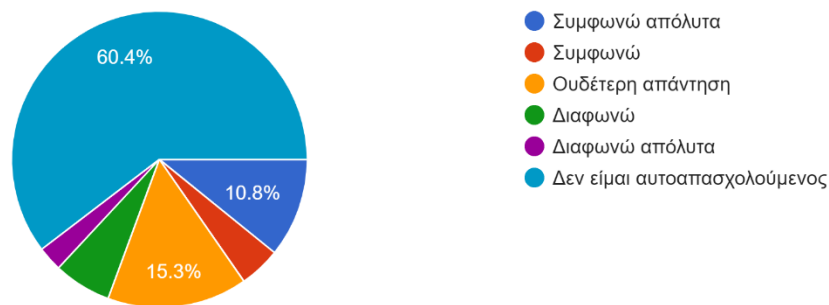


Στο 'Γράφημα 8', το ερώτημα αυτό σχετίζεται με το ερώτημα στο γράφημα πέντε όπου το 17.1% δήλωσαν αυτοαπασχολούμενοι δηλαδή 19 άτομα, βλέπουμε ότι στην ερώτηση αυτή «Είμαι αυτοαπασχολούμενος/η από επιλογή μου» τα 17 άτομα απάντησαν «Συμφωνώ απόλυτα ή Συμφωνώ». Αυτό αποδεικνύει ότι οι συμμετέχοντες που επέλεξαν να είναι αυτοαπασχολούμενοι στην πλειοψηφία τους είναι από επιλογή. Ωστόσο οι υπόλοιπες απαντήσεις αφορούν άτομα που δεν είναι αυτοαπασχολούμενα και άτομα τα οποία κράτησαν αρνητική ή ουδέτερη απάντηση.

### Γράφημα 8

### Επέλεξα να είμαι αυτοαπασχολούμενος

111 responses

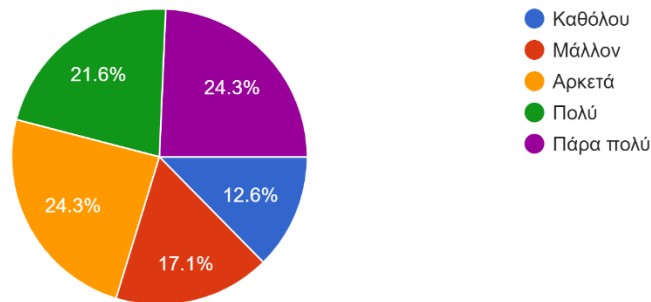


Στο 'Γράφημα 9', η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είχαν θετική σκέψη ως προς την διάθεση για δημιουργία επιχείρησης ενώ μόλις το 12% το οποίο αντιστοιχεί σε 14 άτομα ήταν αρνητικό.

### Γράφημα 9

Θα θέλατε να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;

111 responses

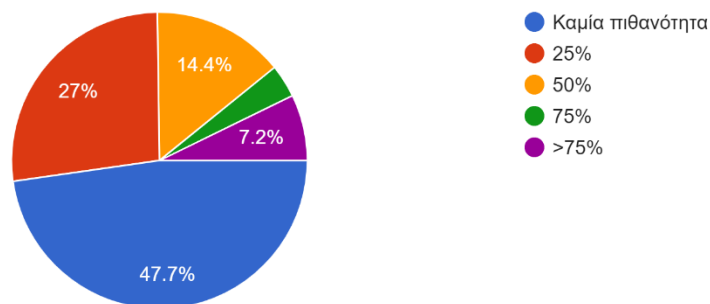


Στο 'Γράφημα 10', βλέπουμε ότι σχεδόν το μισό δείγμα δεν έχει πρόθεση να δημιουργήσει επιχείρηση μέσα στον επόμενο χρόνο. Παράλληλα το άλλο μισό σχεδόν έχει λιγότερο από 75% πιθανότητες να δημιουργήσει επιχείρηση ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 7.2% έχει πέραν του 75% πιθανότητα να δημιουργήσει επιχείρηση μέσα στον επόμενο χρόνο.

Γράφημα 10

Ποια η πιθανότητα να ξεκινούσατε την δική σας επιχείρηση μέσα στον επόμενο χρόνο;

111 responses

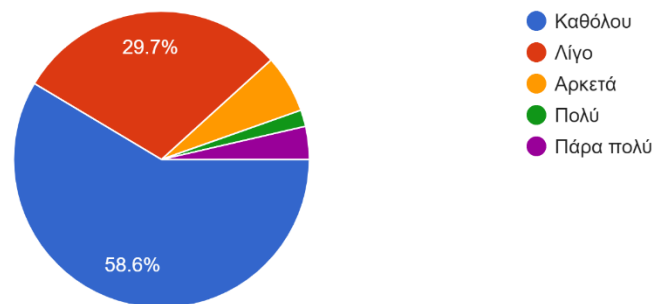


Στο 'Γράφημα 11' βλέπουμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν θεωρούν εύκολη υπόθεση να ξεκινήσει κάποιος την δική του επιχείρηση, αυτό σχετίζεται και με το προηγούμενο γράφημα αφού το μισό ποσοστό του γραφήματος δέκα δεν είχε πρόθεση να ξεκινήσουν μια επιχείρηση τον επόμενο χρόνο. Ωστόσο υπάρχει ένα μικρό ποσοστό το οποίο θεωρεί αρκετά έως πάρα πολύ εύκολη υπόθεση την δημιουργία μιας επιχείρησης, που και εδώ βλέπουμε συσχέτιση με την προηγούμενη

ερώτηση όπου ένα μικρό ποσοστό έχει πρόθεση πέραν του 75% να δημιουργήσει την δική του επιχείρηση μέσα στο επόμενο χρόνο.

## Γράφημα 11

Πιστεύετε ότι είναι εύκολο να ξεκινήσετε μια επιχείρηση;  
111 responses

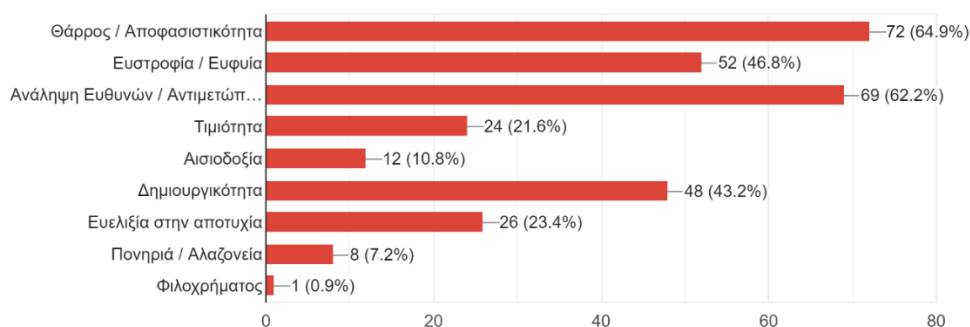


Στο 'Γράφημα 12' η οποία αφορά τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, την πρωτιά κατακτούν: το Θάρρος/Αποφασιστικότητα, η Ανάλυση Ευθυνών / Αντιμετώπιση κινδύνων και η Δημιουργικότητα. Ακολουθούν με μικρότερο ποσοστό οι υπόλοιπες απαντήσεις και λιγότερο καθοριστικό χαρακτηριστικό κρίθηκε το ότι ο επιτυχημένος επιχειρηματίας πρέπει να είναι φιλοχρήματος.

