


*Αποτελέσματα Έρευνας  
για τα Προβλήματα και  
τις Προκλήσεις στην  
αγορά του Δήμου Ξάνθης*



## Εισαγωγή:

Η παρούσα έρευνα αποτελεί μια σφαιρική ανάλυση των προβλημάτων και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει η αγορά του Δήμου Ξάνθης. Με στόχο να αναδείξουμε τα ζητήματα που επηρεάζουν την τοπική οικονομία, την κοινωνική δομή και τη γενικότερη ποιότητα ζωής στην περιοχή, η έρευνα επικεντρώνεται στη συλλογή και ανάλυση δεδομένων που προκύπτουν από διαφορετικούς τομείς της κοινωνίας.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα είναι πολίτες και επιχειρηματίες, οι οποίοι συνέβαλαν με τις απόψεις, τις εμπειρίες και τις αντιλήψεις τους. Μέσα από τον διακριτικό αναλυτικό προσανατολισμό της έρευνας, προσδιορίσαμε τις προτεραιότητες και τις πιο επείγουσες ανάγκες της κοινότητας, δημιουργώντας έτσι μια βάση κατανόησης για την ανάπτυξη προοπτικών και λύσεων που θα συμβάλουν στη βελτίωση της καθημερινής ζωής των πολιτών του Δήμου Ξάνθης.

Οι ακόλουθες σελίδες προσφέρουν μια εκτενή επισκόπηση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν μέσω της έρευνας, προσφέροντας έναν ενδελεχή χάρτη προκλήσεων και ευκαιριών που παρουσιάζονται στην περιοχή. Από την ανάλυση αυτή, αναδεικνύονται οι βασικές πτυχές που απαιτούν προσοχή και δράση, προσφέροντας παράλληλα ένα πρόσφορο έδαφος για τη συζήτηση και την υλοποίηση μέτρων.

Ο Δήμος Ξάνθης ανήκει στην Π.Ε. Ξάνθης της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Βρίσκεται στη βορειοανατολική Ελλάδα και συστάθηκε με το Πρόγραμμα Καλλικράτης την 1η Ιανουαρίου 2011. Ο Δήμος Ξάνθης περιλαμβάνει τους παλαιούς Δήμους Ξάνθης και Σταυρούπολης. Έχει έκταση 495,07 τ. χλμ. και πληθυσμό 66.875 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2021. Έδρα του Δήμου είναι η πόλη της Ξάνθης. Βρίσκεται σε στρατηγική θέση, καθώς συνδέεται με τον κεντρικό οδικό άξονα της Εγνατίας Οδού και έχει πρόσβαση σε λιμάνια, όπως αυτά της Αλεξανδρούπολης και της Καβάλας, καθώς και σε διάφορα σημεία ενδιαφέροντος, όπως ορεινούς όγκους και την παράκτια ζώνη του Αιγαίου.

Η αγορά του Δήμου Ξάνθης παρουσιάζει μια ενδιαφέρουσα ερευνητική προοπτική, καθώς η περιοχή αυτή βρίσκεται κοντά σε άλλους σημαντικούς δήμους όπως οι Δήμοι Κομοτηνής και Καβάλας. Η κοντινή απόσταση από τη θάλασσα και οι επικοινωνιακές συνδέσεις με άλλες πόλεις προσθέτουν διαστάσεις στην ανάλυση, καθιστώντας τη μελέτη των καταναλωτικών τάσεων ακόμα πιο σημαντική.

Βασικό αντικείμενο της έρευνας είναι η διερεύνηση και μελέτη των προβλημάτων και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες της αγοράς στον Δήμο Ξάνθης.

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε είναι η πρωτογενής, ποσοτική έρευνα. Η τεχνική και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν ήταν οι πρόσωπο με πρόσωπο συνεντεύξεις και η διάθεση ερωτηματολογίων μέσω διαδικτύου σε επαγγελματίες, με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου με ερωτήσεις πολλαπλής ή και απλής επιλογής. Οι κύριοι άξονες του ερωτηματολογίου ήταν η διερεύνηση των προβλημάτων και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες στον Δήμο Ξάνθης. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν από στελέχη της εταιρείας "Metrisis". Η έρευνα διήρκεσε περίπου 7 ημέρες και πιο συγκεκριμένα, από τις 21 Φεβρουαρίου μέχρι τις 28 Φεβρουαρίου, με το συλλεχθέν δείγμα να ανέρχεται στα 259 ερωτηματολόγια.

## Δημογραφικό προφίλ επαγγελματιών

### Κατανομή ανά Φύλο:

Το 60,3% των συμμετεχόντων ήταν άνδρες.  
Το 39,7% ήταν γυναίκες.

### Αναλογία φύλου:

Υπάρχει μια ανισορροπία στην αναλογία φύλου, με περισσότερους άνδρες (60,3%) από γυναίκες (39,7%). Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη παρουσία ή επιρροή στις επιχειρήσεις του Δήμου Ξάνθης.

### Σύνθεση του εργατικού δυναμικού:



Η κατανομή αυτή μπορεί να αντικατοπτρίζει την τυπική σύνθεση του εργατικού δυναμικού στις επιχειρήσεις του Δήμου Ξάνθης. Οι ηλικιακές κατηγορίες με τα υψηλότερα ποσοστά (35-44 και 45-54) συνήθως περιλαμβάνουν άτομα που βρίσκονται στη μέση της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας, ενώ οι κατηγορίες με χαμηλότερα ποσοστά (17-24 και 65+) περιλαμβάνουν νεοεισερχόμενους ή συνταξιούχους.

### Συμμετοχή και εμπειρία:

Οι ηλικιακές κατηγορίες με το μεγαλύτερο ποσοστό μπορεί να περιλαμβάνουν άτομα με περισσότερη επαγγελματική εμπειρία και ευθύνες, ενώ οι κατηγορίες με μικρότερα ποσοστά μπορεί να αντικατοπτρίζουν νεότερους εργαζόμενους ή εκείνους που πλησιάζουν στη συνταξιοδότηση.

Σε γενικές γραμμές, η ηλικιακή κατανομή που παρουσιάζεται δείχνει μια ισχυρή παρουσία των μεσαίων ηλικιακών κατηγοριών, γεγονός που μπορεί να έχει επιπτώσεις στις πρακτικές και την κουλτούρα των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης.

### Κατανομή μορφωτικού επιπέδου:

Το 11,9% των συμμετεχόντων έχει χαμηλό μορφωτικό επίπεδο (αγράμματοι ή απόφοιτοι δημοτικού).  
Το 56,1% έχει μέσο μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι γυμνασίου ή λυκείου).  
Το 32% έχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης).

Από αυτήν την κατανομή, μπορούμε να βγάλουμε διάφορα συμπεράσματα και να προτείνουμε ορισμένα ερωτήματα για περαιτέρω διερεύνηση

### **Διακύμανση μορφωτικών επιπέδων:**

Η μεγαλύτερη ομάδα είναι οι απόφοιτοι γυμνασίου ή λυκείου, γεγονός που υποδηλώνει ότι το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχόντων έχει ένα βασικό επίπεδο εκπαίδευσης. Αυτό μπορεί να είναι ενδεικτικό της γενικής εκπαιδευτικής δομής στην περιοχή ή στον συγκεκριμένο τομέα των επιχειρήσεων.

Ένα σημαντικό ποσοστό, 32%, αποτελείται από απόφοιτους ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης, δείχνοντας ότι υπάρχει και μια σημαντική ομάδα με υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο.

Συνολικά, τα δεδομένα υποδηλώνουν μια ποικιλία μορφωτικών επιπέδων μεταξύ των συμμετεχόντων στην έρευνα, με το μεγαλύτερο ποσοστό να έχει μέσο εκπαιδευτικό υπόβαθρο. Αυτός ο συνδυασμός μπορεί να αντικατοπτρίζει την ποικιλία των επαγγελματιών και των θέσεων εργασίας στις επιχειρήσεις της περιοχής.

Ποιος είναι ο κύριος τομέας της επιχείρησής σας;



Το γράφημα, παρουσιάζει τα αποτελέσματα μιας έρευνας ή μιας μελέτης σχετικά με τον κύριο τομέα δραστηριότητας μιας ομάδας επιχειρήσεων.

**Τρόφιμα και ποτά:** Αυτή είναι η πιο δημοφιλής κατηγορία, με το **35,1%** των επιχειρήσεων να δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον τομέα. Αυτό υποδηλώνει ότι τα τρόφιμα και τα ποτά αποτελούν σημαντικό μέρος της αγοράς.

**Ένδυση και υπόδηση:** Αυτός ο τομέας είναι ο δεύτερος πιο δημοφιλής, με το **17%** των επιχειρήσεων. Η ένδυση και υπόδηση είναι επίσης ένας σημαντικός τομέας στην αγορά.

**Άλλο:** Αυτός ο τομέας καλύπτει μια ποικιλία δραστηριοτήτων που δεν εμπίπτουν σε μια από τις προηγούμενες κατηγορίες. Αντιπροσωπεύει το **25,5%** των επιχειρήσεων, υποδηλώνοντας μια μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων που δεν περιγράφονται λεπτομερώς στο γράφημα.

Οι υπόλοιπες κατηγορίες, όπως τα ηλεκτρικά είδη, καλλυντικά, κοσμήματα, είδη δώρων, παιχνίδια, οικιακός εξοπλισμός, έχουν μικρότερα ποσοστά, με ποσοστά που κυμαίνονται από 2,3% έως 4,6%.

Συνολικά, τα δεδομένα δείχνουν μια ποικιλία επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, με επικέντρωση στα τρόφιμα και ποτά, την ένδυση και υπόδηση, και μια μεγάλη ποικιλία επιχειρήσεων που εμπίπτουν σε άλλες κατηγορίες.

Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός απασχολούμενων στην επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένων και των ιδιοκτητών που εργάζονται σε αυτή ;



Με βάση τα δεδομένα, μπορούμε να εξαγάγουμε ορισμένα συμπεράσματα σχετικά με τη δομή και το μέγεθος των επιχειρήσεων.

**Πολύ μικρές επιχειρήσεις:** Το **49,8%** των επιχειρήσεων απασχολεί μόνο ένα άτομο. Αυτό υποδηλώνει ότι σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις είναι αυτοαπασχολούμενοι ή μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, όπου ο ιδιοκτήτης είναι και ο μόνος εργαζόμενος. Αυτού του είδους οι επιχειρήσεις συχνά έχουν χαμηλά γενικά έξοδα και υψηλή ευελιξία.

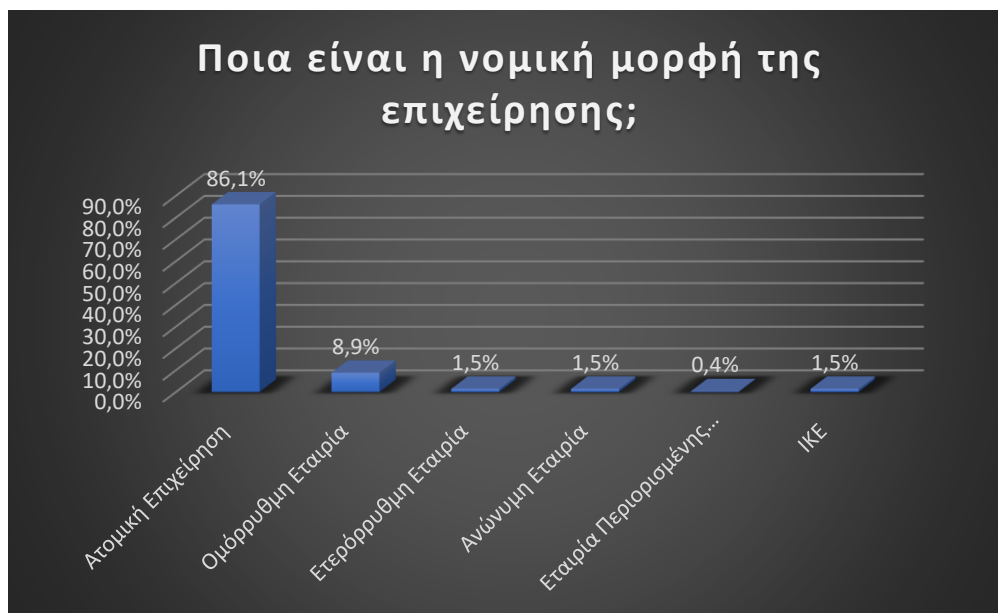
**Μικρές επιχειρήσεις με 2-3 άτομα:** Το **41,7%** των επιχειρήσεων απασχολεί 2-3 άτομα. Αυτό δείχνει ότι ένας σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων είναι λίγο μεγαλύτερες από τις πολύ μικρές, συχνά περιλαμβάνοντας έναν ιδιοκτήτη και μερικούς υπαλλήλους ή οικογένεια. Αυτές οι επιχειρήσεις μπορεί να προσφέρουν μεγαλύτερο εύρος υπηρεσιών ή προϊόντων από τις πολύ μικρές.

**Μικρομεσαίες επιχειρήσεις με 4-9 άτομα:** Το **6,6%** των επιχειρήσεων απασχολεί 4-9 άτομα. Αυτό υποδηλώνει ότι αυτές οι επιχειρήσεις αρχίζουν να αποκτούν μια πιο σαφή οργανωτική δομή και μεγαλύτερη ικανότητα παραγωγής ή παροχής υπηρεσιών.

**Μεσαίες και μεγαλύτερες επιχειρήσεις με 10 και άνω άτομα:** Το **1,9%** των επιχειρήσεων απασχολεί 10 και πλέον άτομα. Αυτό το μικρό ποσοστό δείχνει ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις αποτελούν μειοψηφία, πιθανόν λόγω των υψηλότερων κόστους και του μεγαλύτερου βαθμού πολυπλοκότητας στη διαχείριση.

Συνολικά, τα δεδομένα δείχνουν ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων αποτελείται από πολύ μικρές έως μικρές επιχειρήσεις, γεγονός που μπορεί να υποδηλώνει μια οικονομία που βασίζεται κυρίως σε μικρές, ευέλικτες και τοπικές επιχειρήσεις. Αυτός ο τύπος επιχειρήσεων μπορεί να παίζει σημαντικό ρόλο στη διατήρηση της απασχόλησης και της τοπικής οικονομικής δραστηριότητας.

## Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησης;



Το γράφημα δείχνει το ποσοστό διαφορετικών νομικών μορφών επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης. Τα δεδομένα αποκαλύπτουν μερικές ενδιαφέρουσες τάσεις:

**Ατομική Επιχείρηση (86,1%):** Αυτός ο τύπος επιχείρησης είναι ο πιο κοινός στον Δήμο Ξάνθης, αποτελώντας το 86,1% όλων των επιχειρήσεων. Αυτό δείχνει ότι η πλειοψηφία των επιχειρηματιών προτιμά να λειτουργεί με απλές δομές, χωρίς την ανάγκη συνεργατών ή εταιρικών μορφών. Αυτό μπορεί να αντανακλά μια κουλτούρα επιχειρηματικότητας που ευνοεί τις μικρές επιχειρήσεις και τους αυτοαπασχολούμενους.

**Ομόρρυθμη Εταιρία (8,9%):** Με ένα αρκετά χαμηλό ποσοστό σε σύγκριση με την Ατομική Επιχείρηση, η Ομόρρυθμη Εταιρία είναι ο δεύτερος πιο δημοφιλής τύπος επιχείρησης. Αυτός ο τύπος εταιρίας απαιτεί περισσότερη συνεργασία και έχει διαφορετικές νομικές απαιτήσεις σε σχέση με την ατομική επιχείρηση, υποδηλώνοντας μια πιο σύνθετη δομή και ίσως μεγαλύτερες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

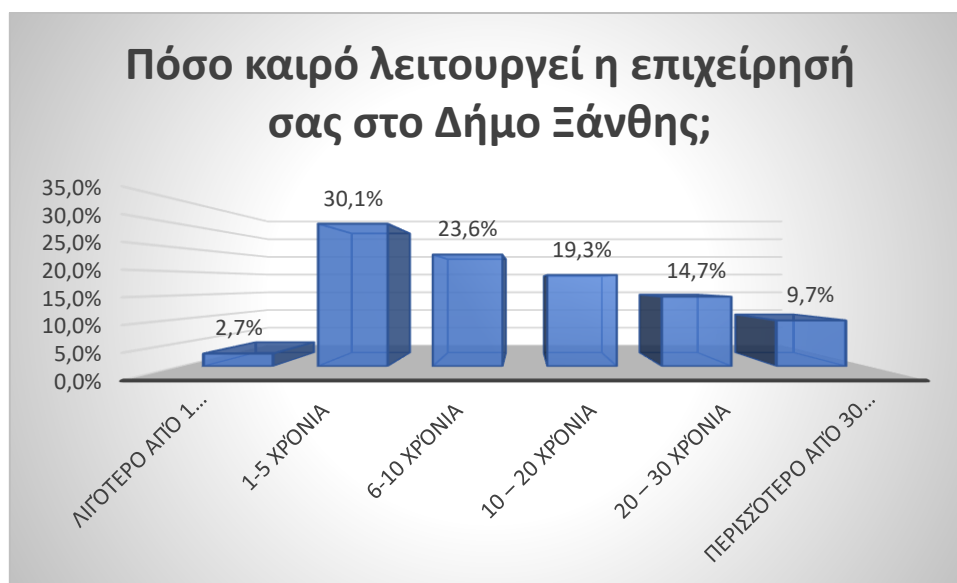
**Ετερόρρυθμη Εταιρία (1,5%):** Ομοίως με την Ομόρρυθμη Εταιρία, αλλά με μικρότερο ποσοστό, η Ετερόρρυθμη Εταιρία έχει συγκεκριμένα πλεονεκτήματα, όπως διαφορετικό επίπεδο ευθύνης για τους εταίρους. Η μικρότερη εμφάνισή της υποδηλώνει ότι λιγότεροι επιχειρηματίες επιλέγουν αυτή τη μορφή.

**Ανώνυμη Εταιρία (1,5%):** Η Ανώνυμη Εταιρία είναι μια πιο περίπλοκη και συχνά μεγαλύτερη νομική μορφή, που συνήθως χρησιμοποιείται από μεγαλύτερες επιχειρήσεις ή εταιρίες με πολλές μετοχές. Το μικρό ποσοστό αυτής της κατηγορίας υποδηλώνει ότι στον Δήμο Ξάνθης δεν υπάρχουν πολλές μεγάλες επιχειρήσεις ή επιχειρηματικές δραστηριότητες που απαιτούν αυτή τη μορφή.

**Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (0,4%) και ΙΚΕ (1,5%):** Αυτές οι δύο μορφές είναι ακόμα λιγότερο διαδεδομένες, δείχνοντας ότι οι επιχειρηματίες στον Δήμο Ξάνθης προτιμούν απλούστερες δομές ή πιο παραδοσιακές μορφές εταιρίας. Οι ΕΠΕ και ΙΚΕ συνήθως προσφέρουν περιορισμένη ευθύνη για τους μετόχους, αλλά φαίνεται ότι δεν είναι τόσο δημοφιλείς στον συγκεκριμένο δήμο.

Γενικά, η κυριαρχία της Ατομικής Επιχείρησης στον Δήμο Ξάνθης υποδηλώνει μια επιχειρηματική κουλτούρα που ευνοεί την ατομική πρωτοβουλία και τις μικρές επιχειρήσεις.

## Πόσο καιρό λειτουργεί η επιχείρησή σας στο Δήμο Ξάνθης;



Από τα δεδομένα που παραθέσατε, μπορούμε να κάνουμε μερικές ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις σχετικά με τη διάρκεια λειτουργίας των επιχειρήσεων στο Δήμο Ξάνθης:

**Νεοσύστατες Επιχειρήσεις:** Μόνο το **2,7%** των επιχειρήσεων λειτουργεί για λιγότερο από 1 χρόνο. Αυτό υποδηλώνει ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης έχει ήδη καθιερωθεί και λειτουργεί για τουλάχιστον ένα χρόνο.

