

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Διερεύνηση των παραγόντων που επιδρούν στην
ανάληψη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων
στον κλάδο παροχής υπηρεσιών από
επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες.**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ : ΚΟΥΡΕΛΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	
1.1 Εισαγωγή	5
1.2 Σκοπός και στόχοι της μελέτης.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ	
2.1 Ορισμός Καινοτομίας	8
2.2 Τεχνολογική καινοτομία	9
2.3 Τύποι καινοτομίας	10
2.4 Μοντέλα Καινοτομίας	11
2.5 Παράγοντες για την υιοθέτηση της καινοτομίας.....	16
2.6 Ανταγωνιστικότητα.....	17
2.7 Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα	19
2.8 Θεωρητικό Πλαίσιο	20
2.9 Έρευνες	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	
3.1 Δειγματοληψία	25
3.2 Μέθοδος έρευνας	25
3.3 Μεθοδολογία	26
3.4 Κλίμακες μέτρησης	28
3.5 Αξιοπιστία και εγκυρότητα.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	
4.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	29

4.2 Αποτελέσματα πρώτου ερωτήματος σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν θετικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων	34
4.3 Αποτελέσματα δεύτερου ερωτήματος σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων.....	37
4.4 Αποτελέσματα τρίτου ερωτήματος σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν στην επιχειρηματική δραστηριότητα	42
4.5 Αποτελέσματα τέταρτου ερωτήματος σχετικά με τις ενέργειες που εφαρμόζονται για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης.....	50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 :ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1 Σκοπός της έρευνας	53
5.2 Μεθοδολογία ανάλυσης των ερωτημάτων	53
5.3 Συμπεράσματα σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν θετικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων	55
5.4 Συμπεράσματα σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων	56
5.5 Συμπεράσματα σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα	57
5.6 Συμπεράσματα σχετικά με τις ενέργειες βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης	58
5.7 Περιορισμοί της ερευνητικής προσπάθειας.....	60
5.8 Προτάσεις για έρευνα	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	62
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	65

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία γίνεται προσπάθεια να διερευνηθούν οι παράγοντες που επιδρούν στην ανάληψη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο παροχής υπηρεσιών από επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες. Σε μια περίοδο μεγάλης οικονομικής ύφεσης, όπου κυριαρχεί ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων, η εφαρμογή καινοτόμων δράσεων φαίνεται να συμβάλλει στην επιβίωση μιας επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, στόχος της μελέτης είναι να διερευνηθούν οι παράγοντες που επιδρούν θετικά και οι παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων, οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, και με ποιες δράσεις επιδιώκεται η βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης από τους επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε αφορά εκτενή βιβλιογραφική έρευνα, και πρωτογενή έρευνα με διανομή και ανάλυση ερωτηματολογίων σε επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες (π.χ. γιατροί, δικηγόροι, λογιστές, μηχανικοί).

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της βιβλιογραφικής έρευνας. Αναλύονται οι έννοιες της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας. Περιγράφονται οι διάφοροι τύποι και τα μοντέλα καινοτομίας, η τεχνολογική καινοτομία, ποιοι παράγοντες, σύμφωνα με τις έρευνες, επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την υιοθέτηση καινοτομιών από τους επιχειρηματίες. Ακόμα αναφέρονται πληροφορίες για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, καθώς και την σχέση της καινοτομίας με την επιχειρηματικότητα. Στη συνέχεια παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας, καθώς και αποτελέσματα άλλων ερευνών σχετικών με το θέμα, που έχουν πραγματοποιηθεί σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Αφού αναπτυχθεί, στο δεύτερο κεφάλαιο, ο τρόπος έρευνας που ακολουθήθηκε από τον ερευνητή, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε με θέμα τους παράγοντες που επηρεάζουν τις καινοτομικές δράσεις, την επιχειρηματικότητα και τους τρόπους βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης των επιχειρήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών στην Ελλάδα. Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο αναγράφονται τα συμπεράσματα της παρούσας έρευνας.

ABSTRACT

This thesis attempts to investigate the factors affecting undertaking innovative business activities in the service sector by scientists freelancers. At a time of major economic downturn, which dominates the competition between enterprises, applying innovative actions appear to contribute to the survival of a business. More specifically, the aim of the study is to investigate the factors affecting positively and the factors that negatively impact on the development of innovative actions, the factors affecting the development of entrepreneurship, and what action is intended to improve the competitive position of the business by scientists free professionals.

The methodology followed regards extensive literature research and primary research through the distribution and analysis of questionnaires given to scientists professionals (for example doctors, lawyers, accountants, engineers).

The first chapter presents the results of a literature survey. Analyzes the concepts of innovation and entrepreneurship. Describes the different types and models of innovation, technological innovation, which factors, according to research, positively or negatively affect the adoption of innovations by Greek scientists freelancers. Also includes information about the competitiveness of businesses, and the relationship of innovation with entrepreneurship. Then presents the theoretical framework of research and other investigation on this subject, carried out in SMEs.

Having developed, in the second chapter, the research method followed by the investigator, presented in the form of diagrams the results of the survey conducted on factors affecting innovative activities, entrepreneurship and ways of improving the competitive position of the professions scientists enterprises in Greece. Finally, the fourth chapter lists the conclusions of this investigation.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγή

Η εξέλιξη της οικονομίας και της κοινωνίας, φέρνει αλλαγές σε πολλούς τομείς της καθημερινότητας. Έτσι επηρεάζονται και οι επιχειρήσεις. Η επιχειρηματική καινοτομία είναι εκείνη που αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των εταιριών. Αυτή αποτελεί ένα σύνολο επαναλαμβανόμενων συμπεριφορών, που με την συνεχή εφαρμογή τους ενσωματώνονται στην κουλτούρα της επιχείρησης. Για να γίνει όμως αυτό, πρέπει η ίδια η καινοτομία να είναι συνειδητή και καλά οργανωμένη, να υπάρχει ο κατάλληλος συντονισμός και έλεγχος μέσα στην επιχείρηση. Επομένως απαιτείται διασύνδεση της επιχειρηματικότητας με την καινοτομία και το management κάθε οργανισμού. Άρα, η επιχειρηματικότητα είναι η ιδιότητα του ατόμου ή του οργανισμού να παίρνει έναν λογικό ρίσκο ώστε να αναπτύξει μια καινοτόμο δράση, η οποία με το κατάλληλο management θα βελτιώσει ή θα διατηρήσει την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης (Γεωργαντά, 2003). Φαίνεται πως η ικανότητα μιας κοινωνίας να καινοτομεί αποτελεί, ως ένα βαθμό, μηχανισμό ανανέωσης και εξέλιξης.

Σύμφωνα με πολλές έρευνες φαίνεται πως οι καινοτομικές επιχειρήσεις απολαμβάνουν μεγαλύτερα κέρδη σε σχέση με τις μη καινοτομικές, όμως δεν είναι βέβαιο πως το προϊόν τους θα έχει εμπορική επιτυχία. Για το λόγο αυτό θεωρείται πως η καινοτομία για να καταφέρει να είναι επιτυχημένη περνά από μια δύσκολη και αβέβαιη διαδικασία. Επίσης, όμως, χρειάζεται η επιχείρηση να θέσει ως βασικό της στόχο την καινοτομία, ώστε και ανταγωνιστικά να είναι τα νέα προϊόντα της, αλλά και η ίδια, καθώς τυχαία καινοτομία δεν υπάρχει(Γεωργαντά, 2003).

Εφόσον η επιχείρηση θέσει ως βασική της αποστολή την καινοτομία, τότε θα προσαρμόσει όλους τους τομείς της προς αυτή την κατεύθυνση, από την οργανωσιακή δομή της μέχρι τις σχέσεις της με τους προμηθευτές και τους πελάτες της, ώστε συνεχώς να προωθεί την ανταγωνιστικότητά της.

Έρευνες έχουν δείξει πως υπάρχουν δύο πολύ σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και τη διατήρηση της καινοτομίας στις εταιρίες (Γεωργαντά, 2003):

- i. Η κατανόηση από την επιχείρηση ότι η καινοτομία είναι μια διαδικασία και όχι ένα τυχαίο γεγονός που μπορεί να τυχαίνει χωρίς να επιδιώκεται,
- ii. Η επιτυχία της καινοτομίας καθορίζεται από τον τρόπο που οργανώνεται και κατευθύνεται η καινοτομική δράση.

Πολλές έρευνες έχουν κατά καιρούς πραγματοποιηθεί προσπαθώντας να μελετήσουν τους παράγοντες που ωθούν ή εμποδίζουν τις επιχειρήσεις να εφαρμόσουν καινοτόμες δράσεις, πως αυτές επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα τους, τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, ποιες πηγές πληροφόρησης έχουν κ.α.. Όπως φαίνεται όμως από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας λίγες είναι εκείνες που εστιάζουν σε επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, και μάλιστα επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών. Αυτό το κενό της βιβλιογραφίας επιχειρείται με την παρούσα μελέτη να απαντηθεί και να δώσει νέες πληροφορίες για την κατάσταση που επικρατεί, προσπαθώντας να διαπιστώσει διαφορές που υπάρχουν σε σύγκριση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

1.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Η παρούσα έρευνα έχει σκοπό να διερευνήσει τις απόψεις των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών που εργάζονται στην Πάτρα και την Αθήνα, σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν στην ανάληψη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών, τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, και τους τρόπους βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησής τους.

Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι τα εξής:

1. Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών;

2. Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών;
3. Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών;
4. Ποιες ενέργειες εφαρμόζουν οι επιστήμονες ελεύθεροι επαγγελματίες για να βελτιώσουν την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησής τους;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

2.1 Ορισμός Καινοτομίας

«Η ανακάλυψη έγκειται στο να βλέπεις το ίδιο πράγμα όπως όλοι και να σκέφτεσαι κάτι διαφορετικό»

Albert Szent-Gyorgyi

Νικητής βραβείου Νόμπελ

Η καινοτομία είναι ένας όρος που τις τελευταίες δεκαετίες ακούγεται πολύ συχνά. Έχει λατινική προέλευση και χρησιμοποιείται για να δηλώσει την εισαγωγή κάτι καινούργιου (νέας γνώσης) σε ήδη υπάρχοντα πράγματα ή τη βελτίωση της παραγωγικότητας των πόρων, σύμφωνα με τον J. B. Say [όπως παρατίθεται στον Drucker, (1985)]. Μπορεί να αφορά τον τρόπο μετασχηματισμού μιας ιδέας σε υπηρεσία ή προϊόν, ένα νέο τρόπο παραγωγικής διαδικασίας, μια νέα μέθοδος στην παροχή υπηρεσιών, ένα διαφορετικό τρόπο αντιμετώπισης προβλημάτων κ.α..

Υπάρχουν πολλοί όροι που αποδίδουν το περιεχόμενο του όρου καινοτομία, όπως οι εξής:

Ο Peter Drucker (1985) αναφέρει πως *«καινοτομία είναι το ειδικό εργαλείο των επιχειρηματιών, μέσω του οποίου εκμεταλλεύονται την αλλαγή σαν μια ευκαιρία για μια διαφορετική δραστηριότητα ή υπηρεσία. Είναι δυνατό να παρουσιαστεί σαν μια πειθαρχία, είναι δυνατό να μαθευτεί, είναι δυνατό να εξασκηθεί»*

Ακόμα ο Paul Michael Porter (1990) τονίζει πως *«οι εταιρείες αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω ενεργειών καινοτομίας. Προσεγγίζουν την καινοτομία στην ευρύτερη της έννοια, η οποία περιλαμβάνει τις νέες τεχνολογίες και*

τον νέο τρόπο για να κάνουμε πράγματα» [όπως παρατίθεται στο Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010, σ.36].

Η καινοτομία μπορεί να εφαρμοστεί σε πολλούς τομείς μιας επιχείρησης, μέσω της ανάπτυξης νέων υπηρεσιών και προϊόντων, αλλά και μέσω της αλλαγής των λειτουργιών της παραγωγής και των διαδικασιών λειτουργίας του οργανισμού. Επίσης, μπορεί να επηρεάσει την τεχνολογική εξέλιξη και να προκαλέσει αλλαγές στο κοινωνικό και οικονομικό γίγνεσθαι (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Η διαρκής προσπάθεια των οργανισμών να καινοτομήσουν προκαλεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε τρία σημεία (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010) :

- I. Με την ανάπτυξη της έρευνας, των νέων τεχνολογιών που εφαρμόζονται, των νέων τρόπων παραγωγής κ.α. έχουμε καλύτερη αξιοποίηση και αξιολόγηση των διαθέσιμων πόρων.
- II. Ο ίδιος ο οργανισμός ανανεώνεται και αναπτύσσεται, δίνοντας την ευκαιρία επαγγελματικής ανόδου του προσωπικού, δημιουργώντας ένα θετικό κλίμα και ένα εσωτερικό περιβάλλον αισιοδοξίας.
- III. Τέλος, οδηγεί σε επιτυχία, στη βελτίωση της εξωτερικής εικόνας και της φήμης του οργανισμού, προσελκύοντας νέους πελάτες, κάνοντας ανταγωνιστικά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του.

2.2 Τεχνολογική καινοτομία

Σύμφωνα με τον Schumpeter (1934) η τεχνολογική καινοτομία είναι η δημιουργία και η προώθηση ενός νέου προϊόντος, υπηρεσίας ή διαδικασίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς, χρησιμοποιώντας τις πιο σύγχρονες και νέες επιστημονικές και τεχνολογικές γνώσεις. Επομένως, η νέα τεχνολογία είναι η αιτία για την ανάπτυξη των νέων προϊόντων, άρα η αφετηρία για την εφαρμογή κάθε καινοτομίας, η οποία κατ' επέκταση ωθεί την ανάπτυξη της οικονομίας, αφού παρέχει πρόσφορο έδαφος για νέες ή τη βελτίωση των υπάρχοντων επιχειρηματικών δράσεων. Θεωρείται μάλιστα υψίστης σημασίας η τεχνολογική καινοτομία στην υψηλή απόδοση μιας επιχείρησης, καθώς οφείλει την ύπαρξη της και τη συνεχή πορεία της στο χώρο, στην επιτυχή εφαρμογή της τεχνολογίας για την κατασκευή των νέων προϊόντων και των διαδικασιών. Με αυτό τον τρόπο αυξάνονται τα εισοδήματα της, μειώνεται το κόστος της παραγωγής κ.α. (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

2.3 Τύποι καινοτομίας

Η καινοτομία διακρίνεται με βάση το αντικείμενο, τον τομέα και το εύρος της (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010). Τα είδη της είναι τα εξής:



ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3 Τα είδη της καινοτομίας

Με βάση το αντικείμενο διακρίνεται σε:

A) Καινοτομία προϊόντος, όταν εισάγεται μια νέα υπηρεσία ή προϊόν στην αγορά. Τέτοιο είδος επιλέγουν συνήθως οι μικρές επιχειρήσεις. Θεωρείται πως είναι ριψοκίνδυνο, καθώς αν το εγχείρημα έχει επιτυχία θα επιφέρει κέρδη, ενώ αν αποτύχει μπορεί να προκαλέσει μεγάλες ζημιές.

B) Καινοτομία διαδικασίας, όταν εισάγονται νέα στοιχεία στην παραγωγική διαδικασία ή στον τρόπο λειτουργίας της, ώστε να παραχθεί ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία. Είναι ένας τύπος που επιλέγουν πιο μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς έχουν μικρότερο ρίσκο σε σχέση με την καινοτομία προϊόντος, αφού αναζητείται τρόπος αύξησης της παραγωγής με το μικρότερο κόστος.