## Γράφημα 12

Ποια χαρακτηριστικά καθορίζουν την επιτυχία ενός επιχειρηματία από τα πιο κάτω; (Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

111 responses



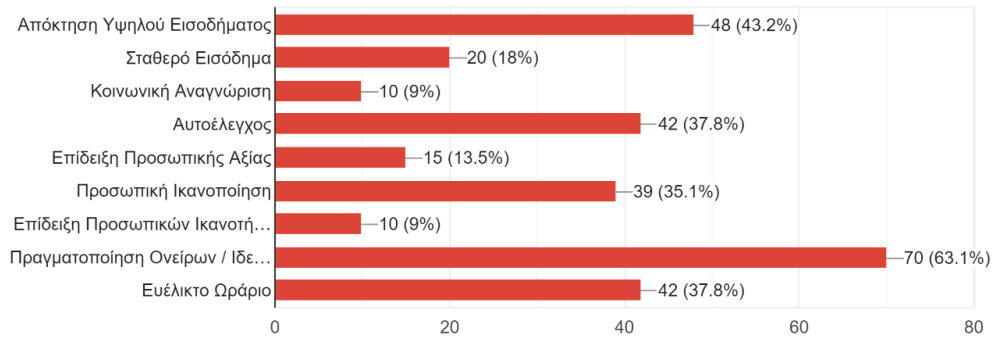
Στο 'Γράφημα 13' οι πλειοψηφία κλείνει στην πραγματοποίηση των ονείρων και των ιδεών τους. Ακολουθώντας ένα μεγάλο μέρος των απαντήσεων κατευθύνθηκε στην απόκτηση υψηλού εισοδήματος, στο ευέλικτο ωράριο, τον αυτοέλεγχο και την προσωπική ικανοποίηση. Το υπόλοιπο ποσοστό αφορά το σταθερό εισόδημα, την επίδειξη προσωπικής αξίας, την κοινωνική αναγνώριση και την επίδειξη προσωπικών ικανοτήτων.



## Γράφημα 13

Για ποιο λόγο θα περνάτε την απόφαση να δραστηριοποιηθείτε στην δική σας επιχείρηση;  
(Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

111 responses

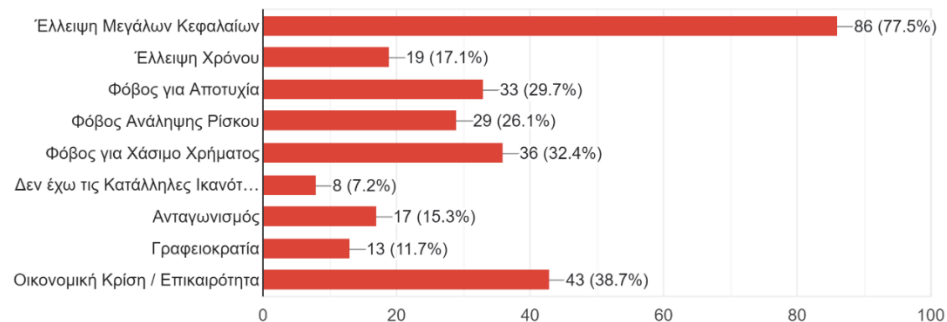


Στο 'Γράφημα 14' οι περισσότερες απαντήσεις αφορούσαν οικονομικούς λόγους και το ασταθές οικονομικό περιβάλλον, λόγοι οι οποίοι αποτρέπουν την πλειοψηφία των συμμετέχοντων να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση. Όπως επίσης αποτρεπτικοί λόγοι είναι από ότι βλέπουμε, ο φόβος της αποτυχίας, η έλλειψη χρόνου, φόβος ανάληψης ρίσκου, ο ανταγωνισμός και η γραφειοκρατία.

## Γράφημα 14

Για ποιο λόγο δεν θα ξεκινούσατε να δραστηριοποιήστε στην δική σας επιχείρηση; (Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

111 responses

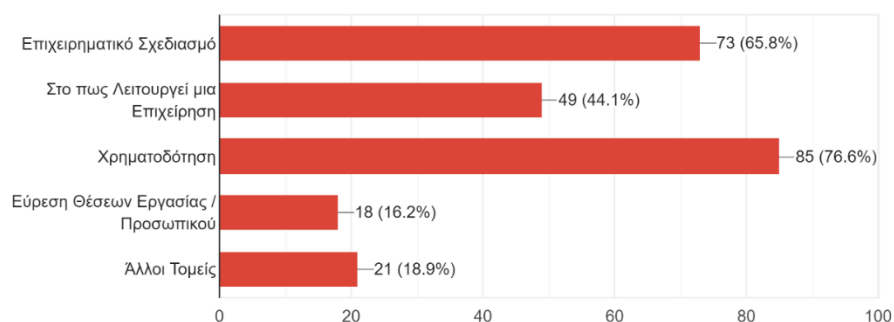


Στο 'Γράφημα 15', τρεις βασικοί τομείς στους οποίους έδωσαν έμφαση οι συμμετέχοντες είναι κατά σειρά: η Χρηματοδότηση, Ο Επιχειρηματικός Σχεδιασμός και το Πως Λειτουργεί μια Επιχείρηση.

## Γράφημα 15

Εάν αποφασίζατε να ξεκινήσετε την δική σας επιχείρηση σε ποιους τομείς θα χρειαζόσασταν στήριξη; (Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

111 responses

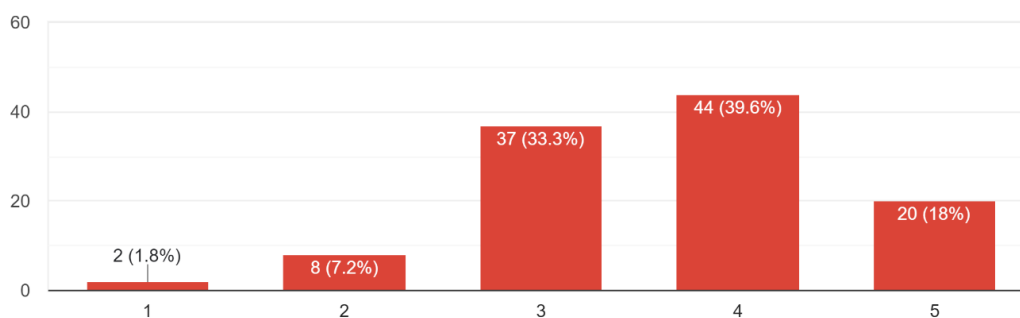


Στο 'Γράφημα 16' είναι σημαντικό ότι οι συμμετέχοντες που είναι νεαρά άτομα στην πλειοψηφία τους πιστεύουν με ποσοστό 57.6% ότι έχουν τις ικανότητες να δημιουργήσουν μια βιώσιμη επιχείρηση. Ενώ το ποσοστό που δεν νιώθει την ικανότητα αυτή είναι πολύ μικρό.

## Γράφημα 16

Πιστεύετε ότι έχετε τις ικανότητες να ξεκινήσετε μια βιώσιμη επιχείρηση; ( 1.Δεν το Πιστεύω Καθόλου 2. Δεν το Πιστεύω 3. Ουδέτερη Απάντηση 4. Το Πιστεύω 5. Το Πιστεύω Απόλυτα )

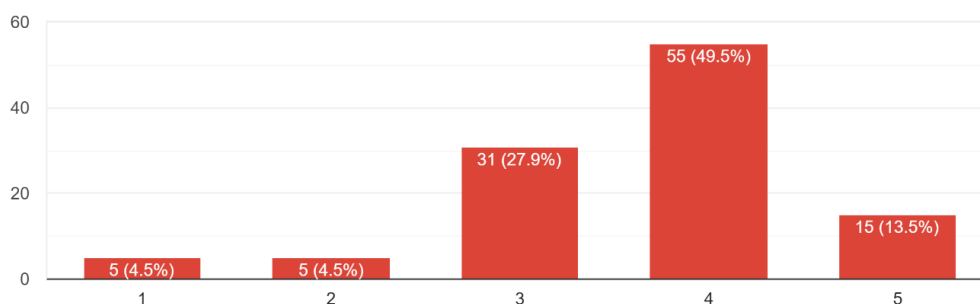
111 responses



Επίσης και στο 'Γράφημα 17' είναι εντυπωσιακά σημαντικό ότι οι συμμετέχοντες στην πλειοψηφία τους πιστεύουν με ποσοστό 63% ότι μπορούν να ανταπεξέλθουν στην διαδικασία του να δημιουργήσουν μια δική τους επιχείρηση. Ενώ το ποσοστό που δεν θεωρεί ότι μπορεί είναι πολύ μικρό.

