

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΔΡΟΥΝ ΣΤΗΝ
ΑΝΑΛΗΨΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ
ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ»**



ΡΟΥΝΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ
ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2017

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1.2 ΣΚΟΠΟΣ-ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	5
1.3 ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	7
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ	7
2.1 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	7
2.2 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΜΕΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	9
2.3 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	10
2.4 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	12
2.5 Η ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	14
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	14
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ	14
3.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	14
3.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	14
3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ	15
3.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	17
ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	72
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	72
5.1 ΣΚΟΠΟΣ-ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	72
5.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	72

5.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	74
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	76
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ	77
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	77

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμφωνα με τον VandeVen (1986) ως καινοτομία ορίζεται η ανάπτυξη και εφαρμογή νέων ιδεών από τους ανθρώπους, οι οποίοι εμπλέκονται κατά τη διάρκεια του χρόνου σε συναλλαγές με άλλους στο πλαίσιο της θεσμικής λειτουργίας. Σαν συνέχεια αυτού του ορισμού ο Porter (1990) επισημαίνει ότι οι επιχειρήσεις αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όταν καινοτομούν. Προσεγγίζουν την καινοτομία, με την ευρύτερη έννοια, υιοθετώντας, τόσο καινούργιες τεχνολογίες όσο και καινούργιους τρόπους παραγωγής προϊόντων (Porter 1990). Συνεπώς η καινοτομία μπορεί να προσδιοριστεί σαν το μέσο με το οποίο οι επιχειρήσεις προβάλλουν το συγκριτικό του πλεονέκτημα και κερδίζουν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Οι κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές των τελευταίων ετών, σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες και ιδιαίτερα στις μεγάλες πόλεις και αστικές περιοχές, είχαν ως αποτέλεσμα την ένταση των ρυθμών ζωής και τη δυναμική ανάπτυξη της κάθε μορφής Εστίασης Εκτός Κατοικίας (EEK).

Οι δαπάνες για εστίαση εκτός κατοικίας των ελληνικών νοικοκυριών, από την τελευταία Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών προκύπτουν τα ακόλουθα:

- ο μέσος όρος των μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για εστίαση εκτός κατοικίας διαμορφώθηκε σε €82,29 την περίοδο 1998/99, σημειώνοντας ποσοστιαία αύξηση 42,5%,
- το ποσοστό συμμετοχής των μηνιαίων δαπανών για εστίαση εκτός κατοικίας στη συνολική δαπάνη για διατροφή ανήλθε σε 36,2%

Τέλος, όσον αφορά στο σύνολο του κλάδου της εστίασης, επισημαίνεται ότι περιλαμβάνει πλήθος μεμονωμένων και ανεξάρτητων καταστημάτων, γεγονός που καθιστά ιδιαίτερα δύσκολη τη συγκέντρωση στατιστικών στοιχείων σχετικά με το

μέγεθος αγοράς και τη διαχρονική εξέλιξη των επιμέρους υποκλάδων (εστιατόρια, ψησταριές, ταβέρνες, κλπ).

1.2 ΣΚΟΠΟΣ-ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη και η καταγραφή των απόψεων των επιχειρηματιών που ασχολούνται με τον κλάδο της μαζικής εστίασης σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία.

Όσον αφορά τους στόχους της παρούσας μελέτης είναι οι εξής:

Η διερεύνηση των παραγόντων που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των παραγόντων που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των ενεργειών που βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση των επιχειρήσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των παραγόντων που δυσχεραίνουν των επίτευξη καινοτόμων δράσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των αποτελεσμάτων που αναμένονται από την ανάλυση καινοτόμων δράσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης

Η διερεύνηση της σημαντικότητας των πηγών πληροφόρησης που αφορούν τις καινοτόμες δράσεις στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση σχετικά με τη επίτευξη ή μη καινοτόμων δράσεων από τις επιχειρήσεις στον κλάδο της μαζικής εστίασης την τελευταία τριετία.

1.3 ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας παρουσιάζεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση προσδιορίζοντας αρχικά την έννοια και τα χαρακτηριστικά του κλάδου της μαζικής εστίασης. Στη συνέχεια παρουσιάζεται το θεσμικό πλαίσιο που αφορά το

συγκεκριμένο κλάδο και τέλος παρουσιάζεται το εύρος της εγχώριας αγοράς εστιατορίων.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έρευνα, η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε και οι περιορισμοί που παρουσιάστηκαν κατά την εκπόνηση της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται η ανάλυση των δεδομένων που εισήχθησαν στο στατιστικό πρόγραμμα spssπροκειμένου να διεξαχθούν τα συμπεράσματα.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται οι σκοποί και οι στόχοι της έρευνας, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την ερευνητική διαδικασία και μια σειρά από προτάσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

2.1 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά του κλάδου της μαζικής εστίασης κατά τα τελευταία χρόνια είναι η επέκταση των αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης. Οι οργανωμένες αλυσίδες κερδίζουν έδαφος σε βάρος των παραδοσιακών μεμονωμένων εστιατορίων, επεκτείνοντας τα καταστήματα του δικτύου τους που έχουν κοινή οργάνωση και εμπορικό σήμα, στοχεύοντας στην ευρεία αναγνωρισιμότητά τους από το καταναλωτικό κοινό. Η διάδοση του θεσμού της δικαιόχρησης (Franchising) συνετέλεσε στην ταχύτερη επέκταση των δικτύων καταστημάτων των αλυσίδων (ICAP, 2009)

Η εγχώρια αγορά εστίασης μέσω οργανωμένων αλυσίδων γρήγορης εξυπηρέτησης ακολούθησε ανοδική πορεία την περίοδο 1992-2008 με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 15,2%. Τονίζεται ότι, μετά το 2000 η αγορά συνεχίζει να αυξάνει, αλλά ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης επιβραδύνεται συγκριτικά με την περίοδο 1992-2000. Το 2008 η αξία της συνολικής αγοράς γρήγορης εστίασης μέσω αλυσίδων γρήγορης εξυπηρέτησης αυξήθηκε κατά 8,6% σε σχέση με το 2007, γεγονός που αποδίδεται κυρίως στην θετική απόδοση της κατηγορίας snack-sandwich και της κατηγορίας Pizza. Στα εκτιμώμενα μεγέθη αυτά δεν περιλαμβάνονται τα «ανεξάρτητα» καταστήματα που δεν ανήκουν σε οργανωμένες αλυσίδες.(ICAP, 2009)

Η ανάπτυξη που παρουσίασε ο κλάδος των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, συνδέεται άμεσα με την τάση αλλαγής των καταναλωτικών συνηθειών. Κατά κύριο λόγο το φαινόμενο αυτό οφείλεται στις αυξημένες επαγγελματικές υποχρεώσεις των μελών της σύγχρονης οικογένειας και στη γενικότερη επιτάχυνση των ρυθμών ζωής, ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά κέντρα. Επιπλέον, η αυξανόμενη απασχόληση των γυναικών καθιστά οξύτερο το πρόβλημα της προετοιμασίας του καθημερινού φαγητού της οικογένειας. Υπό τις συνθήκες αυτές, η μείωση του διαθέσιμου χρόνου συμβάλλει στην αυξημένη ζήτηση των νοικοκυριών για έτοιμο φαγητό, ανάγκη την οποία καλύπτουν και τα καταστήματα του εξεταζόμενου κλάδου. (ICAP, 2009)

Η εξεταζόμενη αγορά διαχωρίζεται στις εξής τέσσερις κύριες κατηγορίες ανάλογα με το βασικό προσφερόμενο μενού: Burger, Pizza, Snack / Sandwich και Σουβλάκι. Το 2008 τη μεγαλύτερη συμμετοχή στη συνολική αγορά εστίασης μέσω οργανωμένων αλυσίδων γρήγορης εξυπηρέτησης είχε η κατηγορία Burger με 36,5% και ακολούθησε η κατηγορία Snack / Sandwich της οποίας το μερίδιο ανήλθε σε 29,5%. Η κατηγορία pizza συμμετείχε με 23,9% στο σύνολο της εξεταζόμενης αγοράς. Το υπόλοιπο 10% μοιράζονται αλυσίδες εστιατορίων που ασχολούνται με το σουβλάκι με (7,8%), καθώς και άλλων τύπων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης που δεν μπορούν να καταταχθούν σε κάποια από τις προαναφερόμενες κατηγορίες (2,3%)(ICAP, 2009)

Η πορεία της κάθε αλυσίδας επηρεάζεται τόσο από την στρατηγική επέκτασης που ακολουθεί, όσο και από το είδος των προϊόντων που προσφέρει. Όσον αφορά στην επέκταση των δικτύων, εντονότερη ανάπτυξη κατά την τελευταία τριετία εμφάνισαν τα καταστήματα της κατηγορίας snack – sandwich και τα καταστήματα pizza, ενώ αυξημένα είναι συνολικά και τα καταστήματα της ομάδας “λοιπές κατηγορίες”. Αντίθετα, μείωση παρουσιάζει η κατηγορία ‘σουβλάκι – ethnic’ και στασιμότητα τα δίκτυα τύπου burger.