**Επιχειρήσεις με Εμπειρία 1-5 Χρόνια:** Το **30,1%** των επιχειρήσεων έχει ηλικία 1-5 χρόνια. Αυτό το ποσοστό δείχνει ότι υπάρχει ένα σημαντικό κομμάτι επιχειρηματιών που είναι σχετικά νέοι στον χώρο, γεγονός που μπορεί να υποδηλώνει μια υγιή εισροή νέων επιχειρηματιών στην περιοχή.

**Μέτριας Ηλικίας Επιχειρήσεις (6-10 Χρόνια):** Με **23,6%**, αυτές οι επιχειρήσεις αποτελούν το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό. Αυτό δείχνει ότι αρκετές επιχειρήσεις έχουν εδραιωθεί στον Δήμο Ξάνθης και έχουν περάσει από τα αρχικά στάδια επιβίωσης και ανάπτυξης.

**Μακροχρόνιες Επιχειρήσεις (10-20 Χρόνια και Πάνω):** Περίπου **43,7%** των επιχειρήσεων λειτουργούν για πάνω από 10 χρόνια, με **19,3%** να έχουν 10-20 χρόνια εμπειρίας, **14,7%** να έχουν 20-30 χρόνια και **9,7%** να λειτουργούν για πάνω από 30 χρόνια. Αυτό υποδεικνύει ένα ισχυρό πυρήνα καθιερωμένων επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης, που έχουν αποδείξει την ανθεκτικότητά τους με το πέρασμα του χρόνου.

Γενικά, η κατανομή των ηλικιών των επιχειρήσεων υποδηλώνει μια ισορροπημένη επιχειρηματική κοινότητα με παρουσία τόσο νεοσύστατων όσο και καθιερωμένων επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι υπάρχει μια υγιής βάση επιχειρηματικότητας, με χώρο για νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα, ενώ ταυτόχρονα διατηρείται η σταθερότητα και η εμπειρία των παλαιότερων επιχειρήσεων.



Αν βρίσκεστε κοντά στη συνταξιοδότηση, τι από τα παρακάτω σκέφτεστε για το μέλλον της;



Τα ποσοστά που αναφέρονται δείχνουν μια ποικιλία προσεγγίσεων για τη διαχείριση μιας επιχείρησης όταν κάποιος ιδιοκτήτης πλησιάζει στη συνταξιοδότηση. Κάθε επιλογή έχει τα δικά της πλεονεκτήματα και προκλήσεις, και οι ιδιοκτήτες επιλέγουν ανάλογα με τις προσωπικές, οικογενειακές και επιχειρηματικές συνθήκες τους. Ας δούμε τι μπορεί να σημαίνουν αυτά τα ποσοστά:

**Μεταβίβαση στα παιδιά (36,3%):** Αυτή είναι η πιο δημοφιλής επιλογή, πιθανόν επειδή πολλοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων θέλουν να διατηρήσουν την επιχείρηση στην οικογένεια. Μπορεί να υποδηλώνει ότι τα παιδιά έχουν ενδιαφέρον να συνεχίσουν την επιχείρηση ή ότι η οικογένεια έχει μια κουλτούρα επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, αυτή η προσέγγιση μπορεί να έχει προκλήσεις εάν τα παιδιά δεν έχουν τα απαραίτητα προσόντα ή ενδιαφέρον για την επιχείρηση.

**Μεταβίβαση σε συγγενείς (3,1%):** Αυτό το ποσοστό είναι σχετικά χαμηλό, πιθανόν επειδή οι ιδιοκτήτες προτιμούν να μεταβιβάσουν την επιχείρηση σε άμεσα οικογενειακά μέλη. Ωστόσο, υπάρχουν περιπτώσεις όπου άλλοι συγγενείς μπορεί να έχουν το ενδιαφέρον και τις ικανότητες να αναλάβουν την επιχείρηση.

**Πώληση σε υπάλληλο (3,5%):** Η πώληση σε έναν υπάλληλο μπορεί να είναι μια καλή επιλογή αν υπάρχει κάποιος που έχει τις ικανότητες και την επιθυμία να αναλάβει. Αυτό μπορεί να διασφαλίσει μια ομαλή μετάβαση και να διατηρήσει τη συνέχεια της επιχείρησης.

**Πώληση σε τρίτους (27,0%):** Η πώληση σε τρίτους μπορεί να προσφέρει μεγαλύτερη οικονομική ανταμοιβή, καθώς η επιχείρηση μπορεί να προσελκύσει επενδυτές ή άλλους επιχειρηματίες που βλέπουν αξία σε αυτήν. Αυτό μπορεί επίσης να σημαίνει ότι οι ιδιοκτήτες θέλουν να απομακρυνθούν εντελώς από την επιχείρηση και να απολαύσουν τη συνταξιοδότηση τους.

**Κλείσιμο (30,1%):** Αυτό το ποσοστό είναι αρκετά υψηλό, κάτι που μπορεί να σημαίνει ότι πολλοί ιδιοκτήτες δεν βλέπουν βιώσιμες επιλογές για τη συνέχιση της επιχείρησης ή ότι δεν υπάρχει ενδιαφέρον από άλλους. Το κλείσιμο μπορεί επίσης να προκύψει από μια στρατηγική απόφαση ή λόγω οικονομικών δυσκολιών.

Τα ποσοστά αυτά υποδηλώνουν ότι οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων έχουν διαφορετικές προτεραιότητες και προκλήσεις καθώς πλησιάζουν στη συνταξιοδότηση. Επιλογές όπως η μεταβίβαση σε παιδιά ή η πώληση σε τρίτους μπορούν να θεωρηθούν θετικές, αλλά απαιτούν σχεδιασμό και διασφάλιση μιας ομαλής μετάβασης. Το κλείσιμο, παρόλο που φαίνεται αρνητικό, μπορεί να είναι η καλύτερη επιλογή για κάποιους, ειδικά αν η επιχείρηση δεν είναι βιώσιμη.

Η παραπάνω απόφασή σας, σε πόσο χρόνο αναμένετε να υλοποιηθεί;



Το γεγονός ότι το **93,8%** των απαντήσεων αναμένει ότι η υλοποίηση της απόφασης θα πάρει 5 ή περισσότερα χρόνια υποδηλώνει ότι η συντριπτική πλειονότητα των ανθρώπων βλέπει τη μετάβαση στη συνταξιοδότηση ως κάτι που απαιτεί μακροπρόθεσμο σχεδιασμό. Αυτό μπορεί να έχει πολλαπλές εξηγήσεις:

**Επιχειρησιακή Στρατηγική:** Η προετοιμασία για τη συνταξιοδότηση και η διασφάλιση της συνέχισης της επιχείρησης απαιτούν ένα προσεκτικά δομημένο σχέδιο που μπορεί να περιλαμβάνει διαδοχή, μεταβίβαση ιδιοκτησίας, ή αλλαγές στη διοίκηση.

**Μεταβίβαση Γνώσης και Εμπειρίας:** Αν οι άνθρωποι βλέπουν τη συνταξιοδότηση ως μια διαδικασία που απαιτεί σημαντική μεταβίβαση γνώσης, τότε θα χρειαστεί περισσότερος χρόνος για να γίνει σωστά.

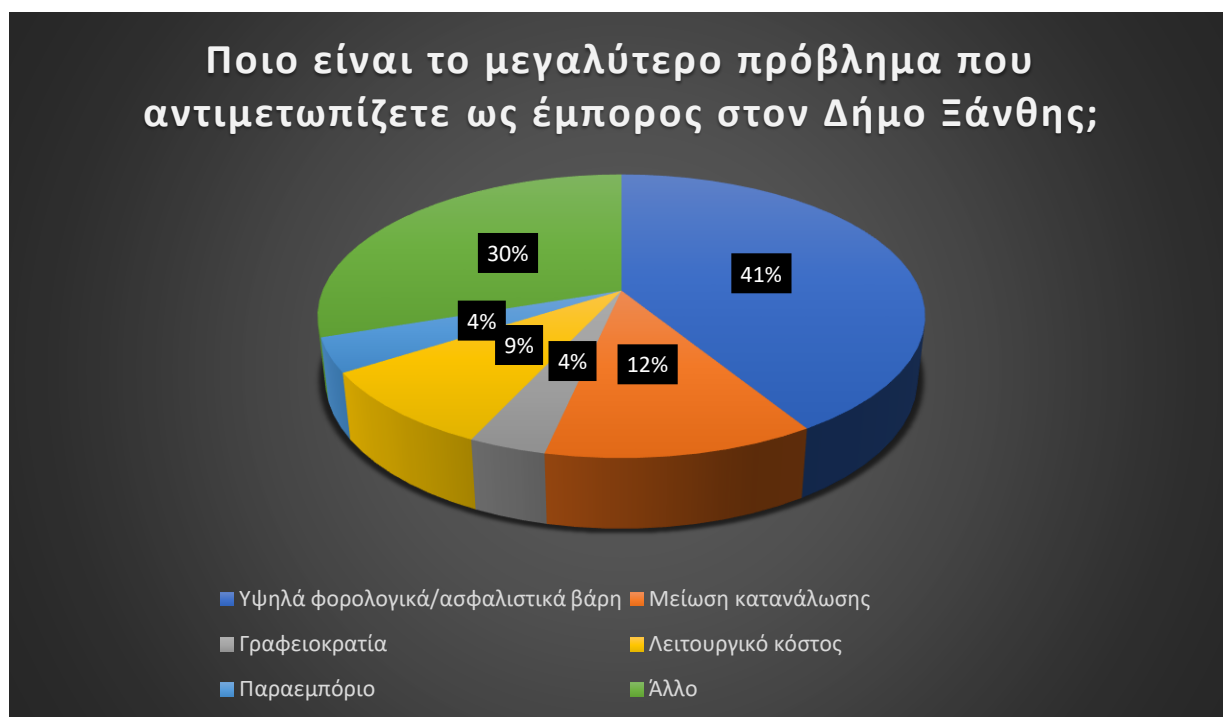
**Οικονομικές και Νομικές Προετοιμασίες:** Η προετοιμασία για συνταξιοδότηση μπορεί να περιλαμβάνει οικονομικές αναθεωρήσεις, φορολογικούς σχεδιασμούς, και νομικές διαδικασίες, οι οποίες συχνά χρειάζονται αρκετό χρόνο για να ολοκληρωθούν.

**Συναισθηματική Ετοιμότητα:** Η συνταξιοδότηση είναι ένα μεγάλο βήμα και μπορεί να χρειαστεί χρόνο για να προσαρμοστούν τόσο οι επιχειρηματίες όσο και οι εργαζόμενοι.

Το χαμηλό ποσοστό των ανθρώπων που πιστεύουν ότι η απόφαση θα υλοποιηθεί σε λιγότερο από 5 χρόνια (2,3% για το επόμενο έτος, 1,9% για τα επόμενα δύο, και 1,9% για 2 έως 5 χρόνια) μπορεί να σημαίνει ότι είτε θεωρούν ότι δεν είναι ακόμα έτοιμοι για τη μετάβαση, είτε ότι το επιχειρησιακό πλαίσιο δεν επιτρέπει ταχεία υλοποίηση.

Σε κάθε περίπτωση, αυτά τα αποτελέσματα υπογραμμίζουν τη σημασία του προσεκτικού σχεδιασμού και της προνοητικότητας στη διαδικασία της συνταξιοδότησης, ειδικά όταν σχετίζεται με το μέλλον μιας επιχείρησης.

Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζετε ως έμπορος στον Δήμο Ξάνθης;



Η παραπάνω πίτα παρουσιάζει ενδιαφέρουσες πληροφορίες σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι έμποροι στον Δήμο Ξάνθης. Ας εξετάσουμε κάθε κατηγορία για να κατανοήσουμε καλύτερα το τοπίο:

**Υψηλά φορολογικά/ασφαλιστικά βάρη (41,2%):** Αυτό το υψηλό ποσοστό δείχνει ότι το φορολογικό και ασφαλιστικό καθεστώς αποτελεί σημαντικό βάρος για τους επιχειρηματίες. Οι υψηλοί φόροι και οι ασφαλιστικές εισφορές μπορούν να επηρεάσουν την κερδοφορία των επιχειρήσεων και να καταστήσουν δυσκολότερη την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα τους.

**Μείωση κατανάλωσης (12,2%):** Η μείωση στην κατανάλωση μπορεί να συνδεθεί με οικονομική αβεβαιότητα, αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών ή άλλους παράγοντες, όπως η πανδημία. Αυτό μπορεί να δημιουργήσει έναν κύκλο αρνητικής οικονομικής επίδρασης, καθώς οι επιχειρήσεις αγωνίζονται να διατηρήσουν τα επίπεδα των πωλήσεων.

**Γραφειοκρατία (3,5%):** Ενώ το ποσοστό αυτό είναι σχετικά χαμηλό, δείχνει ότι ορισμένοι έμποροι αντιμετωπίζουν προβλήματα με την γραφειοκρατία. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν καθυστερήσεις σε αδειοδοτήσεις, περίπλοκες διαδικασίες ή υπερβολική ρύθμιση, που μπορεί να εμποδίσουν την αποτελεσματικότητα και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

**Λειτουργικό κόστος (9,0%):** Το λειτουργικό κόστος αναφέρεται σε δαπάνες όπως το ενοίκιο, οι λογαριασμοί, οι μισθοί και άλλα έξοδα που σχετίζονται με τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Το ποσοστό αυτό υποδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να διαχειριστούν προσεκτικά τα έξοδά τους για να παραμείνουν βιώσιμες.

**Παραεμπόριο (3,9%):** Το παραεμπόριο μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τις νόμιμες επιχειρήσεις, καθώς δημιουργεί άνισο ανταγωνισμό. Αυτό το ποσοστό, παρόλο που είναι σχετικά χαμηλό, δείχνει ότι το πρόβλημα υπάρχει και ίσως απαιτεί δράση για την αντιμετώπισή του.

**Άλλο (30,2%):** Το υψηλό ποσοστό αυτής της κατηγορίας δείχνει ότι υπάρχει ποικιλία άλλων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι έμποροι. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν όλα τα παραπάνω, ο ανταγωνισμός, η προμήθεια στα POS, η εγκατάλειψη του εμπορικού κέντρου, η έλλειψη ενδιαφέροντος από τους παράγοντες της πόλης καθώς και οι μεγάλες αλυσίδες.

Συνολικά, τα αποτελέσματα αυτά υποδεικνύουν ότι οι έμποροι στον Δήμο Ξάνθης αντιμετωπίζουν ποικίλα προβλήματα, με τα φορολογικά και ασφαλιστικά βάρη να αποτελούν το κυρίαρχο ζήτημα.

Για την επίλυση αυτών των προβλημάτων, μπορεί να απαιτείται συνδυασμός πολιτικών και τοπικών πρωτοβουλιών, καθώς και υποστήριξη από τις επιχειρηματικές κοινότητες.

Ποιες από τις παρακάτω προκλήσεις θεωρούνται σημαντικές για την επιχείρησή σας;



**Οι οικονομικές υποχρεώσεις (45,6%):**

Είναι φυσικό να είναι η κορυφαία ανησυχία. Οι επιχειρήσεις συχνά αντιμετωπίζουν υποχρεώσεις όπως δάνεια, φόρους και άλλες οικονομικές απαιτήσεις. Αν αυτές οι υποχρεώσεις δεν αντιμετωπιστούν σωστά, μπορεί να δημιουργηθεί σοβαρό πρόβλημα ρευστότητας ή ακόμα και πτώχευσης. Επομένως, είναι κρίσιμο για μια επιχείρηση να έχει σαφή στρατηγική διαχείρισης των οικονομικών υποχρεώσεων.

**Η ρευστότητα (21,6%):**

Η ρευστότητα είναι ένα κρίσιμο σημείο για κάθε επιχείρηση, καθώς καθορίζει την ικανότητα να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Ειδικά σε καιρούς αβεβαιότητας ή οικονομικής κρίσης, η έλλειψη ρευστότητας μπορεί να αποδειχθεί μοιραία.

**Το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού (13,9%):**

Η ψηφιακή μεταμόρφωση είναι ουσιαστική για την επιβίωση και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Ωστόσο, το κόστος μπορεί να είναι υψηλό, περιλαμβάνοντας επενδύσεις σε τεχνολογία, εκπαίδευση προσωπικού και αλλαγές στις επιχειρησιακές διαδικασίες. Το ποσοστό αυτό υποδεικνύει ότι πολλές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν τη σημασία του ψηφιακού μετασχηματισμού, αλλά παράλληλα ανησυχούν για το κόστος.

**Η διαχείριση των ανατιμήσεων (9,7%):**

Η αύξηση των τιμών των πρώτων υλών και των άλλων αγαθών μπορεί να επιβαρύνει σημαντικά τα κόστη παραγωγής και να επηρεάσει την κερδοφορία μιας επιχείρησης. Για αυτό είναι απαραίτητο να υπάρχει μια στρατηγική διαχείρισης των ανατιμήσεων για να αποφευχθούν οι αρνητικές επιπτώσεις.

**Η εύρεση κατάλληλου προσωπικού (6,2%):**

Ενώ το ποσοστό αυτό φαίνεται χαμηλό, το κατάλληλο προσωπικό είναι θεμελιώδες για την επιτυχία μιας επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται να βρουν ταλέντα που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους, ειδικά σε τομείς που απαιτούν εξειδικευμένες δεξιότητες.

**Το κόστος της πράσινης μετάβασης (6,2%):**

Καθώς οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν αυξημένες πιέσεις για να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές, το κόστος της πράσινης μετάβασης γίνεται σημαντικό θέμα. Περιλαμβάνει επενδύσεις σε φιλικές προς το περιβάλλον τεχνολογίες, συμμόρφωση με κανονισμούς και αλλαγές στις διαδικασίες παραγωγής.

**Η μεταβίβαση στην επόμενη γενιά (2,7%):**

Αν και το ποσοστό αυτό είναι χαμηλό, είναι μια κρίσιμη πρόκληση για οικογενειακές επιχειρήσεις. Η επιτυχής μεταβίβαση της επιχείρησης απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό και αντιμετώπιση πολλών παραγόντων, συμπεριλαμβανομένων των νομικών, οικονομικών και οικογενειακών θεμάτων.

**Η αποκατάσταση μελών της οικογένειάς μου (1,2%):**

Αν και το ποσοστό αυτό είναι το χαμηλότερο, υποδεικνύει ότι κάποια μέλη της επιχείρησης αντιμετωπίζουν προσωπικά ή οικογενειακά ζητήματα που μπορεί να επηρεάσουν την εργασία τους ή τη λειτουργία της επιχείρησης.

**Άλλο (16,6%):**

Το "Άλλο" με αυτό το ποσοστό υποδηλώνει ότι υπάρχουν και άλλες προκλήσεις που δεν αναφέρονται συγκεκριμένα στη λίστα, όπως οι αλλαγές στην αγορά, οι πολιτικές εξελίξεις, ή τα ζητήματα ανταγωνισμού. Αυτή η κατηγορία δείχνει ότι κάθε επιχείρηση έχει μοναδικές προκλήσεις που μπορεί να διαφέρουν από αυτές των άλλων.

Αυτές οι προκλήσεις αντικατοπτρίζουν το ευρύ φάσμα των θεμάτων που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις σήμερα, από οικονομικά θέματα μέχρι τεχνολογικά, περιβαλλοντικά, και κοινωνικά. Είναι σημαντικό για μια επιχείρηση να κατανοήσει τις δικές της προκλήσεις και να αναπτύξει κατάλληλες στρατηγικές για να τις αντιμετωπίσει αποτελεσματικά.

Ποιος είναι ο κυριότερος παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή των προμηθευτών σας;



Το γράφημα που παρέχετε παρουσιάζει τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προμηθευτών. Η κατανομή των ποσοστών μπορεί να οδηγήσει σε διάφορες παρατηρήσεις:

#### **Οι τιμές και η ποιότητα είναι οι κυρίαρχοι παράγοντες:**

Με τα ποσοστά **31,0%** για τις τιμές και **30,2%** για την ποιότητα, είναι εμφανές ότι αυτοί είναι οι πιο σημαντικοί παράγοντες για τους περισσότερους πελάτες. Οι επιχειρήσεις πιθανόν να δίνουν προτεραιότητα στην εύρεση προμηθευτών που προσφέρουν ανταγωνιστικές τιμές, αλλά ταυτόχρονα να μην κάνουν εκπτώσεις στην ποιότητα των προϊόντων ή υπηρεσιών.