## Γράφημα 17

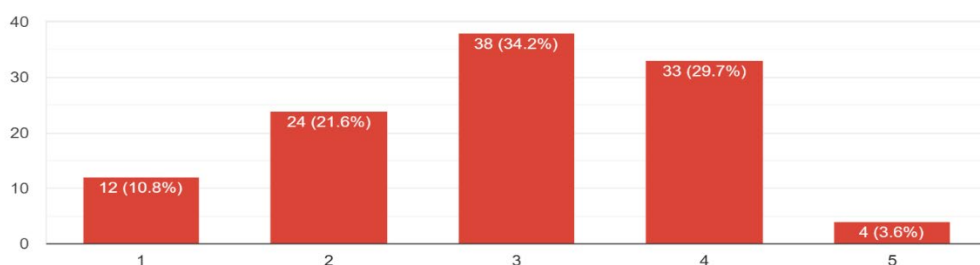
Πιστεύετε ότι μπορείτε να ανταπεξέλθετε στην διαδικασία του να δημιουργήσετε μια δική σας επιχείρηση; ( 1.Δεν το Πιστεύω Καθόλου 2. Δεν τ...πάντηση 4. Το Πιστεύω 5. Το Πιστεύω Απόλυτα )  
111 responses



Σε αντίθεση με τα πιο πάνω, στο 'Γράφημα 18', φαίνεται η ελλιπής γνώση των συμμετεχόντων όσον αφορά την σύνταξη ενός Business Plan, αφού περισσότεροι από τους μισούς δεν απάντησαν θετικά.

### Γράφημα 18

Πιστεύετε ότι ξέρετε να συντάσσετε ένα Business Plan;( 1.Δεν το Πιστεύω Καθόλου 2. Δεν το Πιστεύω 3. Ουδέτερη Απάντηση 4. Το Πιστεύω 5. Το Πιστεύω Απόλυτα )  
111 responses

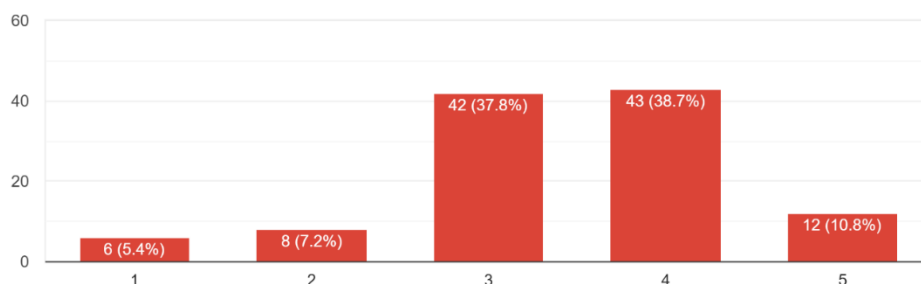


Στο 'Γράφημα 19', οι απαντήσεις δίστανται αφού οι μισοί ερωτηθέντες έχουν την αυτοπεποίθηση και απάντησαν θετικά ενώ οι υπόλοιποι κράτησαν κατά βάση ουδέτερη στάση.

### Γράφημα 19

Πιστεύετε ότι θα πετύχετε σε ότι και να κάνετε; (1. Δεν το Πιστεύω Καθόλου 2. Δεν το Πιστεύω  
3. Ουδέτερη Απάντηση 4. Το Πιστεύω 5. Το Πιστεύω Απόλυτα )

111 responses

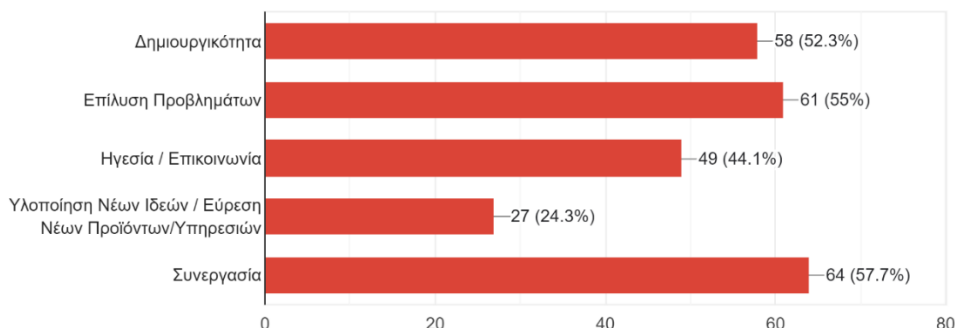


Στο 'Γράφημα 20' βλέπουμε ότι μεγάλο μέρος των ερωτηθέντων διακατέχεται από χαρακτηριστικά όπως είναι η Συνεργασία, η Ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, η Δημιουργικότητα και η Ηγεσία/Ικανότητα στην Επικοινωνία. Ενώ μόλις 27 άτομα πιστεύουν ότι είναι ικανοί να υλοποιήσουν νέες ιδέες / να βρουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

## Γράφημα 20

Ποια από τα παρακάτω είναι στοιχεία του χαρακτήρα σας;

111 responses

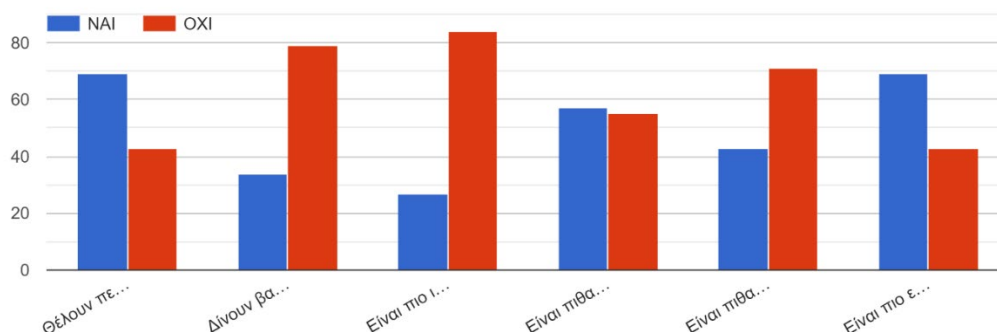


Τέλος, στο 'Γράφημα 21' στις ερωτήσεις όπου οι ερωτηθέντες καλέστηκαν να συγκρίνουν τον 'άντρα πιθανό επιχειρηματία' με την 'γυναίκα πιθανή επιχειρηματία' απάντησαν:

1. Ότι με 69 θετικές απαντήσεις έναντι 43 αρνητικές, οι άντρες θέλουν περισσότερο να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση.
2. Ότι οι άντρες με 79 αρνητικές απαντήσεις έναντι 34, δεν δίνουν τόση βαρύτητα στα λεγόμενα των άλλων σε αντίθεση με τις γυναίκες.
3. Ότι οι γυναίκες είναι ικανότερες με 84 θετικές απαντήσεις στο να ξεκινήσουν την δική τους επιχείρηση έναντι 27 αρνητικές απαντήσεις που διαφωνούν με αυτό.
4. Στην ερώτηση αυτή οι απόψεις ήταν περίπου κατά το ήμισυ θετικές και αρνητικές αφού οι θετικές από τις αρνητικές απαντήσεις είχαν μια μόλις μονάδες διαφορά.
5. Ότι οι γυναίκες είναι πιθανότερο να παραμείνουν μισθωτοί αφού 71 απαντήσεις υποστήριζαν ότι οι άντρες δεν είναι πιθανό να παραμείνουν μισθωτοί σε αντίθεση με τις γυναίκες όπου μόλις 43 άτομα υποστήριζαν το αντίθετο.
6. Ότι οι άντρες είναι πιο εύκολο να πάρουν ρίσκο για να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση με 69 υποστηρικτικές απαντήσεις έναντι 43 που υποστήριζαν το αντίθετο δηλαδή ότι για τις γυναίκες είναι πιο εύκολο.