Με βάση τον τομέα στον οποίο γίνεται εφαρμογή της καινοτομίας, χωρίζεται σε:

A) Διοικητική Καινοτομία, όπου δεν υπάρχει εισαγωγή νέου προϊόντος, αλλά εισαγωγή νέου τρόπου διοίκησης που επηρεάζει τον τρόπο οργάνωσης της εταιρίας. Υιοθετείται από μεγάλες εταιρίες, που δυσκολεύονται να ελέγξουν και να συντονίσουν τα επιμέρους τμήματα τους.

B) Τεχνολογική Καινοτομία, που αφορά τον εξοπλισμό αλλά και τους τρόπους με τους οποίους η εταιρία επεξεργάζεται τις πρώτες ύλες, μετατρέποντας τις σε προϊόντα και υπηρεσίες. Υιοθετείται από όλες τις εταιρίες, ακόμα και τις μικρές προκειμένου να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά.

Με βάση το εύρος της καινοτομίας, διακρίνεται σε :

A) Σταδιακή (επαυξητική) Καινοτομία, η οποία βοηθάει στη βελτίωση ήδη υπάρχοντων προϊόντων ή υπηρεσιών, χωρίς να μεταβάλλεται η δομή της εταιρίας, οδηγώντας σε μικρές αλλαγές στην υπάρχουσα πρακτική που ακολουθείται.

B) Ριζοσπαστική Καινοτομία, που προκαλεί μεγάλες αλλαγές στις πρακτικές που ακολουθεί η εταιρία, προωθώντας νέες πρακτικές και νέα προϊόντα. Είναι ένας τύπος καινοτομίας που δεν επιλέγεται τόσο συχνά, όσο η σταδιακή, λόγω της αβεβαιότητας που προκαλεί στο εσωτερικό της επιχείρησης. Συνήθως οι μεγάλες εταιρίες είναι εκείνες που αναλαμβάνουν το ρίσκο της ριζοσπαστικής καινοτομίας, καθώς έχουν την οικονομική δυνατότητα να απορροφήσουν το κόστος σε περίπτωση που η καινοτομία δεν οδηγήσει σε επιτυχία.

2.4 Μοντέλα Καινοτομίας

Πολλά μοντέλα, σχετικά με τον ρυθμό ανάπτυξης της καινοτομίας σε μια εταιρία, έχουν αναπτυχθεί, τα οποία διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: Τα Στατικά μοντέλα και τα Δυναμικά μοντέλα.

Τα Στατικά μοντέλα εξετάζουν τις γνώσεις και τα απαραίτητα εφόδια για την ανάπτυξη των καινοτομιών, τα κίνητρα για την επένδυση αυτή, τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της καινοτομίας στην ίδια την εταιρία, όμως δεν ελέγχουν τις επιπτώσεις από την εφαρμογή της στο ευρύτερο περιβάλλον. Τα Στατιστικά μοντέλα διακρίνονται σε υποκατηγορίες (Κριεμάδης, 2012):

- ▼ **Με βάσει την προέλευση της καινοτομίας**, όπου παρουσιάζονται οι λόγοι που επιβάλλουν και οι παράγοντες που βοηθούν την ανάπτυξη της.
- ▼ **Με βάσει τις επιπτώσεις**, όπου μελετώνται οι επιπτώσεις της και ποια είδη επιχειρήσεων επιδιώκουν περισσότερο την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών.

Με βάση την προέλευση της καινοτομίας, υπάρχουν τρία μοντέλα :

i. Γραμμικό μοντέλο καινοτομίας

Είναι ένα απλό μοντέλο, καθώς υπήρχαν ομαλές τεχνολογικές και οικονομικές εξελίξεις όταν αναπτύχθηκε το 1945 μέχρι το '80. Αντιμετωπίζει την καινοτομία ως γραμμική αλληλουχία συγκεκριμένων διαδικασιών, εστιάζει στα αίτια εμφάνισης, είτε λόγω των κοινωνικών εξελίξεων, είτε λόγω των εξελίξεων στην αγορά, είτε λόγω της τεχνολογικής ανάπτυξης, δημιουργώντας δυο μοντέλα, αυτό της Τεχνολογικής Καινοτομίας και αυτό της Καινοτομίας του Marketing.

Η Τεχνολογική Καινοτομία στηρίζεται στην ανάπτυξη και υλοποίηση μιας νέας τεχνολογίας, της οποίας γίνεται δέκτης η αγορά, χωρίς να υπάρχει από πριν ζήτηση. Ο κλάδος αυτός ήταν δημοφιλής κατά τις δεκαετίες του '50 και του '60. Παράδειγμα τομέα εφαρμογής της Τεχνολογικής καινοτομίας είναι οι φαρμακοβιομηχανίες.

Η Καινοτομία του Marketing στηρίζεται στην αναζήτηση και στην κατανόηση όσων χρειάζεται και θέλει η κοινωνία. Εφαρμόζεται κυρίως στον κλάδο των τροφίμων και του τουρισμού.

ii. Συζευκτικό μοντέλο καινοτομίας

Αυτό το Μοντέλο Καινοτομίας επικεντρώνεται στην συνεργασία που αναπτύσσεται μεταξύ των τμημάτων έρευνας- ανάπτυξης και Marketing. Αναπτύχθηκε κυρίως τη δεκαετία του '80. Στόχο έχει τη δημιουργία ζήτησης για νέα

προϊόντα, τη τυχαία ανακάλυψη καινοτομιών είτε για την κάλυψη καινούργιων αναγκών είτε για την καλύτερη ικανοποίηση παλιών.

iii. Αλληλεπιδραστικό μοντέλο καινοτομίας

Το Αλληλεπιδραστικό μοντέλο, στηρίζεται στη σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των εταιριών και της κοινωνίας, όπου οι εταιρίες κατανοούν και εντοπίζουν τις ανάγκες της αγοράς, βελτιώνοντας προς αυτή την κατεύθυνση τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Αναπτύχθηκε κυρίως τις δεκαετίες '80 και '90. Είναι ένα σύνθετο σύστημα, που δεν ακολουθεί μια γραμμική διαδικασία, αλλά καθορίζεται από την αλληλεπίδραση διαφόρων παραγόντων. Εστιάζει κυρίως στην καινοτομία, όπως αυτή προκύπτει από το συνδυασμό της έρευνας-ανάπτυξης, της παραγωγής και του marketing.

Με βάση τις επιπτώσεις της καινοτομίας σε διάφορες λειτουργίες της εταιρίας, σύμφωνα με το μοντέλο Βελτιωτικής - Ριζικής Καινοτομίας, αλλάζουν οι γνώσεις των επιχειρήσεων και η ικανότητα τους να παράγουν και να προωθούν νέα προϊόντα, που πιθανόν να καθιστούν τα υπάρχοντα μη ανταγωνιστικά. Πιο αναλυτικά, η Ριζική Καινοτομία προκαλεί σημαντικές αλλαγές, τόσο στις επιχειρήσεις, όσο και στην αγορά, επηρεάζοντας περισσότερο τις νέες επιχειρήσεις και λιγότερο τις ήδη εδραιωμένες. Αντίθετα, η Βελτιωτική Καινοτομία προκαλεί συνεχώς αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, αλλάζοντας πολλές παραμέτρους ενός προϊόντος, ή αναπτύσσοντας νέα τεχνικά χαρακτηριστικά σε ήδη υπάρχοντα προϊόντα. Τα παρακάτω μοντέλα αναφέρονται σε αυτές τις επιπτώσεις της καινοτομίας (Αποστολάκης, 2014– 15):

1) Μοντέλο Abernathy-Clark

Μερικές φορές η ριζική καινοτομία ευνοεί τις ήδη εδραιωμένες επιχειρήσεις περισσότερο σε σχέση με τις νέες. Το λόγο που συμβαίνει αυτό εξηγεί αυτό το μοντέλο, χωρίζοντας τη γνώση σε δύο κατηγορίες, στην τεχνολογική γνώση και στη γνώση της αγοράς. Όταν αναπτύσσεται η καινοτομία, μια εκ των δύο γνώσεων διατηρείται ενώ η άλλη παραγκωνίζεται. Με βάση τα παραπάνω, δηλαδή τις επιπτώσεις της γνώσεως, έχουν δημιουργηθεί τέσσερις κατηγορίες καινοτομίας:

- Η κανονική: όπου διατηρούνται και τα δύο είδη γνώσεων,
- Η Θέσης: η οποία δεν υπολογίζει την γνώση της αγοράς, διατηρώντας μόνο την τεχνολογική γνώση,
- Η επαναστατική: που αδιαφορεί για την τεχνολογική γνώση και κρατάει μόνο την γνώση της αγοράς,
- Η αρχιτεκτονική: η οποία παραγκωνίζει και τους δυο τύπους γνώσεων.

2) Μοντέλο Henderson-Clark

Το μοντέλο εξηγεί γιατί οι ήδη εδραιωμένες επιχειρήσεις στην αγορά δεν καταφέρνουν να αναπτύξουν βελτιωτική καινοτομία. Σε αυτή την περίπτωση η γνώση διακρίνεται σε γνώση των επιμέρους συστατικών και σε γνώση της σύνδεσης των συστατικών. Εδώ, όπως και στο παραπάνω μοντέλο, το ένα είδος γνώσης μπορεί να απαξιωθεί και το άλλο να διατηρηθεί.

3) Μοντέλο αλυσίδας προστιθέμενης αξίας

Το μοντέλο αυτό αναλύει τις αιτίες που οι εδραιωμένες εταιρίες συνήθως αποτυγχάνουν όταν επενδύουν σε μορφές βελτιωτικής καινοτομίας, ενώ έχουν επιτυχία όταν επενδύουν σε μορφές ριζικής καινοτομίας, σε σύγκριση με νέες εταιρίες. Εστιάζει κυρίως στις αλλαγές που προκαλεί η καινοτομία στην επιχείρηση, αλλά και σε όσους συνεργάζονται μαζί της, όπως οι προμηθευτές, οι πελάτες κ.α..

4) Μοντέλο θετικής ανάδρασης

Αυτό το μοντέλο αναφέρει πως τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μπορεί να προέρχονται από την επεξεργασία α' υλών ή από την κατάλληλη αξιοποίηση της γνώσης. Πιο συγκεκριμένα, δηλώνει πως τα προϊόντα που προέρχονται από την επεξεργασία α' υλών καθορίζονται από φυσικούς πόρους και έχουν τα εξής χαρακτηριστικά: δεν απαιτούνται συνήθως εξειδικευμένες γνώσεις για την αξιοποίησή τους, υπάρχει συγκεκριμένο όριο οικονομικής απόδοσης και η διατήρησή τους μετά από ένα συγκεκριμένο σημείο, τα καθιστά ασύμφορα επειδή αυξάνεται το κόστος τους. Για τα προϊόντα που προέρχονται από την αξιοποίηση της γνώσης δηλώνει πως δεν εξαρτώνται από φυσικούς πόρους, έχουν όμως μεγάλη ανάγκη από εξειδικευμένες γνώσεις, μεγάλο αρχικό κόστος, ενώ μικρό κόστος αφού αρχίσει η

αναπτυξή τους, ενώ τέλος επιφέρουν μεγάλα κέρδη στην επιχείρηση.

5) Μοντέλο Teece

Εστιάζει στις αιτίες που οι ήδη εδραιωμένες στην αγορά εταιρίες έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν με επιτυχία τις ριζικές καινοτομίες, διακρίνοντας δύο παράγοντες για την ανάπτυξη τους (Αποστολάκης, 2014– 15):

A) Πρώτον, την κατάσταση καταλληλότητας της επιχείρησης, δηλαδή αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο προστατεύεται η νέα τεχνολογία από την αντιγραφή, ο οποίος βασίζεται στην προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και στη δυσκολία αντιγραφής της. Αν η καταλληλότητα της επιχείρησης είναι μειωμένη, τότε η εταιρία μπορεί είτε να μην κερδίσει κάτι από αυτή την καινοτομία, είτε να κερδίσει λόγω της υψηλής σημαντικότητας των συμπληρωματικών πόρων. Σε περίπτωση που η καταλληλότητα είναι αυξημένη, τότε θα αποκομίσει κέρδος αν αναπτύξει στρατηγικές συμμαχίες, έχοντας παράλληλα σημαντικούς συμπληρωματικούς πόρους.

B) Τους συμπληρωματικούς πόρους που η επιχείρηση έχει στη διάθεση της. Αυτοί είναι κάθε άλλη ικανότητα που έχει να αξιοποιεί την καινοτομία, όπως για παράδειγμα η παραγωγή, η προώθηση, κ.α.

6) Μοντέλο τοπικού περιβάλλοντος

Σύμφωνα με αυτό, το εξωτερικό περιβάλλον επηρεάζει την ικανότητα της επιχείρησης για να αναπτύξει κάποια καινοτομία. Υπάρχουν τέσσερα χαρακτηριστικά του εξωτερικού περιβάλλοντος που καθορίζουν την καινοτομικότητα της επιχείρησης: η ζήτηση από την αγορά, οι πόροι της εταιρίας, οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις και ο ανταγωνισμός (Αποστολάκης, 2014– 15).

7) Μοντέλο στρατηγικής επιλογή

Αναφέρεται στις αιτίες που δεν δίνουν στην επιχείρηση την ευκαιρία να επιτύχει στην ανάπτυξη κάποιας καινοτομίας. Τέτοιες αιτίες μπορεί αφορούν τους στόχους της επιχείρησης, τους πόρους που απαιτούνται για την κατάλληλη

αξιοποίηση της νέας γνώσης, τον χρόνο που επιλέγεται να εφαρμοστεί η καινοτομία. Τέλος, η επιλογή για καινοτομία μπορεί να χωριστεί σε 6 είδη στρατηγικής, την επιθετική στρατηγική, την αμυντική στρατηγική, τη στρατηγική μίμησης, τη στρατηγική εξάρτησης, την παραδοσιακή στρατηγική και την ευκαιριακή στρατηγική (Κριεμάδης, 2012).

2.5 Παράγοντες για την υιοθέτηση της καινοτομίας

Σε κάθε επιχείρηση η καινοτομία μπορεί να προκύψει είτε εσωτερικά, δηλαδή για να την χρησιμοποιήσει η ίδια η εταιρία ή για να την πουλήσει σε κάποια άλλη, προκύπτοντας από αυτή τη διαδικασία ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία, είτε εξωτερικά, από το περιβάλλον της, υιοθετώντας την καινοτομία που κάποια άλλη επιχείρηση προσφέρει. (Damanpour & Gopalakrishnan, 1998).

Πολλοί ερευνητές αναζήτησαν τους παράγοντες που κάνουν κάποια επιχείρηση να εφαρμόσει μια καινοτομία. Σύμφωνα με τους Rogers (1995) και Morisson (1996) ο πρώτος παράγοντας είναι τα χαρακτηριστικά που έχει η ίδια η καινοτομία. Δηλαδή ποιες οικονομικές συνέπειες θα έχει για την εταιρία, πόσο εύκολο ή δύσκολο είναι να εφαρμοστεί στην πράξη, αν συνάδει με τους στόχους της εταιρίας κ.α.. Μάλιστα στην Ελλάδα, φαίνεται πως εφαρμόζεται περισσότερο μια υιοθέτηση και χρήση, παρά μια ανακάλυψη καινοτομιών, γι' αυτό και ο παράγοντας αυτός είναι πολύ σημαντικός [Πραστάκος, Σπανός & Κωστόπουλος (2003)].

Άλλοι ερευνητές, όπως οι De Jong και Vermeulen (2007), αναφέρουν πως και η ίδια η επιχείρηση, δηλαδή το ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον, καθορίζει αν θα εφαρμοστεί κάποια καινοτομία. Το μέγεθος της, η δομή της, η ανάπτυξη του τομέα έρευνας και ανάπτυξης είναι τα κυριότερα στοιχεία. Ακόμα, πολύ σημαντικός παράγοντας θεωρείται το εξωτερικό περιβάλλον, καθώς με τη συμμετοχή της εταιρίας σε διάφορα δίκτυα, διευκολύνεται η μεταβίβαση των νέων πληροφοριών, και άρα η πιο γρήγορη υιοθέτηση των καινοτομιών. Επίσης, ένα έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον μπορεί να πιέσει την επιχείρηση να υιοθετήσει πιο γρήγορα μια καινοτομία, προκειμένου να μην βρεθεί πίσω στην αγορά.