#### **Σημαντική θέση για μακροχρόνιες συνεργασίες:**

Με **9,4%** των πελατών να αναφέρουν τη μακροχρόνια συνεργασία ως κυριότερο παράγοντα, είναι φανερό ότι κάποιοι πελάτες εκτιμούν τη σταθερότητα και τις μακροπρόθεσμες σχέσεις με τους προμηθευτές τους.

#### **Η εξυπηρέτηση πελατών και η αξιοπιστία έχουν χαμηλότερο βάρος:**

Μόνο το **3,9%** των πελατών θεωρούν την εξυπηρέτηση πελατών ως κύριο παράγοντα, ενώ η αξιοπιστία έχει ακόμα μικρότερο ποσοστό, **3,5%**. Αυτό υποδηλώνει ότι οι πελάτες μπορεί να είναι διατεθειμένοι να κάνουν συμβιβασμούς σε αυτούς τους τομείς αν οι τιμές και η ποιότητα είναι σωστές.

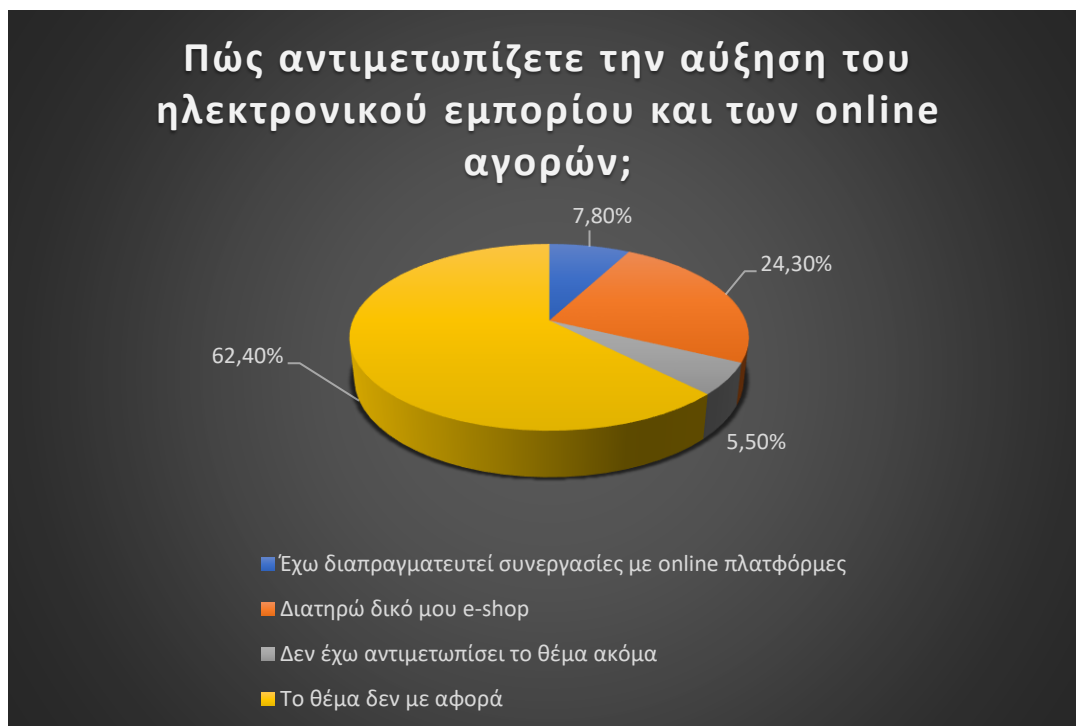
#### **Η κατηγορία "Άλλο":**

Το **22,0%** των εμπόρων επέλεξαν "Άλλο" ως τον κυριότερο παράγοντα. Αυτό περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω μαζί και την ποιότητα σε συνάρτηση με την τιμή.

Συνολικά, το γράφημα παρέχει μια επισκόπηση των προτεραιοτήτων των πελατών κατά την επιλογή προμηθευτών. Τα αποτελέσματα μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να επικεντρώσουν τις προσπάθειές τους στους τομείς που έχουν μεγαλύτερη σημασία για τους πελάτες τους, όπως η προσφορά ανταγωνιστικών τιμών και η διασφάλιση υψηλής ποιότητας, ενώ παράλληλα δεν πρέπει να παραμελούν άλλους σημαντικούς παράγοντες που μπορεί να είναι καθοριστικοί για ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς.



Πώς αντιμετωπίζετε την αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και των online αγορών;



Το παραπάνω διάγραμμα μια ενδιαφέρουσα ποικιλία προσεγγίσεων σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις online αγορές. Ας αναλύσουμε τα στοιχεία:

**Διαπραγματεύσεις με online πλατφόρμες (7,80%):** Αυτό δείχνει ότι ένα μικρό ποσοστό έχει αναγνωρίσει την αξία της παρουσίας στις μεγάλες online πλατφόρμες και επιχειρεί να επεκτείνει το πεδίο δράσης τους. Είναι μια καλή στρατηγική για επιχειρήσεις που θέλουν να αξιοποιήσουν την υπάρχουσα υποδομή και πελατειακή βάση αυτών των πλατφορμών.

**Διατήρηση δικού τους e-shop (24,30%):** Ένα σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων επιλέγει να δημιουργήσει τη δική του πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου. Αυτό μπορεί να προσφέρει μεγαλύτερο έλεγχο στη διαχείριση της εμπειρίας των πελατών, καθώς και άμεση πρόσβαση στα δεδομένα τους. Είναι επίσης μια ένδειξη ότι πολλές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την ανάγκη για παρουσία στο διαδίκτυο.

**Δεν έχουν αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα (5,50%):** Αυτή η κατηγορία μπορεί να περιλαμβάνει επιχειρήσεις που βρίσκονται ακόμα στο στάδιο της διερεύνησης ή δεν έχουν αναγνωρίσει την ανάγκη για ηλεκτρονικό εμπόριο. Θα ήταν ενδιαφέρον να διερευνηθεί γιατί αυτά τα άτομα/επιχειρήσεις δεν έχουν αντιμετωπίσει το ζήτημα, καθώς η τάση προς το ηλεκτρονικό εμπόριο συνεχίζει να αυξάνεται.

**Το θέμα δεν με αφορά (62,40%):** Αυτό το μεγάλο ποσοστό μπορεί να υποδεικνύει ότι πολλές επιχειρήσεις δεν σχεδιάζουν να επεκταθούν στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Μπορεί να οφείλεται στο είδος της επιχείρησης, σε περιορισμούς πόρων ή σε μια στρατηγική επιλογή να παραμείνουν εκτός του online περιβάλλοντος.

Συνολικά, αυτά τα δεδομένα δίνουν μια εικόνα των διάφορων προσεγγίσεων που έχουν οι επιχειρήσεις απέναντι στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Είναι εμφανές ότι υπάρχει μια τάση προς την υιοθέτηση ψηφιακών λύσεων, αν και ένα σημαντικό μέρος των επιχειρήσεων μπορεί να έχει λόγους

για να παραμείνει στο παραδοσιακό μοντέλο. Θα ήταν ενδιαφέρον να εξεταστούν οι λόγοι πίσω από τις αποφάσεις αυτές για να αποκτήσουμε μια πιο πλήρη εικόνα.

Πώς αντιδράτε στις αυξανόμενες απαιτήσεις για ψηφιακή παρουσία και διαδικτυακό μάρκετινγκ;



Η παραπάνω πίτα παρουσιάζει ένα ενδιαφέρον φάσμα απόψεων σχετικά με την ψηφιακή παρουσία και το διαδικτυακό μάρκετινγκ. Ας εξετάσουμε τις αντιδράσεις που αναφέρονται:

**Έχω επενδύσει στον διαδικτυακό προσανατολισμό (25,9%):**

Αυτό το ποσοστό δείχνει ότι περίπου το ένα τέταρτο των ερωτηθέντων έχει κατανοήσει τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ και έχει επενδύσει στον τομέα αυτό. Αυτό υποδηλώνει μια θετική προσέγγιση προς την τεχνολογία και την προσαρμογή στις σύγχρονες τάσεις.

**Δυσκολεύομαι να παρακολουθήσω τις αλλαγές (3,9%):**

Ένα μικρό ποσοστό φαίνεται να βρίσκει τις αλλαγές στην ψηφιακή τεχνολογία δύσκολες να παρακολουθήσει. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε έλλειψη γνώσης ή πόρων για την εκπαίδευση και την προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η αντίληψη μπορεί να αντιμετωπιστεί μέσω εκπαίδευσης και υποστήριξης.

**Η επένδυση που πρέπει να κάνω είναι μεγάλη (5,9%):**

Εδώ, το ποσοστό που ανησυχεί για το κόστος της ψηφιακής μετάβασης είναι μεγαλύτερο από εκείνους που δυσκολεύονται να παρακολουθήσουν τις αλλαγές. Αυτό μπορεί να αντικατοπτρίζει τον προβληματισμό σχετικά με τους οικονομικούς πόρους που απαιτούνται για την ενίσχυση της διαδικτυακής παρουσίας.

**Το θέμα δεν με αφορά (64,3%):**

Αυτό είναι το μεγαλύτερο ποσοστό, που υποδηλώνει ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν ενδιαφέρεται για την ψηφιακή παρουσία ή το διαδικτυακό μάρκετινγκ. Αυτή η απάντηση θα μπορούσε να σημαίνει διάφορα πράγματα:

- Ίσως το επιχειρηματικό τους μοντέλο δεν απαιτεί ψηφιακή παρουσία.
- Μπορεί να αισθάνονται ότι το κοινό τους δεν βρίσκεται σε ψηφιακές πλατφόρμες.
- Η ενδέχεται να υποτιμούν τη σημασία της ψηφιακής παρουσίας.



Συνολικά, αυτά τα δεδομένα μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό περιοχών που απαιτούν περισσότερη εκπαίδευση, επενδύσεις, ή ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία του διαδικτυακού μάρκετινγκ. Καθώς η ψηφιακή τεχνολογία συνεχίζει να επεκτείνεται, η ανάγκη για αποτελεσματική ψηφιακή παρουσία γίνεται όλο και πιο σημαντική για πολλές επιχειρήσεις και οργανισμούς.

## Πώς αντιμετωπίζετε την περιβαλλοντική βιωσιμότητα στην επιχείρησή σας;



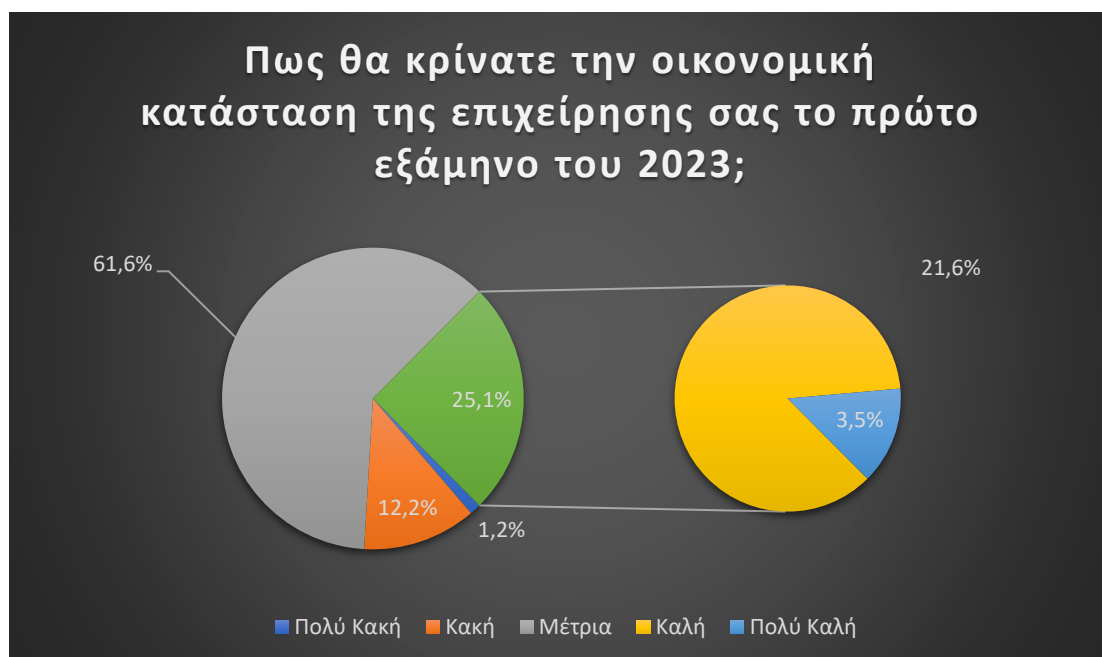
**Έχουν εφαρμόσει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον (53,7%):** Αυτό το ποσοστό δείχνει ότι πάνω από το ήμισυ των επιχειρήσεων έχουν λάβει μέτρα για να μειώσουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα. Αυτό είναι θετικό και υποδηλώνει μια τάση προς την υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών. Τέτοιες πρακτικές μπορεί να περιλαμβάνουν μείωση αποβλήτων, χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, ανακύκλωση, και προώθηση βιώσιμων προϊόντων και υπηρεσιών. Είναι πιθανό ότι αυτές οι επιχειρήσεις έχουν συνειδητοποιήσει τα οφέλη της βιωσιμότητας, τόσο για το περιβάλλον όσο και για τη φήμη και την οικονομική τους απόδοση.

**Δεν έχουν λάβει σχετικά μέτρα (39,2%):** Αυτό το ποσοστό δείχνει ότι μια σημαντική μειονότητα επιχειρήσεων δεν έχει ακόμη προβεί σε κινήσεις για τη βιωσιμότητα. Οι λόγοι μπορεί να ποικίλουν: ορισμένες επιχειρήσεις ίσως να μην θεωρούν τη βιωσιμότητα προτεραιότητα, άλλες μπορεί να αντιμετωπίζουν περιορισμούς στους πόρους ή στη γνώση σχετικά με το πώς να εφαρμόσουν τέτοια μέτρα. Υπάρχει περιθώριο βελτίωσης για αυτές τις επιχειρήσεις, και η παροχή καθοδήγησης ή κινήτρων θα μπορούσε να βοηθήσει στην αλλαγή.

**Σκέπτονται να εφαρμόσουν μέτρα στο μέλλον (7,1%):** Αυτή η ομάδα δείχνει μια πρόθεση για αλλαγή, αλλά μπορεί να μην έχει ακόμα κάνει συγκεκριμένα βήματα προς αυτήν την κατεύθυνση. Αυτό το ποσοστό υποδηλώνει ότι υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη βιωσιμότητα, αλλά και κάποια επιφυλακτικότητα ή δυσκολία στην υλοποίηση. Θα μπορούσε να ωφεληθεί από συμβουλές, κατάρτιση ή άλλες μορφές υποστήριξης για να προχωρήσει από τη σκέψη στη δράση.

Γενικά, το συνολικό ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν εφαρμόσει ή σκέπτονται να εφαρμόσουν μέτρα βιωσιμότητας (60,8%) είναι ενθαρρυντικό, αλλά υπάρχει ακόμη χώρος για βελτίωση. Οι επιχειρήσεις που δεν έχουν λάβει μέτρα θα μπορούσαν να ενθαρρυνθούν να το πράξουν, και οι επιχειρήσεις που σκέπτονται να εφαρμόσουν μέτρα θα μπορούσαν να βοηθηθούν με πόρους και πληροφορίες για να προχωρήσουν γρήγορα και αποτελεσματικά.

Πως θα κρίνατε την οικονομική κατάσταση της επιχείρησής σας το πρώτο εξάμηνο του 2023;



Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων αντιμετωπίζει μια μέτρια οικονομική κατάσταση το πρώτο εξάμηνο του 2023, με ποσοστό **61,6%**. Αυτό θα μπορούσε να υποδηλώνει μια σταθερή, αλλά όχι ιδιαίτερα δυναμική, οικονομική απόδοση. Μπορεί να υποδηλώνει μια γενική τάση σταθερότητας ή ακόμα και συγκράτησης, όπου οι επιχειρήσεις προσπαθούν να παραμείνουν βιώσιμες χωρίς να λαμβάνουν μεγάλα ρίσκα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το συνολικό ποσοστό των επιχειρήσεων που θεωρούν την κατάσταση τους καλή ή πολύ καλή είναι περίπου **25%**, που δείχνει ότι μια αξιοσημείωτη μερίδα των επιχειρήσεων έχει μια θετική πορεία. Αυτό είναι ενθαρρυντικό, καθώς υποδηλώνει ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που καταφέρνουν να προσαρμοστούν στις τρέχουσες συνθήκες και να ευδοκιμήσουν.

Ωστόσο, το **13,4%** των επιχειρήσεων που θεωρούν την κατάσταση τους κακή ή πολύ κακή δεν πρέπει να αγνοηθεί. Αυτή η μειοψηφία υποδεικνύει ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν σημαντικές προκλήσεις. Αυτές οι επιχειρήσεις μπορεί να αντιμετωπίζουν προβλήματα όπως μειωμένη ζήτηση, αυξημένο κόστος ή άλλα οικονομικά εμπόδια.

Σε γενικές γραμμές, τα δεδομένα αυτά αποκαλύπτουν μια ευρεία γκάμα εμπειριών μέσα στην επιχειρηματική κοινότητα το πρώτο εξάμηνο του 2023. Για τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων, τα δεδομένα αυτά θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην κατανόηση των οικονομικών τάσεων και στην προσαρμογή των στρατηγικών για να ενισχύσουν τις επιχειρήσεις που δυσκολεύονται και να υποστηρίξουν την ανάπτυξη εκείνων που τα πηγαίνουν καλά.

Πως θα κρίνατε την οικονομική κατάσταση της επιχείρησής σας το δεύτερο εξάμηνο του 2023 σε σχέση με το πρώτο;



Τα δεδομένα προσφέρουν ενδιαφέρουσες πληροφορίες σχετικά με το πώς αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την οικονομική τους κατάσταση στο δεύτερο εξάμηνο του 2023 σε σχέση με το πρώτο. Ας εξετάσουμε τα στοιχεία:

**55,30% Μέτρια:** Η πλειονότητα των επιχειρήσεων (πάνω από το μισό) βλέπει την οικονομική της κατάσταση ως μέτρια. Αυτό μπορεί να υποδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μια σταθερότητα χωρίς ιδιαίτερη ανάπτυξη, αλλά και χωρίς σοβαρές δυσκολίες. Ενδεχομένως οι επιχειρήσεις να βρίσκονται σε στάδιο προσαρμογής σε νέες συνθήκες της αγοράς ή σε κατάσταση σταθεροποίησης μετά από περίοδο μεταβολών.

**26,70% Καλή:** Αυτό είναι ένα σημαντικό ποσοστό που δείχνει ότι σχεδόν το ένα τρίτο των επιχειρήσεων βλέπει βελτίωση στην οικονομική τους κατάσταση. Αυτό είναι ενθαρρυντικό, καθώς δείχνει ότι υπάρχουν θετικά σημάδια ανάπτυξης και ανάκαμψης.