## Γράφημα 21

Θεωρείτε ότι συγκριτικά, οι Άντρες σε αντίθεση με τις Γυναίκες...



Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε IBM SPSS 22.

Το επίπεδο σημαντικότητας των ελέγχων ορίστηκε στο 5%.

Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της ηλικίας και της πιθανότητας κάποιος να ξεκινήσει την δική του επιχείρηση μέσα στον επόμενο χρόνο. ( $p=0.640$ )

Σημαντικό είναι επίσης να αναφέρουμε ότι χάριν της αποτελεσματικότερης ανάλυσης οι κατηγορίες συμπτύχθηκαν.

**Crosstab**

			Ηλικία			Total
			18-29	30-50	>50	
E10new	Καμία πιθανότητα	Count	24	28	1	53
		% within E10new	45.3%	52.8%	1.9%	100.0%
<50%		Count	20	23	3	46
		% within E10new	43.5%	50.0%	6.5%	100.0%
>50%		Count	6	5	1	12
		% within E10new	50.0%	41.7%	8.3%	100.0%
Total		Count	50	56	5	111
		% within E10new	45.0%	50.5%	4.5%	100.0%

**Chi-Square Tests**

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	1.948 <sup>a</sup>	4	.745	.745		
Likelihood Ratio	2.055	4	.726	.802		
Fisher's Exact Test	2.501			.640		
Linear-by-Linear Association	.114 <sup>b</sup>	1	.736	.807	.414	.092
N of Valid Cases	111					

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .54.

b. The standardized statistic is .338.

Υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ της επιθυμίας κάποιου να δημιουργήσει την δική του επιχείρηση και της πιθανότητας να το κάνει. ( $p < 0.001$ )

Συγκεκριμένα το ποσοστό όσων έχουνε πάνω από 50% πιθανότητα να δημιουργήσουνε την δική τους επιχείρηση και το θέλουνε πάρα πολύ είναι στατιστικά σημαντικά υψηλότερο (58%) συγκριτικά με των υπολοίπων. Το ποσοστό όσων έχουν κάτω των 50% πιθανότητα να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση και το θέλουν

αρκετά είναι στατιστικά σημαντικά υψηλότερο των υπολοίπων (28.3%). Και το ποσοστό όσων δεν έχουν καμία πιθανότητα να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση αλλά ούτε και θέλουν είναι στατιστικά σημαντικά υψηλότερο (24.5%) συγκριτικά με των υπολοίπων.

**Crosstab**

			Θα θέλατε να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;					Total
			Καθόλου	Μάλλον	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	
E10new	Καμία πιθανότητα	Count	13	11	13	8	8	53
		% within E10new	24.5%	20.8%	24.5%	15.1%	15.1%	100.0%
	<50%	Count	1	8	13	12	12	46
		% within E10new	2.2%	17.4%	28.3%	26.1%	26.1%	100.0%
	>50%	Count	0	0	1	4	7	12
		% within E10new	0.0%	0.0%	8.3%	33.3%	58.3%	100.0%
Total		Count	14	19	27	24	27	111
		% within E10new	12.6%	17.1%	24.3%	21.6%	24.3%	100.0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	25.326 <sup>a</sup>	8	.001	.		
Likelihood Ratio	28.754	8	.000	.001		
Fisher's Exact Test	23.350			.001		
Linear-by-Linear Association	20.046 <sup>c</sup>	1	.000	.000	.000	.000
N of Valid Cases	111					

a. 5 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.51.

b. Cannot be computed because there is insufficient memory.

c. The standardized statistic is 4.477.

Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της άποψης του πόσο εύκολο είναι και της επιθυμίας του να δημιουργήσει κάποιος την δική του επιχείρηση. ( $p=0.794$ )

**Crosstab**

	Πιστεύετε ότι είναι εύκολο να ξεκινήσετε μια επιχείρηση;	Total

			Καθόλου	Μάλλον	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	
Θα θέλατε να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;	Καθόλου	Count % within να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;	7 50.0%	5 35.7%	2 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	14 100.0%
	Μάλλον	Count % within να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;	10 52.6%	8 42.1%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	19 100.0%
	Αρκετά	Count % within να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;	16 59.3%	6 22.2%	2 7.4%	1 3.7%	2 7.4%	27 100.0%
	Πολύ	Count % within να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;	13 54.2%	8 33.3%	2 8.3%	0 0.0%	1 4.2%	24 100.0%
	Πάρα Πολύ	Count % within να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;	19 70.4%	6 22.2%	0 0.0%	1 3.7%	1 3.7%	27 100.0%
Total	Count % within να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;	65 58.6%	33 29.7%	7 6.3%	2 1.8%	4 3.6%	111 100.0%	

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	11.053 <sup>a</sup>	16	.806	. <sup>b</sup>		
Likelihood Ratio	14.015	16	.598	.792		



Fisher's Exact Test	11.283			.794		
Linear-by-Linear Association	.154 <sup>c</sup>	1	.695	.713	.360	.027
N of Valid Cases	111					

- a. 16 cells (64.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.
- b. Cannot be computed because there is insufficient memory.
- c. The standardized statistic is -.392.

Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της άποψης του πόσο εύκολο είναι να δημιουργήσει κανείς την δική του επιχείρηση και τον αν επέλεξε να είναι μισθωτός. ( $p=0.447$ )

Επέλεξα να είμαι μισθωτός \* Πιστεύετε ότι είναι εύκολο να ξεκινήσετε μια επιχείρηση; Crosstabulation

			Πιστεύετε ότι είναι εύκολο να ξεκινήσετε μια επιχείρηση;					Total
			Καθόλου	Μάλλον	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	
Επέλεξα να είμαι μισθωτός	Συμφωνώ απόλυτα	Count % within Επέλεξα να είμαι μισθωτός	16 69.6%	5 21.7%	2 8.7%	0 0.0%	0 0.0%	23 100.0%
	Συμφωνώ	Count % within Επέλεξα να είμαι μισθωτός	22 68.8%	8 25.0%	1 3.1%	1 3.1%	0 0.0%	32 100.0%
	Ουδέτερη απάντηση	Count % within Επέλεξα να είμαι μισθωτός	16 53.3%	10 33.3%	2 6.7%	0 0.0%	2 6.7%	30 100.0%
	Διαφωνώ	Count % within Επέλεξα να είμαι μισθωτός	4 57.1%	2 28.6%	0 0.0%	0 0.0%	1 14.3%	7 100.0%
	Διαφωνώ απόλυτα	Count % within Επέλεξα να είμαι μισθωτός	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%
	Δεν είμαι μισθωτός	Count % within Επέλεξα να είμαι μισθωτός	6 33.3%	8 44.4%	2 11.1%	1 5.6%	1 5.6%	18 100.0%
	Total	Count % within Επέλεξα να είμαι μισθωτός	65 58.6%	33 29.7%	7 6.3%	2 1.8%	4 3.6%	111 100.0%

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	15.827 <sup>a</sup>	20	.727	.		
Likelihood Ratio	18.157	20	.577	.575		
Fisher's Exact Test	21.252			.447		
Linear-by-Linear Association	6.361 <sup>c</sup>	1	.012	.011	.008	.001
N of Valid Cases	111					

a. 22 cells (73.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

b. Cannot be computed because there is insufficient memory.

c. The standardized statistic is 2.522.

