

Η ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



Επιβλέπων καθηγητής: Τσουκάτος Ευάγγελος

Ομάδα εκπόνησης: Παγκουλάκη Στυλιανή Α.Μ.9150

Γκρέκου Μαργαρίτα Α.Μ.9183

Πίνακας περιεχομένων

Πίνακας περιεχομένων.....	2
Εισαγωγή.....	3
Σκοπός εργασίας.....	3
Ερευνητικά Ερωτήματα.....	3
Θεωρητικό Μέρος.....	4
Κεφάλαιο 1ο: Τεχνολογική αλλαγή και επιχείρηση.....	4
1.1 Ιστορική αναδρομή στην τεχνολογία.....	5
1.2 Θεωρητική προσέγγιση στις τεχνολογικές αλλαγές.....	6
1.3 Βασικά είδη και εφαρμογές της τεχνολογικής αλλαγής.....	6
1.4 Τεχνολογική αλλαγή και η μορφή της επιχείρησης.....	6
1.4.1 Λειτουργία της επιχείρησης.....	7
1.5 Συμπεράσματα.....	9
Κεφάλαιο 2ο : Η έννοια της Έρευνας & Ανάπτυξης και η χρήση καινοτομίας στις επιχειρήσεις.....	9
2.1 Η λειτουργία της Έρευνας & Ανάπτυξης: Εταιρική Στρατηγική και Δομή.....	10
Εισαγωγή.....	10
2.1.1 Τύποι και σκοπός Προβλέψεων για Έρευνα & Ανάπτυξη.....	10
2.2 Τεχνολογική καινοτομία – προσδιορισμός του όρου.....	11
2.3 Συμπεριφορά της τεχνολογικής καινοτομίας στις επιχειρήσεις.....	12
2.3.1 Χρήσεις και παραδείγματα καινοτομιών - Μελέτη περίπτωσης (Microsoft/Intel).....	11
Κεφάλαιο 3ο:.....	12
3.1 Σκοπος και συμαντικότητα ερευνας.....	12
3.2 Δειγματοληψία	13
3.3 Πληθυσμός της έρευνας.....	13
3.4 Προσέγγιση της Έρευνας.....	13
3.5 Μέθοδοι συλλογής δεδομένων ερευνών.....	14
3.6 Χρόνος και χώρος της έρευνας.....	14
3.7 Εγκυρότητα και αξιοπιστία της έρευνας.....	14
3.8 Περιορισμοί της Έρευνας.....	15
Εμπειρικό μέρος.....	15
4ο κεφάλαιο : Μεθοδολογία και ανάλυση αποτελεσμάτων.....	15
4.1 Μεθοδολογία.....	15
4.2 Αποτελέσματα.....	16-42
Τελικά συμπεράσματα και προτάσεις.....	43
Βιβλιογραφικές αναφορές και πηγές.....	45

Εισαγωγή

Είναι σημαντικό ν' αναφερθεί πως όταν η τεχνολογία και η επιστήμη, συνεργάζονται συμβάλλουν σε πρωτοφανή αποτελέσματα. Η τεχνολογία ιστορικά ήταν το στοιχείο εκείνο το οποίο μετέβαλλε σε μεγάλο βαθμό τις φάσεις της ανθρώπινης εξέλιξης και καθόρισε το βαθμό του ζητήματος κυριαρχίας ενός κράτους. Η τεχνολογική αλλαγή οδηγεί σε νέα σχήματα οργάνωσης των οικονομικών, κοινωνικών αλλά και ανταγωνιστικών σχέσεων τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Το μέγεθος και το πλήθος των τεχνολογικών κατακτήσεων στο βάθος το χρόνων είναι άξιο προσοχής, οι ραγδαίες αλλαγές που χαρακτηρίζουν τις οικονομικά ισχυρές κοινωνίες αλλά και τις βιομηχανίες και επιχειρήσεις, έκαναν αναγκαία την ανάδειξη του τεχνολογικού παράγοντα στην όλη διαδικασία της κοινωνικής αλλαγής.