Κάποιοι άλλοι παράγοντας είναι οι δαπάνες που απαιτούνται από τη επιχείρηση για την έρευνα και ανάπτυξη, η ποιότητα και το επίπεδο των εργαζομένων και το μορφωτικό επίπεδο των διευθυντών. Τέλος οι De Jong και Vermeulen (2007) τονίζουν πως οι έρευνες σε μικρές επιχειρήσεις έδειξαν πως πολύ σημαντικοί παράγοντες για την ανάπτυξη της καινοτομίας και την επιτυχία της είναι η ίδια η επιχείρηση, το προϊόν και η αγορά.

Σύμφωνα με τους Πραστάκος, Σπανός και Κωστόπουλος(2003) φαίνεται πως στην Ελλάδα οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη καινοτομιών στις επιχειρήσεις είναι :

- Η ύπαρξη τμήματος Έρευνας & Ανάπτυξης , το ύψος των επενδύσεων της επιχείρησης σε αυτό, η ύπαρξη στο εσωτερικό της επιχείρησης κλίματος που να ευνοεί την ανάληψη κινδύνου,
- Η ύπαρξη και η διαχείριση της γνώσης της επιχείρησης, αφού η γνώση είναι σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη της καινοτομίας.
- Η υιοθέτηση οργανωτικών δομών που να βρίσκονται σε συνεχή επικοινωνία μεταξύ τους, όσο και εντός αυτών.
- Η δικτύωση των επιχειρήσεων ή η ένταξή τους σε τεχνολογικά δίκτυα, διευκολύνοντας την ανταλλαγή της γνώσης και την επικοινωνία με άλλες επιχειρήσεις, με προμηθευτές, πελάτες κ.α..
- Τέλος, η πρόσβαση που έχει η επιχείρηση σε χρηματοδοτικά κεφάλαια.

2.6 Ανταγωνιστικότητα

Η ανταγωνιστικότητα θεωρείται ως η ικανότητα οργανισμών και ατόμων να επιτυγχάνουν μεγάλες αποδόσεις και ικανοποιητικά αποτελέσματα, σε σύγκριση με τους υπόλοιπους οργανισμούς. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της βελτίωσης πολλών τομέων τους, επηρεάζοντας τα άτομα, τις γνώσεις και τις τεχνολογίες που χρησιμοποιούν, ώστε να κατακτιούνται μεγαλύτερα επίπεδα παραγωγής (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Πολλές επιχειρήσεις προκειμένου να επιτύχουν μεγαλύτερα κέρδη, και να αποκτήσουν μεγαλύτερο αγοραστικό κοινό, προσπαθούν να βελτιώσουν τα προϊόντα

και τις υπηρεσίες που ήδη προσφέρουν. Για το λόγο αυτό, εφαρμόζουν πολλές βελτιωτικές αλλαγές σε πολλά χαρακτηριστικά αυτών των προϊόντων ή υπηρεσιών, ώστε να ικανοποιήσουν καλύτερα τις ανάγκες των καταναλωτών.

Άλλοτε, χρησιμοποιώντας τις νέες επιστημονικές και τεχνολογικές γνώσεις, δημιουργούν νέα προϊόντα και υπηρεσίες, που είτε καλύπτουν υπάρχουσες ανάγκες, εκτοπίζοντας με αυτόν τον τρόπο από την αγορά άλλα προϊόντα, είτε δημιουργούν νέες ανάγκες.

Η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας συντελεί σε ανάπτυξη της παραγωγικότητας και της αποτελεσματικότητας. Βελτιώνει, μάλιστα, το βιοτικό επίπεδο της χώρας, μειώνει την ανεργία και τη φτώχεια .

Ο Porter (1980) ανέφερε πως υπάρχουν πέντε δυνάμεις που διαμορφώνουν τον ανταγωνισμό που αναπτύσσεται στην αγορά, οι οποίες δημιουργούν όχι μόνο ευκαιρίες αλλά και απειλές για μια επιχείρηση. Αυτές είναι :

- i. Η είσοδος νέων επιχειρήσεων στον τομέα που δραστηριοποιείται μια επιχείρηση,
- ii. Τα υποκατάστατα προϊόντα που κυκλοφορούν,
- iii. Οι διαπραγματεύσεις που κάνουν οι προμηθευτές με την επιχείρηση,
- iv. Οι διαπραγματεύσεις που κάνουν οι πελάτες με την επιχείρηση,
- v. Η αντιπαλότητα που αναπτύσσεται μεταξύ ομοειδών επιχειρήσεων.

Με βάση τα παραπάνω, η επιχείρηση θα πρέπει να αποκτήσει τέτοια θέση στον κλάδο της ώστε να μπορεί να αντιδρά σωστά απέναντι στις παραπάνω καταστάσεις, αλλά και να μπορεί να τις επηρεάζει προς το συμφέρον της. Ακόμα, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναπροσαρμόζονται στις αλλαγές της αγοράς και να αυτοελέγχονται συνεχώς ώστε να υιοθετούν κάθε φορά την καλύτερη πρακτική (Porter,1980), που θα τις καταστήσει βιώσιμες.

2.7 Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα θεωρείται ένας σπουδαίος παράγοντας, ο οποίος καθορίζει την οικονομική ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα και την απασχόληση. Έχουν διαμορφωθεί τρεις εκδοχές σχετικά με αυτήν :

- Η αυστριακή εκδοχή, όπου ο επιχειρηματίας με την μελετημένη και στοχευμένη δράση του οδηγεί σε ελάττωση των λαθών στην οικονομία.
- Η εκδοχή του Σικάγου, όπου ο επιχειρηματίας συνδυάζει καλύτερα τους παραγωγικούς συντελεστές και λαμβάνει σωστές αποφάσεις.
- Η γερμανική εκδοχή, στην οποία οι αλλαγές γίνονται από τον ίδιο τον επιχειρηματία.

Σύμφωνα με τον Drucker (1990) η επιχειρηματικότητα είναι η πρακτική, όπου η γνώση είναι το μέσο για την επίτευξη του σκοπού. Στηρίζεται σε μια θεωρία της οικονομίας όπου η αλλαγή θεωρείται κάτι το φυσιολογικό [όπως παρατίθεται στο Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδη, (2009)].

Δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός για την επιχειρηματικότητα (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδη, 2009). Άλλοι υποστηρίζουν πως είναι η ικανότητα του εκάστοτε επιχειρηματία για ανάληψη πρωτοβουλιών, που εμπεριέχει το στοιχείο της αβεβαιότητας, και οδηγούν στην αναπροσαρμογή και την βελτίωση της παραγωγής με βάση τις εκάστοτε συνθήκες. Άλλοι πως επιχειρηματικότητα είναι κάθε προσπάθεια για δημιουργία νέας επιχείρησης ή δραστηριότητας, όπως το ελεύθερο επάγγελμα, που πραγματοποιείται από έναν ιδιώτη ή από εταιρίες που ήδη υφίστανται. Πιο γενικά, θα μπορούσε να θεωρηθεί πως επιχειρηματικότητα είναι η ιδέα, η οποία είναι καινοτόμος, και η δραστηριότητα προκειμένου να πραγματοποιηθεί.

Ο επιχειρηματίας, επομένως, θα πρέπει να παίρνει αποφάσεις και να αναλαμβάνει κινδύνους, να οργανώνει αποτελεσματικά τους πόρους και τα μέσα που έχει στη διάθεση του, να χρησιμοποιεί καινοτομίες, να παρακολουθεί τις εξελίξεις της αγοράς, και να αναζητά ευκαιρίες κέρδους (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

2.8 Θεωρητικό Πλαίσιο

Από το θεωρητικό πλαίσιο (Γράφημα 2.8.1) φαίνεται ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την ανάπτυξη των καινοτομιών, οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και οι ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό αν τελικά θα αναπτυχθούν καινοτόμες δράσεις από αυτήν. Πιο συγκεκριμένα, όπως φαίνεται από τη βιβλιογραφία, η εφαρμογή καινοτομικών δράσεων χρειάζεται ένα σύνολο πηγών πληροφόρησης (Damanpour & Gopalakrishman, 1998) όπως είναι οι εσωτερικές πηγές, δηλαδή πληροφορίες που προκύπτουν από το εσωτερικό της επιχείρησης, π.χ. από το μάρκετινγκ, την παραγωγή κ.α.. Επίσης πληροφορίες που συλλέγονται από εξωτερικές πηγές, δηλαδή που να έχουν σχέση με την αγορά, όπως είναι από τους ανταγωνιστές, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τις συμβουλευτικές εταιρίες (Πραστάκος, Σπανός & Κωστόπουλος, 2003). Ακόμα πληροφορίες και νέες γνώσεις που προκύπτουν από τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα, από τη συμμετοχή σε συνέδρια και εκθέσεις, και τέλος από τα ερευνητικά περιοδικά (ΕΚΤ, 2015).

Παράγοντες, που σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, αλλά και πολλές έρευνες (ΕΚΤ, 2015), φαίνεται να επηρεάζουν αρνητικά την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων μπορεί να είναι οικονομικής φύσεως, όπως η έλλειψη πηγών χρηματοδότησης των νέων επενδύσεων, ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας, το υψηλό κόστος της καινοτομίας (Γεωργαντά, 2003) και η αβεβαιότητα για τη ζήτηση των καινοτόμων υπηρεσιών (Βαδράτσικα, 2013). Άλλοι παράγοντες μπορεί να αφορούν την επιχείρηση, όπως είναι η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού, η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών (π.χ. Έρευνα και Ανάπτυξη), η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών, έλλειψη ευκαιριών συνεργασίας (Βαδράτσικα, 2013).

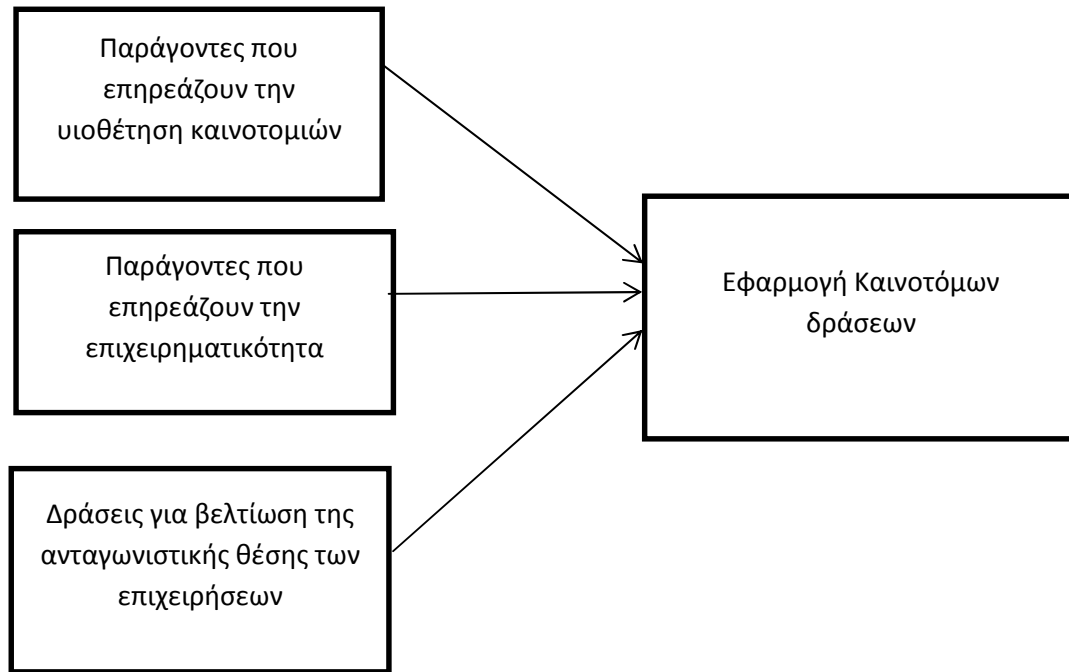
Αντίστοιχα παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη καινοτομιών, φαίνεται να είναι η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών, η δυνατότητα να χρηματοδοτηθούν οι νέες επενδύσεις (Πραστάκος, Σπανός & Κωστόπουλος, 2003), το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις (Μπουραντάς, 2005), η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού (De Jong & Vermeulen, 2007), η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν

καινοτόμες δράσεις, ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο, και τέλος, η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό.

Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία ανασκόπηση, φαίνεται να είναι οι παρακάτω. Θετικά την επηρεάζουν η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων και στη διαχείριση κινδύνου, δηλαδή ψυχολογικοί παράγοντες που σχετίζονται με τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία (Μπουραντάς, 2005). Ακόμη, η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010), να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές, να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές προϊόντα με χαμηλότερο κόστος ή καλύτερα προϊόντα, και τέλος τα προσόντα και οι δεξιότητες του προσωπικού (De Jong & Vermeulen, 2007). Αρνητικά επιδρούν κυρίως οικονομικοί παράγοντες, όπως η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις, η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων, το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά, η δυσκολία στη λήψη δανείων, γενικά η οικονομική κρίση, η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών, η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών και η έλλειψη ικανών υπαλλήλων.

Δράσεις για βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης των επιχειρήσεων αποτελούν η βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες, η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων, η μείωση του κόστους παραγωγής, η επένδυση σε νέες τεχνολογίες, η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία, η μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης, η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών της επιχείρησης και τέλος η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Όλα τα παραπάνω φαίνεται πως επηρεάζουν την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων από τις επιχειρήσεις. Επομένως, στη μελέτη αυτή θα διαφανεί ποιοι από τους παραπάνω παράγοντες επηρεάζουν περισσότερο τους Έλληνες επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες.



Γράφημα 2.8.1 Θεωρητικό πλαίσιο για την εφαρμογή καινοτομικών δράσεων από επιχειρήσεις

2.9 Έρευνες

Σύμφωνα με παρουσίαση που έκανε το Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης, με θέμα την απόδοση των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία, σε έρευνα που πραγματοποίησε παρουσιάζοντας τις στατιστικές των επίσημων εθνικών προγραμμάτων Έρευνας & Ανάπτυξης το 2013, φαίνεται πως επιχειρήσεις που έχουν μέχρι 9 υπαλλήλους εξοικονομούν χρήματα για την έρευνα και την ανάπτυξη κατά 24,7% από την κυβέρνηση, 40,9% από την ίδια την επιχείρηση και κατά 34,3% από το εξωτερικό. Αντίστοιχα μικρομεσαίες επιχειρήσεις με 10 έως 49 υπαλλήλους χρηματοδοτούνται κατά 26,4% από την κυβέρνηση, 56,5% από δικά τους χρήματα και 17,1% από το εξωτερικό για την έρευνα και την ανάπτυξη που χρειάζονται ώστε να ανακαλύψουν ή να ελέγξουν καινοτομίες (Σαχίνη, 2015).

Μάλιστα, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε τα έτη 2010 έως 2012, φαίνεται πως γεωγραφικά οι επιχειρήσεις, κάτω των 250 υπαλλήλων, που εφαρμόζουν καινοτομικές δράσεις βρίσκονται κατά 65,3% στην Κρήτη, κατά 55,1% στην Στερεά

Ελλάδα, κατά 53.6% στην Αττική και 51,5% στην Πελοπόννησο. Ενώ συνολικά στην Ελλάδα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που καινοτομούν αποτελούν το 51,9% του συνόλου(Σαχίνη, 2015).