## 7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

### 7.1 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ

Σε όλη αυτή τη διατριβή, έχουμε εξερευνήσει τον πολύπλοκο κόσμο της επιχειρηματικότητας και της επιχειρηματικής ανάπτυξης. Εμβαθύναμε στους παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, εξετάζοντας τόσο εσωτερικούς όσο και εξωτερικούς παράγοντες.

Έχουμε αναλύσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και τις στρατηγικές διαφοροποίησης που έχουν χρησιμοποιήσει οι επιτυχημένες επιχειρήσεις στην Κύπρο για να αποκτήσουν ερείσματα στις αντίστοιχες αγορές τους. Εξερευνήσαμε τις περιπτώσιολογικές μελέτες των Υπεραγορών Alphamega, Σκλαβενίτης Κύπρου και Alion & More, εντοπίζοντας τους βασικούς παράγοντες που συνέβαλαν στην επιτυχία τους.

Επιπλέον, εξετάσαμε τις κοινές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις και τις στρατηγικές που μπορούν να εφαρμόσουν για να τις ξεπεράσουν. Αυτές οι προκλήσεις περιλαμβάνουν οικονομικούς περιορισμούς, έντονο ανταγωνισμό και την ανάγκη προσαρμογής στις ταχέως μεταβαλλόμενες τάσεις της αγοράς. Για να ξεπεράσουν αυτές τις προκλήσεις, οι επιχειρήσεις μπορούν να εφαρμόσουν στρατηγικές όπως η μείωση του κόστους, η διαφοροποίηση και η καινοτομία.

Εκτός από τον εντοπισμό αυτών των προκλήσεων, έχουμε επίσης συζητήσει τον κρίσιμο ρόλο της αποτελεσματικής ηγεσίας και διαχείρισης στην επιχειρηματική επιτυχία. Οι ηγέτες πρέπει να είναι σε θέση να περιηγούνται στην αβεβαιότητα και να λαμβάνουν δύσκολες αποφάσεις, εμπνέοντας και παρακινώντας τους υπαλλήλους τους να εργαστούν για κοινούς στόχους.

Τέλος, ολοκληρώσαμε με μια συζήτηση για τις μελλοντικές τάσεις και ευκαιρίες στην επιχειρηματικότητα. Καθώς η παγκόσμια οικονομία συνεχίζει να εξελίσσεται και η τεχνολογία προχωρά με άνευ προηγουμένου ρυθμό, θα υπάρξουν νέες ευκαιρίες για τους επιχειρηματίες να δημιουργήσουν αξία και να καινοτομήσουν. Σε αυτό το ταχέως μεταβαλλόμενο τοπίο, οι επιχειρήσεις που μπορούν να προσαρμοστούν γρήγορα και αποτελεσματικά θα βρίσκονται στην καλύτερη θέση για επιτυχία.

Συνοπτικά, αυτή η διατριβή έχει παράσχει μια ολοκληρωμένη επισκόπηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, καθώς και τις στρατηγικές και τις αρχές ηγεσίας που μπορούν να συμβάλουν στη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Οι επίδοξοι επιχειρηματίες και οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή τη γνώση για να προηγηθούν στις προκλήσεις του επιχειρηματικού κόσμου και να αξιοποιήσουν νέες ευκαιρίες.

## **7.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Ο κόσμος των επιχειρήσεων είναι ένα σύνθετο και συνεχώς μεταβαλλόμενο τοπίο που απαιτεί συνεχή προσαρμογή και καινοτομία για να παραμείνει μπροστά στο παιχνίδι. Ως εκ τούτου, η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων είναι κρίσιμη για τους επιχειρηματίες και τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Σε αυτή την ενότητα, θα διερευνήσουμε τη σημασία της κατανόησης αυτών των παραγόντων και τον αντίκτυπό τους στην επιτυχία μιας επιχείρησης.

Πρώτα και κύρια, η σαφής κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων μπορεί να βοηθήσει τους επιχειρηματίες και τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να λάβουν τεκμηριωμένες αποφάσεις. Έχοντας επίγνωση των τάσεων της αγοράς, της συμπεριφοράς των καταναλωτών και του ανταγωνισμού του κλάδου, οι επιχειρηματίες μπορούν να εντοπίσουν ευκαιρίες για ανάπτυξη και να λάβουν στρατηγικές αποφάσεις για να τις αξιοποιήσουν. Για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις που αναγνωρίζουν τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου και επενδύουν σε διαδικτυακά κανάλια πωλήσεων μπορούν να αξιοποιήσουν μια παγκόσμια αγορά και να επεκτείνουν σημαντικά τη βάση των πελατών τους.

Έπειτα, η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων μπορεί να βοηθήσει τους επιχειρηματίες και τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να μετριάσουν τους κινδύνους. Κάθε επιχειρηματικό εγχείρημα συνοδεύεται από τους κινδύνους του, αλλά ο εντοπισμός πιθανών απειλών και η εφαρμογή σχεδίων έκτακτης ανάγκης μπορεί να συμβάλει στη μείωση των επιπτώσεων των δυσμενών συμβάντων. Για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις που έχουν καλή κατανόηση της αλυσίδας εφοδιασμού τους και διαθέτουν εφεδρικούς προμηθευτές μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τη διαταραχή που προκαλείται από απροσδόκητα γεγονότα όπως φυσικές καταστροφές ή διακοπές της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Επίσης, η γνώση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον με γρήγορους ρυθμούς, ο ανταγωνισμός είναι έντονος και η παραμονή μπροστά από την καμπύλη είναι απαραίτητη. Η κατανόηση των τάσεων της αγοράς, των προτιμήσεων των καταναλωτών και της δυναμικής του κλάδου μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των πελατών και ξεχωρίζουν από τον ανταγωνισμό.

Επιπλέον, η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να προωθήσουν την καινοτομία. Οι επιχειρηματίες και οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που παρακολουθούν τις

αναδυόμενες τεχνολογίες και τις τάσεις της βιομηχανίας μπορούν να εντοπίσουν νέες ευκαιρίες για ανάπτυξη και να αναπτύξουν καινοτόμες λύσεις για την κάλυψη των αναγκών των πελατών. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε νέες ροές εσόδων, αυξημένη κερδοφορία και διαρκή ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Στην Κύπρο, η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία των επιχειρήσεων. Η Κύπρος είναι ένα μικρό νησιωτικό έθνος με σχετικά μικρή αγορά, πράγμα που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν σαφή κατανόηση του κοινού-στόχου τους και των προτιμήσεών τους. Επιπλέον, το να είσαι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις στην Κύπρο πρέπει να συμμορφώνονται με τους κανονισμούς της ΕΕ, κάτι που μπορεί να επηρεάσει τις λειτουργίες και το δυναμικό ανάπτυξής τους.

Ένας από τους κρίσιμους παράγοντες που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων στην Κύπρο είναι η πολιτική και οικονομική σταθερότητα της χώρας. Η Κύπρος έχει αντιμετωπίσει πολιτικές αναταραχές και οικονομικές προκλήσεις στο παρελθόν, οι οποίες έχουν επηρεάσει την ικανότητα των επιχειρήσεων να λειτουργούν και να αναπτύσσονται. Ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις στην Κύπρο πρέπει να είναι ενήμερες για τις πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις και να έχουν σε εφαρμογή σχέδια έκτακτης ανάγκης για τον μετριασμό των κινδύνων.

Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων στην Κύπρο είναι η τοποθεσία και η γεωγραφία της χώρας. Η Κύπρος, που βρίσκεται στην ανατολική Μεσόγειο, βρίσκεται σε καλή θέση για να χρησιμεύσει ως πύλη μεταξύ της Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Ασίας. Ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις στην Κύπρο μπορούν να αξιοποιήσουν μια ευρεία πελατειακή βάση και να επωφεληθούν από τη στρατηγική θέση του νησιού.