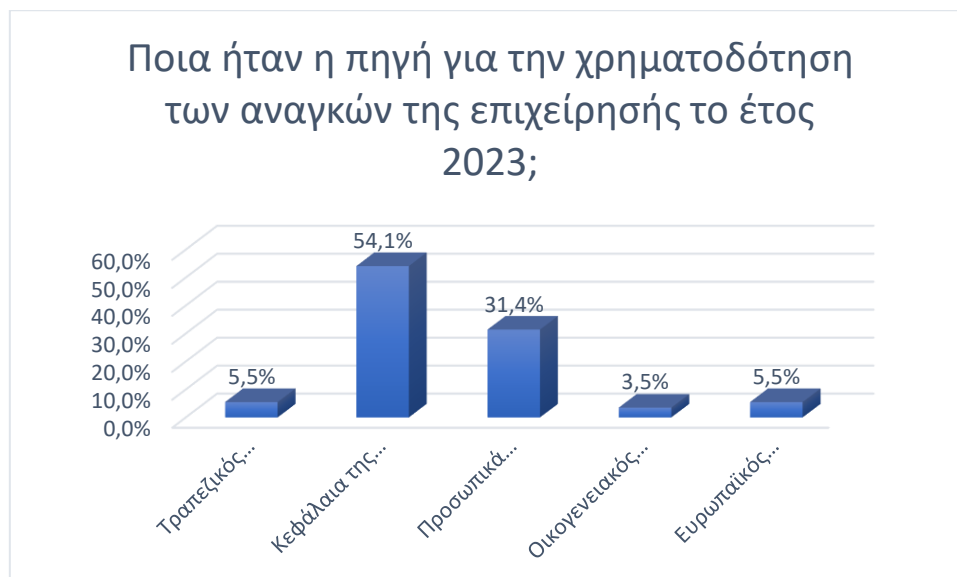
**12,50% Κακή και 1,60% Πολύ Κακή:** Συνολικά, περίπου το 14% των επιχειρήσεων αντιμετωπίζουν δυσκολίες ή σοβαρά προβλήματα. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει προκλήσεις στην αγορά, οικονομικούς περιορισμούς ή άλλους παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά τις επιχειρήσεις.

**3,90% Πολύ Καλή:** Αν και μικρό, αυτό το ποσοστό δείχνει ότι υπάρχει ένα μικρό μερίδιο επιχειρήσεων που ευημερεί και παρουσιάζει εξαιρετική οικονομική απόδοση.

Τα αποτελέσματα υποδηλώνουν μια κυρίως σταθερή οικονομική κατάσταση για τις επιχειρήσεις, με μια τάση προς τη βελτίωση. Ωστόσο, ένα σημαντικό ποσοστό εξακολουθεί να αντιμετωπίζει δυσκολίες. Η παρουσία τόσο θετικών όσο και αρνητικών απόψεων υποδεικνύει ότι η οικονομική κατάσταση το δεύτερο εξάμηνο του 2023 μπορεί να είναι ποικίλη, με τις επιχειρήσεις να επηρεάζονται από διάφορους εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες. Οι επιχειρήσεις που

βλέπουν την κατάσταση ως κακή ή πολύ κακή μπορεί να χρειάζονται επιπλέον υποστήριξη ή στρατηγική αναθεώρηση για να βελτιώσουν τη θέση τους.

Ποια ήταν η πηγή για την χρηματοδότηση των αναγκών της επιχείρησής το έτος 2023;



Τα δεδομένα για τις πηγές χρηματοδότησης των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης για το 2023 δείχνουν μια ποικιλία τρόπων άντλησης κεφαλαίων. Ας δούμε πιο προσεκτικά τι σημαίνουν οι επιμέρους ποσοστώσεις και τι μπορούν να αποκαλύψουν για το επιχειρηματικό περιβάλλον στον Δήμο Ξάνθης.

**Κεφάλαια της Επιχείρησης (54,1%):** Αυτό το υψηλό ποσοστό δείχνει ότι οι επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης βασίζονται κυρίως στα ίδια τους τα κεφάλαια για χρηματοδότηση. Αυτό μπορεί να υποδεικνύει μια υγιή οικονομική κατάσταση, με τις επιχειρήσεις να έχουν επαρκείς πόρους για να στηρίζουν τις λειτουργίες τους, χωρίς να βασίζονται υπερβολικά σε εξωτερικούς δανεισμούς.

**Προσωπικά Κεφάλαια (31,4%):** Το γεγονός ότι σχεδόν το ένα τρίτο της χρηματοδότησης προέρχεται από προσωπικά κεφάλαια σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες και οι ιδιοκτήτες είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν τα δικά τους χρήματα στις επιχειρήσεις τους. Αυτό μπορεί να δείχνει μια ισχυρή δέσμευση και πίστη στο επιχειρηματικό εγχείρημα, αλλά μπορεί επίσης να υποδηλώνει κάποια βαθμό προσωπικού κινδύνου.

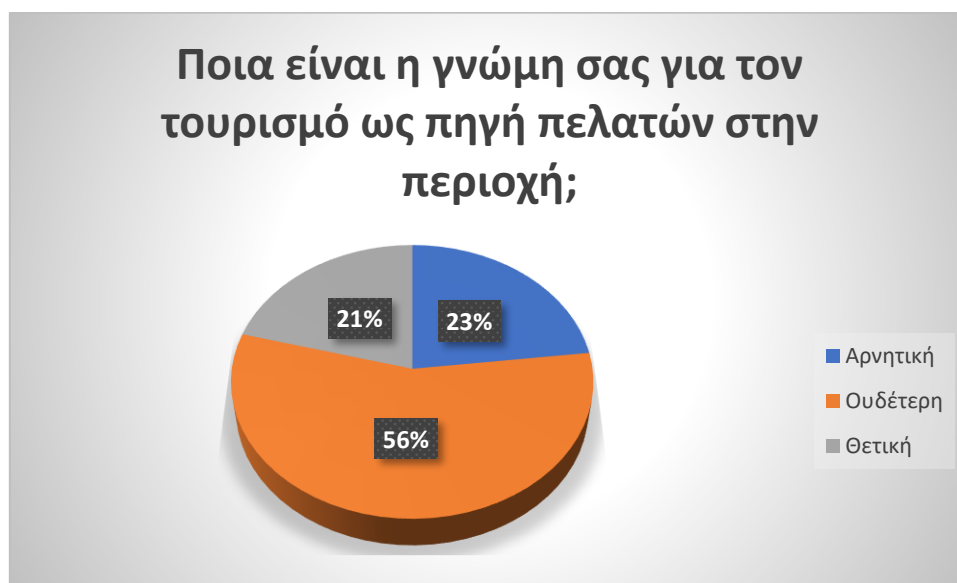
**Τραπεζικός Δανεισμός (5,5%) και Ευρωπαϊκός Δανεισμός (5,5%):** Αυτά τα σχετικά χαμηλά ποσοστά μπορεί να υποδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης δεν εξαρτώνται υπερβολικά από παραδοσιακές τραπεζικές πηγές ή ευρωπαϊκά κονδύλια. Ωστόσο, η παρουσία αυτών των μορφών χρηματοδότησης υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε εξωτερικά κεφάλαια όταν χρειάζεται, είτε μέσω δανείων από τράπεζες είτε από ευρωπαϊκά προγράμματα στήριξης.

**Οικογενειακός Δανεισμός (3,5%):** Αυτό το χαμηλό ποσοστό δείχνει ότι οι επιχειρήσεις δεν βασίζονται σημαντικά σε οικογενειακούς πόρους για χρηματοδότηση. Η χρηματοδότηση από την οικογένεια μπορεί να είναι μια επιλογή για μικρότερες επιχειρήσεις ή για επιχειρηματίες που έχουν

υποστήριξη από την οικογένεια, αλλά τα δεδομένα υποδεικνύουν ότι αυτό δεν αποτελεί την κύρια πηγή χρηματοδότησης.

Συνολικά, οι επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης φαίνεται να έχουν μια καλή ισορροπία στις πηγές χρηματοδότησης, με ισχυρή εξάρτηση από τα κεφάλαια της επιχείρησης και τα προσωπικά κεφάλαια, ενώ διατηρούν κάποια πρόσβαση σε τραπεζικά και ευρωπαϊκά κεφάλαια. Αυτή η ποικιλία στις πηγές μπορεί να υποδεικνύει μια υγιή επιχειρηματική κοινότητα με κάποια ευελιξία στις επιλογές χρηματοδότησης.

Ποια είναι η γνώμη σας για τον τουρισμό ως πηγή πελατών στην περιοχή;



Τα δεδομένα δείχνουν την κατανομή των απόψεων σχετικά με τον τουρισμό ως πηγή πελατών σε μια περιοχή. Ας δούμε τι σημαίνουν αυτά τα ποσοστά και ποιες είναι οι πιθανές ερμηνείες:

**Ουδέτερη άποψη (56,10%):** Η πλειοψηφία των ανθρώπων έχει ουδέτερη στάση σχετικά με τον τουρισμό. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι δεν έχουν έντονη θετική ή αρνητική εμπειρία με τον τουρισμό ως πηγή πελατών. Μπορεί επίσης να υποδηλώνει μια ισορροπία μεταξύ των θετικών και αρνητικών επιπτώσεων που βιώνουν.

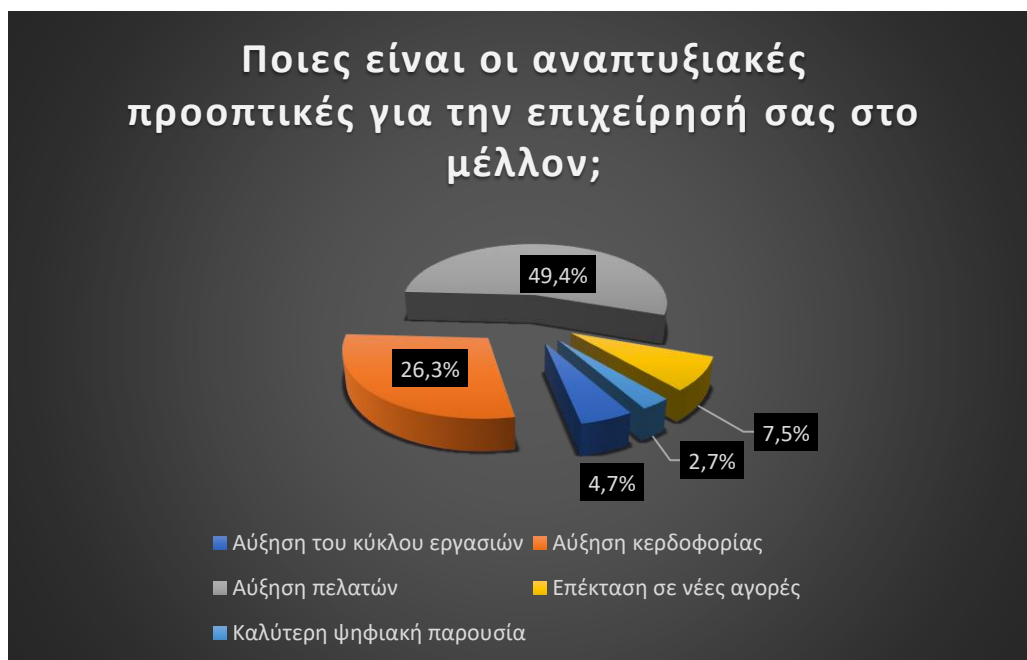
**Αρνητική άποψη (23,10%):** Ένα αξιοσημείωτο ποσοστό έχει αρνητική άποψη για τον τουρισμό. Αυτό θα μπορούσε να σχετίζεται με προβλήματα όπως η συμφόρηση, η υποβάθμιση του περιβάλλοντος, οι υψηλές τιμές ακινήτων, ή η αλλοίωση της τοπικής κουλτούρας. Αυτοί οι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την ποιότητα ζωής των κατοίκων και να προκαλέσουν δυσαρέσκεια.

**Θετική άποψη (20,80%):** Ένα σημαντικό ποσοστό βλέπει τον τουρισμό ως θετική πηγή πελατών. Αυτό μπορεί να σχετίζεται με τα οικονομικά οφέλη που φέρνει ο τουρισμός, όπως η αύξηση της απασχόλησης, τα έσοδα για τις τοπικές επιχειρήσεις και η βελτίωση των υποδομών.

Το ενδιαφέρον είναι ότι, παρά την αναμενόμενη θετική επίδραση του τουρισμού στην οικονομία, η ουδέτερη και η αρνητική άποψη είναι υψηλότερες από τη θετική. Αυτό υποδεικνύει ότι μπορεί να υπάρχουν ανησυχίες ή περιορισμοί στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού, που επηρεάζουν την αντίληψη των ανθρώπων.

Συνολικά, τα ποσοστά αυτά δίνουν μια καλή εικόνα της σύνθετης επίδρασης του τουρισμού και υποδεικνύουν ότι χρειάζεται ισορροπημένη προσέγγιση για να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη, ενώ ταυτόχρονα ελαχιστοποιούνται οι αρνητικές επιπτώσεις.

Ποιες είναι οι αναπτυξιακές προοπτικές για την επιχείρησή σας στο μέλλον;



#### **Αύξηση του κύκλου εργασιών (4,7%):**

Η αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 4,7% είναι μια θετική ένδειξη ότι οι επιχειρήσεις στην περιοχή βλέπουν αύξηση στη ζήτηση για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Αυτό θα μπορούσε να αντικατοπτρίζει την αύξηση της αγοραστικής δύναμης στην τοπική κοινότητα ή επιτυχημένες επιχειρηματικές στρατηγικές.

#### **Αύξηση κερδοφορίας (26,3%):**

Η αύξηση της κερδοφορίας κατά 26,3% υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις στην περιοχή γίνονται πιο αποδοτικές ή βρίσκουν τρόπους να αυξήσουν τα περιθώρια κέρδους τους. Αυτό μπορεί να σημαίνει καλύτερη διαχείριση κόστους, αύξηση τιμών, ή άλλες στρατηγικές που βελτιώνουν την κερδοφορία.

#### **Αύξηση πελατών (49,4%):**

Αυτή η υψηλή αύξηση πελατών υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης προσελκύουν νέους πελάτες, πιθανώς λόγω βελτιωμένης φήμης, ισχυρής τοπικής ζήτησης ή επιτυχημένων μάρκετινγκ στρατηγικών. Η αύξηση αυτή μπορεί να υποδηλώνει μια δυναμική τοπική αγορά.

#### **Επέκταση σε νέες αγορές (7,5%):**

Το 7,5% δείχνει ότι ορισμένες επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης εξετάζουν ή έχουν αρχίσει να επεκτείνονται σε νέες αγορές, όπως σε άλλες γεωγραφικές περιοχές ή νέους κλάδους. Η επέκταση αυτή είναι ένα θετικό σημάδι για τη διαφοροποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, αλλά μπορεί να εμπεριέχει και κινδύνους.

#### **Καλύτερη ψηφιακή παρουσία (2,7%):**

Αυτή η χαμηλή αύξηση δείχνει ότι η ψηφιακή παρουσία δεν αποτελεί προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης. Αυτό θα μπορούσε να υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις βασίζονται περισσότερο σε παραδοσιακές μεθόδους λειτουργίας και προώθησης. Ωστόσο, δεδομένης της



σημασίας της ψηφιακής παρουσίας στη σύγχρονη αγορά, αυτός ο τομέας μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες για ανάπτυξη και βελτίωση.

Συνολικά, οι δείκτες υποδηλώνουν ότι οι επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης βρίσκονται σε μια ανοδική τροχιά, με σημαντική αύξηση πελατών και κερδοφορίας. Ωστόσο, η έλλειψη έμφασης στην ψηφιακή παρουσία θα μπορούσε να αποτελεί έναν τομέα για βελτίωση, ώστε να εξασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα.

Πόσο πιθανόν είναι να κλείσει η επιχείρησή σας το επόμενο εξάμηνο;



Τα δεδομένα που παρουσιάζετε δείχνουν ενδιαφέρουσες τάσεις όσον αφορά την αίσθηση ασφάλειας ή αβεβαιότητας μεταξύ των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης. Ας αναλύσουμε τι μπορεί να υποδηλώνουν τα ποσοστά:

**Καθόλου (61,6%):** Το γεγονός ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων αισθάνεται αρκετά ασφαλής για το μέλλον τους είναι θετικό. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι υπάρχουν σταθερές οικονομικές συνθήκες, μια ισχυρή τοπική αγορά ή ότι οι επιχειρήσεις έχουν προσαρμοστεί επιτυχώς στις συνθήκες της εποχής.

**Λίγο (11,4%):** Αυτό το ποσοστό δείχνει μια μικρή αβεβαιότητα, η οποία μπορεί να σχετίζεται με παράγοντες όπως το ανταγωνιστικό περιβάλλον, μεταβαλλόμενες τάσεις της αγοράς ή άλλους οικονομικούς παράγοντες. Αυτή η ομάδα ίσως χρειάζεται λίγη προσοχή και υποστήριξη για να διασφαλίσει τη σταθερότητά της.

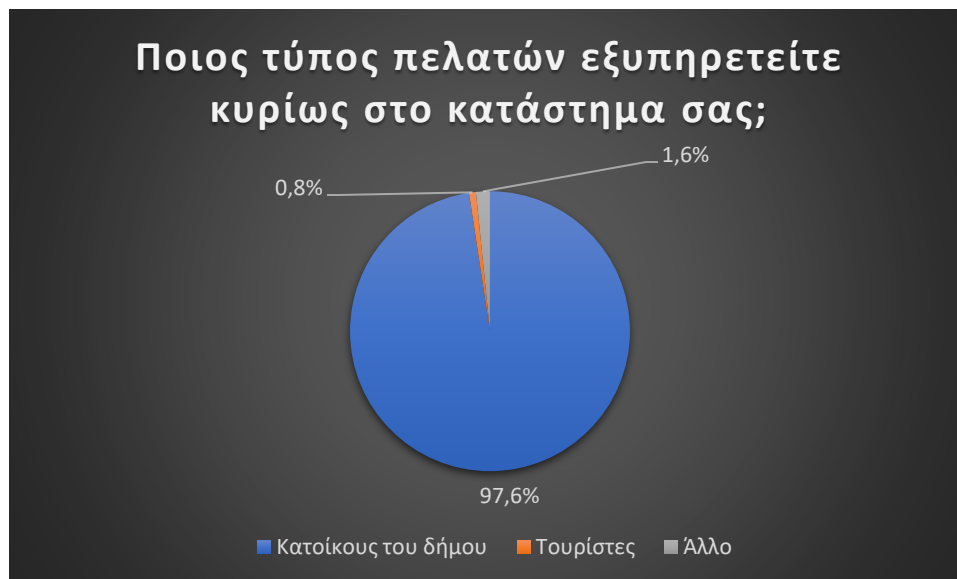
**Πολύ (2,0%):** Αν και αυτό το ποσοστό είναι χαμηλό, αντιπροσωπεύει επιχειρήσεις που αισθάνονται ότι είναι σε κρίσιμο σημείο. Αυτές οι επιχειρήσεις μπορεί να αντιμετωπίζουν σοβαρές προκλήσεις, όπως οικονομικές δυσκολίες, προβλήματα στη διαχείριση ή απώλεια πελατών. Η άμεση παρέμβαση ή η παροχή βοήθειας θα μπορούσε να είναι κρίσιμη για αυτές.

**Δεν Ξέρω/Δεν Απαντώ (25,1%):** Αυτό το ποσοστό είναι σχετικά υψηλό, υποδηλώνοντας ότι ένα σημαντικό μέρος των επιχειρήσεων είτε δεν έχει επαρκείς πληροφορίες για να προβλέψει το μέλλον

τους είτε προτιμά να μην απαντήσει. Αυτή η αβεβαιότητα μπορεί να προκύπτει από μια ταχέως μεταβαλλόμενη οικονομική κατάσταση, απουσία μακροπρόθεσμης στρατηγικής ή από την απροθυμία να μοιραστούν εσωτερικές πληροφορίες.

Συνολικά, αυτά τα ποσοστά υποδεικνύουν μια γενική αίσθηση ασφάλειας μεταξύ των επιχειρήσεων, αλλά με ένα σημαντικό επίπεδο αβεβαιότητας. Για να ενισχύσει το κλίμα εμπιστοσύνης, ο Δήμος Ξάνθης θα μπορούσε να εξετάσει τρόπους υποστήριξης των επιχειρήσεων που εκφράζουν αβεβαιότητα, παρέχοντας πληροφορίες, πόρους ή εκπαιδευτικές ευκαιρίες για να τις βοηθήσει να σταθεροποιηθούν και να αναπτυχθούν.