Στην ίδια έρευνα, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις με κάτω από 250 υπαλλήλους, ανάλογα με τον τύπο της καινοτομίας, παρουσιάζουν τα παρακάτω αποτελέσματα. Στην παραγωγή και /ή στη διαδικασία της καινοτομίας στις επιχειρήσεις, ασχέτως αν ασχολούνται με την οργάνωση και την εμπορία της καινοτομίας, βρίσκονται σε ποσοστό 33,7%. Αντίστοιχα στην οργάνωση ή / και την εμπορία της καινοτομίας οι επιχειρήσεις, ασχέτως αν ασχολούνται και με την παραγωγή ή την διεργασία της καινοτομίας, αποτελούν το 45% (Σαχίνη, 2015).

Αντίστοιχα, σε έρευνα που πραγματοποίησε η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ, 2001) οι ελληνικές επιχειρήσεις υιοθετούν καινοτομίες με σκοπό να δημιουργήσουν νέες αγορές ή να αυξήσουν το μερίδιο τους στις υπάρχουσες, να βελτιώσουν ποιοτικά τα προϊόντα τους, να πετύχουν καλύτερη παραγωγική διαδικασία, να μειώσουν το εργατικό κόστος και να αυξήσουν την παραγωγικότητα τους. Από την έρευνα φαίνεται πως δεν αποτελούν παράγοντες που να ωθούν την καινοτομία η ορθολογική χρήση των πρώτων υλών και της ενέργειας, και η προστασία του περιβάλλοντος.

Ακόμα, σε αυτή την έρευνα που πραγματοποιήθηκε τα πρώτα χρόνια που ενισχύονταν η καινοτομικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων, φάνηκε ότι παρά την αύξηση του ποσοστού των καινοτόμων επιχειρήσεων, το ποσοστό του κύκλου εργασιών τους που προέρχονταν από καινοτομίες (από προϊόντα ή από υπηρεσίες) εμφανίζει μείωση από 13,9% το 1996 σε 12,4% το 1998 (ΓΓΕΤ, 2001).

Σε άλλη έρευνα, που πραγματοποιήθηκε το 2013 (Βασσάκης 1, 2014) , όπου διερευνούνταν οι παράγοντες που ενισχύουν την πιθανότητα να αναπτυχθεί καινοτομική δραστηριότητα, μελετήθηκαν 100 ελληνικές επιχειρήσεις του κατασκευαστικού κλάδου που ασχολούνται με τις εξαγωγές. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που εμφάνιζαν υψηλές εξαγωγικές επιδόσεις δεν μπορούσαν εύκολα να καινοτομήσουν. Όμως, φάνηκε ότι υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στην καινοτομία και τις επενδύσεις για Έρευνα και Ανάπτυξη . Επιπλέον, διαπιστώθηκε αρνητική σχέση ανάμεσα στην καινοτομία και το εταιρικό μέγεθος,

δηλαδή μια μικρή ελληνική εταιρεία παραγωγής έχει περισσότερες πιθανότητες να καινοτομήσει έναντι μίας μεγάλης στον τομέα του προϊόντος ή στην διαδικασία παραγωγής. Επίσης αν μια επιχείρηση έχει μεγάλο κεφάλαιο κίνησης , τότε πολύ πιθανόν να παρουσιάσει καινοτόμες δραστηριότητες.

Σύμφωνα με έρευνα του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης, σχετικά με τις πηγές πληροφόρησης των καινοτομιών από τις ελληνικές επιχειρήσεις τα έτη 2010-2012, οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν κάποια καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, έχουν πηγές πληροφόρησης κυρίως από το εσωτερικό της επιχείρησης, ώστε να πληροφορούνται ως προς την ανάπτυξη των καινοτομιών, σε ποσοστό 32,7%. Στη συνέχεια άλλες πηγές πληροφόρησης αποτελούν οι προμηθευτές εξοπλισμού, υλικών κ.α. με ποσοστό 23,2%, οι πελάτες από τον ιδιωτικό τομέα κατά 21,9%, και ακολουθούν τα συνέδρια, και οι εκθέσεις με ποσοστό 15,7%. Ανταγωνιστές ή άλλες ομοειδής επιχειρήσεις (12,8%), σύμβουλοι & ιδιωτικά εργαστήρια (8,3%), επιστημονικά περιοδικά (7,8%), ΑΕΙ, ΤΕΙ ή άλλα ιδρύματα (5,2%), πελάτες από τον δημόσιο τομέα (3,7%), και τέλος τα ερευνητικά ιδρύματα με ποσοστό 3% (ΕΚΤ, 2015).

Στην ίδια έρευνα φαίνεται πως η ανάπτυξη καινοτομίας είναι κατά κύριο λόγο αποτέλεσμα συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων με ποσοστό 38,2%. Σχετικά με τους παράγοντες βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του προϊόντος, οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν κάποια καινοτομία θεωρούν τον χρόνο παράδοσης των προϊόντων, σε ποσοστό 22,5%, αλλά και την βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών τους σε ποσοστό 22,1%, ως τους σημαντικότερους παράγοντες (ΕΚΤ,2015). Επίσης, η έρευνα έδειξε πως οι κύριοι στόχοι των επιχειρήσεων που καινοτομούν είναι η μείωση του κόστους με ποσοστό 64,6%, η αύξηση του κύκλου εργασιών με ποσοστό 62,1%, η αύξηση του μεριδίου αγοράς (52,7%) και του περιθωρίου κέρδους (47%).

Εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι καινοτόμες επιχειρήσεις(2010-2012), είναι ο ανταγωνισμός τιμών (47,8%), η έλλειψη ζήτησης (41,9%), η έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης (37,7% των καινοτόμων επιχειρήσεων), τον ανταγωνισμό ως προς την ποιότητα των προϊόντων (20,5%), τον ανταγωνισμό στην αγορά (12,3%), την έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού (6,2%) και τις καινοτομίες των ανταγωνιστών (6%) (ΕΚΤ,2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1 Δειγματοληψία

Ο πληθυσμός της έρευνας είναι οι επιστήμονες ελεύθεροι επαγγελματίες της Ελλάδας, που εργάζονται σε ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Για την διεξαγωγή της παρούσας έρευνας, απαντήθηκαν ερωτηματολόγια από επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες, που έχουν δικές τους ιδιωτικές επιχειρήσεις στην Πάτρα. Η επιλογή του δείγματος έγινε με τη μέθοδο της επιλεκτικής δειγματοληψίας, καθώς δεν ήταν εύκολο να υπάρξει πρόσβαση σε όλες τις ιδιωτικές επιχειρήσεις της Ελλάδας, και για αυτό το λόγο επιλέχθηκαν άτομα τα οποία ήταν άμεσα διαθέσιμα να απαντήσουν. Συγκεκριμένα συμμετείχαν 12 γυναίκες και 28 άνδρες, και συγκεντρώθηκαν σαράντα ερωτηματολόγια.

Το δείγμα αποτελεί έναν ικανοποιητικό αριθμό, γι' αυτό και μπορεί να οδηγήσει σε ένα γενικευμένο συμπέρασμα για την κατάσταση που επικρατεί στις επιχειρήσεις σχετικά με τους παράγοντες που καθορίζουν αν θα υιοθετηθεί κάποια καινοτομία. Επομένως μας δίνει μια γενική εικόνα του τι συμβαίνει. Τα υπό μελέτη υποκείμενα διακατέχονται από πληθώρα χαρακτηριστικών, καθώς ερωτήθηκαν επαγγελματίες και των δύο φύλων, διαφορετικών ηλικιών, με διαφορετικά πεδία σπουδών και με διαφορετικές επαγγελματικές ιδιότητες, όπως πολιτικοί μηχανικοί, λογιστές- φοροτεχνικοί, αρχιτέκτονες, γιατροί, οδοντίατροι κ.α.

3.2 Μέθοδος έρευνας

Η μέθοδος έρευνας που ακολουθήθηκε στην παρούσα μελέτη είναι η ποσοτική έρευνα, καθώς επιτρέπει να βρεθούν, μέσω στατιστικών τεχνικών, οι απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα. Και αυτό διότι η μέθοδος αυτή δεν επηρεάζεται από τις προσωπικές απόψεις του ερευνητή, προσδίδοντας της αντικειμενικότητα, και μελετά δείγματα του πληθυσμού και όχι μόνο κάποιες περιπτώσεις όπως γίνεται στην ποιοτική έρευνα, επιτρέποντας την γενίκευση τους σε

ολόκληρο τον πληθυσμό της έρευνας (Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014). Πιο συγκεκριμένα, είναι μια περιγραφική έρευνα, που δεν αναφέρεται σε διαφορές ή σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών, και σκοπό έχει τη συλλογή και την ανάλυση των απόψεων των ελεύθερων επιστημόνων επαγγελματιών, σχετικά με τις υπάρχουσες, από προηγούμενες έρευνες αντιλήψεις, για το ποιοι παράγοντες επιδρούν θετικά και ποιοι αρνητικά στην ανάληψη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών, τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, και τους τρόπους βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησής τους.

3.3 Μεθοδολογία

Τα ερωτήματα της έρευνας απαντήθηκαν με τη χρήση ερωτηματολογίου, από τους επαγγελματίες. Το ερωτηματολόγιο είναι ένα ευρέως διαδεδομένο μέσο συλλογής δεδομένων, καθώς επιτρέπει την εύκολη συλλογή δεδομένων από ένα μεγάλο δείγμα υποκειμένων (Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014).

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρία μέρη. Αρχικά, στο «Μέρος Πρώτο: Η Επιχείρηση», υπήρχαν δημογραφικές ερωτήσεις, που δείχνουν τα χαρακτηριστικά του δείγματος που συμμετείχε στην έρευνα, καθώς και κάποιες πληροφορίες για την επιχείρησή τους. Πιο συγκεκριμένα ζητούνταν το φύλο, η ηλικία, το επίπεδο σπουδών, η νομική μορφή της επιχείρησης, ο αριθμός των απασχολούμενων, για ποια χρήση προορίζεται το διαδίκτυο και το λογισμικό, και αν έχει υποβάλει πρόταση σε επιδοτούμενο επενδυτικό πρόγραμμα.

Στο επόμενο μέρος, που επιγράφονταν «Μέρος Δεύτερο: Επιχειρηματικότητα», συλλέγονταν πληροφορίες σχετικά με το τρίτο ερώτημα που αφορά τους παράγοντες που επιδρούν στην επιχειρηματική δραστηριότητα που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες. Πιο συγκεκριμένα αναζητούνται να αναδειχθούν οι σπουδαιότεροι, σύμφωνα με την άποψη των συμμετεχόντων, από τους παράγοντες, όπως έχουν προκύψει από τη βιβλιογραφία αλλά και έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που επιδρούν θετικά και αρνητικά

στην επιχειρηματικότητα. Ακόμα συλλέγονται πληροφορίες για τους λόγους που οι ερωτηθέντες ανέλαβαν επιχειρηματική δραστηριότητα. Τέλος, σε αυτό το μέρος συλλέγονται πληροφορίες για το τέταρτο ερώτημα που αφορά τους τρόπους με τους οποίους βελτιώνεται η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης.

Οι ερωτούμενοι συμπλήρωναν το βαθμό που συμφωνούν στις προτεινόμενες για κάθε ερώτημα απαντήσεις. Πιο συγκεκριμένα, έπρεπε να βαθμολογήσουν πόσο συμφωνούν στους παρατιθέμενους παράγοντες, που δίνονταν ως επιλογές σε πέντε ερωτήματα, τα εξής: ποιοί παράγοντες εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα, ποιοί την ευνοούν, ποιές ενέργειες μπορούν να πραγματοποιηθούν για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης τους, και τέλος για ποιους λόγους ανέλαβαν την επιχειρηματική δραστηριότητα.

Στο «Μέρος Τρίτο: Καινοτομία», συλλέγονταν στοιχεία σχετικά με τα ερωτήματα ποιοί είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά και ποιοί αρνητικά την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών. Συγκεκριμένα υπήρχαν τέσσερα ερωτήματα. Οι επαγγελματίες, όπως και παραπάνω, συμπλήρωναν το βαθμό που συμφωνούν στις προτεινόμενες για κάθε ερώτημα απαντήσεις. Πιο συγκεκριμένα, απάντησαν στο ποιοί παράγοντες δυσκολεύουν την υιοθέτηση καινοτομιών, ποιοί συμβάλλουν στην επίτευξη τους, ποια είναι τα αποτελέσματα που περιμένουν από μια καινοτομία, και πώς πληροφορούνται για τις καινοτόμες επιχειρήσεις.

Τα ερωτήματα είναι κλειστού τύπου, όπου οι επαγγελματίες καλούνται να επιλέξουν ανάμεσα στις προτεινόμενες επιλογές, αυτές με τις οποίες συμφωνούν. Υπάρχουν, επίσης ερωτήσεις διάταξης, όπου τους ζητήθηκε να δηλώσουν το βαθμό στον οποίο συμφωνούν με τις προτεινόμενες απαντήσεις, από το 1 που δηλώνει το «Διαφωνώ απόλυτα» μέχρι το 5 που δηλώνει το «Συμφωνώ απόλυτα». Επιλέχθηκαν αυτού του τύπου οι ερωτήσεις γιατί συμπληρώνονται και αναλύονται εύκολα, λόγω των συγκεκριμένων επιλογών, και προδιαθέτουν θετικά τον ερωτώμενο ώστε να συμμετέχει στην έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο, τέλος, ακολουθεί όλους τους δεοντολογικούς κανόνες.

3.4 Κλίμακες μέτρησης

Η κλίμακα μέτρησης που χρησιμοποιήθηκε για τις μετρήσεις στο πρώτο μέρος της έρευνας είναι η κατηγοριακή, καθώς οι επιλογές που δόθηκαν ως απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο είναι ισάξιες μεταξύ τους, και απλά δηλώνουν μια άποψη, δεν δηλώνουν μεγαλύτερη ποσότητα της μιας από την άλλη. Στο δεύτερο και τρίτο μέρος οι ερωτήσεις ήταν διατακτικής κλίμακας, καθώς ζητούνταν από τα υποκείμενα να κατατάσσουν τις προτεινόμενες προτάσεις σε μια από τις διαβαθμισμένες κατηγορίες.