Συμπερασματικά, η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων είναι κρίσιμης σημασίας για τους επιχειρηματίες και τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Τους βοηθά να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις, να μετριάσουν τους κινδύνους, να παραμένουν ανταγωνιστικοί και να ενθαρρύνουν την καινοτομία. Στην Κύπρο, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μοναδικές προκλήσεις και ευκαιρίες και η σαφής κατανόηση του πολιτικού, οικονομικού και γεωγραφικού τοπίου της χώρας είναι απαραίτητη για την επιτυχία. Ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις στην Κύπρο πρέπει να ενημερώνονται για τις τάσεις της αγοράς, τη συμπεριφορά των καταναλωτών και τον ανταγωνισμό του κλάδου για να εντοπίσουν ευκαιρίες ανάπτυξης και να λάβουν στρατηγικές αποφάσεις για να τις εκμεταλλευτούν.

### **7.3 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.**

Ο κόσμος της επιχειρηματικότητας εξελίσσεται συνεχώς και η παραμονή μπροστά από την καμπύλη είναι απαραίτητη για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Σε αυτή την ενότητα, θα συζητήσουμε τις μελλοντικές τάσεις και ευκαιρίες στην επιχειρηματικότητα.

Μια τάση που είναι πιθανό να συνεχιστεί στο μέλλον είναι η άνοδος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι άτομα που επιδιώκουν να χρησιμοποιήσουν τις επιχειρήσεις τους για την αντιμετώπιση κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων. Αυτή είναι μια απάντηση στην αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για βιώσιμα και κοινωνικά υπεύθυνα προϊόντα και υπηρεσίες. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει ουσιαστικό αντίκτυπο και θετικές αλλαγές, ενώ παράλληλα δημιουργεί κέρδος.

Μια άλλη τάση είναι η χρήση της τεχνολογίας για τη δημιουργία καινοτόμων λύσεων. Με την έλευση νέων τεχνολογιών όπως η τεχνητή νοημοσύνη, το blockchain και το Διαδίκτυο των Πραγμάτων, οι επιχειρηματίες έχουν περισσότερες ευκαιρίες από ποτέ να δημιουργήσουν ανατρεπτικές επιχειρήσεις που μπορούν να λύσουν πολύπλοκα προβλήματα. Συγκεκριμένα, η άνοδος των ψηφιακών πλατφορμών έχει καταστήσει ευκολότερο από ποτέ για τους επιχειρηματίες να προσεγγίσουν ένα παγκόσμιο κοινό και να κλιμακώσουν τις επιχειρήσεις τους γρήγορα.

Επιπλέον, το μέλλον της επιχειρηματικότητας θα επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από τις δημογραφικές αλλαγές. Με τη γήρανση του πληθυσμού σε πολλές χώρες, θα υπάρξει αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες που καλύπτουν τις ανάγκες των ηλικιωμένων. Ομοίως, η άνοδος της Generation Z, μιας δημογραφικής ομάδας που εκτιμά την αυθεντικότητα, τη διαφάνεια και την κοινωνική ευθύνη, είναι πιθανό να οδηγήσει τη ζήτηση για βιώσιμες και κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις.

Επίσης, η πανδημία COVID-19 έχει επιταχύνει ορισμένες τάσεις στην επιχειρηματικότητα, όπως η στροφή προς την εξ αποστάσεως εργασία και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι επιχειρηματίες που είναι σε θέση να προσαρμοστούν σε αυτές τις αλλαγές και να επωφεληθούν από νέες ευκαιρίες θα είναι σε καλή θέση για επιτυχία στον κόσμο μετά την πανδημία.

Όσον αφορά τις ευκαιρίες, υπάρχουν πολλές αναδυόμενες βιομηχανίες που μπορούν να εξερευνηθούν οι επιχειρηματίες. Για παράδειγμα, η βιομηχανία κάνναβης αναμένεται να αναπτυχθεί γρήγορα τα επόμενα χρόνια καθώς περισσότερες χώρες νομιμοποιούν τη μαριχουάνα για ιατρική και ψυχολογική χρήση. Ομοίως, η βιομηχανία ανανεώσιμων πηγών ενέργειας αναμένεται να συνεχίσει την αναπτυξιακή της τροχιά καθώς ο κόσμος κινείται προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Τέλος, υπάρχουν ευκαιρίες για επιχειρηματικότητα στις αναδυόμενες αγορές. Καθώς οι αναπτυσσόμενες χώρες συνεχίζουν να αναπτύσσονται και να εκσυγχρονίζονται, θα υπάρξει αυξανόμενη ζήτηση για καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. Οι επιχειρηματίες

που είναι σε θέση να εντοπίσουν και να αξιοποιήσουν αυτές τις ευκαιρίες μπορούν να επωφεληθούν από τις δυνατότητες ανάπτυξης αυτών των αγορών.

Συνολικά, το μέλλον της επιχειρηματικότητας είναι γεμάτο από συναρπαστικές δυνατότητες. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, η τεχνολογία, οι δημογραφικές αλλαγές και οι αναδυόμενες βιομηχανίες είναι όλες οι τάσεις που μπορούν να αξιοποιήσουν οι επιχειρηματίες για να δημιουργήσουν επιτυχημένες επιχειρήσεις. Είναι σημαντικό για τους επιχειρηματίες να παραμείνουν μπροστά από την καμπύλη και να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες προκειμένου να επιτύχουν μακροπρόθεσμη επιτυχία. Εντοπίζοντας και αξιοποιώντας τις αναδυόμενες τάσεις και ευκαιρίες, οι επιχειρηματίες μπορούν να δημιουργήσουν ουσιαστικό αντίκτυπο και να επιτύχουν οικονομική επιτυχία.

## **8. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ**

### **8.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

**Όλες οι ερωτήσεις πρέπει να απαντηθούν!**

1. Φύλο: Άντρας   
Γυναίκα

2. Ηλικία: 18-29   
30-50   
>51

3. Επίπεδο Μόρφωσης:

- Γυμνάσιο   
Λύκειο   
Κολλέγιο   
Πανεπιστήμιο   
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

4. Προσωπική Κατάσταση:

- Άγαμος   
Έγγαμος

5. Επαγγελματική Απασχόληση:

- Άνεργος   
Φοιτητής/τρια   
Μισθωτός   
Αυτοαπασχολούμενος

6. Εισόδημα τον μήνα:

- 0-800   
801-100   
1001-1500   
>1500

7. Επέλεξα να είμαι μισθωτός.

1. Συμφωνώ απόλυτα   
2. Συμφωνώ   
3. Ουδέτερη απάντηση   
4. Διαφωνώ   
5. Διαφωνώ απόλυτα

8. Επέλεξα να είμαι αυτοαπασχολούμενος.