Οι περισσότερες αλυσίδες γρήγορης εξυπηρέτησης αναπτύσσουν τα δίκτυα τους στα μεγάλα αστικά κέντρα, ενώ τα τελευταία χρόνια έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητές τους και σε επαρχιακές πόλεις. Στην «αποκεντρωτική» τάση κυρίαρχη αναδεικνύεται η κατηγορία Burger που έχει παρουσία στους περισσότερους νομούς της χώρας, ενώ ακολουθούν σε έκταση γεωγραφικής κάλυψης οι κατηγορίες Pizza και Snack / Sandwich (ICAP, 2009)

Στα πλαίσια της μελέτης έγινε και χρηματοοικονομική ανάλυση των αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης βάσει επιλεγμένων αριθμοδεικτών. Επίσης, συνετάχθη ομαδοποιημένος ισολογισμός 15 επιχειρήσεων του κλάδου (εκ των οποίων 10 κερδοφόρες), για τις οποίες υπήρχαν διαθέσιμα στοιχεία ισολογισμών των χρήσεων 2006 και 2007. Όπως προκύπτει από τα δεδομένα αυτά, το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων του δείγματος παρουσίασε ελαφρά άνοδο (κατά 1,3%) το 2007 σε σχέση με το 2006, ενώ το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων σημείωσε αύξηση 3,9% την ίδια περίοδο.

Οι συνολικές πωλήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος αυξήθηκαν κατά 6,2% το 2007 σε σχέση με το 2006, ενώ τα κέρδη EBITDA των εταιρειών του δείγματος μειώθηκαν κατά 21,9% τη διετία 2007/06. Το τελικό καθαρό αποτέλεσμα των

εταιρειών του δείγματος παρέμεινε αρνητικό και τα δύο έτη, με αξιόλογη όμως μείωση των ζημιών το 2007 σε σχέση με το 2006. (ICAP, 2009)

Οι κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές των τελευταίων ετών, σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες και ιδιαίτερα στις μεγάλες πόλεις και αστικές περιοχές, είχαν ως αποτέλεσμα την ένταση των ρυθμών ζωής και τη δυναμική ανάπτυξη της κάθε μορφής Εστίασης Εκτός Κατοικίας (EEK).

Όσον αφορά στις δαπάνες για εστίαση εκτός κατοικίας των ελληνικών νοικοκυριών, από την τελευταία Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών που διεξήχθη την περίοδο 1998/99, προκύπτουν τα ακόλουθα:

- ο μέσος όρος των μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για εστίαση εκτός κατοικίας διαμορφώθηκε σε €2,29 την περίοδο 1998/99, σημειώνοντας ποσοστιαία αύξηση 42,5%, καθώς το αντίστοιχο ποσό στο διάστημα 1993/94 ήταν €7,76.
- το ποσοστό συμμετοχής των μηνιαίων δαπανών για εστίαση εκτός κατοικίας στη συνολική δαπάνη για διατροφή ανήλθε σε 36,2% το 1998/99 από 24,3% το 1993/94. (επαγγελματικό επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, 2005)

2.2 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΜΕΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Ο διοικητικός τομέας της μαζικής εστίασης έχει σαν βασικό στόχο την μέγιστη αποδοτικότητα τους. Γι αυτό το λόγο δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην λειτουργία αυτού του τομέα. Το πρώτο βήμα που πρέπει να πραγματοποιηθεί είναι ο προσδιορισμός των αντικειμενικών σκοπών και στη συνέχεια ακολουθεί η υλοποίηση και επίτευξη αυτών των σκοπών στο έμμεσο και στο άμεσο μέλλον.

Το σημαντικότερο εργαλείο αυτού του τομέα είναι η πρόβλεψη πάνω στην οποία στηρίζεται ενώ η υποχρέωση της κάθε επιχείρησης είναι να προγραμματίζει τις δραστηριότητές της. (Ηγουμενάκης, 1991)

Στα πλαίσια του προγράμματος δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων αυτού του είδους περιλαμβάνονται:

- Η εξέλιξη της πορείας των δραστηριοτήτων.
- Οι στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν.

- Η διαδικασία που θα αναπτυχθούν οι δραστηριότητες.
- Τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων.
(Λαλούμης, 1996)

Για να υλοποιηθούν αυτές οι δραστηριότητες χρησιμοποιούνται ορισμένα προγράμματα τα οποία είναι:

- Ø Το πρόγραμμα παραγωγής: στο συγκεκριμένο πρόγραμμα προβλέπονται σε μια επιχείρηση η παραγωγή, η μεταποίηση και η προσφορά των υπηρεσιών και των προϊόντων της επιχείρησης.
- Ø Το πρόγραμμα πωλήσεων: στο συγκεκριμένο πρόγραμμα δίνεται βάση στις προβλέψεις των πωλήσεων της επιχείρησης μέσα σε ένα συγκεκριμένο διάστημα ανάλογα με την υφιστάμενη κατάσταση της αγοράς.
- Ø Το πρόγραμμα εφοδιασμού: στο συγκεκριμένο πρόγραμμα προβλέπεται ο εφοδιασμός της επιχείρησης στον οποίο περιλαμβάνονται τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν, τα ποτά κλπ.
- Ø Το χρηματοοικονομικό πρόγραμμα: στο συγκεκριμένο πρόγραμμα προβλέπονται η διαθεσιμότητα του ταμείου, προϋπολογίζονται οι επενδύσεις, οι διαφημίσεις κλπ.
- Ø Το χρηματοπιστωτικό πρόγραμμα: το συγκεκριμένο πρόγραμμα προβλέπει τις δαπάνες της επιχείρησης που σχετίζονται με τον ανεφοδιασμό, τη συντήρηση ή αντικατάσταση του εξοπλισμού. Για παράδειγμα μια επιχείρηση μπορεί να προβλέψει ότι σε ένα χρόνο θα αλλάξει τα τραπεζοκαθίσματα και μετά από ένα χρόνο θα αντικαταστήσει τον εξοπλισμό της κουζίνας. (Ηγουμενάκης, 1991)

2.3 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Στη οργάνωση των επιχειρήσεων μαζικής εστίασης περιλαμβάνονται:

- Ο προσδιορισμός των σχέσεων ανάμεσα σε δραστηριότητες της επιχείρησης που πρέπει να υλοποιηθούν.
- Ο καθορισμός του προσωπικού που θα υλοποιήσει τις δραστηριότητες

- Ο προσδιορισμός των υλικών που θα χρειαστούν για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων.
- Ο συντονισμός των πόρων που είναι ταμιακά διαθέσιμοι από τον μανάτζερ της επιχείρησης. (Dibb, Simkin, 1994)

Οι κυριότεροι παράγοντες που σχετίζονται με την επιτυχημένη οργάνωση σε μια επιχείρηση είναι:

- Η διαίρεση και ο καταμερισμός της εργασίας.
- Η διαμόρφωση βαθμίδων εξουσίας.
- Η εξίσωση εξουσίας και ευθύνης.

Πιο συγκεκριμένα, μια επιχείρηση οργανώνεται, δημιουργώντας ορισμένα τμήματα που το καθένα έχει τις δικές του αρμοδιότητες για μια συγκεκριμένη λειτουργία της επιχείρησης. Στο κάθε τμήμα διαμορφώνονται οι σχέσεις τους με την εξουσία στις οποίες περιλαμβάνονται και οι ευθύνες που τους αναλογούν. (Davis, Stones, 1992)

Μόλις ολοκληρωθεί ο προσδιορισμός του προγράμματος που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες της επιχείρησης, για να μπορέσει να οργανωθεί η επιχείρηση και να λειτουργήσει, χρειάζονται ορισμένες οδηγίες και κατευθύνσεις τις οποίες τις αναλαμβάνει η Διεύθυνση της κάθε επιχείρησης δηλαδή το Management. Τα άτομα τα οποία αναλαμβάνουν τα συγκεκριμένα καθήκοντα και προσπαθούν να πετύχουν τους στόχους που έχει θέσει η κάθε επιχείρηση ονομάζονται managers. (Dibb, Simkin, 1994)

Τα καθήκοντα και οι δραστηριότητες της Διεύθυνσης της επιχείρησης είναι:

- Ø Ο προσδιορισμός του προγράμματος δραστηριοτήτων.
- Ø Η οργάνωση των δραστηριοτήτων που πρέπει να υλοποιηθούν. Στην οργάνωση συμπεριλαμβάνονται ο προσδιορισμός του προσωπικού που θα χρειαστούν για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων, η ασφάλισή του, ο μισθός του, οι προαγωγές κλπ.

Ο έλεγχος των εμπορικών συναλλαγών όπως είναι για παράδειγμα οι πωλήσεις. (Davis, Stones, 1992)

Με τον ίδιο τρόπο λειτουργεί και το τμήμα Διεύθυνσης μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης. Ο ρόλος της διεύθυνσης είναι πολύ σημαντικός καθώς δεν αρκεί μόνο η ίδρυση μιας ξενοδοχειακής μονάδας αλλά είναι υψίστης σημασίας η δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Γι

αυτό το λόγο λοιπόν, έρχονται να προστεθούν στις αρμοδιότητες της Διεύθυνσης η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις και η επιλογή των μέσων για την αύξηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης. (Dibb, Simkin, 1994)

2.4 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Οι επιχειρήσεις του κλάδου πρέπει να λειτουργούν βάσει του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου που καθορίζει διάφορα θέματα, που σχετίζονται κατά κύριο λόγο με την υγιεινή και ασφάλεια των τροφίμων, την πληροφόρηση και ασφάλεια των καταναλωτών και θέματα αγορανομικού και υγειονομικού ενδιαφέροντος.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ο Κανονισμός 1169/2011 για την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές θεσπίζει τις γενικές αρχές, απαιτήσεις και υποχρεώσεις που διέπουν τις πληροφορίες για τα τρόφιμα. Με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα επιδιώκεται υψηλό επίπεδο προστασίας της υγείας και των συμφερόντων των καταναλωτών, αυτή αποτελεί δε τη βάση για να επιλέγουν οι τελικοί καταναλωτές ενήμεροι και να κάνουν ασφαλή χρήση των τροφίμων, με ιδιαίτερη έμφαση στους υγειονομικούς, οικονομικούς, περιβαλλοντικούς, κοινωνικούς και δεοντολογικούς παράγοντες. Ο κανονισμός ισχύει για τους υπευθύνους επιχειρήσεων τροφίμων σε όλα τα στάδια της τροφικής αλυσίδας και για όλα τα τρόφιμα που προορίζονται για τον τελικό καταναλωτή, περιλαμβανομένων των τροφίμων που διατίθενται από τις μονάδες ομαδικής εστίασης και των τροφίμων που προορίζονται να παραδοθούν στις μονάδες ομαδικής εστίασης.