3.5 Αξιοπιστία και εγκυρότητα

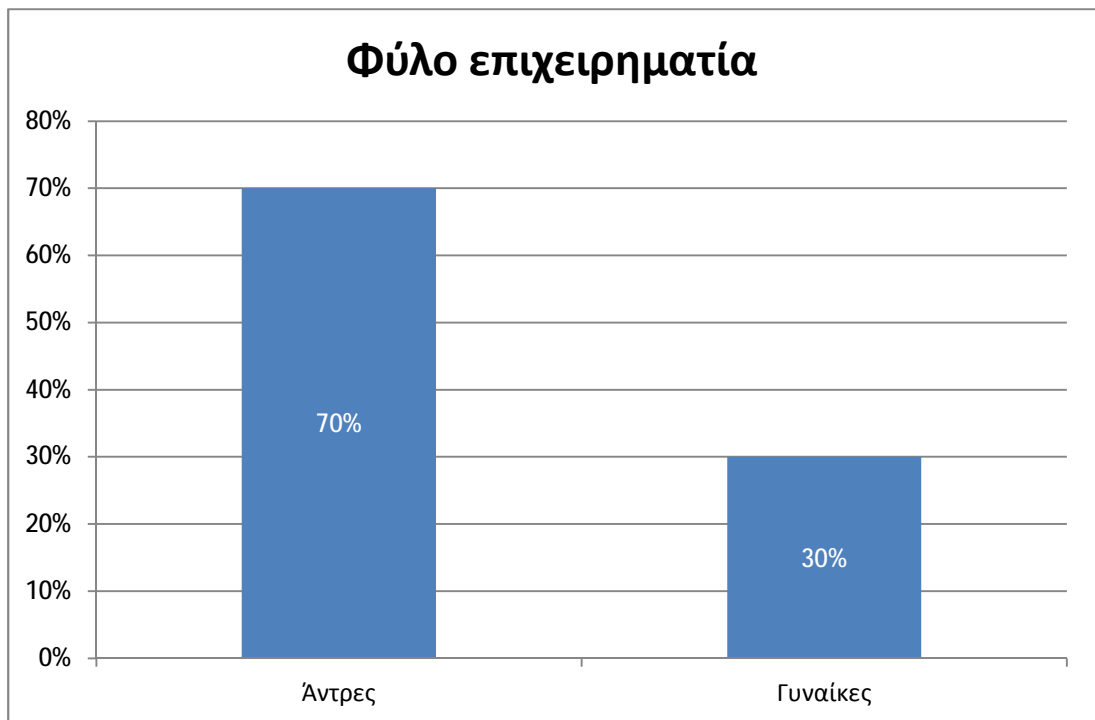
Για την τελική διαμόρφωση του ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκε λεπτομερής και προσεκτική ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, προκειμένου το ερωτηματολόγιο να είναι έγκυρο. Στόχος είναι να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα της μελέτης, που είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά και αρνητικά την υιοθέτηση καινοτομιών από τις επιχειρήσεις των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών, οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, και τέλος οι δράσεις που βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης. Ακόμα, δόθηκε σε δέκα άτομα πιλοτικά προκειμένου να διαπιστωθεί πώς υλοποιείται και να διορθωθούν τυχόν ασάφειες. Απαντήθηκε μόνο από επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες, ώστε να υπάρχει αξιοπιστία στα αποτελέσματα του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

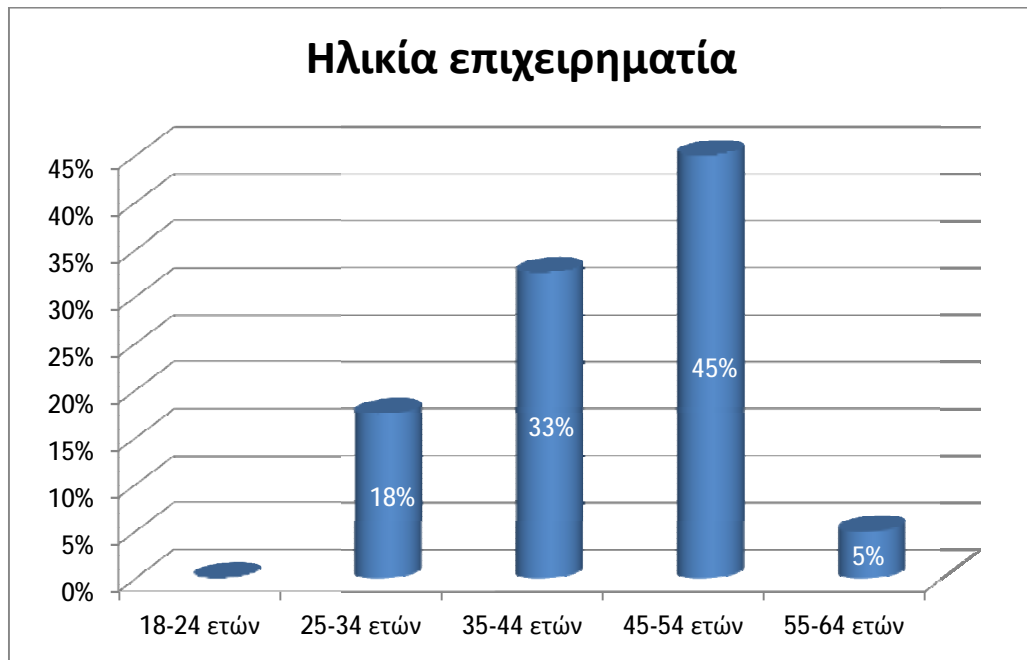
4.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Οι επιστήμονες ελεύθεροι επαγγελματίες που συμμετείχαν στην έρευνα είναι κατά 30% γυναίκες και κατά 70% άνδρες. Επίσης, οι επιχειρηματίες που ερωτήθηκαν είναι κατά 45% ηλικίας 45-54, κατά 33% ηλικίας 35-44, κατά 18% ηλικίας 25-34 και 5% άνω των 55 ετών.



ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.1

Ποσοστιαία κατανομή των επιστημόνων ελευθέρων επαγγελματιών ανάλογα με το φύλο.



ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.2

Ποσοστιαία κατανομή των επιστημόνων επαγγελματιών σύμφωνα με την ηλικία.

Αριθμός απασχολούμενων	Συχνότητα	Ποσοστό
0	0	0%
1 έως 2	20	50%
3 έως 4	12	30%
5 έως 6	4	10%
7 έως 8	4	10%
9 έως 10	0	0%
Πάνω από 10	0	0%
Σύνολο	40	100%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1. 3

Κατανομή των επιστημόνων επαγγελματιών ανάλογα με τον αριθμό των υπαλλήλων.

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, το 50% των ερωτηθέντων έχει 1 ή 2 υπαλλήλους, το 30% 3 ή 4 υπαλλήλους, ένα 10% έχει 5 ή 6 υπαλλήλους και ένα άλλο 10% 7 ή 8 απασχολούμενους. Επομένως η πλειοψηφία των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών που συμμετείχε στην έρευνα είχε ένα ή δύο υπαλλήλους.

Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα το λογισμικό χρησιμοποιείται κυρίως για τη διαχείριση των πελατών και για αγορές- διαχείριση προμηθευτών, ενώ λιγότερο φαίνεται να χρησιμοποιείται για την αποθήκη.

	Ναι		Όχι	
	Συχνότητα	Ποσοστό	Συχνότητα	Ποσοστό
Γραμματειακή υποστήριξη	27	67,5%	13	32,5%
Λογιστήριο	30	75%	10	25%
Διαχείριση Πελατών	32	80%	8	20%
Αγορές-Διαχείριση Προμηθευτών	32	80%	8	20%
Αποθήκη	24	60%	16	40%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.4

Κατανομή ανάλογα με τη χρήση λογισμικού στην επιχείρηση των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών.

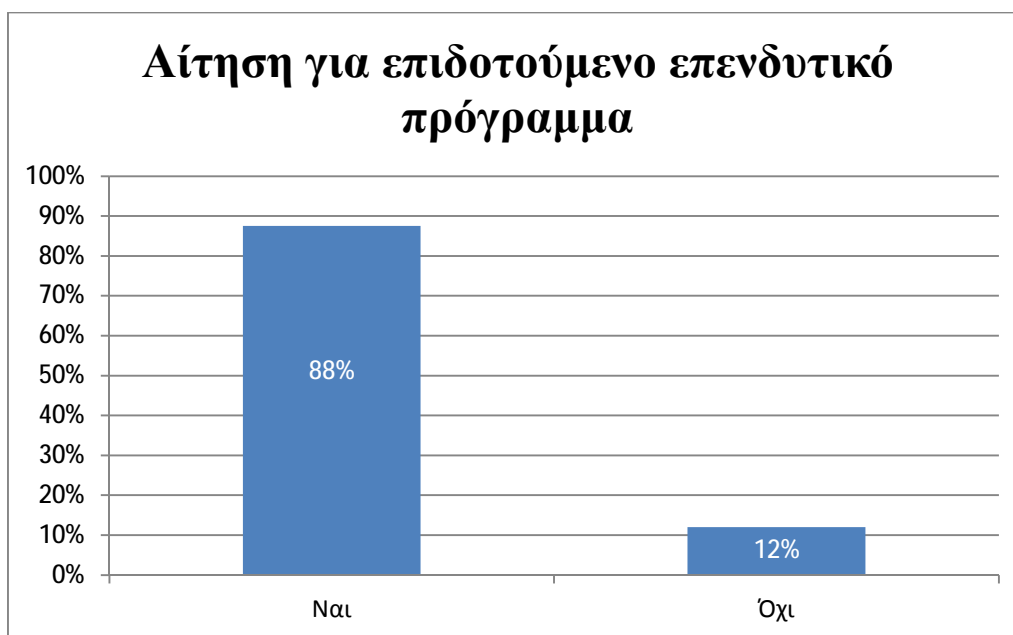
Αντίστοιχα το Διαδίκτυο χρησιμοποιείται, όπως φαίνεται από την έρευνα, κυρίως για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές με τις τράπεζες, με δημόσιους φορείς και για το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ενώ λιγότερο χρησιμοποιείται για τις συναλλαγές με τους προμηθευτές.

	Ναι		Όχι	
	Συχνότητα	Ποσοστό	Συχνότητα	Ποσοστό
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)	40	100%	0	0%
Δικτυακό τόπο (web site) της επιχείρησης	18	45%	22	55%
Ηλεκτρονικές συναλλαγές με προμηθευτές	15	37,5%	25	62,5%
Ηλεκτρονικές συναλλαγές με πελάτες	21	52,5%	19	47,5%
Ηλεκτρονικές συναλλαγές	40	100%	0	0%

με τράπεζες				
Ηλεκτρονικές συναλλαγές με δημόσιους φορείς	40	100%	0	0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.5

Κατανομή ανάλογα με τη χρήση διαδικτύου που εφαρμόζουν για τις συναλλαγές τους.



ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.6

Κατανομή ανάλογα με την υποβολή αιτήσεων για επιδοτούμενο επενδυτικό πρόγραμμα (π.χ. ΕΣΠΑ)

Στην ερώτηση για το αν έχει υποβληθεί πρόταση σε κάποιο επιδοτούμενο επενδυτικό πρόγραμμα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, και συγκεκριμένα το 88%, απάντησε πως έχει υποβάλει τουλάχιστον μία φορά πρόταση.

Επίσης οι περισσότεροι επιστήμονες ελεύθεροι επαγγελματίες είναι απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ κατά 52,5%, ενώ ένα 47,5% είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού τίτλου, όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα.

	Συχνότητα	Ποσοστό
Μεταπτυχιακός/ Διδακτορικός Τίτλος	19	47,5%
Πτυχίο ΑΕΙ/ ΤΕΙ	21	52,5%
Μέση εκπαίδευση- ΙΕΚ	0	0%
Βασική εκπαίδευση	0	0%
Σύνολο	40	100%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.7

Κατανομή ανάλογα με το επίπεδο των σπουδών των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών

Τέλος η μορφή των επιχειρήσεων είναι κατά 92,5% ατομική επιχείρηση και κατά 7,5% ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρία).

Νομική μορφή επιχείρησης	Συχνότητα	Ποσοστό
Ατομική επιχείρηση	37	92,5%
ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρία)	3	7,5%
Σύνολο	40	100%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.8

Κατανομή των επιχειρήσεων ανάλογα με τη νομική μορφή τους

4.2 Αποτελέσματα πρώτου ερωτήματος σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν θετικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με τους παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων.

	Διαφωνώ (%)	Μάλλον διαφωνώ (%)	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (%)	Μάλλον συμφωνώ (%)	Συμφωνώ απόλυτα (%)
7.1 Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	0%	0%	5%	50%	45%
7.2. Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις	0%	0%	10%	47,5%	42,5%
7.3. Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	0%	0%	12,5%	25%	62,5%
7.4. Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	0%	2,5%	7,5%	40%	50%
7.5. Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	0%	0%	7,5%	47,5%	45%
7.6 Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	0%	0%	5%	45%	50%
7.7 Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	0%	20%	0%	45%	35%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.1 Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν θετικά στην ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων

Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων. Οι παράγοντες που φαίνεται να συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό (95%) ως οι σημαντικότεροι για την ώθηση υιοθέτησης καινοτόμων δράσεων είναι η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών και ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο. Κι αυτό συμβαίνει διότι όταν ο ανταγωνισμός είναι έντονος θα πρέπει η επιχείρηση να φροντίσει να είναι κι αυτή ανταγωνιστική, υιοθετώντας καινοτόμες δράσεις, γεγονός που πολλές φορές απαιτεί την ύπαρξη της κατάλληλης υλικοτεχνικής υποδομής. Στη συνέχεια, με ποσοστό 92,5% ακολουθεί η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού, που όπως φαίνεται θα πρέπει να μπορεί να χρησιμοποιήσει και να αξιοποιήσει κατάλληλα την καινοτομία που θα εφαρμοστεί. Με ποσοστό 90% ισοβαθούν το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις και η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις. Δηλαδή, το γεγονός πως θα πρέπει ο επιχειρηματίας να μπορεί να σκέφτεται κριτικά και να παίρνει σωστές αποφάσεις για τη σωστή και εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης του, θεωρείται εξίσου σημαντικός παράγοντας με την ανάπτυξη συνεργασιών της επιχείρησης με άλλες καινοτόμες επιχειρήσεις. Αυτό φαίνεται να συμφωνεί με τα αποτελέσματα της έρευνας του ΕΚΤ (2015), όπου προέκυψε πως η ανάπτυξη καινοτομίας είναι κατά κύριο λόγο αποτέλεσμα συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων με ποσοστό 38,2%. Επόμενος θετικός παράγοντας θεωρείται η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων (87,5%), και τέλος με ποσοστό 80% η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό. Η πεποίθηση του επιχειρηματία για την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού συγκέντρωσε και ένα 20% απαντήσεων που μάλλον διαφωνούσαν, γεγονός που δείχνει ότι από μόνη της η καινοτομία δεν αποτελεί την μοναδική λύση στο πρόβλημα του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων.

	N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Minimum	Maximum
7.1 Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	40	4,4	4	4	3	5
7.2. Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις	40	4,325	4	4	3	5
7.3. Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	40	4,5	5	5	3	5
7.4. Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	40	4,375	4,5	5	2	5
7.5. Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	40	4,375	4	4	3	5
7.6 Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	40	4,45	4,5	5	3	5
7.7 Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	40	3,95	4	4	2	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.2

Μέση τιμή, διάμεσος, επικρατούσα τιμή των παραγόντων που επιδρούν θετικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Η επικρατούσα τιμή και η διάμεσος μας δίνουν την εικόνα ότι οι επιχειρηματίες διατείνονται θετικά στο σύνολο των παραγόντων. Το δείγμα εμφανίζεται πιο ομοιογενές για τον παράγοντα της χρηματοδότησης νέων επενδύσεων, και ακολουθεί του ανταγωνισμού στον κλάδο. Η μεγαλύτερη απόκλιση

αφορά τον παράγοντα της πεποίθησης του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό κέρδους.

4.3 Αποτελέσματα δεύτερου ερωτήματος σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων.