1. Συμφωνώ απόλυτα   
2. Συμφωνώ   
3. Ουδέτερη απάντηση   
4. Διαφωνώ   
5. Διαφωνώ απόλυτα



9. Θα θέλατε να δημιουργήσετε την δική σας επιχείρηση;

- Καθόλου
- Μάλλον
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

10. Ποια η πιθανότητα να ξεκινούσατε την δική σας επιχείρηση μέσα στον επόμενο χρόνο;

- Καμία πιθανότητα
- 25%
- 50%
- 75%
- >75%

11. Πιστεύετε ότι είναι εύκολο να ξεκινήσετε μια επιχείρηση;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

12. Ποια Χαρακτηριστικά καθορίζουν την επιτυχία ενός επιχειρηματία από τα πιο κάτω; (Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

- 1. Θάρρος / Αποφασιστικότητα
- 2. Ευστροφία / Ευφυΐα
- 3. Ανάληψη Ευθυνών / Αντιμετώπιση κινδύνων
- 4. Τιμιότητα
- 5. Αισιοδοξία
- 6. Δημιουργικότητα
- 7. Ευελιξία στην αποτυχία
- 8. Πονηριά / Αλαζονεία
- 9. Φιλοχρήματος

13. Για ποιο λόγο θα περνάτε την απόφαση να δραστηριοποιηθείτε στην δική σας επιχείρηση; (Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

- 1. Αποκτήσει υψηλού Εισοδήματος
- 2. Σταθερό Εισόδημα
- 3. Κοινωνική Αναγνώριση
- 4. Αυτοέλεγχος
- 5. Επίδειξη προσωπικής αξίας

- 6. Προσωπική Ικανοποίηση
- 7. Επίδειξη Προσωπικών Ικανοτήτων
- 8. Πραγματοποίηση Ονείρων / Ιδεών
- 9. Ευέλικτο Ωράριο

14. Για πιο λόγο δεν θα ξεκινούσατε να δραστηριοποιήστε στην δική σας επιχείρηση; (Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

- 1. Έλλειψη Μεγάλων Κεφαλαίων
- 2. Έλλειψη Χρόνου
- 3. Φόβος για Αποτυχία
- 4. Φόβος Ανάληψης Ρίσκου
- 5. Φόβος για Χάσιμο Χρήματος
- 6. Δεν έχω τις Κατάλληλες Ικανότητες
- 7. Ανταγωνισμός
- 8. Γραφειοκρατία
- 9. Οικονομική Κρίση / Επικαιρότητα

15. Εάν αποφασίζατε να ξεκινήσετε την δική σας επιχείρηση σε ποιους τομής θα χρειαζόσασταν στήριξη; (Μέγιστος αριθμός απαντήσεων 3.)

- 1. Επιχειρηματικό Σχεδιασμό
- 2. Στο πως Λειτουργεί μια Επιχείρηση
- 3. Χρηματοδότηση
- 4. Εύρεση Θέσεων Εργασίας / Προσωπικού
- 5. Άλλοι Τομής

16. Πιστεύετε ότι: ( 1. Δεν το Πιστεύω Καθόλου 2. Το Πιστεύω 3. Ουδέτερη Απάντηση 4. Το Πιστεύω 5. Το Πιστεύω Απόλυτα )

- 1. Έχετε τις ικανότητες να ξεκινήσετε μια βιώσιμη επιχείρηση; 1 2 3 4 5
- 2. Μπορώ να ανταπεξέλθω στην διαδικασία του να δημιουργήσω μια δική μου επιχείρηση; 1 2 3 4 5
- 3. Ξέρω να συντάσσω ένα Business Plan. 1 2 3 4 5
- 4. Θα πετύχω σε ότι και να κάνω. 1 2 3 4 5

17. Πιστεύετε ότι είναι στοιχεία του χαρακτήρα σας..:

- 1. Δημιουργικότητα
- 2. Επίλυση Προβλημάτων
- 3. Ηγεσία / Επικοινωνία
- 4. Υλοποίηση Νέων Ιδεών / Εύρεση Νέων Προϊόντων/Υπηρεσιών
- 5. Συνεργασία

18. Θεωρείτε ότι συγκριτικά ότι οι Άντρες σε αντίθεση με τις Γυναίκες...; (ΝΑΙ ή ΟΧΙ)

1. Θέλουν περισσότερο να δημιουργήσουν μια δική τους επιχείρηση; ΝΑΙ ή ΟΧΙ
2. Δίνουν βαρύτητα στην κριτική των άλλων; ΝΑΙ ή ΟΧΙ
3. Είναι πιο ικανοί να ξεκινήσουν την δική τους επιχείρηση; ΝΑΙ ή ΟΧΙ
4. Είναι πιθανότερο να γίνουν επιχειρηματίες; ΝΑΙ ή ΟΧΙ
5. Είναι πιθανότερο να παραμείνουν μισθωτοί; ΝΑΙ ή ΟΧΙ
6. Είναι πιο εύκολο να πάρουν το ρίσκο για την δημιουργία μιας δικής τους επιχείρησης. ΝΑΙ ή ΟΧΙ

## 9. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Adobe. (2020). Digital Economy Index: Q3 2020. Retrieved from [https://www.adobe.com/content/dam/dx/us/en/experience-cloud/digital-insights/pdfs/adobe\\_analytics-digital-economy-index-2020.pdf](https://www.adobe.com/content/dam/dx/us/en/experience-cloud/digital-insights/pdfs/adobe_analytics-digital-economy-index-2020.pdf)

- Alion & More. (2021). About us. Retrieved from [https://www.alionandmore.com/cop/b2b/about\\_us.php](https://www.alionandmore.com/cop/b2b/about_us.php)
- Alphamega Hypermarkets: Delivering groceries across Cyprus using StrongPoint technology. (n.d.). StrongPoint. Retrieved 1 May 2023, from <https://www.strongpoint.com/customer-stories/alphamega-hypermarkets-delivering-groceries-across-cyprus-using-strongpoint-technology/>
- Alphamega. (2022). Our Company. Retrieved from <https://www.alphamega.com.cy/en/our-company/our-history>
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Barrick, M. R., Mount, M. K., & Li, N. (2013). The theory of purposeful work behavior: The role of personality, higher-order goals, and job characteristics. *Academy of Management Review*, 44(2), 417-420.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*. Pearson.
- Bhide, A. (2000). *The origin and evolution of new businesses*. Oxford University Press.
- Billett, M. (2018). The importance of cash flow management in small businesses. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/03/02/the-importance-of-cash-flow-management-during-an-economic-downturn/?sh=67fca0133b66>
- Blank, S. (2005). *The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win*. K&S Ranch.
- Brüntje, Dennis & Gajda, Oliver. (2016). *Crowdfunding in Europe – State of the Art in Theory and Practice*. [https://books.google.com.cy/books?id=XKNnCcGAAQBAJ&printsec=copyright&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.cy/books?id=XKNnCcGAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2019). A gender-aware framework for women’s entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(3), 283-296.
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9-30.
- Cameron, K., & Quinn, R. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Wiley.

- Camp, R.C. (1989). Benchmarking: The search for industry best practices that lead to superior performance. *Quality progress*, 22(11), 46-53.
- Declan, C. (2018). Industry trends: The ultimate guide. <https://www.linkedin.com/pulse/ultimate-guide-digital-marketing-trends-2018-declan-clancy>
- Chatterjee, S., & Pearson, A. (2015). Understanding the impact of market conditions on entrepreneurial business models. *Journal of Strategy and Management*, 8(4), 356-376.
- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (1998). Validation of a new general self-efficacy scale. *Organizational Research Methods*, 1(1), 62-83.
- CTC Group. (2021). About us. Retrieved from <https://ctcgroup.com/>
- Chambers.law, (2022). Cyprus – An international business centre. Retrieved from <https://www.chambers.law/cyprus-an-international-business-centre/>
- Cyprus Investment Promotion Agency. (n.d.). Why Cyprus. Retrieved from <https://www.investcyprus.org.cy/committed-to-investing-in-cyprus/>
- Companies Section Statistics, (2021). Total registered business entities. Retrieved from <https://www.companies.gov.cy/en/knowledgebase/statistics/total-registered-business-entities-as-at-31-07-2021>
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Denison, D. R. (1990). *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*. John Wiley & Sons.
- Dyer, W. G., Gregersen, H. B., & Christensen, C. M. (2008). Entrepreneur behaviors, opportunity recognition, and the origins of innovative ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 317-338.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Ernst & Young Global Limited (EY). (2021). Cyprus. Retrieved from <https://taxsummaries.pwc.com/cyprus/corporate/other-taxes>
- European Commission. (2019). SME Performance Review: Cyprus 2019. Retrieved from [https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review_en)
- European Commission. (2020). Taxation trends in the European Union. Retrieved from [https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation-1/economic-analysis-taxation/taxation-trends-european-union\\_en](https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation-1/economic-analysis-taxation/taxation-trends-european-union_en)