Η βασική νομοθετική πράξη που ρυθμίζει θέματα επισήμανσης τροφίμων είναι η Οδηγία 2000/13/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση των τροφίμων. Τα σημαντικότερα μέρη της Οδηγίας 2000/13/EK έχουν περιληφθεί στο άρθρο 11 του Ελληνικού Κώδικα Τροφίμων και Ποτών (έκδοση 2009).

Η νέα υγειονομική διάταξη (Υ.Α. Υ1γ/Γ.Π/ οικ. 96967/2012 – «Υγειονομικοί όροι και προϋποθέσεις λειτουργίας επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών και άλλες διατάξεις») φέρνει στην καθημερινότητα, τόσο των επιθεωρητών όσο και των επιχειρηματιών και χειριστών τροφίμων τον αυτοέλεγχο των επιχειρήσεων και την

εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας - υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων. Σύμφωνα με τη διάταξη, αναφορικά με την αδειοδότηση των καταστημάτων, θα γίνεται πλέον με επίσημο τρόπο έλεγχος, σε σχέση με την εφαρμογή των συστημάτων αυτοελέγχου, όπως είναι το HACCP. Το σύστημα HACCP (Ανάλυση Επικινδυνότητας-Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου, HazardAnalysisCriticalControlPoints) είναι ένα σύστημα ελέγχου τροφίμων που στηρίζεται στην πρόληψη. Ο εκ των προτέρων προσδιορισμός, ανίχνευση και εκτίμηση των διαδικασίας δίνει την ευκαιρία για τη λήψη προληπτικών μέτρων με σκοπό την αποφυγή τους (Αμβροσιάδης 2001).

2.5 Η ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Ο περιορισμός της αγοραστικής δύναμης μεγάλης μερίδας καταναλωτών, λόγω της γενικότερης οικονομικής ύφεσης που βιώνει η χώρα, έχει επηρεάσει αρνητικά και τον κλάδο της εστίασης, με αποτέλεσμα να το μέγεθος της αγοράς εστίασης να παρουσιάζει μείωση τα τελευταία χρόνια. Ειδικότερα, η αξία της αγοράς (σε τιμές καταναλωτή) εκτιμάται στο ποσό των €4.400 εκ. το 2011, καταγράφοντας πτώση της τάξης του 15% σε σχέση με το 2010. Την περίοδο 2010/09 το ποσοστό μείωσης υπολογίζεται σε 8%. Η καθοδική πορεία της αγοράς θα συνεχισθεί και το 2012 (προβλεπόμενος ρυθμός μείωσης περίπου 9%).

Παράγοντες του κλάδου επισημαίνουν ότι, δεν έχει μειωθεί τόσο πολύ η “κίνηση” των ατόμων στα εστιατόρια, όσο η αξία της κατανάλωσης αυτών (μικρότερες μέσες αποδείξεις), ώστε να μπορέσουν με αυτό τον τρόπο τα νοικοκυριά να ανταπεξέλθουν στις συνολικές τους υποχρεώσεις. Η επίδραση της οικονομικής ύφεσης στον κλάδο είναι διαφορετική ανάλογα με την κατηγορία των καταστημάτων.(Ετήσια Έκθεση, 2012)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο αποτελεί τη μεθοδολογία της έρευνας. Στους στόχους της συγκεκριμένης έρευνας περιλαμβάνεται η διερεύνηση των απόψεων των επιχειρηματιών μαζικής εστίασης σχετικά με την ανάληψη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων. Ειδικότερα αυτό το κεφάλαιο αποτελείται από τις εξής υποενότητες: τα ερευνητικά ερωτήματα, η επιλογή της ποσοτικής ανάλυσης, η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε και πραγματοποιήθηκε η έρευνα, η επιλογή του δείγματος, η στατιστική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των αποτελεσμάτων καθώς επίσης και οι περιορισμοί της έρευνας που παρουσιάζονται.

3.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Σχετικά με την επιλογή της ποσοτικής ανάλυσης θα πρέπει να αναφερθεί ότι το αρχικό στάδιο για την υλοποίηση μιας έρευνας είναι η επιλογή του δείγματος και πιο συγκεκριμένα τα άτομα τα οποία θα ερωτηθούν και θα συμμετάσχουν σε αυτή την έρευνα. (Σιώμος, Βασιλακόπουλος, 2005)

3.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Για την υλοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο μέσα από το οποίο πραγματοποιήθηκε η συλλογή δεδομένων. Οι ερωτήσεις που περιλαμβάνονταν στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο ήταν 13 κύριες ερωτήσεις με διττές απαντήσεις κλειστού τύπου, οι 8 ερωτήσεις εμπεριείχαν από 5 έως 10 υποερωτήσεις και αυτά με διττές απαντήσεις.

:

Παρακάτω παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την υλοποίηση της έρευνας και το οποίο βρίσκεται αναρτημένο στο παράρτημα στο τέλος της εργασίας.

<https://docs.google.com/forms/d/1wwRalaVfdr9nf6yXRaxaFUfj9JnS3ckSzAe7QcT1Gs/viewform>

Το δείγμα της έρευνας απαρτιζόταν από 60 επιχειρηματίες 30 ερωτηθέντες σε ποσοστό 50% απάντησαν πως απασχολούν στην επιχείρησή τους από 1 έως 9 άτομα, 23 ερωτηθέντες σε ποσοστό 38,3% απάντησαν πως απασχολούν στην

επιχείρηση τους από 10 έως 49 άτομα ενώ την ίδια στιγμή 5 ερωτηθέντες σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως απασχολούν στην επιχείρηση τους από 50 έως 249 άτομα τέλος μόνο 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως εργάζονται στην επιχείρηση τους πάνω από 250 άτομα. Ταυτόχρονα 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10% απάντησαν πως διαθέτουν κάποιο Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό τίτλο, 36 ερωτηθέντες σε ποσοστό 60% απάντησαν πως διαθέτουν κάποιο Πτυχίο από ΑΕΙ / ΤΕΙ, 12 ερωτηθέντες σε ποσοστό 20% απάντησαν πως διαθέτουν κάποιο Πτυχίο από ΙΕΚ ή απολυτήριο μέσης εκπαίδευσης και 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10% απάντησαν πως έχουν ολοκληρώσει τη Βασική εκπαίδευση. Την ίδια στιγμή 30 ερωτηθέντες σε ποσοστό 50% απάντησαν πως είναι Άνδρες και τα υπόλοιπα 30 άτομα του δείγματος απάντησαν πως είναι Γυναίκες. Επίσης 11 ερωτηθέντες σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως είναι ηλικίας από 18 έως 24 ετών ενώ ίσα άτομα σε αριθμό ήταν και αυτοί που ήταν από 25 έως 34 ετών. Την ίδια στιγμή 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως η ηλικία τους ήταν από 35 έως 44 έτη ενώ 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως είναι από 45 έως 54 ετών, τέλος μόνο 4 άτομα απάντησαν πως ήταν από 55 ετών και άνω σε ποσοστό 6,7%. Τέλος 31 ερωτηθέντες σε ποσοστό 51,7% απάντησαν πως διαθέτουν ατομικές επιχειρήσεις, 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως διαθέτουν Ομόρρυθμες εταιρίες ενώ 5 άτομα σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως είναι ιδιοκτήτες Ετερόρρυθμων εταιριών, την ίδια στιγμή 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαθέτουν ΕΠΕ και 7 άτομα σε ποσοστό 11,7% ήταν ιδιοκτήτες Α.Ε

3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ

Για την ανάλυση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα PASW STATISTICS SPSS. Η λήψη των δεδομένων για τη στατιστική ανάλυση πραγματοποιήθηκε από το αρχείο Excel του Google Docs. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται στο επόμενο κεφάλαιο με τη μορφή πινάκων.