### Ποιος τύπος πελατών εξυπηρετείτε κυρίως στο κατάστημα σας;



Τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι τα καταστήματα εξυπηρετούν κατά κύριο λόγο κατοίκους του δήμου Ξάνθης, με ποσοστό 97,6%. Αυτό είναι ένα πολύ υψηλό ποσοστό και δείχνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν μια πολύ ισχυρή τοπική βάση πελατών. Σε αυτή την περίπτωση, τα καταστήματα πιθανόν να είναι καλά εδραιωμένα στην τοπική κοινότητα και να έχει χτίσει σχέσεις εμπιστοσύνης με τους κατοίκους.

Το ποσοστό των τουριστών που εξυπηρετείται από το καταστήματα είναι πολύ χαμηλό, μόλις 0,8%, κάτι που υποδηλώνει ότι η επιχειρήσεις δεν βασίζονται στον τουρισμό για τα έσοδά τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως η τοποθεσία της επιχείρησης, το είδος των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρει, ή η γενικότερη απουσία μεγάλου τουριστικού ενδιαφέροντος στην περιοχή.

Το ποσοστό του 1,6% που αναφέρεται ως "Άλλο" μπορεί να περιλαμβάνει πελάτες από γειτονικές περιοχές ή άλλες κατηγορίες πελατών που δεν εμπίπτουν στις δύο προηγούμενες. Αυτό το ποσοστό δείχνει μια μικρή αλλά σημαντική ποικιλία στην πελατειακή βάση, που ίσως να παρέχει κάποιες ευκαιρίες για επέκταση.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, το καταστήματα φαίνεται να είναι στενά συνδεδεμένα με την τοπική κοινότητα. Αυτό παρέχει σταθερότητα, αλλά επίσης σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις είναι πιο ευάλωτες σε αλλαγές στην τοπική οικονομία ή στις προτιμήσεις των κατοίκων. Για να διευρύνουν το κοινό τους, τα καταστήματα θα μπορούσαν να εξετάσουν τρόπους να προσελκύσουν τουρίστες ή πελάτες



από γειτονικές περιοχές, ενδεχομένως με τη διαφήμιση σε τουριστικούς οδηγούς ή με τη συμμετοχή σε τοπικά γεγονότα που προσελκύουν επισκέπτες από έξω.

Ποιος είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος προώθησης της επιχείρησής σας;



Από τα ποσοστά, φαίνεται ότι η πιο αποτελεσματική μέθοδος προώθησης θεωρείται οι κριτικές και οι προτάσεις πελατών, με **57,3%**. Αυτό υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις στηρίζονται πολύ στην προσωπική εμπειρία των πελατών και στην ισχύ του "από στόμα σε στόμα" (word-of-mouth). Αυτή η μέθοδος έχει συνήθως μεγάλη αξιοπιστία, καθώς βασίζεται σε πραγματικές εμπειρίες και συνιστάται από άτομα που οι άλλοι εμπιστεύονται.

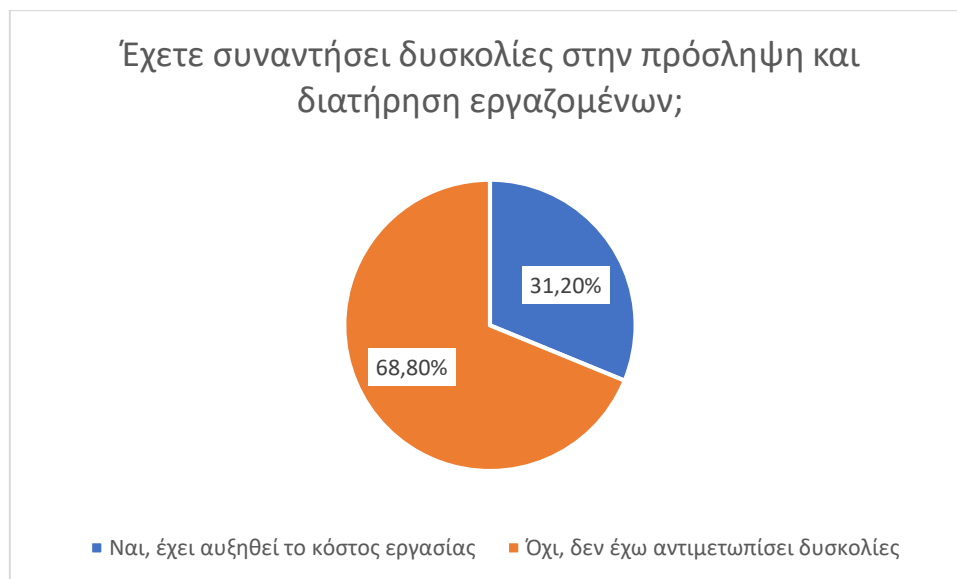
Η διαφήμιση στα κοινωνικά μέσα έρχεται δεύτερη, με **27,3%**. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις του Δήμου Ξάνθης αναγνωρίζουν τη σημασία των ψηφιακών πλατφορμών και την ευκολία με την οποία μπορούν να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό μέσω αυτών των μέσων. Η διαφήμιση στα κοινωνικά μέσα μπορεί να είναι πολύ αποτελεσματική λόγω της δυνατότητας στενευμένης προβολής και της διάδρασης με τους πελάτες.

Η διαφήμιση σε τοπικά μέσα ενημέρωσης έχει πολύ μικρότερο ποσοστό, μόλις **8,3%**. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις είτε θεωρούν ότι τα τοπικά μέσα δεν είναι τόσο αποτελεσματικά ή ότι το κόστος τους είναι υψηλότερο σε σχέση με το όφελος που προσφέρουν. Επίσης, μπορεί να υποδηλώνει ότι τα τοπικά μέσα δεν έχουν την ίδια εμβέλεια με τα κοινωνικά μέσα.

Τέλος, το "Άλλο" συγκεντρώνει **7,1%**, υποδεικνύοντας ότι υπάρχουν κι άλλες μέθοδοι προώθησης που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις, αλλά δεν είναι τόσο διαδεδομένες όσο οι παραπάνω. Αυτές οι μέθοδοι θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν εκδηλώσεις, συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις, ή ακόμα και χορηγίες.

Συνολικά, η ανάλυση αυτών των ποσοστών παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για το πώς οι επιχειρήσεις του Δήμου Ξάνθης προωθούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, δείχνοντας μια σαφή τάση προς τις προτάσεις πελατών και τη χρήση των κοινωνικών μέσων.

## Έχετε συναντήσει δυσκολίες στην πρόσληψη και διατήρηση εργαζομένων;



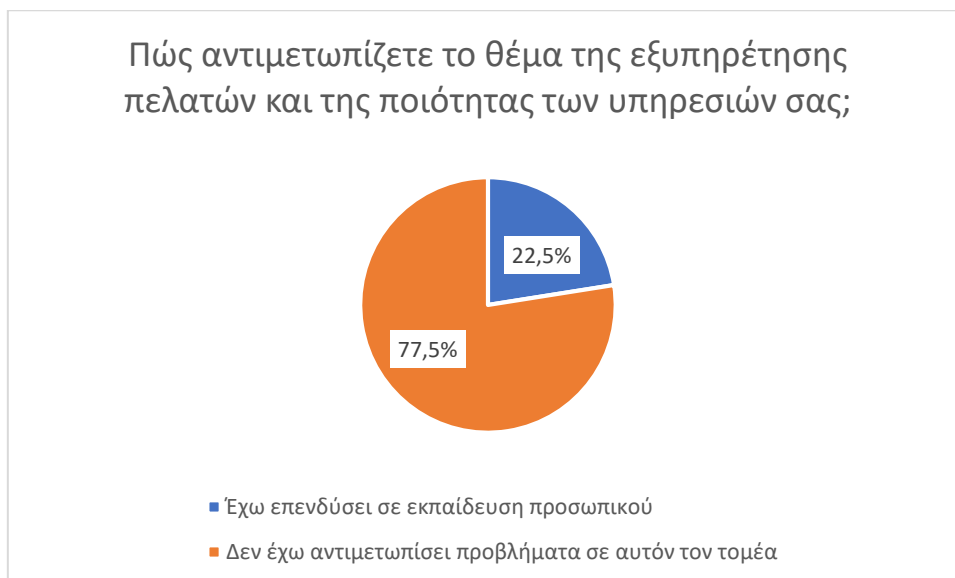
Τα δεδομένα δείχνουν ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης, συγκεκριμένα το **68,80%**, δεν αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην πρόσληψη και διατήρηση εργαζομένων. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι η αγορά εργασίας στην περιοχή είναι σχετικά σταθερή και προσφέρει επαρκείς ευκαιρίες απασχόλησης. Επιπλέον, μπορεί να σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν βρει αποτελεσματικούς τρόπους για να προσελκύσουν και να διατηρήσουν το προσωπικό τους.

Ωστόσο, το **31,20%** των επιχειρήσεων αναφέρουν ότι έχουν αντιμετωπίσει δυσκολίες λόγω του αυξημένου κόστους εργασίας. Αυτό θα μπορούσε να σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις αυτές αντιμετωπίζουν προκλήσεις σε σχέση με τον προϋπολογισμό τους και ότι το αυξανόμενο κόστος μισθοδοσίας αποτελεί εμπόδιο για την πρόσληψη ή την διατήρηση του προσωπικού. Σε μια ευρύτερη εικόνα, αυτό το ποσοστό υποδηλώνει ότι υπάρχει μια σημαντική μειοψηφία που αντιμετωπίζει οικονομικές πιέσεις.

Είναι πιθανό οι επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν δυσκολίες να χρειάζονται πρόσθετη υποστήριξη ή να εξετάσουν στρατηγικές για τον περιορισμό του κόστους ή την αύξηση της αποδοτικότητας. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει την αυτοματοποίηση διαδικασιών, την επανεκπαίδευση των εργαζομένων ή την εφαρμογή ευέλικτων μοντέλων εργασίας για τη μείωση των εξόδων.

Εν κατακλείδι, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι αν και η πλειοψηφία των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης φαίνεται να λειτουργεί ομαλά από άποψη πρόσληψης και διατήρησης εργαζομένων, υπάρχει μια σημαντική ομάδα που αντιμετωπίζει προκλήσεις λόγω του αυξανόμενου κόστους εργασίας. Αυτό είναι ένα σημαντικό θέμα που απαιτεί προσοχή από τις επιχειρήσεις και τους τοπικούς φορείς για την εξεύρεση λύσεων που θα υποστηρίξουν τόσο τους εργοδότες όσο και τους εργαζομένους.

Πώς αντιμετωπίζετε το θέμα της εξυπηρέτησης πελατών και της ποιότητας των υπηρεσιών σας;



#### **Υψηλό ποσοστό ικανοποίησης:**

Το γεγονός ότι το 77,5% των επιχειρήσεων δεν έχει αντιμετωπίσει προβλήματα σε αυτόν τον τομέα δείχνει ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης αισθάνεται ικανοποιημένη με την εξυπηρέτηση πελατών και την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουν. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν βρει αποτελεσματικούς τρόπους να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των πελατών τους.

#### **Χαμηλό ποσοστό επένδυσης σε εκπαίδευση προσωπικού:**

Μόνο το 22,5% των επιχειρήσεων έχει επενδύσει σε εκπαίδευση προσωπικού για τη βελτίωση της εξυπηρέτησης πελατών. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις βασίζονται σε υπάρχουσες πρακτικές ή εμπειρική γνώση για να διατηρήσουν την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Αν και αυτό μπορεί να λειτουργεί καλά για κάποιες επιχειρήσεις, η έλλειψη επένδυσης στην εκπαίδευση προσωπικού μπορεί να αποτελέσει πρόκληση στο μέλλον, ειδικά σε περιόδους αλλαγής ή όταν αντιμετωπίζονται νέες προκλήσεις.

#### **Πιθανά πεδία βελτίωσης:**

Παρά τα υψηλά ποσοστά ικανοποίησης, το χαμηλό ποσοστό επένδυσης σε εκπαίδευση προσωπικού μπορεί να υποδηλώνει περιοχές για βελτίωση. Οι επιχειρήσεις που επενδύουν στην εκπαίδευση προσωπικού τείνουν να έχουν πιο σταθερή απόδοση και καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών. Η εκπαίδευση μπορεί να ενισχύσει τις δεξιότητες επικοινωνίας, την ικανότητα αντιμετώπισης προβλημάτων, και τη συνολική ποιότητα εξυπηρέτησης.

Συνοψίζοντας, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης έχουν γενικά καλές πρακτικές εξυπηρέτησης πελατών, αλλά η επένδυση σε εκπαίδευση προσωπικού είναι σχετικά χαμηλή. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει την ανάγκη για συνεχή παρακολούθηση και ενίσχυση της ποιότητας των υπηρεσιών για να διασφαλιστεί ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να ανταποκριθούν σε μελλοντικές προκλήσεις και να συνεχίσουν να ικανοποιούν τους πελάτες τους.

Πόσο συχνά συμμετέχετε σε εκπαιδευτικά προγράμματα ή σεμινάρια για την επαγγελματική ανάπτυξή σας;



Τα δεδομένα υποδεικνύουν ότι περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (**51,4%**) δεν συμμετέχουν ποτέ σε εκπαιδευτικά προγράμματα ή σεμινάρια για την επαγγελματική τους ανάπτυξη. Αυτή η υψηλή αναλογία μπορεί να υποδηλώνει περιορισμένη πρόσβαση σε τέτοιες ευκαιρίες, έλλειψη ενδιαφέροντος, ή άλλους περιορισμούς, όπως ο χρόνος ή το κόστος.

Το γεγονός ότι **21,3%** των ατόμων συμμετέχουν σπάνια σε τέτοιες δραστηριότητες, ενώ μόνο ένα μικρό ποσοστό (7,5% συχνά, 4,7% πολύ συχνά), δείχνει ότι υπάρχει περιθώριο για αύξηση της συμμετοχής σε εκπαιδευτικά προγράμματα.

Οι λόγοι που μπορεί να εξηγούν αυτά τα ποσοστά περιλαμβάνουν:

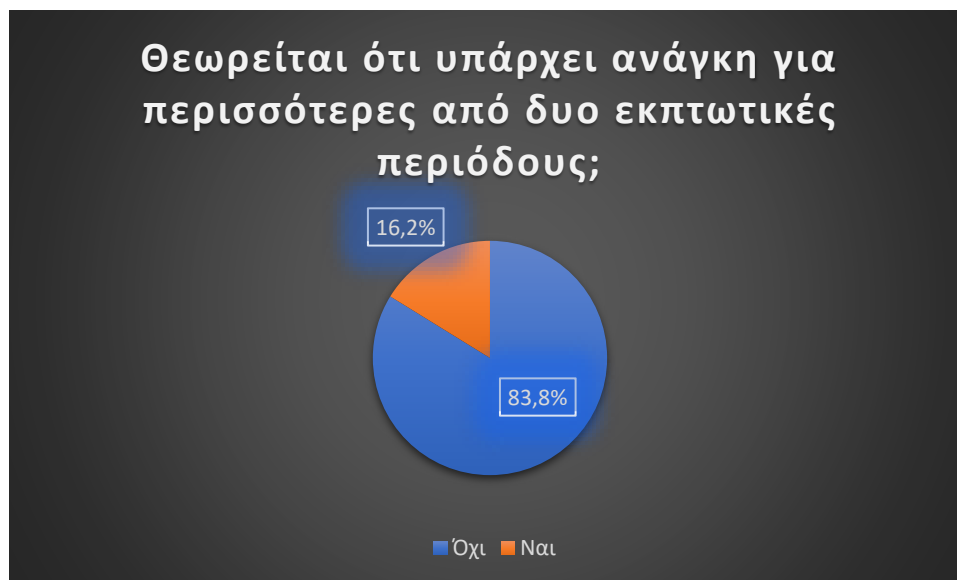
- Έλλειψη κινήτρου ή ενδιαφέροντος: Ίσως πολλοί δεν βλέπουν τα οφέλη ή δεν έχουν κίνητρο για περαιτέρω εκπαίδευση.
- Περιορισμένη πρόσβαση: Τα εκπαιδευτικά προγράμματα μπορεί να μην είναι προσβάσιμα λόγω γεωγραφίας, κόστους ή άλλων παραγόντων.
- Έλλειψη χρόνου: Οι επαγγελματικές ή προσωπικές υποχρεώσεις μπορεί να μην αφήνουν χρόνο για περαιτέρω εκπαίδευση.
- Περιορισμένη υποστήριξη από τους εργοδότες: Σε κάποιες περιπτώσεις, οι εργοδότες μπορεί να μην ενθαρρύνουν ή να μην υποστηρίζουν την επαγγελματική ανάπτυξη.

Για να ενισχυθεί η συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα, θα μπορούσαν να εξεταστούν τα εξής:

- Αύξηση της ευαισθητοποίησης: Ενημερωτικές εκστρατείες για τα οφέλη της επαγγελματικής ανάπτυξης.
- Προσφορά επιδοτήσεων ή κινήτρων: Παροχή οικονομικών κινήτρων ή επιδοτήσεων για τη συμμετοχή.
- Ευελιξία στα προγράμματα: Προγράμματα που μπορούν να προσαρμοστούν σε διαφορετικά χρονοδιαγράμματα και ανάγκες.

- Υποστήριξη από εργοδότες: Ενθάρρυνση και παροχή ευκαιριών για επαγγελματική ανάπτυξη εντός της εταιρείας.

Θεωρείται ότι υπάρχει ανάγκη για περισσότερες από δυο εκπτωτικές περιόδους;



Τα ποσοστά που δίνετε δείχνουν ότι η μεγάλη πλειοψηφία, το **83,8%**, θεωρεί πως δύο εκπτωτικές περίοδοι είναι αρκετές, ενώ μια μικρή μειοψηφία, το **16,2%**, πιστεύει ότι χρειάζονται περισσότερες.

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που μπορεί να επηρεάζουν αυτές τις απόψεις:

**Υποστήριξη της αγοράς:** Δύο εκπτωτικές περίοδοι το χρόνο (συνήθως το καλοκαίρι και τον χειμώνα) προσφέρουν μια σταθερή δομή για τους καταναλωτές και τους εμπόρους. Αυτό μπορεί να συμβάλει στη σταθεροποίηση της αγοράς, διευκολύνοντας τον προγραμματισμό και τις προβλέψεις.

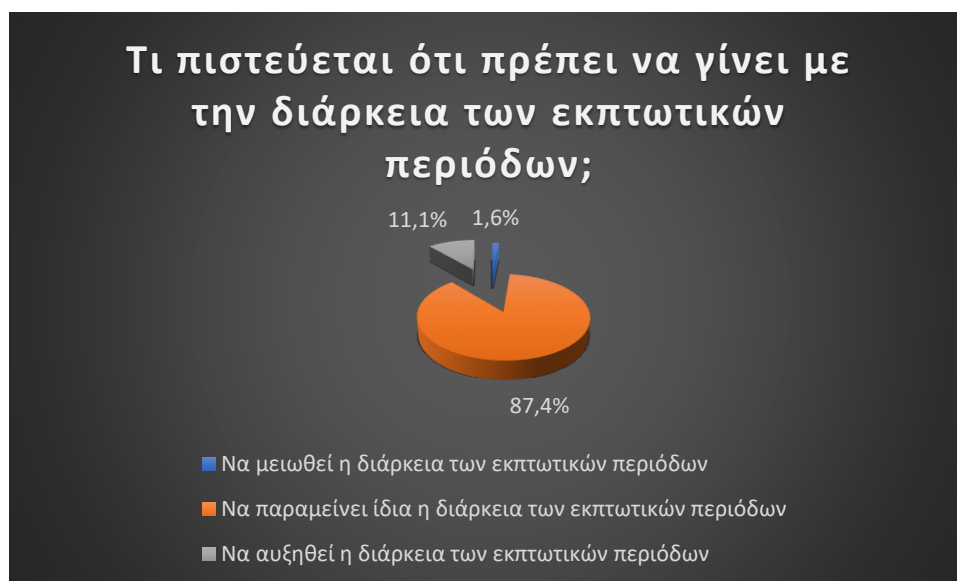
**Πίεση στις επιχειρήσεις:** Οι επιπλέον εκπτωτικές περίοδοι μπορεί να ασκούν επιπλέον πίεση στους εμπόρους, καθιστώντας δύσκολη την επίτευξη κέρδους. Μια επιχείρηση που αναγκάζεται να προσφέρει διαρκείς εκπτώσεις μπορεί να αντιμετωπίσει δυσκολίες στην επίτευξη κερδοφορίας.