		Διαφωνώ απόλυτα (%)	Μάλλον διαφωνώ (%)	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (%)	Μάλλον συμφωνώ (%)	Συμφωνώ απόλυτα (%)
6.1	Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	5%	10%	0%	30%	55%
6.2.	Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας	2,5%	5%	35%	45%	37,5%
6.3.	Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών	0%	5%	7,5%	47,5%	40%
6.4.	Το υψηλό κόστος καινοτομίας	0%	0%	5%	50%	45%
6.5.	Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού	0%	2,5%	15%	37,5%	47,5%
6.6	Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών	0%	7,5%	5%	37,5%	50%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.1 Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων. Ο παράγοντας που φαίνεται να συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό (95%) είναι το υψηλό κόστος καινοτομίας. Φαίνεται πως στην εποχή της οικονομικής κρίσης και της έλλειψης ρευστότητας (Βασσάκης 2, 2014), το κόστος για μια καινοτομία είναι ο σπουδαιότερος ανασταλτικός παράγοντας για τους επιχειρηματίες. Ακολουθούν με ισοψηφία (87,5%) η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών, όπου ένα 7,5% των ερωτηθέντων ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με αυτό, και η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών, όπου ένα 7,5% δηλώνει πως μάλλον διαφωνεί με αυτό τον παράγοντα. Η διαφωνία προκύπτει από το γεγονός πως στην εποχή της πληροφορίας μπορεί κανείς να έχει πρόσβαση σε πολλές πηγές πληροφόρησης σχετικά με τις ανάγκες των πελατών και τη νέα τεχνολογία. Στη συνέχεια βρίσκονται (85%) η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων και η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού. Φαίνεται πως η οικονομική στενότητα της αγοράς (Βασσάκης 2, 2014) και η δυσκολία να βρεθεί εύκολα προσωπικό που να είναι ήδη γνώστης των καινοτομιών που θα εφαρμοστούν αποτελούν σημαντικούς αρνητικούς παράγοντες. Για την έλλειψη χρηματοδότησης μόνο το 5% διαφωνεί απόλυτα και ένα 10% μάλλον διαφωνεί. Τελευταίος παράγοντας είναι ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας. Μάλιστα ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας φαίνεται πως δίχασε τους ερωτηθέντες, καθώς είναι ο μοναδικός παράγοντας που συγκέντρωσε απαντήσεις από όλες τις δυνατές τιμές, με ένα 35% να μην είναι σίγουρο για την σημαντικότητά του και ένα 2,5% που διαφωνεί απόλυτα. Εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι καινοτόμες μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΕΚΤ, 2015), είναι ο ανταγωνισμός τιμών (47,8%), η έλλειψη ζήτησης (41,9%), η έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης (37,7% των καινοτόμων επιχειρήσεων), τον ανταγωνισμό ως προς την ποιότητα των προϊόντων (20,5%), τον ανταγωνισμό στην αγορά (12,3%), την έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού (6,2%) και τις καινοτομίες των ανταγωνιστών (6%).

		N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Minimum	Maximum

		N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Minimum	Maximum
6.1	Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	40	4,2	5	5	1	5
6.2.	Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας	40	4,175	4	4	1	5
6.3.	Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών	40	4,225	4	4	2	5
6.4.	Το υψηλό κόστος καινοτομίας	40	4,6	4	4	3	5
6.5.	Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού	40	4,4	4	5	3	5
6.6	Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών	40	4,3	4,5	5	2	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.2

Μέση τιμή, διάμεσος, επικρατούσα τιμή των παραγόντων που επιδρούν αρνητικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Η επικρατούσα τιμή και η διάμεσος μας δίνουν την εικόνα ότι οι επιχειρηματίες διατείνονται θετικά στο σύνολο των παραγόντων. Το δείγμα εμφανίζεται πιο ομοιογενές για τον παράγοντα του υψηλού κόστους της καινοτομίας και στη συνέχεια για την έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού. Η μεγαλύτερη απόκλιση αφορά τον παράγοντα του υψηλού κίνδυνου αποτυχίας.

Οι απαντήσεις που δόθηκαν σχετικά με το ποια είναι τα αναμενόμενα αποτελέσματα από την εφαρμογή της Καινοτομίας, σε σύνολο 40 απαντήσεων φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

		Διαφωνώ απόλυτα (%)	Μάλλον διαφωνώ (%)	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (%)	Μάλλον συμφωνώ (%)	Συμφωνώ απόλυτα (%)
8.1	Αύξηση της γκάμας των υπηρεσιών	10%	15%	0%	27,5%	40%
8.2	Αύξηση του μεριδίου της αγοράς	0%	5%	12,5%	37,5%	45%
8.3	Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών	0%	2,5%	5%	52,5%	40%
8.4	Βελτίωση της ευελιξίας της παροχής υπηρεσιών	0%	20%	7,5%	37,5%	35%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.3 Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τα αναμενόμενα αποτελέσματα από την εφαρμογή της καινοτομίας

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται πως με ποσοστό 92,5% σκοπός της καινοτομικής δράσης είναι η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, γεγονός που δικαιολογείται από τον ανταγωνισμό που υπάρχει στην αγορά. Αντίστοιχα σε έρευνα του ΕΚΤ (2015) στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις συγκέντρωσε το 22,1%. Ακολουθεί, για τον ίδιο λόγο, η αύξηση του μεριδίου της αγοράς (82,5%), εμφανίζοντας ένα 12,5% αναποφάσιστους. Στην έρευνα του ΕΚΤ, αντίστοιχα συγκέντρωσε το 52,7%. Επόμενο σε σειρά είναι η βελτίωση της ευελιξίας της παροχής υπηρεσιών, που όμως ένα 20% φαίνεται να διαφωνεί. Τέλος η αύξηση της γκάμας των υπηρεσιών (67,5%) είναι η μοναδική πρόταση που έλαβε απαντήσεις από όλες τις δυνατές τιμές, και η μοναδική στην οποία δηλώθηκε απόλυτη διαφωνία (10%). Επίσης, η έρευνα του ΕΚΤ (2015) έδειξε πως οι κύριοι στόχοι των επιχειρήσεων που καινοτομούν είναι η μείωση

του κόστους με ποσοστό, η αύξηση του κύκλου εργασιών με ποσοστό 62,1%, και του περιθωρίου κέρδους.

Στο ερώτημα ποιες πηγές Πληροφοριών χρησιμοποιούν για να ενημερωθούν για τις καινοτόμες οι επιχειρήσεις, συγκεντρώθηκαν τα παρακάτω στοιχεία:

		Διαφωνώ απόλυτα (%)	Μάλλον διαφωνώ (%)	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (%)	Μάλλον συμφωνώ (%)	Συμφωνώ απόλυτα (%)
9.1	Εσωτερικές πηγές	0%	20%	20%	35%	25%
9.2	Προμηθευτές	0%	7,5%	12,5%	42,5%	37,5%
9.3	Πελάτες	0%	0%	0%	52,5%	47,5%
9.4	Ανταγωνιστές	0%	0%	5%	50%	45%
9.5	Σύμβουλοι	0%	0%	15%	47,5%	37,5%
9.6	Πανεπιστήμια – ΤΕΙ	0%	0%	12,5%	40%	47,5%
9.7	Ερευνητικά Ιδρύματα	0%	5%	17,5%	35%	42,5%
9.8	Συνέδρια – Εκθέσεις	0%	0%	20%	32,5%	47,5%
9.9	Επιστημονικά περιοδικά	0%	0%	12,5%	37,5%	50%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.4

Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τις Πηγές Πληροφοριών που χρησιμοποιούν για να ενημερωθούν για τις καινοτομίες

Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τις Πηγές Πληροφοριών που χρησιμοποιούν για να ενημερωθούν για τις καινοτομίες. Η πηγή που συγκέντρωσε τις περισσότερες θετικές απαντήσεις είναι οι πελάτες (100%), ενώ ακολουθούν οι ανταγωνιστές (95%). Αντίθετα, στην έρευνα του ΕΚΤ (2015) οι πελάτες καταλάμβαναν την τρίτη θέση με ποσοστό 21,9%. Φαίνεται πως η επαφή με τους πελάτες δίνει το έναυσμα στους επιχειρηματίες να γνωρίσουν τις ανάγκες τους και να βρουν τρόπους καλύτερης εξυπηρέτησης τους. Οι ανταγωνιστές στην ίδια έρευνα καταλάμβαναν την πέμπτη θέση σε ποσοστό (12,8%). Ακολουθούν τα επιστημονικά περιοδικά και τα ΑΕΙ/ΤΕΙ (87,5%). Αντίστοιχα στην έρευνα του ΕΚΤ (2015), στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις τα επιστημονικά περιοδικά αποτελούν κατά 7,8% πηγή πληροφόρησης, ενώ τα ΑΕΙ/ΤΕΙ σε ποσοστό μόλις 5,2%. Έπονται με ποσοστό 85% οι σύμβουλοι και με ισοψηφία 80% οι προμηθευτές και τα συνέδρια- εκθέσεις. Μάλιστα παρατηρείται ένα 20% που δεν θεωρούν σημαντική πηγή τους προμηθευτές. Στην έρευνα του ΕΚΤ (2015) πηγές πληροφόρησης αποτελούν οι προμηθευτές εξοπλισμού, υλικών κ.α. με ποσοστό 23,2%, και ακολουθούν τα συνέδρια, και οι εκθέσεις με ποσοστό 15,7%. Τα ερευνητικά ιδρύματα έχουν ποσοστό 77,5% και τελευταία πηγή είναι το εσωτερικό της ίδιας της επιχείρησης, με μόλις 60%, γεγονός που έρχεται σε μεγάλη αντίθεση με την έρευνα του ΕΚΤ(2015) που καταλάμβανε την πρώτη θέση.

4.4 Αποτελέσματα τρίτου ερωτήματος σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν στην επιχειρηματική δραστηριότητα

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα αρνητικά σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών.

		Διαφωνώ απόλυτα (%)	Μάλλον διαφωνώ (%)	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (%)	Μάλλον συμφωνώ (%)	Συμφωνώ απόλυτα (%)
1.1	Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις	0%	0%	12,5%	40%	47,5%
1.2	Η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων	0%	7,5%	10%	30%	52,5%
1.3	Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά	0%	0%	2,5%	35%	62,5%
1.4	Η δυσκολία στη λήψη δανείων	0%	10%	7,5%	32,5%	50%
1.5	Γενικά η οικονομική κρίση	0%	5%	10%	27,5%	57,5%
1.6	Η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών	0%	0%	5%	35%	60%
1.7	Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών	12,5%	17,5%	22,5%	25%	22,5%
1.8	Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων	0%	12,5%	17,5%	32,5%	37,5%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1

Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα αρνητικά

Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά (97,5%) θεωρείται ο σημαντικότερος παράγοντας, με την γραφειοκρατία να ακολουθεί σε ποσοστό 95%. Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις με ποσοστό 87,5%, η οικονομική κρίση που επικρατεί (85%), με ισοψηφία η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων και η δυσκολία στη λήψη δανείων (82,5%). Ακολουθούν η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών (70%), και τελευταίος η έλλειψη ικανών υπαλλήλων (45,5%). Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων έλαβε όλες τις δυνατές απαντήσεις, συγκεντρώνοντας μάλιστα ένα ποσοστό 30% που δεν συμφωνούσαν πως είναι σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας, ίσως λόγω της μεγάλης προσφοράς εργατικού δυναμικού που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης (Βασσάκης 2, 2014).

		N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα Τιμή	Minimum	Maximum
1.1	Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις	40	4,35	4	5	3	5
1.2	Η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων	40	4,275	5	5	2	5
1.3	Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά	40	4,6	5	5	3	5
1.4	Η δυσκολία στη λήψη δανείων	40	4,225	4,5	5	2	5
1.5	Γενικά η οικονομική κρίση	40	4,375	5	5	2	5
1.6	Η γραφειοκρατία των Δημόσιων	40	4,55	5	5	3	5

	Υπηρεσιών						
1.7	Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών	40	3,275	3	4	1	5
1.8	Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων	40	3,95	4	5	2	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.2 Μέση τιμή, διάμεσος, επικρατούσα τιμή των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα αρνητικά σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών

Η επικρατούσα τιμή και η διάμεσος μας δίνουν την εικόνα ότι οι επιχειρηματίες διατείνονται θετικά στο σύνολο των παραγόντων. Το δείγμα εμφανίζεται πιο ομοιογενές για τον παράγοντα της ρευστότητας στην αγορά και της γραφειοκρατίας των Δημόσιων Υπηρεσιών, όπου μάλιστα παρατηρείται ταύτιση της διαμέσου με την επικρατούσα τιμή. Η μεγαλύτερη απόκλιση αφορά τον παράγοντα της δυσκολίας στη λήψη δανείων .

Παρακάτω φαίνονται οι απόψεις των Ελλήνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

		Διαφωνώ απόλυτα	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
2.1	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων	0%	0%	5%	27,5%	65%
2.2.	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου	0%	0%	7,5%	32,5%	60%
2.3.	Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους	0%	0%	2,5%	22,5%	75%

		Διαφωνώ απόλυτα	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
2.4.	Η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της	0%	0%	7,5%	37,5%	55%
2.5.	Τα προσόντα και οι δεξιότητες του προσωπικού	0%	0%	5%	27,5%	67,5%
2.6.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παρέχει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοιες ή καλύτερες υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος	0%	0%	0%	25%	75%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.3

Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται πως σπουδαιότερος παράγοντας με απόλυτη ομοφωνία των συμμετεχόντων είναι η ικανότητα της επιχείρησης να παρέχει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοιες ή καλύτερες υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος (100%). Το γεγονός αυτό δείχνει πως η επιχείρηση πρέπει να μπορεί να είναι ανταγωνιστική, δηλαδή να διεκδικεί μερίδιο στην αγορά, γεγονός που αναγκάζει τον επιχειρηματία να αναπτύσσει δυναμική επιχειρηματική δραστηριότητα. Ακολουθεί σε ποσοστό 97% η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους, καθώς σκοπός της επιχείρησης είναι να ικανοποιεί αποτελεσματικά τους πελάτες της και να προσαρμόζει κατάλληλα τα μέσα που διαθέτει ώστε να το καταφέρνει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Τα προσόντα και οι δεξιότητες του προσωπικού συγκέντρωσαν το 95%, ενώ σε ισοψηφία βρέθηκαν η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων, στη διαχείριση κινδύνου και η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της. Μάλιστα οι δύο τελευταίοι παράγοντες συγκέντρωσαν και ένα ποσοστό αναποφάσιστων για την σημαντικότητα τους (7.5%).

		N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Minimum	Maximum
2.1	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων	40	4,5	5	5	3	5
2.2.	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου	40	4,525	5	5	3	5
2.3.	Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους	40	4,725	5	5	3	5
2.4.	Η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της	40	4,475	5	5	3	5
2.5.	Τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού	40	4,625	5	5	3	5
2.6.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παρέχει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοιες ή καλύτερες υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος	40	4,75	5	5	4	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.4

Μέση τιμή, διάμεσος, επικρατούσα τιμή των παραγόντων που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Η επικρατούσα τιμή και η διάμεσος μας δίνουν την εικόνα ότι οι επιχειρηματίες διατείνονται θετικά σε όλο το σύνολο των παραγόντων. Το δείγμα εμφανίζεται ομοιογενές σε όλους τους παράγοντες, με μεγαλύτερη ομοιογένεια για τους παράγοντες της ικανότητας της επιχείρησης να παρέχει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοιες ή καλύτερες υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος και την ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους. Τελευταίος, με σειρά προτεραιότητας εμφανίζεται ο παράγοντας της ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της.

		Διαφωνώ απόλυτα	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
4.1	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο	10%	10%	17,5%	35%	27,5%
4.2.	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων	0%	2,5%	12,5%	30%	55%
4.3.	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης	10%	12,5%	20%	27,5%	30%
4.4.	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας	5%	10%	25%	35%	25%
4.5.	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση	7,5%	7,5%	10%	12,5%	62,5%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.5

Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τους λόγους για τους οποίους αναλάβανε επιχειρηματική δραστηριότητα

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται πως οι επιχειρηματίες αναλάβανε επιχειρηματική δραστηριότητα κυρίως για την καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων (85%), γεγονός που δικαιολογείται από το ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα είναι επιστήμονες ελεύθεροι επαγγελματίες, όπως λογιστές, αρχιτέκτονες, γιατροί, γι' αυτό και είναι γνώστες του αντικείμενου τους. Σύμφωνα με το παραπάνω, εξηγείται και η επόμενη σε ποσότητα απάντηση πως δηλαδή είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση(75%), εμφανίζοντας ένα 15% που διαφωνεί με αυτό. Ένα ποσοστό 62,5% θεωρεί πως το μεγαλύτερο εισόδημα

είναι πολύ σημαντικός παράγοντας καινοτομίας, ενώ παράλληλα ένα 20% διαφωνεί. Στη συνέχεια το 60% απάντησε πως η δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας είναι σπουδαίος παράγοντας, παράλληλα όμως ένα 15% διαφωνεί με αυτό. Τέλος, η μεγαλύτερη διαφωνία παρατηρείται στην επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωση (22,5%), με μόλις ένα 57,5% να συμφωνεί σε αυτόν.