3.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Όσον αφορά τους περιορισμούς της έρευνας περιλαμβάνονται:

- Περιορισμοί που αφορούν την οικονομική κρίση: το γεγονός ότι η κρίση έχει αναστείλει τη λειτουργία πολλών επιχειρήσεων υπάρχει περιορισμός του δείγματος.
- Περιορισμοί που αφορούν τη μη προσβασιμότητα: υπάρχουν ακόμα και σήμερα αρκετά άτομα τα οποία δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1. Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα

- Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.1 παρατηρείται πως 14 ερωτηθέντες σε ποσοστό 23,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα ενώ 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 22 άτομα σε ποσοστό 36,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό. Συνεπώς η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις είναι από τους παράγοντες εμποδίζον την επιχειρηματική δραστηριότητα στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Πίνακας 1.1 : Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις. Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	14	23,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	4	6,7
	Μάλλον συμφωνώ	22	36,7
	Συμφωνώ απόλυτα	20	33,3
	Total	60	100,0

- η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.2 παρατηρείται πως 4 ερωτηθέντες σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, 6 άτομα σε ποσοστό 10% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 14 άτομα σε ποσοστό 23,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας 1.2 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων. Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	4	6,7
	Μάλλον διαφωνώ	6	10,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	19	31,7
	Μάλλον συμφωνώ	14	23,3
	Συμφωνώ απόλυτα	17	28,3
	Total	60	100,0

- το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.3 παρατηρείται πως 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα ενώ 10 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια

στιγμή παρατηρείται πως 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και 26 άτομα σε ποσοστό 43,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας1.3 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	8	13,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10	16,7
	Μάλλον συμφωνώ	16	26,7
	Συμφωνώ απόλυτα	26	43,3
	Total	60	100,0

- η δυσκολία στη λήψη δανείων

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.4 παρατηρείται πως 4 ερωτηθέντες σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η δυσκολία στη λήψη δανείων εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 22 άτομα σε ποσοστό 36,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 3 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η δυσκολία στη λήψη δανείων εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και 21 άτομα σε ποσοστό 35% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας1. Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η δυσκολία στη λήψη δανείων Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	4	6,7
	Μάλλον διαφωνώ	10	16,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	22	36,7
	Μάλλον συμφωνώ	3	5,0
	Συμφωνώ απόλυτα	21	35,0
	Total	60	100,0

· Η οικονομική κρίση

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.5 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι γενικά η οικονομική κρίση εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, 7 άτομα σε ποσοστό 11,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι γενικά η οικονομική κρίση εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και 25 άτομα σε ποσοστό 41,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας1.5 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η οικονομική κρίση Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	7	11,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10	16,7
	Μάλλον συμφωνώ	16	26,7
	Συμφωνώ απόλυτα	25	41,7

Πίνακας 1.5 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η οικονομική κρίση Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	7	11,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10	16,7
	Μάλλον συμφωνώ	16	26,7
	Συμφωνώ απόλυτα	25	41,7
	Total	60	100,0

· **η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.6 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, ισάριθμα άτομα απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι γενικά η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και 18 άτομα σε ποσοστό 30% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 1.6 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	21	35,0
	Μάλλον συμφωνώ	17	28,3
	Συμφωνώ απόλυτα	18	30,0
	Total	60	100,0

- η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.7 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, 22 άτομα σε ποσοστό 36,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ ισάριθμα άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 7 άτομα σε ποσοστό 11,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι γενικά η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και ισάριθμα συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας1. Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	22	36,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	22	36,7
	Μάλλον συμφωνώ	7	11,7
	Συμφωνώ απόλυτα	7	11,7
	Total	60	100,0

- η έλλειψη ικανών υπαλλήλων εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.8 παρατηρείται πως 15 ερωτηθέντες σε ποσοστό 25% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η έλλειψη ικανών υπαλλήλων εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα ενώ 12 άτομα σε ποσοστό 20% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 14 άτομα σε ποσοστό 23,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι γενικά η έλλειψη ικανών υπαλλήλων εμποδίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας1.8 Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα: η έλλειψη ικανών υπαλλήλων Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	15	25,0
	Μάλλον διαφωνώ	11	18,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	12	20,0
	Μάλλον συμφωνώ	14	23,3
	Συμφωνώ απόλυτα	8	13,3
	Total	60	100,0

2. Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας

- η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων

Σύμφωνα με τον Πίνακα 2.1 παρατηρείται πως 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ 12 άτομα σε ποσοστό 20% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι γενικά η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και 23 άτομα σε ποσοστό 38,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 2.1 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας: η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	4	6,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	12	20,0
	Μάλλον συμφωνώ	21	35,0
	Συμφωνώ απόλυτα	23	38,3
	Total	60	100,0

- η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου

Σύμφωνα με τον Πίνακα 2.2 παρατηρείται πως 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ 17 άτομα σε

ποσοστό 28,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και 33 άτομα σε ποσοστό 55% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας2.2 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας: η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	17	28,3
	Μάλλον συμφωνώ	8	13,3
	Συμφωνώ απόλυτα	33	55,0
	Total	60	100,0

- η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους

Σύμφωνα με τον Πίνακα 2.3 παρατηρείται πως 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ 11 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 29 άτομα σε ποσοστό 48,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και 18 άτομα σε ποσοστό 30% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 2.3 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας: η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11	18,3
	Μάλλον συμφωνώ	29	48,3
	Συμφωνώ απόλυτα	18	30,0
	Total	60	100,0

- η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της,

Σύμφωνα με τον Πίνακα 2.4 παρατηρείται πως 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της, ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 13 άτομα σε ποσοστό 21,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της, ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και 15 άτομα σε ποσοστό 25% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 2.4 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας: η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της, Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	11	18,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	21	35,0

	Μάλλον συμφωνώ	13	21,7
	Συμφωνώ απόλυτα	15	25,0
	Total	60	100,0

- **τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 2.5 παρατηρείται πως 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού, ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ 9 άτομα σε ποσοστό 15% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού, ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και 29 άτομα σε ποσοστό 48,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 2.5 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας: τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού, Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	9	15,0
	Μάλλον συμφωνώ	20	33,3
	Συμφωνώ απόλυτα	29	48,3
	Total	60	100,0

- η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος,

Σύμφωνα με τον Πίνακα 2.6 παρατηρείται πως 9 άτομα σε ποσοστό 15% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι τα προσόντα και η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος, ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ ισάριθμα άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος, ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και 22 άτομα σε ποσοστό 36,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας 2.6 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας: η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	9	15,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	9	15,0
	Μάλλον συμφωνώ	20	33,3
	Συμφωνώ απόλυτα	22	36,7
	Total	60	100,0

- η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες

Σύμφωνα με τον Πίνακα 2.7 παρατηρείται πως 5 άτομα σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες ευνοεί την ανάπτυξη της

επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ 9 άτομα σε ποσοστό 15% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και 29 άτομα σε ποσοστό 48,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 2.7 Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας: η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	5	8,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	9	15,0
	Μάλλον συμφωνώ	17	28,3
	Συμφωνώ απόλυτα	29	48,3
	Total	60	100,0

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

- η βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.1 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της, 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 13 άτομα σε ποσοστό 21,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες της επιχείρησης βελτιώνουν

την ανταγωνιστική θέση της και 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας 3.1 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	4	6,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	13	21,7
	Μάλλον συμφωνώ	21	35,0
	Συμφωνώ απόλυτα	20	33,3
	Total	60	100,0

- η επέκταση σε νέες αγορές από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.2 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η επέκταση σε νέες αγορές από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της, 9 άτομα σε ποσοστό 15% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η επέκταση σε νέες αγορές από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 3.2 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : η επέκταση σε νέες αγορές από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	9	15,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	8	13,3
	Μάλλον συμφωνώ	21	35,0
	Συμφωνώ απόλυτα	20	33,3
	Total	60	100,0

- η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.3 παρατηρείται πως 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της ενώ 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 22 άτομα σε ποσοστό 36,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας3.3 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	17	28,3
	Μάλλον συμφωνώ	19	31,7
	Συμφωνώ απόλυτα	22	36,7
	Total	60	100,0

· η μείωση του κόστους παραγωγής από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.4 παρατηρείται πως 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η μείωση του κόστους παραγωγής από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της ενώ 31 άτομα σε ποσοστό 51,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η μείωση του κόστους παραγωγής από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας3.4 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η μείωση του κόστους παραγωγής από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	4	6,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	31	51,7
	Μάλλον συμφωνώ	15	25,0
	Συμφωνώ απόλυτα	10	16,7
	Total	60	100,0

- η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.5 παρατηρείται πως 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η επένδυση σε νέες τεχνολογίες από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της ενώ 5 άτομα σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 35 άτομα σε ποσοστό 58,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η επένδυση σε νέες τεχνολογίες από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 3.5 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η επένδυση σε νέες τεχνολογίες από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	4	6,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	5	8,3
	Μάλλον συμφωνώ	35	58,3
	Συμφωνώ απόλυτα	16	26,7
	Total	60	100,0

- η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.6 παρατηρείται πως 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της ενώ 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 24 άτομα σε ποσοστό 40% απάντησαν πως

μάλλον συμφωνούν με το ότι η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 15 άτομα σε ποσοστό 25% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 3.6 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	4	6,7
	ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	17	28,3
	Μάλλον συμφωνώ	24	40,0
	Συμφωνώ απόλυτα	15	25,0
	Total	60	100,0

- η βελτίωση των σχέσεων με προμηθευτές από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.7 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η βελτίωση των σχέσεων με προμηθευτές από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της, 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 22 άτομα σε ποσοστό 36,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η βελτίωση των σχέσεων με προμηθευτές από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας 3.7 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η βελτίωση των σχέσεων με προμηθευτές από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	10	16,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	22	36,7
	Μάλλον συμφωνώ	15	25,0
	Συμφωνώ απόλυτα	11	18,3

- η μείωση των περιθωρίων κέρδους από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.8 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η μείωση των περιθωρίων κέρδους από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της, 7 άτομα σε ποσοστό 11,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 25 άτομα σε ποσοστό 41,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 14 άτομα σε ποσοστό 23,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η μείωση των περιθωρίων κέρδους από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 12 άτομα σε ποσοστό 20% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας 3.8 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η μείωση των περιθωρίων κέρδους από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	7	11,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	25	41,7
	Μάλλον συμφωνώ	14	23,3

	Συμφωνώ απόλυτα	12	20,0
--	------------------------	-----------	-------------

- η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.9 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της, 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 9 άτομα σε ποσοστό 15% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 24 άτομα σε ποσοστό 40% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας 3.9 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της
Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10	16,7
	Μάλλον συμφωνώ	19	31,7
	Συμφωνώ απόλυτα	27	45,0
	Total	60	100,0

- η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.10 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της, ισάριθμα άτομα απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της και 27 άτομα σε ποσοστό 45% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