**Καταναλωτική συμπεριφορά:** Οι παραδοσιακές εκπτωτικές περίοδοι μπορεί να δημιουργούν μια αίσθηση αναμονής και ενθουσιασμού στους καταναλωτές, που αναζητούν ευκαιρίες και προσφορές. Πάρα πολλές εκπτωτικές περίοδοι μπορεί να μειώνουν αυτήν την ενθουσιώδη ανταπόκριση.

Η μειοψηφία που ζητά περισσότερες εκπτωτικές περιόδους μπορεί να το κάνει με βάση το επιχείρημα ότι περισσότερες εκπτώσεις θα προσέφεραν περισσότερες ευκαιρίες στους καταναλωτές για να αγοράσουν αγαθά σε χαμηλότερες τιμές. Επίσης, αυτό θα μπορούσε να ενισχύσει τις πωλήσεις σε περιόδους που συνήθως είναι λιγότερο ενεργές.

Σε τελική ανάλυση, οι διαφορετικές απόψεις αντικατοπτρίζουν τις ποικίλες ανάγκες και προσδοκίες στην αγορά, και η επιτυχής ισορροπία μεταξύ των εκπτωτικών περιόδων εξαρτάται από τις συγκεκριμένες συνθήκες της αγοράς και τις προτεραιότητες των καταναλωτών και των εμπόρων.

Τι πιστεύετε ότι πρέπει να γίνει με την διάρκεια των εκπρωτικών περιόδων;



**Σταθερότητα και Σταθερή Εμπειρία Καταναλωτών:** Η συντριπτική πλειοψηφία που θέλει τη διατήρηση της ίδιας διάρκειας των εκπρωτικών περιόδων μπορεί να σημαίνει ότι οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις έχουν βρει έναν σταθερό ρυθμό στις τρέχουσες περιόδους εκπτώσεων. Αυτό υποδηλώνει ότι η υπάρχουσα διάρκεια είναι επαρκής για να καλύψει τις ανάγκες των καταναλωτών και των εμπόρων.

**Ανησυχία για Υπερβολικές Εκπτώσεις:** Το γεγονός ότι μόνο το 11,1% των συμμετεχόντων θέλει αύξηση της διάρκειας των εκπρωτικών περιόδων θα μπορούσε να σημαίνει ότι υπάρχει ανησυχία για την υπερβολική προσφορά εκπτώσεων. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της αξίας των προϊόντων, σε εξουθένωση των καταναλωτών, ή σε παρατεταμένες περιόδους μείωσης κερδών για τις επιχειρήσεις.

**Ισορροπία Μεταξύ Προσφοράς και Ζήτησης:** Τα αποτελέσματα υποδηλώνουν επίσης ότι υπάρχει μια ισορροπία μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης κατά τις τρέχουσες περιόδους εκπτώσεων. Αυτό βοηθά στην επίτευξη οικονομικής σταθερότητας τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τις επιχειρήσεις.

**Εμπιστοσύνη στο Υπάρχον Σύστημα:** Το μεγάλο ποσοστό που προτιμά τη διατήρηση της ίδιας διάρκειας δείχνει ότι το υπάρχον σύστημα έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη του κοινού. Αυτό μπορεί να είναι αποτέλεσμα καλής εμπειρίας πελατών, αποτελεσματικής διαχείρισης των εκπτώσεων από τις επιχειρήσεις, ή άλλων παραγόντων.

Εν κατακλείδι, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η πλειονότητα των ανθρώπων είναι ικανοποιημένη με το υπάρχον σύστημα και δεν αισθάνεται την ανάγκη για σημαντικές αλλαγές. Ωστόσο, μια μικρή μειοψηφία προτιμά μια αύξηση της διάρκειας, ενώ ένα ακόμα μικρότερο ποσοστό θα ήθελε μείωση.

Οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές θα πρέπει να συνεχίσουν να παρακολουθούν την αγορά για να διασφαλίσουν ότι το σύστημα παραμένει ισορροπημένο και ανταποκρίνεται στις ανάγκες όλων των μερών.

Ποια είναι η γνώμη σας για την ποιότητα των υπηρεσιών και των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης;



Το γράφημα δείχνει μια γενική αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών και των επιχειρήσεων στον Δήμο Ξάνθης από μια ομάδα ανθρώπων, και τα αποτελέσματα είναι διαιρεμένα σε τρεις κατηγορίες: χαμηλή, μέτρια και υψηλή.

**Μέτρια ποιότητα (72,70%):** Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων αξιολόγησε την ποιότητα ως μέτρια. Αυτό υποδεικνύει ότι οι περισσότεροι άνθρωποι θεωρούν τις υπηρεσίες και τις επιχειρήσεις του Δήμου Ξάνθης ως αποδεκτές αλλά όχι εξαιρετικές. Μπορεί να υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης σε διάφορους τομείς, αλλά δεν θεωρούνται εντελώς ανεπαρκείς.

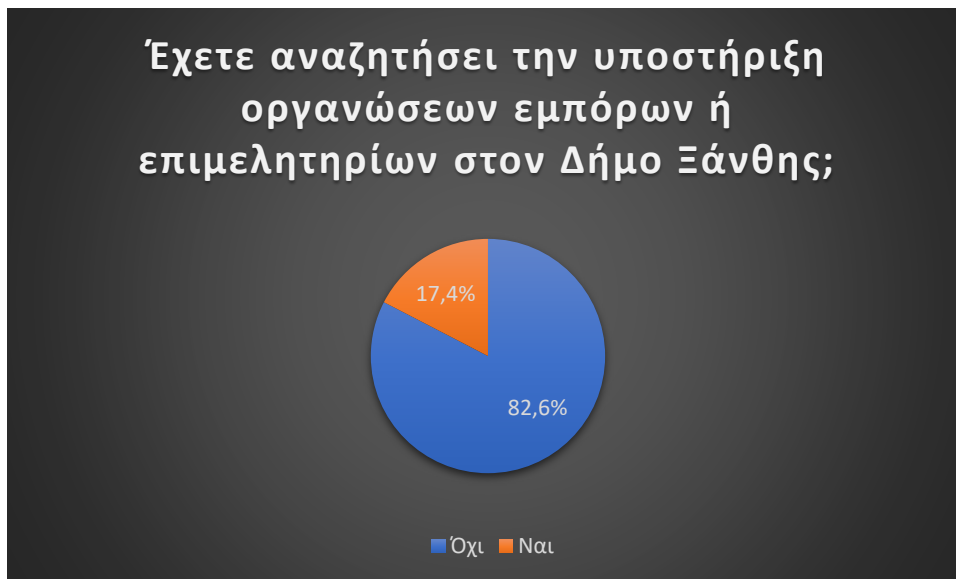
**Υψηλή ποιότητα (16,20%):** Ένα μικρότερο ποσοστό συμμετεχόντων θεωρεί ότι η ποιότητα είναι υψηλή. Αυτό υποδηλώνει ότι κάποιοι άνθρωποι είναι ικανοποιημένοι με τις υπηρεσίες και τις επιχειρήσεις στην περιοχή. Αντιπροσωπεύει θετικά σχόλια και πιθανά επιτυχημένα παραδείγματα που αξίζει να προωθηθούν.

**Χαμηλή ποιότητα (11,10%):** Ένα μικρό ποσοστό θεωρεί ότι η ποιότητα είναι χαμηλή, που μπορεί να σημαίνει ότι υπάρχουν συγκεκριμένοι τομείς που αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα ή δεν ανταποκρίνονται στις προσδοκίες.

Σε γενικές γραμμές, ο πίνακας υποδεικνύει ότι η μέση εμπειρία των ανθρώπων στον Δήμο Ξάνθης είναι σε ένα ενδιάμεσο επίπεδο, με περιθώρια για βελτίωση και με κάποια καλά σημεία. Προκειμένου να αυξηθεί η συνολική ικανοποίηση, ο Δήμος μπορεί να εξετάσει τους τομείς που χρειάζονται βελτίωση, καθώς και να αξιοποιήσει τα καλά παραδείγματα που έχουν αναδειχθεί.



Έχετε αναζητήσει την υποστήριξη οργανώσεων εμπόρων ή επιμελητηρίων στον Δήμο Ξάνθης;



Φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ανθρώπων στον Δήμο Ξάνθης δεν έχει αναζητήσει υποστήριξη από οργανώσεις εμπόρων ή επιμελητήρια. Αυτό θα μπορούσε να σημαίνει διάφορα πράγματα:

**Έλλειψη Ενημέρωσης:** Οι πολίτες ή οι επιχειρηματίες μπορεί να μην γνωρίζουν για τις υπηρεσίες ή τα οφέλη που προσφέρουν αυτές οι οργανώσεις.

**Αυτάρκεια:** Ορισμένοι μπορεί να θεωρούν ότι δεν χρειάζονται πρόσθετη υποστήριξη για τις επιχειρήσεις τους ή τις δραστηριότητές τους.

**Έλλειψη Εμπιστοσύνης:** Ίσως να υπάρχει κάποια δυσπιστία απέναντι σε τέτοιους οργανισμούς ή να μην θεωρούν ότι μπορούν να προσφέρουν πραγματική βοήθεια.

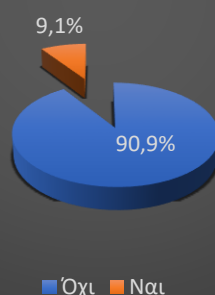
**Αναποτελεσματικότητα:** Υπάρχει η πιθανότητα ότι οι οργανώσεις αυτές δεν έχουν αποδείξει την αποτελεσματικότητά τους ή δεν έχουν επιτύχει να δημιουργήσουν μια ουσιαστική παρουσία στην περιοχή.

Η χαμηλή συμμετοχή μπορεί να αποτελεί μια ευκαιρία για τις οργανώσεις εμπόρων και τα επιμελητήρια να επανεξετάσουν τις προσεγγίσεις τους και να βρουν τρόπους να προσελκύσουν περισσότερους ανθρώπους. Μπορεί επίσης να σημαίνει ότι πρέπει να επικοινωνήσουν καλύτερα την αξία που μπορούν να προσφέρουν, ή να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες τους ώστε να ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες της τοπικής κοινότητας.



Θεωρείτε ότι η καθιέρωση νέου τρόπου φορολόγησης με τεκμαρτό ελάχιστο εισόδημα το οποίο θεσπίζεται με το νέο φορολογικό σχέδιο της κυβέρνησης είναι δίκαιο για τους ελεύθερους επαγγελματίες;

**Θεωρείτε ότι η καθιέρωση νέου τρόπου φορολόγησης με τεκμαρτό ελάχιστο εισόδημα το οποίο θεσπίζεται με το νέο φορολογικό σχέδιο της κυβέρνησης είναι δίκαιο για τους ελεύθερους επαγγελματίες;**



Ο υψηλός δείκτης διαφωνίας (90,9%) υποδηλώνει ότι η συντριπτική πλειονότητα των ανθρώπων που απάντησαν στο ερώτημα θεωρεί αυτό το μέτρο άδικο.

Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους ένας τέτοιος τρόπος φορολόγησης μπορεί να θεωρηθεί άδικος:

**Εξατομίκευση:** Η φορολόγηση με βάση ένα τεκμαρτό εισόδημα δεν λαμβάνει υπόψη τις ατομικές διαφορές. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες μπορεί να έχουν πολύ διαφορετικά επίπεδα εισοδήματος ανάλογα με τον τομέα, την τοποθεσία και την οικονομική συγκυρία. Ένα τεκμαρτό ελάχιστο εισόδημα μπορεί να μην αντανακλά αυτή την ποικιλία.

**Οικονομικές Δυσκολίες:** Σε περιόδους οικονομικής ύφεσης ή για επαγγελματίες που αντιμετωπίζουν προσωπικές δυσκολίες, η φορολόγηση με βάση ένα ελάχιστο εισόδημα μπορεί να επιβαρύνει οικονομικά όσους βρίσκονται ήδη σε δύσκολη θέση.

**Κίνητρα και Παραγωγικότητα:** Η φορολόγηση με βάση ένα τεκμαρτό εισόδημα μπορεί να αφαιρέσει κίνητρα από τους επαγγελματίες για να εργαστούν σκληρότερα ή να επενδύσουν περισσότερο στην επιχείρησή τους. Αν γνωρίζουν ότι θα φορολογηθούν ανεξάρτητα από το πραγματικό εισόδημά τους, μπορεί να αποθαρρυνθούν από την επιδίωξη της επιτυχίας.

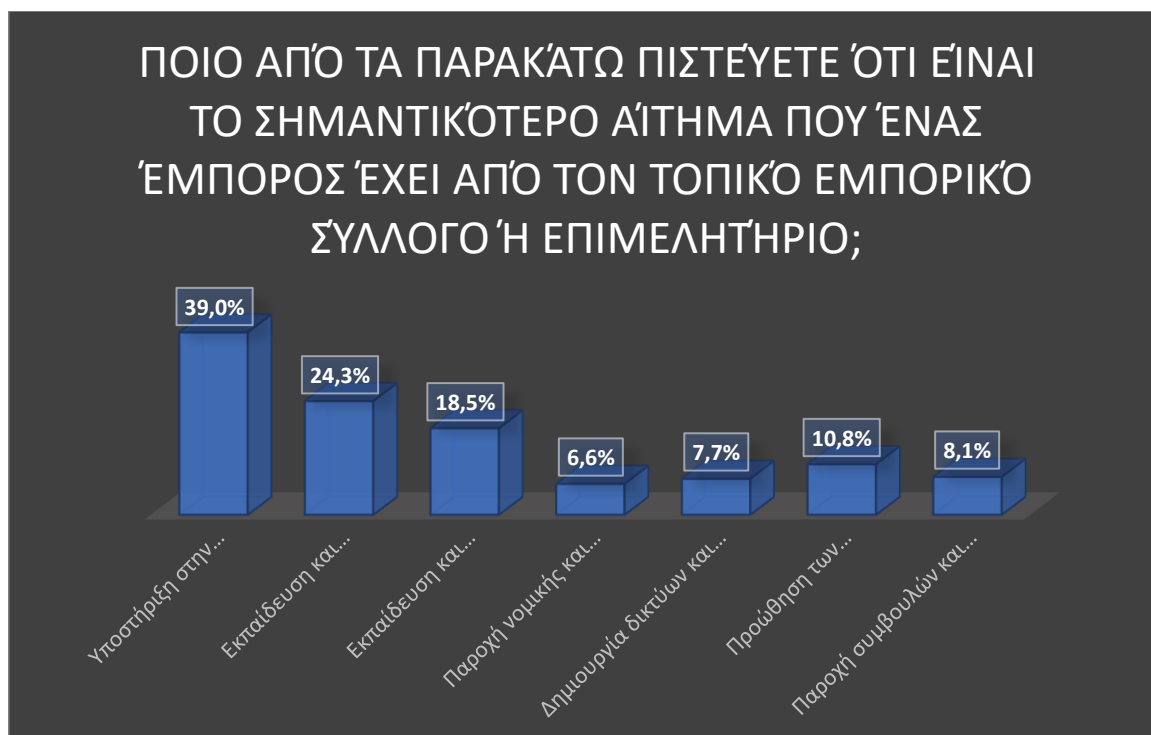
**Φορολογική Δικαιοσύνη:** Ένα φορολογικό σύστημα πρέπει να είναι δίκαιο και να αντιμετωπίζει τους φορολογούμενους με ίσους όρους. Η εισαγωγή τεκμαρτού εισοδήματος ενδέχεται να δημιουργήσει ανισότητες μεταξύ διαφορετικών επαγγελματιών ή να ευνοήσει ορισμένους έναντι άλλων.

Από την άλλη πλευρά, όσοι συμφωνούν (9,1%) με την ιδέα αυτή, ενδέχεται να θεωρούν ότι το τεκμαρτό εισόδημα βοηθά στην αντιμετώπιση της φοροδιαφυγής ή στην απλούστευση της

φορολόγησης. Ωστόσο, τα μειονεκτήματα που αναφέρθηκαν προηγουμένως φαίνεται να υπερτερούν για την πλειονότητα των ανθρώπων που εξέφρασαν τη γνώμη τους.

Σε κάθε περίπτωση, η δίκαιη φορολόγηση απαιτεί μια ευρύτερη συζήτηση που να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες ανάγκες και συνθήκες των φορολογούμενων, και μια προσέγγιση που να διασφαλίζει τη φορολογική δικαιοσύνη.

Ποιο από τα παρακάτω πιστεύετε ότι είναι το σημαντικότερο αίτημα που ένας έμπορος έχει από τον τοπικό εμπορικό σύλλογο ή επιμελητήριο;



Τα αποτελέσματα που αναφέρετε δίνουν μια ενδιαφέρουσα εικόνα για τις προτεραιότητες και τις ανάγκες των επιχειρηματιών στον τοπικό εμπορικό σύλλογο ή επιμελητήριο. Με βάση αυτά τα δεδομένα, μπορούμε να κάνουμε ορισμένες παρατηρήσεις και να σκεφτούμε πιθανές δράσεις που θα μπορούσαν να ωφελήσουν τις επιχειρήσεις στον Δήμο Ξάνθης.

**Υποστήριξη στην προώθηση των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών (39,0%):** Αυτή η επιλογή είχε το υψηλότερο ποσοστό προτίμησης. Υποδηλώνει ότι οι επιχειρηματίες θέλουν υποστήριξη για να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, πιθανώς για να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό, τόσο τοπικά όσο και σε ευρύτερες αγορές. Η τοπική κοινότητα και το επιμελητήριο θα μπορούσαν να δημιουργήσουν προγράμματα προώθησης, εκδηλώσεις ή συμμετοχές σε εμπορικές εκθέσεις για να ενισχύσουν αυτή την προσπάθεια.

**Εκπαίδευση και ενημέρωση για τις τελευταίες τάσεις και πρακτικές στο εμπόριο (24,3%):** Αυτό το υψηλό ποσοστό δείχνει ότι οι επιχειρηματίες αναζητούν ευκαιρίες εκπαίδευσης για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί και ενημερωμένοι. Το επιμελητήριο μπορεί να οργανώσει εργαστήρια, σεμινάρια ή διαδικτυακά μαθήματα με έμφαση στις τελευταίες τάσεις στο εμπόριο.

**Εκπαίδευση και ενημέρωση για τις νομικές και φορολογικές υποθέσεις που αφορούν τους εμπόρους (18,5%):** Το σημαντικό αυτό ποσοστό δείχνει ότι οι επιχειρηματίες χρειάζονται

κατανόηση των νομικών και φορολογικών θεμάτων. Το επιμελητήριο μπορεί να προσφέρει συμβουλευτικές υπηρεσίες ή να φέρει ειδικούς που θα βοηθήσουν τους επιχειρηματίες να κατανοήσουν και να συμμορφωθούν με τη νομοθεσία.

**Προώθηση των συμφερόντων των εμπορικών επιχειρήσεων σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο (10,8%):** Αυτό το ποσοστό δείχνει την ανάγκη για εκπροσώπηση των εμπορικών συμφερόντων σε ευρύτερη κλίμακα. Το επιμελητήριο μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη συνεργασία με τοπικές και εθνικές αρχές για την προώθηση πολιτικών που ευνοούν το τοπικό εμπόριο.

**Παροχή συμβουλών και υποστήριξη σε θέματα διαχείρισης και επιχειρηματικής ανάπτυξης (8,1%):** Οι επιχειρηματίες αναζητούν υποστήριξη σε θέματα διαχείρισης και ανάπτυξης. Μπορούν να επωφεληθούν από καθοδήγηση και προγράμματα που προσφέρουν συμβουλές σε τομείς όπως η στρατηγική επιχειρήσεων, η οικονομική διαχείριση και η ανάπτυξη επιχειρήσεων.