		N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Minimum	Maximum
4.1	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο	40	3,625	4	4	1	5
4.2.	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων	40	4,375	5	5	2	5
4.3.	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης	40	3,55	4	5	1	5
4.4.	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας	40	3,65	4	4	1	5
4.5.	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση	40	4,15	5	5	1	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.6

Μέση τιμή, διάμεσος, επικρατούσα τιμή των λόγων για τους οποίους αναλάβανε οι επιστήμονες ελεύθεροι επαγγελματίες την επιχειρηματική δραστηριότητα

Το δείγμα εμφανίζεται μεγαλύτερη ομοιογένεια στην καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων, και στο ότι είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση. Μικρότερη ομογένεια εμφανίζεται στην επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης.

4.5 Αποτελέσματα τέταρτου ερωτήματος σχετικά με τις ενέργειες που εφαρμόζονται για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης

Παρακάτω φαίνονται οι απόψεις των Ελλήνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τις ενέργειες που εφαρμόζουν για να βελτιώσουν την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης.

		Διαφωνώ απόλυτα	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
3.1	Βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες	0%	0%	5%	32,5%	62,5%
3.2	Αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων	0%	0%	12,5%	37,5%	50%
3.3	Μείωση του κόστους παραγωγής	2,5%	12,5%	17,5%	37,5%	30%
3.4	Επένδυση σε νέες τεχνολογίες	0%	0%	7,5%	42,5%	50%
3.5	Μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία	0%	5%	7,5%	45%	42,5%
3.6	Μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης	15%	20%	25%	27,5%	12,5%

		Διαφωνώ απόλυτα	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
3.7	Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών της επιχείρησης	0%	0%	10%	20%	70%
3.8	Βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού	0%	0%	12,5%	20%	67,5%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5.1

Ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σχετικά με τις ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται πως η πρώτη δράση που επιλέγεται από τους επιχειρηματίες είναι η βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων (95%). Ακολουθεί η επένδυση σε νέες τεχνολογίες (92,5%), και η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών της επιχείρησης (90%). Στη συνέχεια η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού, η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία και η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων (87,5%). Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν η μείωση του κόστους παραγωγής (67,4%), με ένα μεγάλο ποσοστό να διαφωνεί με αυτή τη δράση (15%), ενώ τελευταία εμφανίζεται η μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης, όπου παρατηρείται για πρώτη φορά μια σχετική ισοβαθμία όσων συμφωνούν (40%) και όσων διαφωνούν (35%), γεγονός που δείχνει ότι δεν επιλέγει εύκολα ο επιχειρηματίας να μειώσει τα κέρδη του προκειμένου να καταφέρει να είναι ανταγωνιστικός. Σχετικά με τους παράγοντες βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του προϊόντος, η έρευνα του ΕΚΤ (2015) έδειξε πως οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν κάποια καινοτομία θεωρούν τον χρόνο παράδοσης των προϊόντων, σε ποσοστό 22,5%, αλλά και την βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών τους σε ποσοστό 22,1%, ως τους σημαντικότερους παράγοντες.

		N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Minimum	Maximum
3.1	Βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους	40	4,575	5	5	3	5

		N	Μέση τιμή	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Minimum	Maximum
	πελάτες						
3.2	Αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων	40	4,375	4,5	5	3	5
3.3	Μείωση του κόστους παραγωγής	40	3,8	4	4	1	5
3.4	Επένδυση σε νέες τεχνολογίες	40	4,425	4,5	5	3	5
3.5	Μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία	40	4,25	4	4	2	5
3.6	Μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης	40	3,025	3	4	1	5
3.7	Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών της επιχείρησης	40	4,6	5	5	3	5
3.8	Βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού	40	4,55	5	5	3	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5.2

Μέση τιμή, διάμεσος, επικρατούσα τιμή των δράσεων για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης

Η επικρατούσα τιμή και η διάμεσος μας δίνουν την εικόνα ότι οι επιχειρηματίες διατείνονται θετικά στο σύνολο των παραγόντων. Το δείγμα εμφανίζεται πιο ομοιογενές για τις δράσεις της βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών της επιχείρησης και της βελτίωσης των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες. Η μεγαλύτερη απόκλιση αφορά τη μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης τον παράγοντα της δυσκολίας στη λήψη δανείων .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1 Σκοπός της έρευνας

Η παρούσα έρευνα σκοπό είχε να διερευνήσει τις απόψεις των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών που εργάζονται στην Πάτρα και την Αθήνα, σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν στην ανάληψη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών, τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, και τους τρόπους βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησής τους.

Τα ερευνητικά ερωτήματα ήταν τα εξής:

1. Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών;
2. Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών;
3. Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών;
4. Ποιες ενέργειες εφαρμόζουν οι επιστήμονες ελεύθεροι επαγγελματίες για να βελτιώσουν την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησής τους;

5.2 Μεθοδολογία ανάλυσης των ερωτημάτων

Στο πρώτο ερώτημα, που διερευνά ποιοι παράγοντες επηρεάζουν θετικά την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών, φαίνεται πως όλοι οι παράγοντες είναι πολύ σημαντικοί, με κυριότερους τον παράγοντα της χρηματοδότησης νέων επενδύσεων, και του ανταγωνισμού στον κλάδο. Τελευταίος

στην κατάταξη είναι η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό κέρδους. Η ταξινόμηση των παραγόντων με σειρά σπουδαιότητας από τους ερωτώμενους έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίων, και συγκεκριμένα με ερωτήσεις όπου συμπλήρωναν το βαθμό που συμφωνούν στις προτεινόμενες για κάθε ερώτηση απαντήσεις, από το 1(Διαφωνώ απόλυτα) μέχρι το 5 (συμφωνώ απόλυτα).

Στο δεύτερο ερώτημα που αφορούσε τους παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών σύμφωνα με την άποψη των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών, τις πρώτες θέσεις καταλαμβάνουν ο παράγοντας του υψηλού κόστους της καινοτομίας και η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού. Τελευταίος είναι ο παράγοντας του κινδύνου αποτυχίας της καινοτομίας. Και εδώ η ταξινόμηση των παραγόντων έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίων, και συγκεκριμένα με ερωτήσεις όπου συμπληρώνονταν ο βαθμός που συμφωνούσαν στις προτεινόμενες για κάθε ερώτηση απαντήσεις, από το 1(Διαφωνώ απόλυτα) μέχρι το 5 (συμφωνώ απόλυτα).

Στο τρίτο ερώτημα που αφορούσε τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας, συλλέχθηκαν στοιχεία, μέσω ερωτηματολογίου με ερωτήσεις κλειστού τύπου, όπου συμπληρώνονταν, όπως και στα προηγούμενα ερωτήματα, ο βαθμός που συμφωνούσαν ή διαφωνούσαν με τις προτεινόμενες προτάσεις. Συγκεκριμένα, θετικά επιδρούν στην επιχειρηματικότητα κυρίως η ικανότητα της επιχείρησης να παρέχει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοιες ή καλύτερες υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος και η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους. Τελευταίος, με σειρά προτεραιότητας εμφανίζεται ο παράγοντας της ικανότητας της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της. Αντίθετα, αρνητικά φαίνεται να επιδρούν η ρευστότητα της αγοράς και η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών, ενώ τελευταίος είναι η δυσκολία στη λήψη δανείων .

Τέλος, στο τέταρτο ερώτημα διερευνούνται οι δράσεις που επιλέγονται από του επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης. Ακολουθώντας τη μεθοδολογία που αναφέρθηκε παραπάνω, φάνηκε πως οι πιο δημοφιλείς δράσεις είναι η βελτίωση της ποιότητας των

υπηρεσιών της επιχείρησης, η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού και η επένδυση σε νέες τεχνολογίες.

5.3 Συμπεράσματα σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν θετικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν και αναλύθηκαν ο σημαντικότερος παράγοντας που επηρεάζει θετικά, σύμφωνα με τους επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες την επίτευξη καινοτόμων δράσεων, φαίνεται να είναι η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων. Σύμφωνα με τους Πραστάκος, Σπανός & Κωστόπουλος (2003), η πρόσβαση σε χρηματοδοτικά κεφάλαια είναι σημαντικός παράγοντας για την εφαρμογή καινοτομιών. Ο ανταγωνισμός στον κλάδο, που βρίσκεται στη δεύτερη θέση, αναγκάζει τις επιχειρήσεις να προσαρμόζονται στις αλλαγές της αγοράς, υιοθετώντας την καλύτερη πρακτική, η οποία θα τις καταστήσει βιώσιμες (Porter, 1980). Στη συνέχεια ακολουθούν η υλικοτεχνική υποδομή, ενώ ισοβαθούν στην τέταρτη θέση η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις, και η συνεχής επιμόρφωση του προσωπικού, παράγοντας που τονίζεται ιδιαίτερα στη βιβλιογραφία για την καλύτερη υλοποίηση μιας καινοτομίας (De Jong & Vermeulen, 2007). Επόμενος σε σημαντικότητα παράγοντας αποτελεί το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις, παρόλο που βιβλιογραφικά θεωρείται πολύ σημαντικός παράγοντας (De Jong & Vermeulen, 2007), καθώς το γεγονός πως θα πρέπει ο επιχειρηματίας να μπορεί να σκέφτεται κριτικά και να παίρνει σωστές αποφάσεις για τη σωστή και εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης του, την καθιστούν ανταγωνιστική στον κλάδο της. Τελευταίος παράγοντας προκύπτει η πεποίθηση του επιχειρηματία για την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων με σκοπό την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού, δείχνοντας πως από μόνη της η καινοτομία δεν αποτελεί την μοναδική λύση στο πρόβλημα του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων.

5.4 Συμπεράσματα σχετικά με τους παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν και αναλύθηκαν ο σημαντικότερος παράγοντας που επηρεάζει αρνητικά, σύμφωνα με τους επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες την επίτευξη καινοτόμων δράσεων, φαίνεται να είναι το υψηλό κόστος καινοτομίας. Φαίνεται πως στην εποχή της οικονομικής κρίσης και της έλλειψης ρευστότητας (Βασσάκης 2, 2014), το κόστος για μια καινοτομία είναι ο σπουδαιότερος ανασταλτικός παράγοντας για τους επιχειρηματίες, καθώς το οικονομικό ρίσκο που παίρνει η επιχείρηση μπορεί να οδηγήσει και στην παύση της λειτουργίας της (Damanpour & Gopalakrishman, 1998). Ακολουθεί η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού, καθώς η δυσκολία να βρεθεί εύκολα προσωπικό που να είναι ήδη γνώστης των καινοτομιών που θα εφαρμοστούν είναι μεγάλη, λόγω κυρίως της γρήγορης εξέλιξης της τεχνολογίας και των γνώσεων (De Jong & Vermeulen, 2007). Τρίτο σε σειρά κατάταξης είναι η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών, γεγονός που τονίζει τη δυσκολία των επιχειρήσεων να εντοπίσουν τα σημεία στα οποία πρέπει να καινοτομήσουν, ώστε να ικανοποιούνται περισσότερο οι πελάτες. Ακολουθεί η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών, παράγοντας που σχετίζεται με την ίδια την επιχείρηση και τη δυνατότητα της να προχωρήσει σε καινοτόμες δράσεις άμεσα (De Jong & Vermeulen, 2007), παράγοντας που είχε εμφανιστεί και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε ποσοστό 37,7%, στην έρευνα του ΕΚΤ (2015). Την προτελευταία θέση έχει η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων, δηλώνοντας πως η πρόσβαση σε χρηματοδοτικά κεφάλαια επηρεάζει την πιθανότητα μιας επιχείρησης επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών να καινοτομήσει (Πραστάκος, Σπανός & Κωστόπουλος, 2003). Τελευταίο στην κατάταξη βρίσκεται ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας, καθώς όπως προκύπτει κι από την έρευνα του ΕΚΤ (2015), η έλλειψη ζήτησης (41,9%), ο ανταγωνισμός στην αγορά (12,3%) και οι καινοτομίες των ανταγωνιστών (6%) συγκρατούν τους επιχειρηματίες μακριά από τις καινοτόμες δράσεις.

5.5 Συμπεράσματα σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα

Σε αυτό το ερώτημα, και συγκεκριμένα στους παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την επιχειρηματικότητα, την πρώτη θέση καταλαμβάνει το πρόβλημα ρευστότητας στην αγορά, γεγονός που αποτυπώνει τη δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες, όχι μόνο στο να αναπτύξουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, δηλαδή να πραγματοποιήσουν μια καινοτομία (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010), αλλά και να διατηρήσουν την ήδη υπάρχουσα. Ακολουθούν με σειρά προτεραιότητας η γραφειοκρατία των Δημοσίων Υπηρεσιών, γενικά η οικονομική αστάθεια που επικρατεί, η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις, η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων, η δυσκολία στη λήψη δανείων, η έλλειψη ειδικευμένων υπαλλήλων, και τέλος η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών. Από τα παραπάνω φαίνεται πως η γραφειοκρατία είναι ένας πολύ σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας, καθώς απαιτούνται μεγάλες διαδικασίες για να καλυφθούν άμεσα οι ανάγκες της επιχείρησης. Επιπλέον η γενικότερη οικονομική κρίση, έχει οδηγήσει σε μεγάλη δυσκολία στη λήψη δανείων, και άρα στην έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις, εμποδίζοντας σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Άρα οι εξελίξεις της αγοράς πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη από τους επιχειρηματίες (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010). Τέλος το επίπεδο των εργαζομένων και των συνεργατών θα πρέπει να ελεγχθεί προσεκτικά από τους επιχειρηματίες, αν και καταλαμβάνουν τις δύο τελευταίες θέσεις, γεγονός που δηλώνει την μεγάλη προσφορά εργατικού δυναμικού που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης (Βασσάκης 2, 2014).

Σχετικά με το ποιοι παράγοντες επηρεάζουν θετικά την επιχειρηματική δραστηριότητα, φαίνεται πως πρώτος είναι η ικανότητα της επιχείρησης να προσφέρει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοιες ή καλύτερες υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος. Το γεγονός αυτό δείχνει πως η επιχείρηση πρέπει να μπορεί να

είναι ανταγωνιστική, δηλαδή να διεκδικεί μερίδιο στην αγορά, γεγονός που αναγκάζει τον επιχειρηματία να αναπτύσσει δυναμική επιχειρηματική δραστηριότητα. (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010). Ακολουθεί η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους, καθώς σκοπός της επιχείρησης είναι να ικανοποιεί καλύτερα τις ανάγκες των πελατών και να προσαρμόζει κατάλληλα τα μέσα που διαθέτει ώστε να το καταφέρνει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010). Τα προσόντα και οι δεξιότητες του προσωπικού συγκέντρωσαν κατέλαβαν την τρίτη θέση, δείχνοντας πως απαιτείται βελτίωση των ικανοτήτων των υπαλλήλων ώστε να κατακτιούνται μεγαλύτερα επίπεδα παραγωγής. Ακολουθούν η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου, δείχνοντας πως ο επιχειρηματίας πρέπει να αναλαμβάνει κινδύνους, έχοντας όμως το κατάλληλο μορφωτικό επίπεδο που θα του επιτρέψει να λάβει την καλύτερη δυνατή απόφαση για κάθε θέμα που θα προκύψει (De Jong & Vermeulen, 2007). Τελευταίος παράγοντας είναι η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της, δείχνοντας πως πρέπει η επιχείρηση να χρησιμοποιεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο κάθε μέσο που μπορεί να της προσφέρει πληροφορίες για όσα συμβαίνουν στην αγορά.