Πίνακας 3.10 Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης : Κατά πόσο συμφωνείται με το ότι η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	4	6,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	9	15,0
	Μάλλον συμφωνώ	21	35,0

	Συμφωνώ απόλυτα	24	40,0
	Total	60	100,0

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

4. Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων

- η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.1 παρατηρείται πως 9 άτομα σε ποσοστό 15% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση ενώ 14 άτομα σε ποσοστό 23,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 14 άτομα σε ποσοστό 23,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 23 άτομα σε ποσοστό 38,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 4.1 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	9	15,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	14	23,3
	Μάλλον συμφωνώ	14	23,3
	Συμφωνώ απόλυτα	23	38,3
	Total	60	100,0

- ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.2 παρατηρείται πως 3 ερωτηθέντες σε ποσοστό 5% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας

δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση, 6 άτομα σε ποσοστό 10% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 18 άτομα σε ποσοστό 30% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 4.2 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	3	5,0
	Μάλλον διαφωνώ	6	10,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18	30,0
	Μάλλον συμφωνώ	17	28,3
	Συμφωνώ απόλυτα	16	26,7
	Total	60	100,0

· **η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών**

Αποσκοπώντας στο να αναλυθεί αυτή η ερώτηση του ερωτηματολογίου πρέπει να παρατηρηθούν ο πίνακας 4.3 παρατηρείται πως, 13 άτομα σε ποσοστό 21,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση ενώ 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 15 άτομα σε ποσοστό 25% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας4.3 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	13	21,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11	18,3
	Μάλλον συμφωνώ	21	35,0
	Συμφωνώ απόλυτα	15	25,0
	Total	60	100,0

· **το υψηλό κόστος καινοτομίας**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.5 παρατηρείται πως 3 ερωτηθέντες σε ποσοστό 5% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση, 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι το υψηλό κόστος καινοτομίας δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση ενώ 18 άτομα σε ποσοστό 30% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι το υψηλό κόστος καινοτομίας δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 23 άτομα σε ποσοστό 38,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας4.5 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: το ότι το υψηλό κόστος καινοτομίας Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18	30,0
	Μάλλον συμφωνώ	17	28,3

	Συμφωνώ απόλυτα	23	38,3
	Total	60	100,0

- **η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.5 παρατηρείται πως 8 ερωτηθέντες σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση, 7 άτομα σε ποσοστό 11,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 18 άτομα σε ποσοστό 30% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 4.5 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	8	13,3
	Μάλλον διαφωνώ	7	11,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11	18,3
	Μάλλον συμφωνώ	16	26,7
	Συμφωνώ απόλυτα	18	30,0
	Total	60	100,0

- **η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων συνεργασίας**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.6 παρατηρείται πως 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων

συνεργασίας δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση ενώ 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 27 άτομα σε ποσοστό 45% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων συνεργασίας δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 4.6 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων συνεργασίας Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	11	18,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11	18,3
	Μάλλον συμφωνώ	27	45,0
	Συμφωνώ απόλυτα	11	18,3
	Total	60	100,0

- η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες

Αποσκοπώντας στο να αναλυθεί αυτή η ερώτηση του ερωτηματολογίου πρέπει να παρατηρηθούν ο πίνακας 4.7 παρατηρείται πως 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση ενώ 18 άτομα σε ποσοστό 30% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 19 άτομα σε ποσοστό 18,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 4.7 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18	30,0
	Μάλλον συμφωνώ	21	35,0
	Συμφωνώ απόλυτα	19	31,7
	Total	60	100,0

- η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.8 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση, 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 21 άτομα σε ποσοστό 35% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση και 12 άτομα σε ποσοστό 20% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 4.8 Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	8	13,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	17	28,3
	Μάλλον συμφωνώ	21	35,0

	Συμφωνώ απόλυτα	12	20,0
	Total	60	100,0

5. Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

- η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.1 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών δυσχεραίνει την επίτευξη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση, 5 άτομα σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων ενώ 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 30 άτομα σε ποσοστό 50% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.1 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	5	8,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	15	25,0
	Μάλλον συμφωνώ	30	50,0
	Συμφωνώ απόλυτα	10	16,7
	Total	60	100,0

- το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.2 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων, 3 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 14 άτομα σε ποσοστό 23,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 25 άτομα σε ποσοστό 41,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.2 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	2	3,3
	Μάλλον διαφωνώ	3	5,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	14	23,3
	Μάλλον συμφωνώ	16	26,7
	Συμφωνώ απόλυτα	25	41,7
	Total	60	100,0

- η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων από την μεριά της επιχείρησης

Αποσκοπώντας στο να αναλυθεί αυτή η ερώτηση του ερωτηματολογίου πρέπει να παρατηρηθούν ο πίνακας 5.3 παρατηρείται πως 6 άτομα σε ποσοστό 10% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων

από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων ενώ 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 26 άτομα σε ποσοστό 43,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.3 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	6	10,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	8	13,3
	Μάλλον συμφωνώ	26	43,3
	Συμφωνώ απόλυτα	20	33,3
	Total	60	100,0

- η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.4 παρατηρείται πως 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων ενώ 12 άτομα σε ποσοστό 20% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 27 άτομα σε ποσοστό 45% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.4 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	4	6,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	12	20,0
	Μάλλον συμφωνώ	27	45,0
	Συμφωνώ απόλυτα	17	28,3
	Total	60	100,0

- η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.5 παρατηρείται πως 5 άτομα σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων ενώ 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 30 άτομα σε ποσοστό 50% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 9 άτομα σε ποσοστό 15% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.5 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	5	8,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	16	26,7
	Μάλλον συμφωνώ	30	50,0
	Συμφωνώ απόλυτα	9	15,0

- η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.6 παρατηρείται πως 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων ενώ 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 30 άτομα σε ποσοστό 50% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.6 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11	18,3
	Μάλλον συμφωνώ	17	28,3
	Συμφωνώ απόλυτα	30	50,0
	Total	60	100,0

- ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο από την μεριά της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.7 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων, 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων ενώ 4 άτομα σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια

στιγμή παρατηρείται πως 29 άτομα σε ποσοστό 48,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.7 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	8	13,3
	ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	4	6,7
	Μάλλον συμφωνώ	29	48,3
	Συμφωνώ απόλυτα	19	31,7
	Total	60	100,0

- η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.8 παρατηρείται πως 3 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων ενώ 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων και 22 άτομα σε ποσοστό 36,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 5.8 Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων: η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό από την μεριά της επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	3	5,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	16	26,7
	Μάλλον συμφωνώ	19	31,7
	Συμφωνώ απόλυτα	22	36,7
	Total	60	100,0

6. Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας

- η αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 6.1 παρατηρείται πως 7 άτομα σε ποσοστό 11,7% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης ενώ ισάριθμα άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 28 άτομα σε ποσοστό 46,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης και 18 άτομα σε ποσοστό 30% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 6.1 Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας : η αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	7	11,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	7	11,7
	Μάλλον συμφωνώ	28	46,7
	Συμφωνώ απόλυτα	18	30,0
	Total	60	100,0

- η είσοδος σε νέες αγορές

Σύμφωνα με τον Πίνακα 6.2 παρατηρείται πως 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η είσοδος σε νέες αγορές είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης ενώ 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται

πως 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η είσοδος σε νέες αγορές είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης και 29 άτομα σε ποσοστό 48,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 6.2 Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας : η είσοδος σε νέες αγορές Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10	16,7
	Μάλλον συμφωνώ	19	31,7
	Συμφωνώ απόλυτα	29	48,3
	Total	60	100,0

- η αύξηση του μεριδίου της αγοράς

Σύμφωνα με τον Πίνακα 6.3 παρατηρείται πως 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με το ότι η αύξηση του μεριδίου της αγοράς είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 39 άτομα σε ποσοστό 65% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η αύξηση του μεριδίου της αγοράς είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης και 10 άτομα σε ποσοστό 16,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 6.3 Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας : η αύξηση του μεριδίου της αγοράς Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11	18,3
	Μάλλον συμφωνώ	39	65,0

	Συμφωνώ απόλυτα	10	16,7
	Total	60	100,0

- η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 6.4 παρατηρείται πως 3 άτομα σε ποσοστό 5% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης ενώ 13 άτομα σε ποσοστό 21,7% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης και 24 άτομα σε ποσοστό 40% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 6.4 Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας : η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	3	5,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	13	21,7
	Μάλλον συμφωνώ	20	33,3
	Συμφωνώ απόλυτα	24	40,0
	Total	60	100,0

- η βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 6.5 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις από την μεριά της επιχείρησης συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων, 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης ενώ 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 18 άτομα σε ποσοστό 30% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης και 32 άτομα σε ποσοστό 53,3% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 6.5 Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας : η βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μάλλον διαφωνώ	2	3,3
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	8	13,3
	Μάλλον συμφωνώ	18	30,0
	Συμφωνώ απόλυτα	32	53,3
	Total	60	100,0

- η μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 6.6 παρατηρείται πως 3 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα με το ότι η μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης, 6 άτομα σε ποσοστό 10% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν ενώ 14 άτομα σε ποσοστό

23,3% απάντησαν πως ούτε συμφωνούν αλλά και πως ούτε διαφωνούν με αυτό. Την ίδια στιγμή παρατηρείται πως 24 άτομα σε ποσοστό 40% απάντησαν πως μάλλον συμφωνούν με το ότι η μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα είναι ένα αποτέλεσμα της καινοτομίας της επιχείρησης και 13 άτομα σε ποσοστό 21,7% συμφώνησαν απόλυτα με αυτό.