Η σχέση τεχνολογίας και ανάπτυξης στις επιχειρήσεις θα έπρεπε να βρίσκεται στο επίκεντρο του θεωρητικού και πολιτικού προβληματισμού καθώς εκεί βρίσκεται η βάση της παραγωγής. Η επιλογή της επιχειρησιακής στρατηγικής, που θα εφαρμόσει μία επιχείρηση για την εισαγωγή και την ανάπτυξη νέων προϊόντων έχει μεγάλη σημασία για τη λειτουργία και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Κάποιες φορές οι μηχανισμοί που εφαρμόζονται στην οικονομία και τις επιχειρήσεις δεν είναι σίγουρο πως θα λειτουργούν πάντοτε με επιτυχία, καθώς κάθε εγχείρημα έχει ρίσκο όσον αφορά την αποτελεσματικότητά στη χρήση και την απήχηση του. Είναι αναγκαίο λοιπόν να προωθηθούν εκείνες οι τεχνολογικές και καινοτομικές δυνατότητες που θα μετασχηματίσουν τις ισορροπίες και θα αποτρέψουν την οικονομία από την στασιμότητα και την υποβάθμιση.

Σκοπός εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η θεωρητική και εμπειρική προσέγγιση, ανάλυση και μελέτη της απορρόφησης και της χρήσης της νέων τεχνολογιών στον τομέα των επιχειρήσεων. Δεδομένου αυτού, θα αναλυθεί διεξοδικά η αλληλεπίδραση και η ανταγωνιστικότητα μεταξύ των επιχειρήσεων.

Χρησιμοποιώντας αντιπροσωπευτικά δείγματα θα γίνει μια πιο σαφής αξιολόγηση, βασικό πεδίο έρευνας στην εν λόγω εργασία αποτελεί η εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις και κατά πόσο αυτό τις καθιστά ανταγωνιστικές. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η τεχνολογία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας, η ορθή αξιοποίηση της βοηθά στην βελτίωση της παραγωγικής δραστηριότητας και κατά συνέπεια στην άντληση οικονομικού κέρδους και κύρους. Η τεχνολογική εξέλιξη και η μετέπειτα εμφάνιση των τεχνολογικών καινοτομιών θα μας απασχολήσουν στις παρακάτω ενότητες. Όσο μεγαλύτερη είναι η θέληση του εκάστοτε καταναλωτή να εκπληρώσει τις ανάγκες του, τόσο πιο συχνή γίνεται η ζήτηση μιας καλού επιπέδου ποιότητας και ποσότητας των αγαθών. Οι επιχειρήσεις λοιπόν αυξάνονται με σκοπό να καλυφθούν οι ανάγκες του καταναλωτή.

Για να γίνει λοιπόν πιο κατανοητή και ευκρινής η απορρόφηση της νέας τεχνολογίας στον χώρο των επιχειρήσεων και πώς αυτό επιδρά στον ανταγωνισμό μεταξύ των δευτέρων η παρούσα μελέτη εμπεριέχει και εμπειρική μέθοδο ανάλυσης, συγκεκριμένα μέσω κατάλληλων ερωτηματολογίων με τις κατάλληλες ερωτήσεις. Θα γίνει η ανάλυση των αποτελεσμάτων των απαντήσεων των ερωτώμενων. Οι συμμετέχοντες λοιπόν προέρχονται από διαφορετικού τύπου επιχειρήσεις στην περιοχή του Ρεθύμνου και είναι ενεργά ή ηγετικά μέλη σε αυτές. Επίσης, θα γίνει εμπειριστατωμένη καταγραφή των αποτελεσμάτων μέσω ενδεικτικών γραφημάτων. , θα καταλήξουμε σε ένα συνολικό συμπέρασμα για το αν και κατά πόσο η υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών βοηθά στην ισχυρή ανταγωνιστική παρουσία έναντι άλλων επιχειρήσεων

Ερευνητικά Ερωτήματα

Η παρούσα έρευνα στοχεύει στο να πραγματευτεί την έννοια και την εφαρμογή της τεχνολογίας στις επιχειρήσεις και την εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις και κατά πόσο αυτό τις καθιστά ανταγωνιστικές

Τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία θέτονται προς επεξεργασία και απάντηση είναι τα παρακάτω:

Ερευνητικό Ερώτημα 1: Σε ποιο βαθμό η τεχνολογία συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχείρησης;

Ερευνητικό Ερώτημα 2: Σε ποιο βαθμό η τεχνολογία συμβάλλει στην ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης;

Ερευνητικό Ερώτημα 3: Ποια η γενικότερη συμβολή της τεχνολογίας στην επιχείρηση;

Κεφάλαιο 1^ο: Τεχνολογική αλλαγή και επιχείρηση

1.1 Ιστορική αναδρομή στην τεχνολογία

Κάνοντας μια αναδρομή στην ιστορική εξέλιξη της τεχνολογίας, φαίνεται πως η ανάγκη του ανθρώπου να δημιουργήσει και να παράγει έτσι ώστε να επιβιώσει προκαλεί την εμφάνιση του ανθρώπου ως κατασκευαστή (homohabilis) η οποία χρονολογείται πριν 2,4 με 1.5 εκατομμύρια χρόνια. Βασικό στοιχείο του ανθρώπου κατασκευαστή είναι η δεξιότητα να κατασκευάζει και να χρησιμοποιεί εργαλεία με σκοπό την επιβίωση. Θα μπορούσε να αναφέρει κάποιος πως αυτή είναι η απαρχή της εμφάνισης του ανθρώπινου πολιτισμού. Τα εργαλεία και η μέθοδος κατασκευής τους λογίζονται ως χαρακτηριστικά του πολιτισμού της εκάστοτε εποχής και αποδεικνύουν την ιστορική πορεία του ανθρώπου. Κατ' αυτόν λοιπόν τον τρόπο οι τεχνολογικές εποχές διαχωρίζονται χρονολογικά:

Η ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ ΛΗΘΟΥ(2.000.000-3.000πχ)

Η ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ ΧΑΛΚΟΥ(3.000-1.400πχ)

Η ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ ΣΙΔΗΡΟΥ(1.400-500μχ)

Η ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΗ ΕΠΟΧΗ(500-1.450μχ)

Η ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ(1.450-1.700μχ)

ΒΙΟΜΙΧΑΝΙΚΗ ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ(1.700-1.900μχ)

ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΜΙΧΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ(1.900-1.945μχ)

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΑΣΤΙΜΙΚΗ ΕΠΟΧΗ(1.945-...)

Συγκεκριμένα τώρα, η *εποχή του λίθου* διέπεται από τη χρήση της πέτρας ως βασικό στοιχείο και ως πρώτο υλικό για την κατασκευή εργαλείων. Αρχικά η πέτρα (πυριτόλιθος) λειτούργησε ως μέσο για την κατασκευή εργαλείων στο φυσικό της σχήμα. Σταδιακά όμως άρχισε να γίνεται η επεξεργασία της. Τα πρώτα εργαλεία είχαν χονδροειδή μορφή με το μήκος τους να φτάνει από 20 – 25 εκ. και το σχήμα να είναι κατά κύριο λόγο στρογγυλεμένο.

Στην περίοδο που ακολουθεί, δηλαδή στην νεολιθική εποχή εμφανίστηκε ο άνθρωπος ως σοφός (homosapiens) ο οποίος είχε περισσότερη γνώση έτσι ώστε να βελτιώσει τα εργαλεία της προηγούμενης εποχής, εξέλιξε την τεχνική της λείανσης και συμπεριέλαβε χειρολαβή σε αυτά. Στην ίδια περίοδο περιήλθε η γνώση της φωτιάς η οποία καθόρισε σε μεγάλο βαθμό την εξέλιξη του ανθρώπινου πολιτισμού.

Κατά τηνεολιθική εποχήλοιπόν κάνουν την εμφάνισή τους εξέχουσες μορφές του παγκόσμιου πολιτισμού, πολιτισμοί όπως αυτοί των Ινδίων, της Κίνας, της Αιγύπτου, κ.α., οι οποίοι παρουσίασαν οικοδομικά έργα και τεχνικές κατασκευές μεγάλου επιπέδου για εκείνη την εποχή (επιχωματώσεις, συστήματα άρδευσης, τείχη, πύργους, ναούς) επιπλέον δύο από τα μεγαλύτερα τεχνολογικά επιτεύγματα ανακαλύφθηκαν, αυτά ήταν ο τροχός και η σχεδία.