Οι προτεραιότητες αυτές αναδεικνύουν τον κρίσιμο ρόλο που διαδραματίζουν οι τοπικοί εμπορικοί σύλλογοι και επιμελητήρια στην υποστήριξη και ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η συνεργασία, η δικτύωση και η συνεχής υποστήριξη είναι βασικά στοιχεία για τη βιωσιμότητα και την επιτυχία του τοπικού εμπορίου.

## Επιχειρηματική Δομή

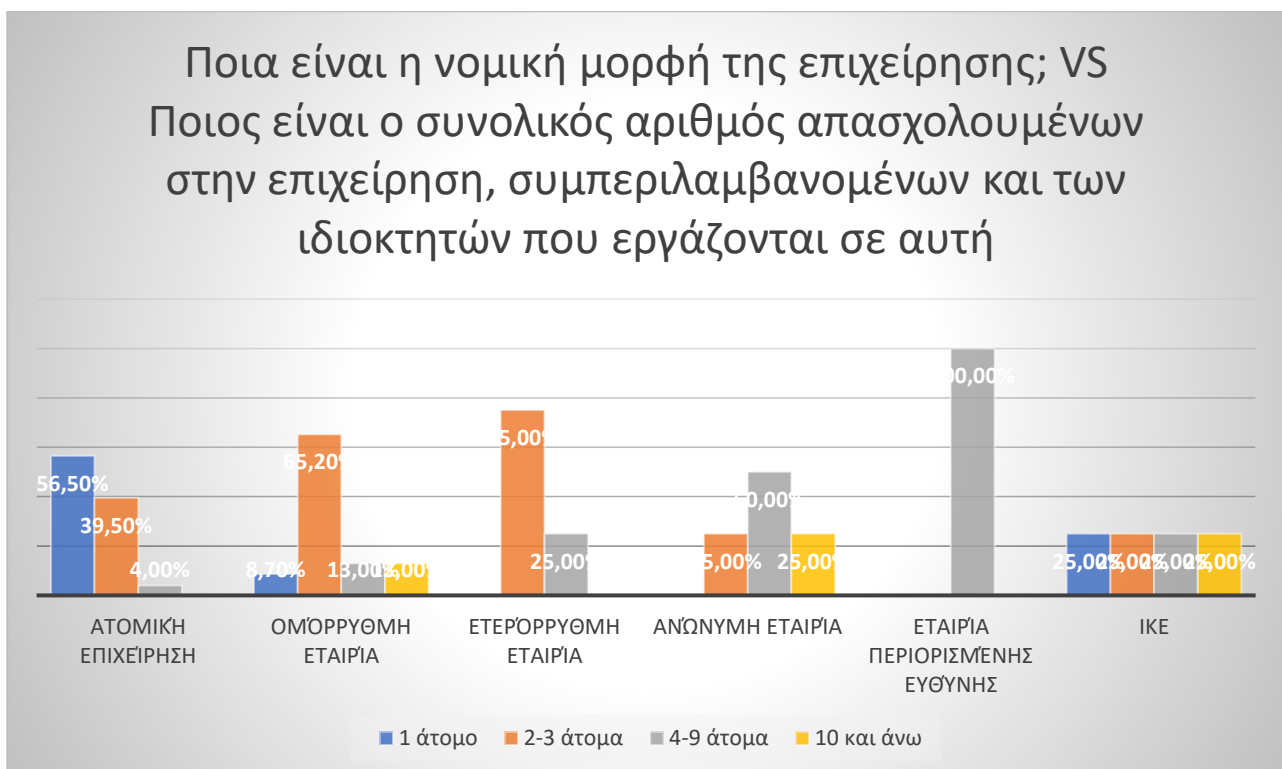
Νομική μορφή επιχείρησης VS Συνολικός αριθμός απασχολούμενων στην επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένων και των ιδιοκτητών που εργάζονται σε αυτή

Οι κατηγορίες για τον αριθμό των απασχολούμενων είναι:

- "1 άτομο"
- "2-3 άτομα"
- "4-9 άτομα"
- "10 και άνω"

Υπάρχουν διάφορες νομικές μορφές επιχειρήσεων στον πίνακα:

- "Ατομική Επιχείρηση"
- "Ομόρρυθμη Εταιρία"
- "Ετερόρρυθμη Εταιρία"
- "Ανώνυμη Εταιρία"
- "Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης" (ΕΠΕ)
- "Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρία" (ΙΚΕ)



### Ατομική Επιχείρηση:

- 56,50% αυτών των επιχειρήσεων έχουν 1 άτομο.
- 39,50% έχουν 2-3 άτομα.
- 4,00% έχουν 4-9 άτομα.
- Δεν υπάρχει καμία ατομική επιχείρηση με 10 και άνω άτομα.

Σε αυτή τη μορφή, οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν μόνο ένα ή δύο έως τρία άτομα, υποδεικνύοντας μικρές επιχειρήσεις.

#### **Ομόρρυθμη Εταιρία:**

- 8,70% αυτών έχουν 1 άτομο.
- 65,20% έχουν 2-3 άτομα.
- 13,00% έχουν 4-9 άτομα.
- 13,00% έχουν 10 και άνω άτομα.

Αυτή η νομική μορφή παρουσιάζει μεγαλύτερη ποικιλία στον αριθμό απασχολούμενων, με το μεγαλύτερο ποσοστό στις επιχειρήσεις με 2-3 άτομα.

#### **Ετερόρρυθμη Εταιρία:**

- Δεν υπάρχουν εταιρίες με 1 άτομο.
- 75,00% έχουν 2-3 άτομα.
- 25,00% έχουν 4-9 άτομα.
- Δεν υπάρχει καμία με 10 και άνω άτομα.

Σε αυτή τη μορφή, οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν 2-3 άτομα, υποδεικνύοντας μικρότερες ομάδες.

#### **Ανώνυμη Εταιρία:**

- Δεν υπάρχουν εταιρίες με 1 άτομο.
- 25,00% έχουν 2-3 άτομα.
- 50,00% έχουν 4-9 άτομα.
- 25,00% έχουν 10 και άνω άτομα.

Αυτή η μορφή δείχνει περισσότερες επιχειρήσεις με 4-9 άτομα και ένα σημαντικό ποσοστό με 10 και άνω άτομα.

#### **Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ):**

- Δεν υπάρχουν εταιρίες με 1 άτομο ή 2-3 άτομα.
- 100,00% έχουν 4-9 άτομα.

Οι ΕΠΕ φαίνεται να έχουν κατά κύριο λόγο 4-9 άτομα.

#### **Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρία (ΙΚΕ):**

- 25,00% έχουν 1 άτομο.
- 25,00% έχουν 2-3 άτομα.
- 25,00% έχουν 4-9 άτομα.
- 25,00% έχουν 10 και άνω άτομα.

Αυτή η μορφή είναι αρκετά ισορροπημένη σε σχέση με τον αριθμό απασχολούμενων.

Ο πίνακας δείχνει ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις με 1-3 άτομα συνήθως έχουν νομική μορφή ατομικής επιχείρησης ή ομόρρυθμης εταιρίας. Οι ανώνυμες εταιρίες και οι εταιρίες περιορισμένης ευθύνης τείνουν να έχουν μεγαλύτερες ομάδες, ενώ οι ΙΚΕ έχουν ισορροπημένη κατανομή.

Συνολικός αριθμός απασχολούμενων στην επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένων και των ιδιοκτητών που εργάζονται σε αυτή VS Χρόνος λειτουργίας της επιχείρησής στο Δήμο Ξάνθης

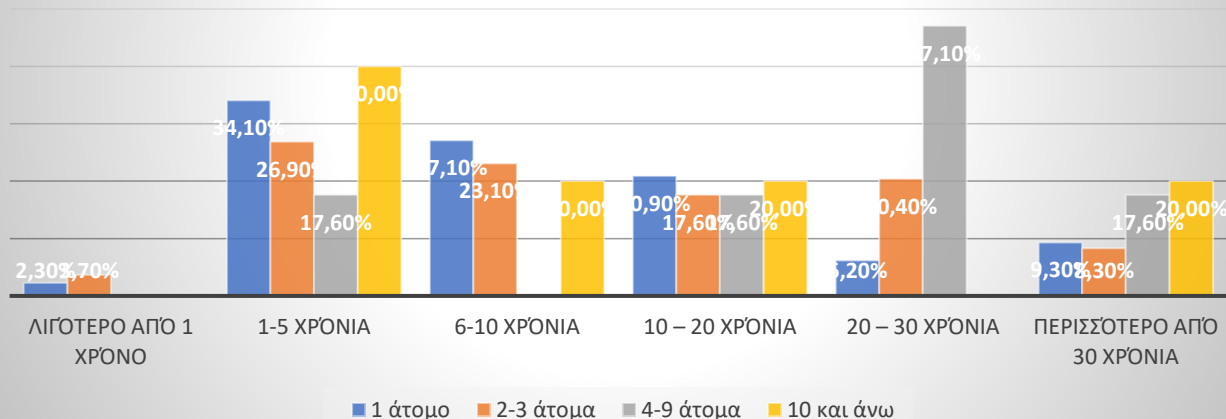
Οι κατηγορίες του χρόνου λειτουργίας είναι οι εξής:

- "Λιγότερο από 1 χρόνο"
- "1-5 χρόνια"
- "6-10 χρόνια"
- "10 – 20 χρόνια"
- "20 – 30 χρόνια"
- "Περισσότερο από 30 χρόνια"

Ο συνολικός αριθμός απασχολούμενων (συμπεριλαμβανομένων των ιδιοκτητών) χωρίζεται σε τέσσερις κατηγορίες:

- "1 άτομο"
- "2-3 άτομα"
- "4-9 άτομα"
- "10 και άνω"

Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός απασχολούμενων στην επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένων και των ιδιοκτητών που εργάζονται σε αυτή VS Πόσο καιρό λειτουργεί η επιχείρησή σας στο Δήμο Ξάνθης;



**Επιχειρήσεις με 1 άτομο:**

- Το 34,10% από αυτές λειτουργεί για 1-5 χρόνια.
- 27,10% λειτουργούν για 6-10 χρόνια.
- 20,90% λειτουργούν για 10-20 χρόνια.
- 9,30% λειτουργούν για περισσότερο από 30 χρόνια.
- Πιο μικρά ποσοστά λειτουργούν για λιγότερο από 1 χρόνο (2,30%) και για 20-30 χρόνια (6,20%).

Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων έχει ιστορία 1-5 χρόνια, ενώ το υπόλοιπο είναι σχετικά ομοιόμορφα κατανομημένο.

### **Επιχειρήσεις με 2-3 άτομα:**

- ο 26,90% λειτουργούν για 1-5 χρόνια.
- ο 23,10% λειτουργούν για 6-10 χρόνια.
- ο 20,40% λειτουργούν για 20-30 χρόνια.
- ο 17,60% λειτουργούν για 10-20 χρόνια.
- ο 8,30% λειτουργούν για περισσότερο από 30 χρόνια.
- ο Ένα μικρό ποσοστό (3,70%) λειτουργεί για λιγότερο από 1 χρόνο.

Σε αυτή την κατηγορία, οι επιχειρήσεις που λειτουργούν για 1-5 χρόνια είναι επίσης η μεγαλύτερη ομάδα, αλλά με πιο ισορροπημένη κατανομή στις άλλες κατηγορίες χρόνου λειτουργίας.

### **Επιχειρήσεις με 4-9 άτομα:**

- ο 47,10% λειτουργούν για 20-30 χρόνια.
- ο 17,60% λειτουργούν για 6-10 χρόνια.
- ο 17,60% για 10-20 χρόνια.
- ο 17,60% για περισσότερο από 30 χρόνια.
- ο Δεν υπάρχουν επιχειρήσεις με 1-5 χρόνια ή λιγότερο από 1 χρόνο.

Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων λειτουργεί για 20-30 χρόνια, με μια ομοιόμορφη κατανομή μεταξύ 6-10, 10-20 και περισσότερο από 30 χρόνια.

### **Επιχειρήσεις με 10 και άνω άτομα:**

- ο 40,00% λειτουργούν για 1-5 χρόνια.
- ο 20,00% λειτουργούν για 6-10 χρόνια.
- ο 20,00% για 10-20 χρόνια.
- ο 20,00% για περισσότερο από 30 χρόνια.
- ο Δεν υπάρχουν επιχειρήσεις που λειτουργούν λιγότερο από 1 χρόνο ή 20-30 χρόνια.

Εδώ, το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων με 10 και άνω άτομα λειτουργούν για 1-5 χρόνια, με ίση κατανομή για τις άλλες κατηγορίες (6-10, 10-20 και περισσότερο από 30 χρόνια).

Σε γενικές γραμμές, βλέπουμε ότι επιχειρήσεις με μικρότερο αριθμό απασχολούμενων τείνουν να έχουν υψηλότερη παρουσία σε κατηγορίες χρόνου λειτουργίας 1-5 χρόνια, ενώ επιχειρήσεις με περισσότερα άτομα έχουν πιο ισορροπημένη κατανομή σε μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι μικρότερες επιχειρήσεις έχουν περισσότερες πιθανότητες να είναι νεότερες, ενώ οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις τείνουν να έχουν μεγαλύτερη ιστορία.

## Στρατηγική Εξέλιξης

Ποιό είναι το μορφωτικό σας επίπεδο; VS Πώς αντιμετωπίζετε την αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και των online αγορών;

Ο πίνακας που δίνεται δείχνει το ποσοστό των ατόμων, ανάλογα με το μορφωτικό τους επίπεδο, που αντιμετωπίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις online αγορές με διαφορετικούς τρόπους. Οι τρόποι αυτοί είναι οι εξής:

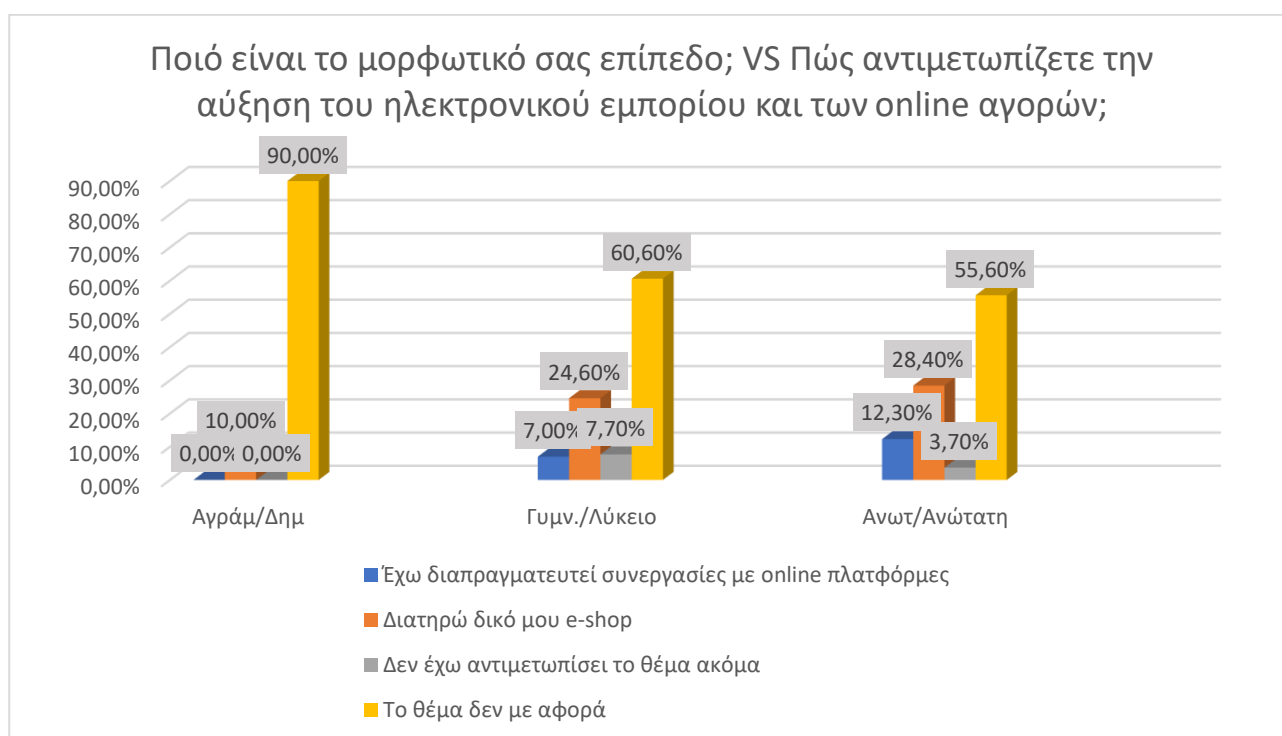
- "Έχω διαπραγματευτεί συνεργασίες με online πλατφόρμες"
- "Διατηρώ δικό μου e-shop"
- "Δεν έχω αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα"
- "Το θέμα δεν με αφορά"

Ας δούμε τα ποσοστά ανά κατηγορία μορφωτικού επιπέδου και την ανάλυσή τους:

### Ποιό είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

Οι κατηγορίες του μορφωτικού επιπέδου είναι τρεις: "Αγράμ/Δημ" (αγράμματοι ή απόφοιτοι δημοτικού), "Γυμν./Λύκειο" (απόφοιτοι γυμνασίου ή λυκείου), και "Ανωτ/Ανώτατη" (απόφοιτοι ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης).

### Αντιμέτωπιση του ηλεκτρονικού εμπορίου και των online αγορών



Για κάθε μορφωτική κατηγορία, τα ποσοστά δείχνουν πώς αντιμετωπίζουν το θέμα του ηλεκτρονικού εμπορίου και των online αγορών:

#### Αγράμ/Δημ:

- 0,00% των ατόμων σε αυτή την κατηγορία έχουν διαπραγματευτεί συνεργασίες με online πλατφόρμες.
- 10,00% διατηρούν δικό τους e-shop.



- 0,00% δεν έχουν αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα.
- 90,00% δηλώνουν ότι το θέμα δεν τους αφορά.

Εδώ βλέπουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία αυτής της κατηγορίας δεν ασχολείται με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

#### **Γυμν./Λύκειο:**

- 7,00% έχουν διαπραγματευτεί συνεργασίες με online πλατφόρμες.
- 24,60% διατηρούν δικό τους e-shop.
- 7,70% δεν έχουν αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα.
- 60,60% δηλώνουν ότι το θέμα δεν τους αφορά.

Σε αυτή την κατηγορία, η συμμετοχή στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πιο υψηλή, με αρκετούς να έχουν δικό τους e-shop ή να έχουν διαπραγματευτεί συνεργασίες. Ωστόσο, η πλειοψηφία ακόμα δεν ασχολείται με το θέμα.

#### **Ανωτ/Ανώτατη:**

- 12,30% έχουν διαπραγματευτεί συνεργασίες με online πλατφόρμες.
- 28,40% διατηρούν δικό τους e-shop.
- 3,70% δεν έχουν αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα.
- 55,60% δηλώνουν ότι το θέμα δεν τους αφορά.

Αυτή η κατηγορία έχει τα υψηλότερα ποσοστά σε διαπραγματεύσεις και στη διατήρηση e-shop, υποδεικνύοντας μεγαλύτερη συμμετοχή στο ηλεκτρονικό εμπόριο σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες. Ωστόσο, περισσότερα από τα μισά άτομα δεν ασχολούνται με το θέμα.

Αυτή η ανάλυση δείχνει ότι όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό επίπεδο, τόσο περισσότερο υπάρχει ενδιαφέρον για το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις online αγορές, αν και ακόμα και στην ανώτερη κατηγορία η πλειοψηφία δεν ασχολείται ενεργά με αυτές τις δραστηριότητες.

Ποιό είναι το μορφωτικό σας επίπεδο; VS Πώς αντιμετωπίζετε την περιβαλλοντική βιωσιμότητα στην επιχείρησή σας;

Οι τρεις κατηγορίες μορφωτικού επιπέδου είναι:

- "Αγράμ/Δημ" (αγράμματοι ή απόφοιτοι δημοτικού),
- "Γυμν./Λύκειο" (απόφοιτοι γυμνασίου ή λυκείου),
- "Ανωτ/Ανώτατη" (απόφοιτοι ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης).