5.6 Συμπεράσματα σχετικά με τις ενέργειες βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης

Από την ανάλυση του ερωτηματολογίου σχετικά με τις ενέργειες βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης, πρώτη κίνηση παρουσιάζεται να είναι η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Από το γεγονός αυτό συμπεραίνουμε πως η βελτίωση των υπηρεσιών, μέσω της βελτίωσης των γνώσεων και της τεχνολογίας, είναι απαραίτητα στοιχεία για την καλύτερη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010). Ακολουθούν η βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των υπηρεσιών στους πελάτες, άρα χρειάζεται καλύτερο marketing των καινοτομιών που εφαρμόζονται. Την Τρίτη θέση καταλαμβάνει η βελτίωση της εκπαίδευσης των υπαλλήλων και, στη συνέχεια, η

επένδυση σε νέες τεχνολογίες. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η βελτίωση των υπαλλήλων, της γνώσης και της τεχνολογίας, βοηθούν ώστε να κατακτιούνται μεγαλύτερα επίπεδα παραγωγής, και επομένως η επιχείρηση καθίσταται πιο ανταγωνιστική (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010). Πέμπτη σε σειρά έρχεται η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων, ενώ ακολουθεί η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν η μείωση του κόστους παραγωγής, που δεν φαίνεται να ενδιαφέρει ιδιαίτερα τους ερωτηθέντες, ενώ τελευταία εμφανίζεται η μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης, γεγονός που δείχνει ότι δεν επιλέγει εύκολα ο επιχειρηματίας να μειώσει τα κέρδη του προκειμένου να καταφέρει να είναι ανταγωνιστικός. Σχετικά με τους παράγοντες βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του προϊόντος, η έρευνα του ΕΚΤ (2015) έδειξε πως οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν κάποια καινοτομία θεωρούν τον χρόνο παράδοσης των προϊόντων, σε ποσοστό 22,5%, αλλά και την βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών τους σε ποσοστό 22,1%, ως τους σημαντικότερους παράγοντες. Γενικότερα, από τα παραπάνω φαίνεται πως οι επιχειρήσεις πρέπει να αναπροσαρμόζονται στις αλλαγές της αγοράς, υιοθετώντας πρακτικές που θα τις καταστήσουν ανταγωνιστικές, και άρα βιώσιμες (Porter, 1980).

5.7 Περιορισμοί της ερευνητικής προσπάθειας

Η παρούσα μελέτη διεξήχθη στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας, γεγονός που σημαίνει πως τα μέσα για τη συλλογή των δεδομένων ήταν περιορισμένα. Για το λόγο αυτό τα ερωτηματολόγια που συλλέχθηκαν και αναλύθηκαν προέρχονται από δύο μεγάλες πόλεις, την Αθήνα και την Πάτρα. Δεν υπήρχε η δυνατότητα να συμπληρωθούν τα ερωτηματολόγια και από επιστήμονες ελεύθερους επαγγελματίες άλλων περιοχών, όχι μόνο μεγαλουπόλεων αλλά και επαρχιών, ώστε να περιλαμβάνει μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Ακόμα ο αριθμός των ερωτηματολογίων είναι περιορισμένος (σαράντα) καθώς δεν υπήρχε η πρόσβαση σε μεγαλύτερο αριθμό επαγγελματιών.

5.8 Προτάσεις για έρευνα

Από τα παραπάνω φαίνεται πως έχουν διαφορετικές ανάγκες οι επιχειρήσεις των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών σε σχέση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στις οποίες έχει ριχθεί ιδιαίτερη προσοχή, με την πραγματοποίηση πολλών ερευνών για τις ανάγκες και τις επιδιώξεις τους σχετικά με την καινοτομία, την επιχειρηματικότητα και τον ανταγωνισμό. Το γεγονός πως δεν έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές έρευνες που να επιδιώκουν τη μελέτη και τον εντοπισμό των σημείων που χρήζουν προσοχής από τις επιχειρήσεις των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών, θα πρέπει να προβληματίσει την κοινή γνώμη, καθώς δεν τους παρέχεται μια ολοκληρωμένη εικόνα για τον τρόπο που μπορούν να γίνουν κι αυτές ανταγωνιστικές ώστε να διεκδικήσουν μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς, μεγαλύτερα κέρδη και να καταστούν βιώσιμες, εφαρμόζοντας καινοτομικές δράσεις.

Επομένως θα πρέπει η Πολιτεία να φροντίσει να καταρτίσει κατάλληλα τα Πανεπιστημιακά προγράμματα και να παρέχει κονδύλια για τη εκπόνηση τέτοιων

ερευνών, οι οποίες θα επιφέρουν πολλά θετικά αποτελέσματα για την ελληνική οικονομία, αφού θα ωθήσει να καταστούν τέτοιου είδους επιχειρήσεις ανταγωνιστικές, όχι μόνο στην εγχώρια αγορά, αλλά και στη διεθνή, επιφέροντας μεγάλα κέρδη για το ίδιο το κράτος .

Αντικείμενο μελέτης, επίσης, θα μπορούσε να αποτελέσει η διερεύνηση της απόδοσης των επιχειρήσεων των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών που εφαρμόζουν καινοτομίες, και να συγκριθούν με την αντίστοιχη απόδοση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που επίσης εφαρμόζουν καινοτομικές δράσεις. Ακόμα, σημαντικό θα ήταν να διερευνηθούν οι απόψεις που έχουν οι ίδιοι οι καταναλωτές-πελάτες για τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν καινοτομίες.

Τέλος η οικονομική κρίση που έχει οδηγήσει σε μειώσεις ρευστότητας, της ζήτησης σε προϊόντα ή υπηρεσίες, θα πρέπει να παρέχει ώθηση για περαιτέρω έρευνα στην καινοτομία και στην τεχνολογική γνώση, στην ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων και στην μεγαλύτερη συνεργασία τους με τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα, που όπως φαίνεται υπάρχει μικρή επικοινωνία. Μια τέτοια δράση προωθείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, με το πρόγραμμα "HORIZON 2020" με σκοπό την έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία (Βασσάκης 2, 2014) .

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Άρθρα

Damanpour , F. & Gopalakrishman, S.,(1998). Theories of organizational structure and innovation adoption: the role of environmental change. *Journal of Engineering and Technology Management*, 15 (1) p.1-24.

De Jong, J. & Vermeulen, P., (2007). Determinants of product innovation in a small firms: a comparison across industries. *International Small Business Journal*, 24, (6), p. 587-609.

Drucker, P. (1985). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 76 (6), p.149-157.

Βιβλία

Γεωργαντά, Ζ.,(2003). *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Management της επιχειρηματικής καινοτομίας*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ανικουλα

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (2004). *Βοηθώντας στη δημιουργία μιας Επιχειρηματικής κουλτούρας*.

Καραγιάννης, Η. & Μπακούρος, Ι., (2010). *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*, Θεσσαλονίκη : εκδόσεις Σοφία

Κριεμάδης Θ., (2012). Κεφάλαια «Θεωρητικά Μοντέλα Ανάπτυξης Καινοτομίας», σσ. 11 – 28, 'Η Καινοτομία στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις', Οικονομική Βιβλιοθήκη: Αθήνα

Μπουραντάς, Δ. (2005), *Ηγεσία : Ο δρόμος της διαρκούς επιτυχίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

Παπαναστασίου, Κ. & Παπαναστασίου, Ε. (2014). *Μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας* (2^η έκδοση). Λευκωσία

Χατζηκωνσταντίνου, Γ., Γωνιάδης, Η.,(2009). *Επιχειρηματικότητα και καινοτομία: από την ίδρυση στη διοίκηση και την επιβίωση της νέας επιχείρησης*. Αθήνα:Gutenberg

Porter, M., (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press

Rogers, E., (1995). *Diffusion of innovations* (4^η έκδοση). New York: The Free Press

Διαδίκτυο

Αποστολάκης, Α., (2014–15). *Διάλεξη 3^η: Θεωρητικά Μοντέλα Ανάπτυξης Καινοτομίας*.

[https://eclass.teicrete.gr/.../Καινοτομία%20Διάλεξη%203η%20\(2014%20-%2015\).ppt](https://eclass.teicrete.gr/.../Καινοτομία%20Διάλεξη%203η%20(2014%20-%2015).ppt)

Βασσάκης 1, Κ., (12/02/2014) Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D): βασικό συστατικό της καινοτομίας.

<http://www.epixeiro.gr/%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1/%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1-%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CF%80%CF%84%CF%85%CE%BE%CE%B7/14040-%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CF%80%CF%84%CF%85%CE%BE%CE%B7-r-d-%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%83%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1%CF%82>

Βασσάκης 2, Κ.,(06/08/2014) Καινοτομία και επιχειρηματικότητα: η στροφή στο μέλλον.

<http://www.epixeiro.gr/καινοτομία/έρευνα-ανάπτυξη/18536-καινοτομία-και-επιχειρηματικότητα-η-στροφή-στο-μέλλον>

ΓΓΕΤ , (2001) Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας

<http://www.gsrt.gr/central.aspx?sId=106I473I1207I646I438632&olID=835&neID=835&neTa=83&ncID=0&neHC=0&tbid=0&lrID=2&oldUIID=aI835I0I106I473I1207I0I2&actionID=load&JScript=1>

ΕΚΤ,(2015). *Καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις 2010-2012*. Αθήνα:Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών

http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/CIS_2010-2012_Greece_el.pdf

Βαδράτσικα, Ζ. (2013). *Μελέτη καταγραφής καλών πρακτικών σε θέματα ανάπτυξης επιχειρηματικότητας σε δυναμικούς τομείς της τοπικής οικονομίας*.

epimenoumedrama.gr/synergasia/dr1_kpe.pdf

Πραστάκος, Γ., Σπανός, Γ., & Κωστόπουλος, Κ., (2003). Καινοτομία : Προσδιοριστικοί Παράγοντες και Προβληματισμοί για το Μέλλον της Ελληνικής Καινοτομίας. Φεβρουάριος, Αθήνα

http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwjA0rXV5I7OAhWBzxQKHQxKCskQFggtMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.aueb.gr%2FUsers%2Fkalyvitis%2Fkainotomia_report%255B1%255D&usg=AFQjCNFoR1rdYDIVOWVpnQcomv61RsCgWQ

Σαχίνη, Ε., (2015). Οι επιδόσεις των ελληνικών ΜμΕ στην Έρευνα, Ανάπτυξη και Καινοτομία: Τι δείχνουν τα πιο πρόσφατα στοιχεία. *EKT (Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης)*.

<http://metrics.ekt.gr/el/statistika-etak/arthra/294>

Morisson, P., (1996). Testing a framework for the adoption of technological innovations by organizations and the role of leading edge users. *Institute for the Study of Business Markets*, σ.1-17

http://scholar.google.gr/scholar?q=Morrison%2C+P.%2C+%28+1996%29.Tes+ting+a+framework+for+the+adoption+of+technological+innovations+by+organ+izations+and+the+role+of+leading+edge+users.+Inst+Study+Bus+Mark%2C+%CF%83.1-17&btnG=&hl=el&as_sdt=0%2C5&as_vis=1

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο

Μέρος Πρώτο: Η Επιχείρηση

11. Αριθμός απασχολουμένων:

1.	0	
2.	1-3	
3.	4-5	
4.	6-8	
5.	>9	

12. Χρήση Λογισμικού για:

		ΝΑΙ	ΟΧΙ
1.	Γραμματειακή υποστήριξη		
2.	Λογιστήριο		
3.	Διαχείριση Πελατών		
4.	Αγορές – Διαχείριση Προμηθευτών		
5.	Αποθήκη		

13. Χρήση του Διαδικτύου για:

		ΝΑΙ	ΟΧΙ
1.	Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)		
2.	Δικτυακό τόπο (web site) της επιχείρησης		
3.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με προμηθευτές		
4.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με πελάτες		
5.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με τις τράπεζες		
6.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με δημόσιους φορείς		

18. Έχετε υποβάλει πρόταση σε κάποιο από τα επιδοτούμενα επενδυτικά προγράμματα; (π.χ. ΕΣΠΑ, Αναπτυξιακός Νόμος)

1.	ΝΑΙ	
2.	ΟΧΙ	

19. Σπουδές Επιχειρηματία

1.	Μεταπτυχιακός/Διδακτορικός Τίτλος	
2.	Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	
3.	Μέση εκπαίδευση – ΙΕΚ	
4.	Βασική εκπαίδευση	

20. Φύλο Επιχειρηματία

1.	Ανδρας	
2.	Γυναίκα	

21. Ηλικία Επιχειρηματία

1.	18-24	
2.	25-34	
3.	35-44	
4.	55-64	

22. Νομική μορφή επιχείρησης

1.	Ατομική επιχείρηση	
2.	ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρεία)	

Μέρος Δεύτερο: Επιχειρηματικότητα

1. Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
1.1	Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις					
1.2	Η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων					
1.3	Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά					
1.4	Η δυσκολία στη λήψη δανείων					
1.5	Γενικά η οικονομική κρίση					
1.6	Η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών					
1.7	Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών					
1.8	Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων					

2. Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
2.1	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων					
2.2	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου					
2.3	Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους					

		1	2	3	4	5
2.4.	Η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της					
2.5.	Τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού					
2.6.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παρέχει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοιες ή καλύτερες υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος					

3. Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησής σας

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με την αναμενόμενη αποτελεσματικότητα ενεργειών για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησής σας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
3.1	Βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες					
3.2	Αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων					
3.3	Μείωση του κόστους παραγωγής					
3.4	Επένδυση σε νέες τεχνολογίες					
3.5	Μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία					
3.6	Μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης					
3.7	Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών της επιχείρησης					
3.8	Βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού					

4 Λόγοι για τους οποίους αναλάβετε την επιχειρηματική δραστηριότητα

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

(1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5

		1	2	3	4	5
4.1	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο					
4.2	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων					
4.3	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης					
4.4	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας					
4.5	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση					

Μέρος Τρίτο: Καινοτομία

6. Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Παρακαλούμε σημειώστε με X το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
6.1	Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων					
6.2	Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας					
6.3	Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών					
6.4	Το υψηλό κόστος καινοτομίας					
6.5	Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού					
6.6	Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών					

7. Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Παρακαλούμε σημειώστε με X το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
7.1	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών					
7.2	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις					
7.3	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων					
7.4	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις					
7.5	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού					
7.6	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο					
7.7	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό					

8. Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τα αναμενόμενα αποτελέσματα της καινοτομίας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
8.1	Αύξηση της γκάμας των υπηρεσιών					
8.3	Αύξηση του μεριδίου της αγοράς					
8.4	Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών					
8.5	Βελτίωση της ευελιξίας της παροχής υπηρεσιών					

9. Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό σημαντικότητας των παρακάτω πηγών για την εύρεση πληροφοριών για καινοτόμες δράσεις. (1= Καθόλου σημαντική, 2=Λίγο σημαντική, 3=Αρκετά σημαντική 4=Πολύ σημαντική, 5= Πάρα πολύ σημαντική)

		1	2	3	4	5
9.1	Εσωτερικές πηγές					
9.2	Προμηθευτές					
9.3	Πελάτες					
9.4	Ανταγωνιστές					
9.5	Σύμβουλοι					
9.6	Πανεπιστήμια – ΤΕΙ					
9.7	Ερευνητικά Ιδρύματα					
9.8	Συνέδρια – Εκθέσεις					
9.9	Επιστημονικά Περιοδικά					

10. Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** την απάντησή σας σχετικά με την επίτευξη ή μη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρησή σας την τελευταία τριετία.

		ΝΑΙ	ΟΧΙ
10.1	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται οι υπηρεσίες;		
10.3	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργία της;		
10.4	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;		
10.5	Οι υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;		