Έπειτα, κατά την εποχή του σιδήρου το κέντρο ανάπτυξης του ανθρώπινου πολιτισμού μετατέθηκε στην Ελλάδα και μετέπειτα στη Ρώμη. Η χρήση του σιδήρου βελτίωσε την εκδίπλωση της γεωργίας, της βιοτεχνίας, της τεχνικής της οικοδομικής, της ξυλουργικής καθώς και άλλων επιστημών. Η τεχνολογία φαίνεται λοιπόν πως παρουσίαζε τεράστια ακμή στα χρόνια της προϊστορίας και γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη.

Κάποια παραδείγματα ως ένδειξη του τεχνολογικού επιπέδου του αρχαίου πολιτισμού είναι : η κατασκευή υδραγωγείων, ο νερόμυλος, ο κοχλίας για την άντληση του νερού εφεύρεση του Αρχιμήδη, η αιολόσφαιρα η οποία αποτελεί ουσιαστικά την πρώτη ατμομηχανή, κ.α. Τόσο οι Ρωμαίοι όσο και οι αρχαίοι Έλληνες χρησιμοποίησαν την τεχνολογία προς όφελός τους, κάποια από τα επιτεύγματα της εποχής ήταν η βελτίωση του νερόμυλου και των οικοδομικών κατασκευών καθώς και η κατασκευή μεγάλων δρόμων.

Συνεχίζοντας, ακολουθεί η *μεσαιωνική εποχή* κατά την οποία ουσιαστικά βελτιώθηκαν οι ανακαλύψεις των προηγούμενων χρόνων. Παρ' όλη την εμπόλεμη και σκοτεινή αυτή περίοδο τα επιστημονικά κεκτημένα δεν έπαψαν λοιπόν να υπάρχουν. Συγκεκριμένα, ο κινέζικος πολιτισμός αξιοποίησε τεχνικές πρωτοφανείς για εκείνη την περίοδο για παράδειγμα η τροποποίηση και το λιώσιμο των μετάλλων και η κατασκευή ανεμόμυλων ήταν κάποια από αυτές. Οι τεχνικές αυτές κατέφθασαν στην Ευρώπη μέσω των Αράβων .

Επιπρόσθετα, δεν πρέπει να παραλειφθεί η περίοδος της Αναγέννησης που έκανε την εμφάνιση της τον 13^οαίωνα και έλαβε τέλος τον 16^ο. Συγκεκριμένα, η περίοδος της νέας επιστήμηςόπως λέγεται. Εκείνη την εποχή προσωπικότητες όπως οLeonardoDaVinci, ο Κοπέρνικος και ο Γαλιλαίος στιγμάτισαν την ιστορία της επιστήμης και του πολιτισμού. Η σύνδεση οικονομίας, επιστήμης, τέχνης και τεχνικής οδήγησε σε μια λαμπρή

εποχή για την ιστορία. Η θεωρία της επιστημονικής γνώσης μέσω των μεγάλων ιδεών και η πράξη-πείραμα τροφοδότησε σε μεγάλο βαθμό την δημιουργία εργαλείων και τεχνικών μεθόδων (μηχανική, υδραυλική, δυναμική).

Έπεται η περίοδος της βιομηχανικής επανάστασης η οποία ξεκίνησε από την Αγγλία όπου δημιουργήθηκε και η ατμομηχανή πράγμα το οποίο οδήγησε στην ενίσχυση της σύγχρονης επιστημονικής και τεχνολογικής προόδου και εξέλιξης. Από εκεί και έπειτα εξαπλώθηκε σε όλη την Βόρεια Ευρώπη. Η βιομηχανική επανάσταση απαρτίστηκε από δύο φάσεις ανάπτυξης .