πίνακας 6.6 Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας : η μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Διαφωνώ απόλυτα	3	5,0
	Μάλλον διαφωνώ	6	10,0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	14	23,3
	Μάλλον συμφωνώ	24	40,0
	Συμφωνώ απόλυτα	13	21,7
	Total	60	100,0

7. Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις

· ο βαθμός σημαντικότητας των εσωτερικών πηγών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.1 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως δεν θεωρούν καθόλου σημαντικές τις εσωτερικές πηγές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή λίγο σημαντικές τις θεωρούν 9 άτομα σε ποσοστό 15%. Αρκετά σημαντικές θεωρούν τις εσωτερικές πηγές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης 13 άτομα σε ποσοστό 21,7% ενώ 24 άτομα σε ποσοστό 40% τις θεωρούν πολύ σημαντικές, τέλος 12 άτομα σε ποσοστό 20% απάντησαν πως θεωρούν τις εσωτερικές πηγές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικές

πίνακας 7.1 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των εσωτερικών πηγών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Καθόλου σημαντική	2	3,3
	Λίγο σημαντική	9	15,0
	Αρκετά σημαντική	13	21,7
	Πολύ σημαντική	24	40,0
	Πάρα πολύ σημαντική	12	20,0
	Total	60	100,0

· ο βαθμός σημαντικότητας των προμηθευτών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.2 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως δεν θεωρούν καθόλου σημαντικούς τους προμηθευτές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή λίγο σημαντικούς τους θεωρούν 11 άτομα σε ποσοστό 18,3%. Αρκετά σημαντικούς

θεωρούν τους προμηθευτές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης 21 άτομα σε ποσοστό 35% ενώ 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% τους θεωρούν πολύ σημαντικούς, τέλος 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως θεωρούν τους προμηθευτές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικούς

πίνακας 7.2 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των προμηθευτών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Καθόλου σημαντική	2	3,3
	Λίγο σημαντική	11	18,3
	Αρκετά σημαντική	21	35,0
	Πολύ σημαντική	11	18,3
	Πάρα πολύ σημαντική	15	25,0
	Total	60	100,0

· **ο βαθμός σημαντικότητας των πελατών**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.3 παρατηρείται πως 4 ερωτηθέντες σε ποσοστό 6,7% απάντησαν πως θεωρούν λίγο σημαντικούς τους πελάτες για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή αρκετά σημαντικούς τους θεωρούν 18 άτομα σε ποσοστό 30% ενώ 15 άτομα σε ποσοστό 25% τους θεωρούν πολύ σημαντικούς, τέλος 23 άτομα σε ποσοστό 38,3% απάντησαν πως θεωρούν τους πελάτες για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικούς

πίνακας 7.3 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των πελατών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Λίγο σημαντική	4	6,7

	Αρκετά σημαντική	18	30,0
	Πολύ σημαντική	15	25,0
	Πάρα πολύ σημαντική	23	38,3
	Total	60	100,0

· ο βαθμός σημαντικότητας των ανταγωνιστών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.4 παρατηρείται πως 8 ερωτηθέντες σε ποσοστό 13,3% απάντησαν πως θεωρούν λίγο σημαντικούς τους ανταγωνιστές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή αρκετά σημαντικούς τους θεωρούν 17 άτομα σε ποσοστό 28,3% ενώ ισάριθμα άτομα τους θεωρούν πολύ σημαντικούς, τέλος 18 άτομα σε ποσοστό 30% απάντησαν πως θεωρούν τους ανταγωνιστές για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικούς

πίνακας 7.4 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των ανταγωνιστών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Λίγο σημαντική	8	13,3
	Αρκετά σημαντική	17	28,3
	Πολύ σημαντική	17	28,3
	Πάρα πολύ σημαντική	18	30,0
	Total	60	100,0

- **ο βαθμός σημαντικότητας των συμβούλων**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.5 παρατηρείται πως 5 ερωτηθέντες σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως θεωρούν λίγο σημαντικούς τους σύμβουλους για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή αρκετά σημαντικούς τους θεωρούν 14 άτομα σε ποσοστό 23,3% ενώ 29 άτομα σε ποσοστό 48,3% τους θεωρούν πολύ σημαντικούς, τέλος 12 άτομα σε ποσοστό 20% απάντησαν πως θεωρούν τους σύμβουλους για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικούς

πίνακας 7.5 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των συμβούλων Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Λίγο σημαντική	5	8,3
	Αρκετά σημαντική	14	23,3
	Πολύ σημαντική	29	48,3
	Πάρα πολύ σημαντική	12	20,0
	Total	60	100,0

- **ο βαθμός σημαντικότητας των πανεπιστημίων – ΤΕΙ**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.6 παρατηρείται πως 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10% απάντησαν πως θεωρούν λίγο σημαντικά τα πανεπιστήμια - ΤΕΙ για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή αρκετά σημαντικά τα θεωρούν 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% ενώ 23 άτομα σε ποσοστό 38,3% τους θεωρούν πολύ σημαντικά, τέλος 12 άτομα σε ποσοστό 20% απάντησαν πως θεωρούν σημαντικά τα πανεπιστήμια - ΤΕΙ για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικά

πίνακας 7.6 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των πανεπιστημίων – ΤΕΙ Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Λίγο σημαντική	6	10,0
	Αρκετά σημαντική	19	31,7
	Πολύ σημαντική	23	38,3
	Πάρα πολύ σημαντική	12	20,0
	Total	60	100,0

· ο βαθμός σημαντικότητας των ερευνητικών ιδρυμάτων

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.7 παρατηρείται πως 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10% απάντησαν πως θεωρούν λίγο σημαντικά τα ερευνητικά ιδρύματα για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή αρκετά σημαντικά τα θεωρούν 11 άτομα σε ποσοστό 18,3% ενώ 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% τους θεωρούν πολύ σημαντικά, τέλος 27 άτομα σε ποσοστό 45% απάντησαν πως θεωρούν σημαντικά τα ερευνητικά ιδρύματα για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικά

πίνακας 7.7 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των ερευνητικών ιδρυμάτων Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Λίγο σημαντική	6	10,0
	Αρκετά σημαντική	11	18,3
	Πολύ σημαντική	16	26,7
	Πάρα πολύ σημαντική	27	45,0

· **ο βαθμός σημαντικότητας των συνεδριών – εκθέσεων**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.8 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως θεωρούν λίγο σημαντικά τα συνεδρία – εκθέσεις για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή αρκετά σημαντικά τα θεωρούν 16 άτομα σε ποσοστό 26,7% ενώ 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% τους θεωρούν πολύ σημαντικά, τέλος 23 άτομα σε ποσοστό 38,3% απάντησαν πως θεωρούν σημαντικά τα συνεδρία – εκθέσεις για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικά

πίνακας 7.8 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των συνεδριών – εκθέσεων Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Λίγο σημαντική	2	3,3
	Αρκετά σημαντική	16	26,7
	Πολύ σημαντική	19	31,7
	Πάρα πολύ σημαντική	23	38,3
	Total	60	100,0

· **ο βαθμός σημαντικότητας των επιστημονικών περιοδικών**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.9 παρατηρείται πως 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10% απάντησαν πως θεωρούν λίγο σημαντικά τα επιστημονικά περιοδικά για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή αρκετά σημαντικά τα θεωρούν 21 άτομα σε ποσοστό 35% ενώ 20 άτομα σε ποσοστό 33,3% τους θεωρούν πολύ σημαντικά, τέλος 13 άτομα σε ποσοστό 21,7% απάντησαν πως θεωρούν σημαντικά τα επιστημονικά περιοδικά για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικά

πίνακας 7.9 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας των επιστημονικών περιοδικών Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Λίγο σημαντική	6	10,0
	Αρκετά σημαντική	21	35,0
	Πολύ σημαντική	20	33,3
	Πάρα πολύ σημαντική	13	21,7
	Total	60	100,0

· **ο βαθμός σημαντικότητας του επιμελητήριου περιοδικών**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7.10 παρατηρείται πως 2 ερωτηθέντες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως δεν θεωρούν καθόλου σημαντικό το επιμελητήριο περιοδικών για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης, την ίδια στιγμή λίγο σημαντικό το θεωρούν 10 άτομα σε ποσοστό 16,7%. Αρκετά σημαντικό θεωρούν το επιμελητήριο περιοδικών για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης 8 άτομα σε ποσοστό 13,3% ενώ 31 άτομα σε ποσοστό 51,7% το θεωρούν πολύ σημαντικό, τέλος 9 άτομα σε ποσοστό 15% απάντησαν πως θεωρούν το επιμελητήριο περιοδικών για την εύρεση πληροφοριών για τις καινοτόμες δράσεις της επιχείρησης πάρα πολύ σημαντικό

πίνακας 7.10 Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις: ο βαθμός σημαντικότητας του επιμελητήριου περιοδικών του επιμελητήριου περιοδικών

		Frequency	Percent
Valid	Καθόλου σημαντική	2	3,3
	Λίγο σημαντική	10	16,7
	Αρκετά σημαντική	8	13,3
	Πολύ σημαντική	31	51,7
	Πάρα πολύ σημαντική	9	15,0
	Total	60	100,0

8. Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση

- **σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα / υπηρεσίες από την επιχείρηση σας την τελευταία τριετία**

Σύμφωνα με τον Πίνακα **8.1** παρατηρείται πως 35 ερωτηθέντες σε ποσοστό 58,3% απάντησαν πως υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα / υπηρεσίες από την επιχείρηση τους την τελευταία τριετία ενώ οι υπόλοιποι 25 ερωτηθέντες σε ποσοστό 41,7% απάντησαν το αντίθετο