- European Commission. (2021). Cyprus - Country overview. Retrieved from [https://commission.europa.eu/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/european-semester/european-semester-your-country/cyprus/european-semester-documents-cyprus\\_en](https://commission.europa.eu/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/european-semester/european-semester-your-country/cyprus/european-semester-documents-cyprus_en)
- European Investment Bank (2018). €150m for Cyprus Development Bank to support small and medium-sized enterprises. Retrieved from <https://www.eib.org/en/press/all/2018-136-eib-and-rcb-extent-cooperation-in-support-of-cypriot-smes-and-mid-caps>
- Eurostat. (2022). Cyprus – key figures. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/digpub/keyfigures/>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & Colle, S. D. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. Cambridge University Press.
- García-Sánchez, I. M., & García-Medina, I. (2019). How do taxation policies affect SMEs in the European Union? *Journal of Small Business Management*, 57(S1), 13-29.
- Gibbs, G. C., Steel, G. D., & McAdam, R. (2018). Small business competitiveness: A review of contemporary approaches. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 89-113.
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 43-62.
- Goffee, R., & Jones, G. (2013). Creating the Best Workplace on Earth. *Harvard Business Review*, 91(5), 74-84.
- Gupta, V. K., & Turban, D. B. (2019). Women entrepreneurs in the Middle East and North Africa: Characteristics, contributions, and challenges. *Journal of Business Research*, 98, 365-378.
- Harms, R., Luck, F., & Kraus, S. (2010). Entrepreneurial success factors in times of economic crisis. *Journal of Business Research*, 63(11), 1149-1155.
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Ślusarczyk, B., & Jermisittiparsert, K. (2019). Industry 4. 0: A solution towards technology challenges of sustainable business performance. *Social Sciences*, 8(5), 154. <https://doi.org/10.3390/socsci8050154>
- Kokkoris, D. Theodore, (2014). Οικονομική Διαχείριση, Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/305143943\\_Oikonomike\\_Diacheirese](https://www.researchgate.net/publication/305143943_Oikonomike_Diacheirese)
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963-989.

- Kassinis, G., & Varnavas, A. (2020). Women entrepreneurs and access to finance in Cyprus. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(4), 474-490.
- Kaya, T., Erkut, B., & Thierbach, N. (2019). Entrepreneurial intentions of business and economics students in Germany and Cyprus: A cross-cultural comparison. *Sustainability*, 11(5), 1437. <https://doi.org/10.3390/su11051437>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- KPMG (2019). Building a brighter future: The landscape for small and medium enterprises. Retrieved from <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2021/02/future-of-small-and-medium-business-commercial-insurance.pdf>
- KPMG Cyprus. (2021). Investing in Cyprus: A Guide for Investors. Retrieved from [https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cy/pdf/2021/The%20Registered%20Alternative%20Investment%20Fund%2018\\_10\\_21.pdf](https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cy/pdf/2021/The%20Registered%20Alternative%20Investment%20Fund%2018_10_21.pdf)
- KPMG. (2021). Corporate tax rates table. Retrieved from <https://kpmg.com/it/it/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html>
- Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2013). Understanding the dynamics of entrepreneurship through framework approaches. *Small Business Economics*, 41(4), 837-854. doi.1007/s11187-015-9627-3
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., & Covin, J. G. (2011). *Entrepreneurship: Theory, process, practice*. Cengage Learning.
- Lee, J., Suh, T., Roy, D., & Baucus, M. (2019). Emerging technology and business model innovation: The case of artificial intelligence. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(3), 44. <https://doi.org/10.3390/joitmc5030044>
- Lerner, M., & Almor, T. (2002). Relationships among strategic capabilities and the performance of women-owned small ventures. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 109-125.
- Lin, N. (1999). Building a network theory of social capital. *Connections*, 22(1), 28-51.
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3-19.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of microeconomics*. Cengage Learning.
- Margherita, E. G., & Braccini, A. M. (2021). Managing industry 4.0 automation for fair ethical business development: A single case study. *Technological Forecasting and Social Change*, 172, 121048. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121048>
- Mavrikiou, P., & Kaimakliotis, P. (2018). Social Entrepreneurship in Cyprus: A Scoping Study. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3),

- McEachern, W. A. (2018). *Economics: A contemporary introduction*. Cengage Learning.
- McFadzean, E., O'Loughlin, A., & Shaw, E. (2005). Corporate entrepreneurship and innovation: entrepreneurial employees and virtual incubation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 5(2-3), 143-157.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management*
- Mintel. (2014). The modern family in the consumer's world. Retrieved from <https://www.mintel.com/consumer-market-news/the-modern-family-in-the-consumers-world/>
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2012). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 50(3), 357-376.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Naudé, W., Krugell, W. F., & Berthelet, E. (2011). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7-8), 559-580.
- Nielsen. (2018). Consumers Willing to Put Their Money Where Their Heart Is When It Comes to Goods and Services from Companies Committed to Social Responsibility. Retrieved from <https://www.triplepundit.com/story/2018/consumer-preferences-continue-shift-toward-sustainability-market-research-shows/55496>
- Orthodoxou, D. L., Loizidou, X. I., Gavriel, A., Hadjiprocopiou, S., Petsa, D., & Demetriou, K. (2022). Sustainable business events: The perceptions of service providers, attendees, and stakeholders in decision-making positions. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23(2), 154–178. <https://doi.org/10.1080/15470148.2021.1964666>
- Byungjoo Paek & Heesang Lee, 2018. "Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: evidence from the digital TV industry Retrieved from [https://www.academia.edu/en/72446666/Strategic\\_entrepreneurship\\_and\\_competitive\\_advantage\\_of\\_established\\_firms\\_evidence\\_from\\_the\\_digital\\_TV\\_industry](https://www.academia.edu/en/72446666/Strategic_entrepreneurship_and_competitive_advantage_of_established_firms_evidence_from_the_digital_TV_industry)
- Pew Research Center. (2015). An early look at the 2020 electorate. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/social-trends/2019/01/30/an-early-look-at-the-2020-electorate-2/>



- Pinson, L. (2019). *Anatomy of a business plan: A step-by-step guide to building a business and securing your company's future*. Out of Your Mind and Into the Marketplace.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analysing industries and competitors*. Simon and Schuster.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2017). *Economics*. McGraw-Hill Education.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
- Schaltegger, S. (2020). Sustainability learnings from the COVID-19 crisis. Opportunities for resilient industry and business development. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12(5), 889–897. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-08-2020-0296>
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership*. John Wiley & Sons.
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 23(3), 233–244. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00078-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00078-4)
- Sklavenitis Cyprus. (n.d.). About. Retrieved from <https://sklavenitiscyprus.com.cy/about/>
- Snieska, V., Zykiene, I., & Burksaitiene, D. (2019). Evaluation of location's attractiveness for business growth in smart development. *Economic Research - Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 925–946. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1590217>
- Tsiakkios, A., & Pashiardis, P. (2002). Strategic planning and education: The case of Cyprus. *International Journal of Educational Management*, 16(1), 6–17. <https://doi.org/10.1108/09513540210415505>
- Vidmar, D., Marolt, M., & Pucihar, A. (2021). Information technology for business sustainability: A literature review with automated content analysis. *Sustainability*, 13(3), 1192. <https://doi.org/10.3390/su13031192>

- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix - A tool for situational analysis. *Long range planning*, 15(2), 54-66.
- Zhao, J., Xue, F., Khan, S., & Khatib, S. F. A. (2021). WITHDRAWN: Consumer behaviour analysis for business development. *Aggression and Violent Behavior*, 101591. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2021.101591>