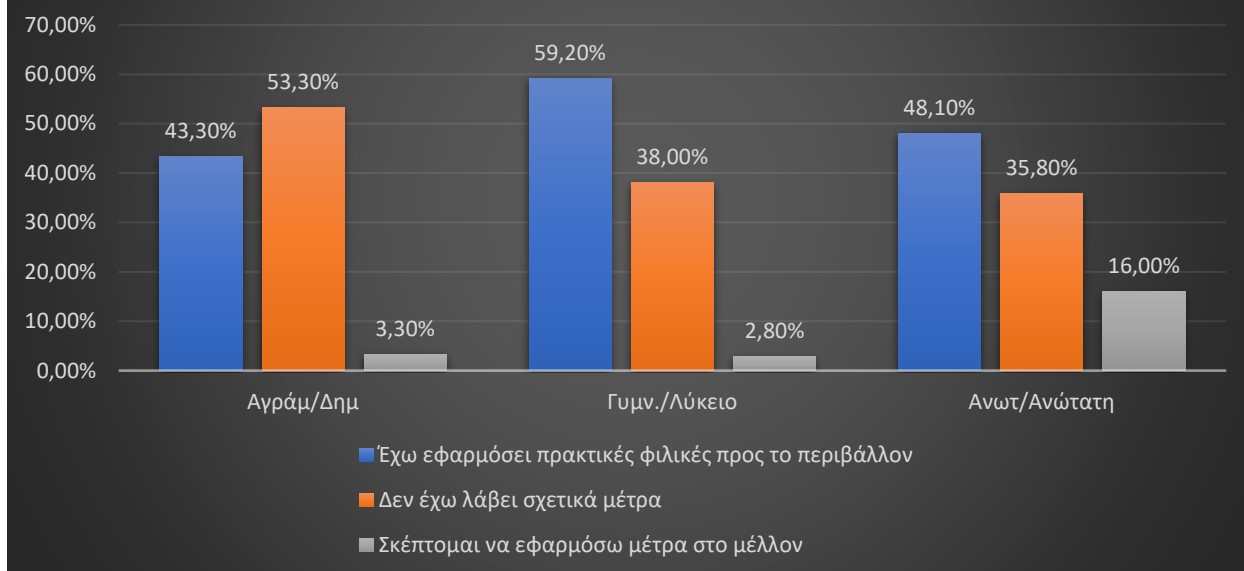
Οι τρόποι αντιμετώπισης της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις είναι τρεις:

- "Έχω εφαρμόσει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον",
- "Δεν έχω λάβει σχετικά μέτρα",
- "Σκέπτομαι να εφαρμόσω μέτρα στο μέλλον".

#### **Αντιμετώπιση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις**

Για κάθε μορφωτική κατηγορία, τα ποσοστά δείχνουν πώς αντιμετωπίζουν το θέμα της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις

## Ποιό είναι το μορφωτικό σας επίπεδο; VS Πώς αντιμετωπίζετε την περιβαλλοντική βιωσιμότητα στην επιχείρησή σας;



### Αγράμ./Δημ:

- 43,30% των επιχειρήσεων από αυτή την κατηγορία έχουν εφαρμόσει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον.
- 53,30% δεν έχουν λάβει σχετικά μέτρα.
- 3,30% σκέπτονται να εφαρμόσουν μέτρα στο μέλλον.

Σε αυτή την κατηγορία, βλέπουμε ότι η πλειοψηφία δεν έχει λάβει μέτρα για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Ωστόσο, υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό (43,30%) που έχει ήδη εφαρμόσει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον.

### Γυμν./Λύκειο:

- 59,20% έχουν εφαρμόσει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον.
- 38,00% δεν έχουν λάβει σχετικά μέτρα.
- 2,80% σκέπτονται να εφαρμόσουν μέτρα στο μέλλον.

Αυτή η κατηγορία δείχνει τη μεγαλύτερη συμμετοχή στην εφαρμογή φιλικών πρακτικών (59,20%). Μόνο το 38,00% δεν έχει λάβει μέτρα, και ένα πολύ μικρό ποσοστό σκέπτεται να εφαρμόσει μέτρα στο μέλλον.

### Ανωτ./Ανώτατη:

- 48,10% έχουν εφαρμόσει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον.
- 35,80% δεν έχουν λάβει σχετικά μέτρα.
- 16,00% σκέπτονται να εφαρμόσουν μέτρα στο μέλλον.

Σε αυτή την κατηγορία, βλέπουμε ότι ένα υψηλό ποσοστό έχει ήδη εφαρμόσει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον (48,10%), με 35,80% να μην έχουν λάβει σχετικά μέτρα. Ωστόσο, υπάρχει σημαντική διαφορά με τα άλλα μορφωτικά επίπεδα, καθώς 16,00% σκέπτονται να εφαρμόσουν μέτρα στο μέλλον.

Συνολικά, βλέπουμε ότι η εφαρμογή πρακτικών φιλικών προς το περιβάλλον είναι υψηλότερη μεταξύ των ατόμων με γυμνάσιο/λύκειο και χαμηλότερη στα άτομα με ανώτερη/ανώτατη εκπαίδευση, αν και η κατηγορία των τελευταίων δείχνει μεγαλύτερη πρόθεση να εφαρμόσει μέτρα στο μέλλον. Οι επιχειρήσεις με άτομα χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου τείνουν να μην έχουν λάβει μέτρα για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

## Δανεισμός/Οικονομική Απόδοση και Προβλέψεις

Σημαντική Πρόκληση για μια Επιχείρηση-ρευστότητα VS Πηγή χρηματοδότησης

Υπάρχουν δύο κατηγορίες που υποδεικνύουν αν η ρευστότητα θεωρείται σημαντική πρόκληση για την επιχείρηση:

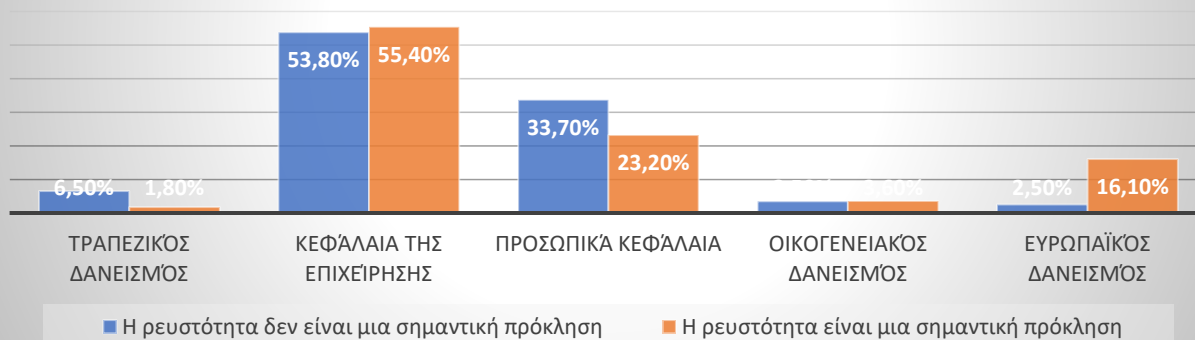
- "Όχι": Η ρευστότητα δεν είναι σημαντική πρόκληση.
- "Ναι": Η ρευστότητα είναι σημαντική πρόκληση.

Πηγές χρηματοδότησης

Οι πηγές χρηματοδότησης για την κάλυψη των αναγκών της επιχείρησης για το έτος 2023 χωρίζονται σε πέντε κατηγορίες:

- "Τραπεζικός Δανεισμός"
- "Κεφάλαια της Επιχείρησης"
- "Προσωπικά Κεφάλαια"
- "Οικογενειακός Δανεισμός"
- "Ευρωπαϊκός Δανεισμός"

Είναι η ρευστοτητα μια σημαντικη προκληση για την επιχειρηση σας; VS Ποια ήταν η πηγή για την χρηματοδότηση των αναγκών της επιχείρησής το έτος 2023;



### Επιχειρήσεις που δεν θεωρούν τη ρευστότητα ως σημαντική πρόκληση:

- Οι περισσότερες από αυτές χρηματοδοτούνται με κεφάλαια της επιχείρησης (53,80%).
- Προσωπικά κεφάλαια είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πηγή χρηματοδότησης (33,70%).
- Μικρά ποσοστά χρησιμοποιούν τραπεζικό δανεισμό (6,50%), οικογενειακό δανεισμό (3,50%), ή ευρωπαϊκό δανεισμό (2,50%).

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων που δεν θεωρούν τη ρευστότητα ως σημαντική πρόκληση στηρίζεται σε εσωτερικές πηγές, κυρίως από την ίδια την επιχείρηση ή από προσωπικά κεφάλαια.

## Επιχειρήσεις που θεωρούν τη ρευστότητα ως σημαντική πρόκληση:

- Πάλι, η κύρια πηγή χρηματοδότησης είναι τα κεφάλαια της επιχείρησης (55,40%).
- Ακολουθούν τα προσωπικά κεφάλαια (23,20%).
- Το ευρωπαϊκός δανεισμός είναι αρκετά σημαντικό σε αυτή την κατηγορία (16,10%).
- Τραπεζικός δανεισμός (1,80%) και οικογενειακός δανεισμός (3,60%) είναι λιγότερο συχνές πηγές χρηματοδότησης.

Σε αυτή την κατηγορία, η χρήση εξωτερικών πηγών, όπως ο ευρωπαϊκός δανεισμός, είναι υψηλότερη σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν βλέπουν τη ρευστότητα ως πρόκληση. Ωστόσο, οι περισσότερες επιχειρήσεις που θεωρούν τη ρευστότητα πρόκληση βασίζονται επίσης σε κεφάλαια της επιχείρησης και προσωπικά κεφάλαια.

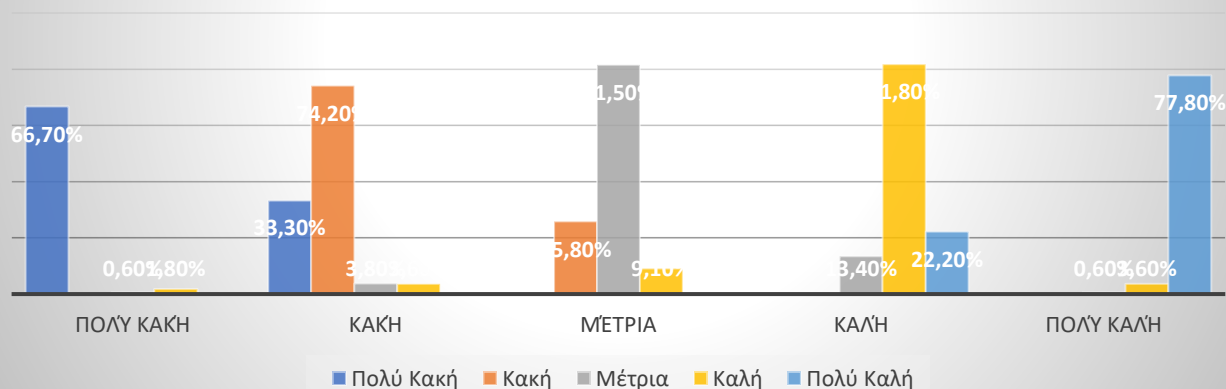
Τα δεδομένα δείχνουν ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων χρηματοδοτείται από κεφάλαια της επιχείρησης ή από προσωπικά κεφάλαια, ανεξάρτητα από το αν βλέπουν τη ρευστότητα ως πρόκληση. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις που θεωρούν τη ρευστότητα ως σημαντική πρόκληση έχουν υψηλότερο ποσοστό χρήσης ευρωπαϊκών δανείων.

Οικονομική κατάσταση πρώτου εξαμήνου 2023 VS Οικονομική κατάσταση δεύτερου εξαμήνου 2023

Οι κατηγορίες για την οικονομική κατάσταση είναι οι εξής:

- "Πολύ Κακή"
- "Κακή"
- "Μέτρια"
- "Καλή"
- "Πολύ Καλή"

**Πως θα κρίνατε την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης σας το πρώτο εξάμηνο του 2023; VS Πως θα κρίνατε την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης σας το δεύτερο εξάμηνο του 2023 σε σχέση με το πρώτο;**



### **Επιχειρήσεις με Πολύ Κακή οικονομική κατάσταση το πρώτο εξάμηνο του 2023:**

- Το 66,70% είχε επίσης πολύ κακή οικονομική κατάσταση το δεύτερο εξάμηνο.
- Το 33,30% βίωσε μια βελτίωση σε κακή οικονομική κατάσταση.

Σε αυτή την κατηγορία, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν είδε βελτίωση, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό ανέβηκε σε κακή από πολύ κακή οικονομική κατάσταση.

### **Επιχειρήσεις με Κακή οικονομική κατάσταση το πρώτο εξάμηνο του 2023:**

- Το 74,20% παρέμεινε σε κακή οικονομική κατάσταση το δεύτερο εξάμηνο.
- Το 25,80% βελτιώθηκε σε μέτρια.

Εδώ, οι περισσότερες επιχειρήσεις παρέμειναν στην ίδια κατηγορία, αλλά ένα αξιοσημείωτο ποσοστό είδε κάποια βελτίωση.

### **Επιχειρήσεις με Μέτρια οικονομική κατάσταση το πρώτο εξάμηνο του 2023:**

- Το 81,50% παρέμεινε σε μέτρια οικονομική κατάσταση.
- Το 13,40% βελτιώθηκε σε καλή.
- Μικρά ποσοστά υποβαθμίστηκαν σε κακή (3,80%) ή πολύ κακή (0,60%).
- Ένα πολύ μικρό ποσοστό (0,60%) βελτιώθηκε σε πολύ καλή.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις με μέτρια οικονομική κατάσταση παρέμειναν στην ίδια κατάσταση, ενώ υπήρξαν κάποιες μετακινήσεις προς βελτίωση ή υποβάθμιση.

### **Επιχειρήσεις με Καλή οικονομική κατάσταση το πρώτο εξάμηνο του 2023:**

- Το 81,80% παρέμεινε σε καλή οικονομική κατάσταση.
- Ένα μικρό ποσοστό αναβαθμίστηκε σε πολύ καλή (3,60%).
- Μικρά ποσοστά υποβαθμίστηκαν σε μέτρια (9,10%) ή κακή (3,60%).
- Ένα πολύ μικρό ποσοστό (1,80%) έπεσε σε πολύ κακή.

Στην κατηγορία αυτή, η μεγάλη πλειοψηφία διατήρησε την καλή τους οικονομική κατάσταση, με κάποιες επιχειρήσεις να έχουν βελτίωση ή υποβάθμιση.

### **Επιχειρήσεις με Πολύ Καλή οικονομική κατάσταση το πρώτο εξάμηνο του 2023:**

- Το 77,80% παρέμεινε σε πολύ καλή οικονομική κατάσταση.
- Το 22,20% υποβαθμίστηκε σε καλή.

Εδώ, οι περισσότερες επιχειρήσεις με πολύ καλή οικονομική κατάσταση παρέμειναν στην ίδια κατηγορία, ενώ ένα μέρος υποβαθμίστηκε σε καλή.

Το διάγραμμα δείχνει ότι η οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων τείνει να παραμένει σταθερή από το πρώτο εξάμηνο του 2023 στο δεύτερο. Οι επιχειρήσεις που ξεκίνησαν σε πολύ κακή ή κακή οικονομική κατάσταση δεν βλέπουν σημαντική βελτίωση, ενώ εκείνες που ξεκίνησαν σε καλή ή πολύ καλή κατάσταση τείνουν να διατηρούν αυτό το επίπεδο. Υπάρχει κάποια κινητικότητα προς τα επάνω ή προς τα κάτω, αλλά σε μικρότερη κλίμακα.

## Ψηφιακός Μετασχηματισμός

Προκλήσεις που θεωρούνται σημαντικές για την επιχείρηση vs Αντιμετώπιση αύξησης ηλεκτρονικού εμπορίου

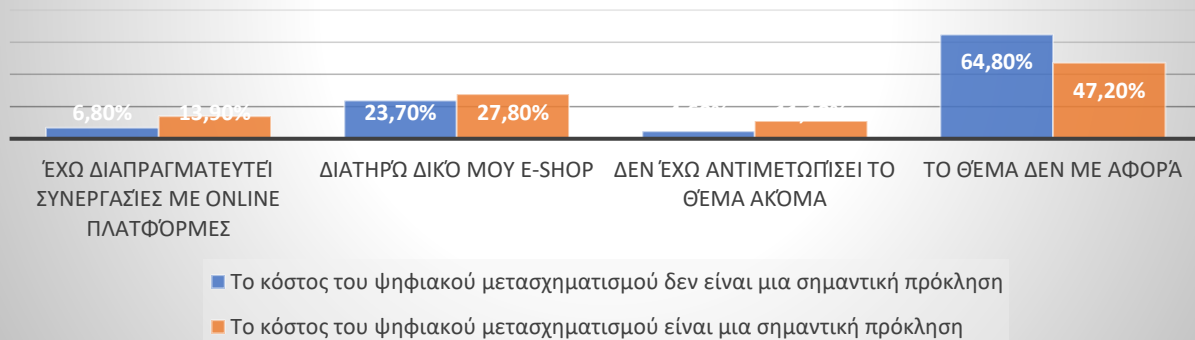
Υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες που δείχνουν πώς οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις online αγορές:

- "Έχω διαπραγματευτεί συνεργασίες με online πλατφόρμες",
- "Διατηρώ δικό μου e-shop",
- "Δεν έχω αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα",
- "Το θέμα δεν με αφορά".

Υπάρχουν δύο κατηγορίες που δείχνουν αν το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού θεωρείται σημαντική πρόκληση για μια επιχείρηση:

- "Όχι": Το κόστος δεν θεωρείται πρόκληση.
- "Ναι": Το κόστος θεωρείται πρόκληση.

Ποιες από τις παρακάτω προκλήσεις θεωρούνται σημαντικές για την επιχείρησή σας; - Το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού VS Πώς αντιμετωπίζετε την αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και των online αγορών;



**Επιχειρήσεις που δεν θεωρούν το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού ως σημαντική πρόκληση:**

- 6,80% από αυτές έχουν διαπραγματευτεί συνεργασίες με online πλατφόρμες.
- 23,70% διατηρούν το δικό τους e-shop.
- 4,60% δεν έχουν αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα.
- 64,80% δηλώνουν ότι το θέμα δεν τους αφορά.

Σε αυτή την κατηγορία, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν ασχολείται με το ηλεκτρονικό εμπόριο, ενώ ένα μικρό ποσοστό έχει συνεργασίες με online πλατφόρμες ή διατηρεί e-shop.

**Επιχειρήσεις που θεωρούν το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού ως σημαντική πρόκληση:**

- 13,90% έχουν διαπραγματευτεί συνεργασίες με online πλατφόρμες.
- 27,80% διατηρούν το δικό τους e-shop.
- 11,10% δεν έχουν αντιμετωπίσει το θέμα ακόμα.
- 47,20% δηλώνουν ότι το θέμα δεν τους αφορά.

Σε αυτή την κατηγορία, η συμμετοχή στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι υψηλότερη, με περισσότερες επιχειρήσεις να διατηρούν e-shop ή να έχουν συνεργασίες με online πλατφόρμες. Ωστόσο, ακόμα και εδώ, σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις δεν ασχολούνται με το θέμα.

Τα δεδομένα δείχνουν ότι το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού είναι περισσότερο σημαντικό για επιχειρήσεις που έχουν μεγαλύτερη εμπλοκή στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Σε αυτές τις επιχειρήσεις, τα ποσοστά συνεργασιών με online πλατφόρμες και e-shop είναι υψηλότερα, αλλά ένα σημαντικό ποσοστό δηλώνει ότι το θέμα δεν τους αφορά, υποδεικνύοντας ότι η αντιμετώπιση του κόστους του ψηφιακού μετασχηματισμού μπορεί να επηρεάσει το επίπεδο εμπλοκής στο ηλεκτρονικό εμπόριο.