πίνακας 8.1 Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση: σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα / υπηρεσίες Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Ναι	35	58,3
	Όχι	25	41,7
	Total	60	100,0

- **σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά**

Σύμφωνα με τον Πίνακα **8.2** παρατηρείται πως 41 ερωτηθέντες σε ποσοστό 68,3% απάντησαν πως υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά από την επιχείρηση τους την τελευταία τριετία ενώ οι υπόλοιποι 19 ερωτηθέντες σε ποσοστό 31,7% απάντησαν το αντίθετο

πίνακας 8.2 Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση: σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Ναι	41	68,3
	Όχι	19	31,7
	Total	60	100,0

- **αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργία της**

Σύμφωνα με τον Πίνακα **8.3** παρατηρείται πως 46 ερωτηθέντες σε ποσοστό 76,7% απάντησαν πως η επιχείρηση τους αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργία της την τελευταία τριετία ενώ οι υπόλοιποι 14 ερωτηθέντες σε ποσοστό 23,3% απάντησαν το αντίθετο

πίνακας 8. Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση: αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργία της Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Ναι	46	76,7
	Όχι	14	23,3
	Total	60	100,0

- **Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;**

Σύμφωνα με τον Πίνακα **8.4** παρατηρείται πως 50 ερωτηθέντες σε ποσοστό 83,3% απάντησαν πως έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση τους με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της ενώ οι υπόλοιποι 10 ερωτηθέντες σε ποσοστό 16,7% απάντησαν το αντίθετο

πίνακας 8.4 Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση: Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της; Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Ναι	50	83,3
	Όχι	10	16,7
	Total	60	100,0

- Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;

Σύμφωνα με τον Πίνακα 8.5 παρατηρείται πως 44 ερωτηθέντες σε ποσοστό 73,3% απάντησαν πως τα προϊόντα / υπηρεσίες τους θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό ενώ οι υπόλοιποι 16 ερωτηθέντες σε ποσοστό 26,7% απάντησαν το αντίθετο

Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση: Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό; Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Ναι	44	73,3
	Όχι	16	26,7
	Total	60	100,0

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

9.Αριθμός απασχολουμένων:

Σύμφωνα με τον Πίνακα **9** παρατηρείται πως 30 ερωτηθέντες σε ποσοστό 50% απάντησαν πως απασχολούν στην επιχείρησή τους από 1 έως 9 άτομα, 23 ερωτηθέντες σε ποσοστό 38,3% απάντησαν πως απασχολούν στην επιχείρησή τους από 10 έως 49 άτομα ενώ την ίδια στιγμή 5 ερωτηθέντες σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως απασχολούν στην επιχείρησή τους από 50 έως 249 άτομα τέλος μόνο 2 άτομα σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως εργάζονται στην επιχείρησή τους πάνω από 250 άτομα.

πίνακας 9 Αριθμός απασχολουμένων: Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	από 1 έως 9 εργαζόμενοι	30	50,0
	από 10 έως 49 εργαζόμενοι	23	38,3
	από 50 έως 249 εργαζόμενοι	5	8,3
	πάνω από 250 εργαζόμενοι	2	3,3
	Total	60	100,0

10.Σπουδές Επιχειρηματία

Σύμφωνα με τον Πίνακα **10** παρατηρείται πως 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10% απάντησαν πως διαθέτουν κάποιο Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό τίτλο, 36 ερωτηθέντες σε ποσοστό 60% απάντησαν πως διαθέτουν κάποιο Πτυχίο από ΑΕΙ / ΤΕΙ, 12 ερωτηθέντες σε ποσοστό 20% απάντησαν πως διαθέτουν κάποιο Πτυχίο από ΙΕΚ ή απολυτήριο μέσης εκπαίδευσης και 6 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10% απάντησαν πως έχουν ολοκληρώσει τη Βασική εκπαίδευση.

πίνακας 10 Σπουδές Επιχειρηματία Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Μεταπτυχιακός/Διδακτορικός Τίτλος	6	10,0
	Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	36	60,0
	Μέση εκπαίδευση – ΙΕΚ	12	20,0
	Βασική εκπαίδευση	6	10,0
	Total	60	100,0

11.Φύλο Επιχειρηματία:

Σύμφωνα με τον Πίνακα 11 παρατηρείται πως 30 ερωτηθέντες σε ποσοστό 50% απάντησαν πως είναι Άνδρες και τα υπόλοιπα 30 άτομα του δείγματος απάντησαν πως είναι Γυναίκες.

πίνακας 11 Φύλο Επιχειρηματία Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Άνδρας	30	50,0
	Γυναίκα	30	50,0
	Total	60	100,0

12.Ηλικία Επιχειρηματία

Σύμφωνα με τον Πίνακα 12 παρατηρείται πως 11 ερωτηθέντες σε ποσοστό 18,3% απάντησαν πως είναι ηλικίας από 18 έως 24 ετών ενώ ίσα άτομα σε αριθμό ήταν και αυτοί που ήταν από 25 έως 34 ετών. Την ίδια στιγμή 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως η ηλικία τους ήταν από 35 έως 44 έτη ενώ 19 άτομα σε ποσοστό 31,7% απάντησαν πως είναι από 45 έως 54 ετών, τέλος μόνο 4 άτομα απάντησαν πως ήταν από 55 ετών και άνω σε ποσοστό 6,7%

πίνακας 12 Ηλικία Επιχειρηματία Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	από 18 έως 24 ετών	11	18,3
	από 25 έως 34 ετών	11	18,3
	από 35 έως 44 ετών	15	25,0
	από 45 έως 54 ετών	19	31,7
	από 55 ετών και άνω	4	6,7
	Total	60	100,0

13.Νομική μορφή επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 13 παρατηρείται πως 31 ερωτηθέντες σε ποσοστό 51,7% απάντησαν πως διαθέτουν ατομικές επιχειρήσεις, 15 άτομα σε ποσοστό 25% απάντησαν πως διαθέτουν Ομόρρυθμες εταιρίες ενώ 5 άτομα σε ποσοστό 8,3% απάντησαν πως είναι ιδιοκτήτες Ετερόρρυθμων εταιριών, την ίδια στιγμή 2 επιχειρηματίες σε ποσοστό 3,3% απάντησαν πως διαθέτουν ΕΠΕ και 7 άτομα σε ποσοστό 11,7% ήταν ιδιοκτήτες Α.Ε

πίνακας 13 Νομική μορφή επιχείρησης Συχνότητα και Ποσοστό (%) έγκυρων απαντήσεων

		Frequency	Percent
Valid	Ατομική επιχείρηση	31	51,7
	ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρεία)	15	25,0
	ΕΕ (Ετερόρρυθμη Εταιρεία)	5	8,3
	ΕΠΕ	2	3,3
	Α.Ε.	7	11,7
	Total	60	100,0

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

5.1 ΣΚΟΠΟΣ-ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η μελέτη και η καταγραφή των απόψεων των επιχειρηματιών που ασχολούνται με τον κλάδο της μαζικής εστίασης σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία.

Όσον αφορά τους στόχους της παρούσας μελέτης ήταν οι εξής:

Η διερεύνηση των παραγόντων που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των παραγόντων που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των ενεργειών που βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση των επιχειρήσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των παραγόντων που δυσχεραίνουν των επίτευξη καινοτόμων δράσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση των αποτελεσμάτων που αναμένονται από την ανάλυση καινοτόμων δράσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης

Η διερεύνηση της σημαντικότητας των πηγών πληροφόρησης που αφορούν τις καινοτόμες δράσεις στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

Η διερεύνηση σχετικά με τη επίτευξη ή μη καινοτόμων δράσεων από τις επιχειρήσεις στον κλάδο της μαζικής εστίασης την τελευταία τριετία.

5.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:

Αρχικά με βάση το στόχο που σχετίζεται με τη διερεύνηση των παραγόντων που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα στον κλάδο της μαζικής εστίασης,

μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε αποδεικνύεται ότι ο μεγαλύτερος παράγοντας που μπορεί να σταθεί εμπόδιο είναι το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά και η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις. Παράλληλα αξίζει να αναφερθεί ότι στους παράγοντες συμπεριλαμβάνεται και η οικονομική κρίση, η γραφειοκρατία και το γεγονός ότι δεν είναι εύκολη πλέον η λήψη δανείων.

Στη συνέχεια, όσον αφορά τον επόμενο στόχο που σχετίζεται με τη διερεύνηση των παραγόντων που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας στον κλάδο της μαζικής εστίασης μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε συμπεραίνεται ότι ο βασικότερος παράγοντας σχετίζεται με το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης και πιο συγκεκριμένα τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού ενώ ταυτόχρονα φαίνεται ότι διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο και η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους και να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες.

Όσον αφορά τις ενέργειες οι οποίες βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση των επιχειρήσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε συμπεραίνεται ότι η τεχνολογία διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο καθώς φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων θα επένδυε στις νέες τεχνολογίες ενώ παράλληλα η κατάρτιση και η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης μπορεί να ωθήσει την επιχείρηση να γίνει πιο ανταγωνιστική και να βρίσκεται σε περισσότερο πλεονεκτική θέση.

Σχετικά με την επίτευξη καινοτόμων δράσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης και τους παράγοντες που την δυσχεραίνουν συμπεραίνεται ότι λόγω της έλλειψης χρηματοδοτήσεων δεν μπορούν να προωθηθούν και να αναπτυχθούν καινοτόμες δραστηριότητες ενώ παράλληλα φαίνεται ότι το υψηλό κόστος σε συνδυασμό με τον κίνδυνο της αποτυχίας λειτουργεί αρνητικά στην επίτευξη των συγκεκριμένων δράσεων.

Συνεχίζοντας, διερευνώντας τα αποτελέσματα που αναμένονται από την ανάλυση καινοτόμων δράσεων στον κλάδο της μαζικής εστίασης συμπεραίνεται ότι η επίτευξη των καινοτόμων δραστηριοτήτων μπορεί να ωθήσει την επιχείρηση να γίνει πιο ανταγωνιστική ενώ παράλληλα η παραγωγική διαδικασία βελτιώνεται, παρέχονται καλύτερες υπηρεσίες, βελτιώνεται η ποιότητα των προϊόντων, αυξάνεται το μερίδιο της αγοράς και η επιχείρηση εισέρχεται σε νέες αγορές.

Σχετικά με το κατά πόσο είναι σημαντικές οι πηγές πληροφόρησης που αφορούν τις καινοτόμες δραστηριότητες στον κλάδο της μαζικής εστίασης συμπεραίνεται ότι διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο για την επίτευξη καινοτόμων δράσεων και μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε αποδεικνύεται ότι από τις σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης είναι τα ερευνητικά ιδρύματα.

Τέλος, διερευνώντας την επίτευξη ή μη καινοτόμων δράσεων από τις επιχειρήσεις στον κλάδο της μαζικής εστίασης την τελευταία τριετία συμπεραίνεται ότι έχουν υπάρξει σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα / υπηρεσίες από την επιχείρηση τους την τελευταία τριετία και στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά από την επιχείρηση τους την τελευταία τριετία ενώ παράλληλα φαίνεται να έχει λειτουργήσει πολύ θετικά η επίτευξη καινοτόμων δράσεων καθώς έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση τους με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της.

5.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η παρούσα έρευνα προσδιόρισε τις απόψεις των επιχειρηματιών του κλάδου της μαζικής εστίασης σχετικά επιχειρηματικότητα και την καινοτομία.

Η μελλοντική έρευνα θα μπορούμε να αποσκοπεί στη διερεύνηση του αποτελέσματος της καινοτομίας στις οικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων του κλάδου της μαζικής εστίασης.

Παράλληλα θα πρέπει να διερευνηθεί η κρατική μέριμνα σχετικά με τους θεσπισμένους νόμους που επικροτούν και στηρίζουν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα του κλάδου της μαζικής εστίασης.

Η εικόνα των καινοτόμων επιχειρήσεων στον τελικό καταναλωτή είναι ένα ακόμα τμήμα που θα πρέπει να διερευνηθεί. Η έρευνα θα πρέπει να προσδιορίσει πως βλέπουν οι καταναλωτές την καινοτομία στα προϊόντα και τις υπηρεσίες της μαζικής εστίασης και αν εμπιστεύονται τα καινοτόμα προϊόντα.

Τέλος, μια μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να εστιάσει στη σύγκριση μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων του κλάδου της μαζικής εστίασης και των όμοιων επιχειρήσεων στις χώρες της ευρωπαϊκής ένωσης. Η συγκεκριμένη έρευνα θα έχει

σαν σκοπό τη συγκριτική μελέτη του αντίκτυπου των καινοτόμων δράσεων στις επιχειρήσεις μαζικής εστίασης στην Ελλάδα και την ευρωπαϊκή ένωση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αμβροσιάδης Γιάννης, (2001) «Το Σύστημα HACCP στην μαζική εστίαση, Έλεγχοι κατά την παραγωγική διαδικασία», FoodService-Επαγγελματική Εστίαση. Τεύχος 4, Ιανουάριος- Φεβρουάριος

Ηγουμενάκης, Ν. (1991). Τουριστική Οικονομία, τόμος Α'. INTERBOOKS: Αθήνα

Κανελλόπουλος Χρήστος, (1998) «Επιχείρηση Φαγητό», Τουριστική Αγορά, Τεύχος 104, Μάιος

Λαλούμης Δ. & Ρούπας Β. (1996) "Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων"

Dibb, Simkin, Pride and Ferrell, (1994) "Marketing, concepts and strategies" Houghton Mifflin

Bernard Davis- Sally Stones, (1992) "Food & beverage management"

Κανονισμός 1169/2011

Ελληνικός Κώδικας Τροφίμων και Ποτών (έκδοση 2009).

Επαγγελματικό επιμελητήριο Θεσσαλονίκης (ΕΕΘ), Κλαδικές μελέτες – επιχειρησιακό πρόγραμμα του επαγγελματικού επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης (εεθ), ΤΕΥΧΟΣ Δ' Μελέτη Κλάδου Εστίασης, Οκτώβριος 2005

ICAP: Έρευνα για τον κλάδο μαζικής εστίασης Τρίτη, 01 Δεκεμβρίου 2009 15:00

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί τμήμα πτυχιακής εργασίας του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδος. τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς λόγους. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι ανώνυμη

* Απαιτείται

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ασχολούμαι με τον κλάδο της μαζικής εστίασης *

Ναι

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	2	3	4	5
1.4 Η δυσκολία στη λήψη δανείων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.5 Γενικά η οικονομική κρίση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.6 Η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.7 Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.8 Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.2 Η ικανότητα του επιχειρηματία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1 2 3 4 5

στη διαχείριση
κινδύνου

2.3. Η ικανότητα
της επιχείρησης
να επικοινωνεί
αποτελεσματικά
με τους πελάτες
σχετικά με τις
ανάγκες τους

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 παράγει σε
σχέση με τους
ανταγωνιστές
παρόμοια
προϊόντα με
χαμηλότερο
κόστος

2.7. Η ικανότητα
της επιχείρησης
να παράγει σε

1 2 3 4 5

σχέση με τους
ανταγωνιστές
καλύτερα
προϊόντα για
τους πελάτες

3. Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησας

Παρακαλούμε σημειώστε με X το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με την αναμενόμενη αποτελεσματικότητα ενεργειών για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησας. (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

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

3.2. Επέκταση
σε νέες αγορές

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

3.3.
Αξιοποίηση

των
Επιδοτούμενων
Επενδυτικών
Προγραμμάτων

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

3.4. Μείωση
του κόστους
παραγωγής

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

3.5. Επένδυση

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

1 2 3 4 5

σε νέες
τεχνολογίες

3.6.

Μεγαλύτερη
εστίαση στην
καινοτομία

3.7. Βελτίωση

των σχέσεων
με
προμηθευτές

3.8 Μείωση

των
περιθωρίων
κέρδους της
επιχείρησης

3.9 Βελτίωση

της ποιότητας
των προϊόντων
της
επιχείρησης

3.10 Βελτίωση

της
εκπαίδευσης –
κατάρτισης του
προσωπικού

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

4. 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
4.1 Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2. Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.3. Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.4. Το υψηλό κόστος καινοτομίας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.5. Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.6. Η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων συνεργασίας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.7. Η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.8 Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. 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

5.1 Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών

5.2. Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις

5.3. Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων

5.4. Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις

5.5. Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις

	1	2	3	4	5
5.6. Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.7. Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.8 Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. 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
6.1 Αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.2. Είσοδος σε νέες αγορές	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.3.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1 2 3 4 5

Αύξηση του
μεριδίου
της αγοράς

6.4.

Βελτίωση

της

ποιότητας



των

προϊόντων

ή των

υπηρεσιών

6.5.

Βελτίωση

της

ευελιξίας

της



παραγωγής

ή της

παροχής

υπηρεσιών

6.6.

Μείωση

του

συνολικού



κόστους

ανά

παραγόμενη

μονάδα

7. 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
7.1 Εσωτερικές πηγές	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.2. Προμηθευτές	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.3. Πελάτες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.4. Ανταγωνιστές	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.5. Σύμβουλοι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.6. Πανεπιστήμια – ΤΕΙ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.7. Ερευνητικά Ιδρύματα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.8 Συνέδρια – Εκθέσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.9 Επιστημονικά Περιοδικά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.10 Επιμελητήριο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. 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

8.1 Υπήρξαν	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-------------	-----------------------	-----------------------

ΝΑΙ

ΟΧΙ

σημαντικές
αλλαγές στον
τρόπο με τον
οποίο
παράγονται τα
προϊόντα /
υπηρεσίες;

8.2. Υπήρξαν

σημαντικές
αλλαγές στον
τρόπο που τα
προϊόντα
διατίθενται
στην αγορά;



8.3. Η

επιχείρηση
αναδιοργάνωσε
τον τρόπο
λειτουργία της;



8.4. Έχει

αλλάξει
σημαντικά ο
τρόπος με τον
οποίο
συνεργάζεται η
επιχείρηση με
άλλες
επιχειρήσεις
και τους
προμηθευτές
της;



ΝΑΙ

ΟΧΙ

8.5. Τα

προϊόντα /

υπηρεσίες σας

θεωρούνται

από τους

πελάτες ως κάτι

σημαντικά

διαφορετικό;

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

9. Αριθμός απασχολουμένων: *

- 1. 1-9
- 2. 10-49
- 3. 50-249
- 4. Πάνω από 250

10. Σπουδές Επιχειρηματία *

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

11. Φύλο Επιχειρηματία *

- 1. Άνδρας
- 2. Γυναίκα

12. Ηλικία Επιχειρηματία *

- 1. 18-24
- 2. 25-34

- 3. 35-44
- 4. 45-54
- 5.. 55 και άνω

13. Νομική μορφή επιχείρησης *

- 1. Ατομική επιχείρηση
- 2. ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρεία)
- 3. ΕΕ (Ετερόρρυθμη Εταιρεία)
- 4. ΕΠΕ
- 5. Α.Ε.
- Άλλο:

Σας ευχαριστούμε για το χρόνο που διαθέσατε για να απαντήσετε στο παρόν ερωτηματολόγιο!