Τον 19^ο αιώνα λοιπόν ξεκίνησε η δεύτερη φάση της η οποία έχει ως άξονα τον ηλεκτρισμό. Η ηλεκτρική γεννήτρια και ηλεκτρικός κινητήρας, καθώς και οι εφαρμογές της ατμομηχανής στην πρώτη περίοδο ανάπτυξης στην αλευροποιία και στην γεωργία. Παράλληλα η ανακάλυψη της βενζινομηχανής και η πετρελαιομηχανής και η πρώτη μηχανή εσωτερικής καύσης αποδεικνύουν την αλματώδη εξέλιξη της τεχνικής και της επιστήμης. Εργαλειομηχανές όπως το δρέπανο, η μηχανής θερισμού σπαρτών και ο τόννος βελτίωσαν την καλλιέργεια της γης και την εξέλιξαν σε πολύ μεγάλο βαθμό. Για πρώτη φορά επίσης γίνεται κονσερβοποίηση πράγμα το οποίο οδήγησε σε θετικά αποτελέσματα για την επεξεργασία και τροποποίηση των τροφίμων αλλά και για την γεωργική παραγωγή.

Έπειτα, ακολουθεί η εποχή της μηχανοποίησης κατά την οποία το ανθρώπινο εργατικό χέρι μηχανοποιείται τόσο στις επιχειρήσεις όσο και τις μεγαλύτερες βιομηχανίες. Η επιστήμη , η οικονομία και η συνεχής παραγωγή αγαθών εξελίχθηκαν αλληλένδετα. Η παραγωγική διαδικασία με λίγα λόγια γίνεται μαζική και τυποποιείται. Βλέπουμε λοιπόν πως σε όλους τους τομείς η τεχνολογική εξέλιξη ήταν ραγδαία.

1.2 Θεωρητική προσέγγιση στις τεχνολογικές αλλαγές

Αρχικά, υπάρχουν κάποια βασικά χαρακτηριστικά της οικονομικής απόδοσης και της παροχής κέρδους έχοντας σαν γνώμονα την τεχνολογική και επιστημονική βελτίωση που αναφέρθηκε παραπάνω , μπορούμε να πούμε πως εμπεριέχει κάποια βασικά στοιχεία στα οποία οφείλεται και η αύξηση του συνόλου των παραγόμενων αγαθών. Αναλυτικότερα, τα κύρια στοιχεία αύξησης του συνολικού προϊόντος είναι:

- 1) η αύξηση της εργατικού δυναμικού η οποία προκύπτει είτε στην περίπτωση που ο πληθυσμός αυξάνεται είτε όταν αυξάνεται η αναλογία του πληθυσμού που συμμετέχει σ' αυτήν,
- 2) η επένδυση στην εργατική δύναμη, δια μέσω της ολοκληρωμένης εκπαίδευσης και της εμπειρίας που αποκτάται μέσα στον εργασιακό χώρο,
- 3) έπειτα, η επένδυση σε πάγιο κεφάλαιο, όπως για παράδειγμα σε εργοστάσια, μεταφορές, ή σε σύγχρονα μέσα παραγωγής ,
- 4) τέλος, η τεχνολογική μεταβολή που προκύπτει μέσα από την χρήση καινοτομιών και τεχνολογικής πρωτοτυπίας.

Πιο αναλυτικά τώρα, μιλώντας για τεχνολογικές αλλαγές μιλάμε για αλλαγές στη συσχέτιση παραγωγής με τις οποίες γίνεται εφικτή η παραγωγή μεγαλύτερης ποσότητας προϊόντων με τη χρήση ίδιας ποσότητας παραγωγικών συντελεστών. Οι καινοτομίες λοιπόν συμπεριλαμβάνουν κάθε αλλαγή με την οποία εισέρχεται ένα καινούριο προϊόν ή μια διαφορετική μέθοδος παραγωγής και εμπορίου ενός αγαθού, με λίγα λόγια η έννοια θεωρείται ευρύτερη της τεχνολογικής μεταβολής.

Οι τεχνολογικές μεταβολές, φαίνεται πως συμμετέχουν ενεργά στην αύξηση της παραγωγής με αμεσότητα δια μέσω της παραγωγικής αποτελεσματικότητας, καταλήγουμε πως η τεχνολογική άνοδος λοιπόν είναι παράγοντας κομβικής σημασίας στην αύξηση της παραγωγικότητας. Βέβαια, η τεχνολογική μεταβολή επιδρά σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι η άνοδος πρώτον στο αρχικό φυσικό κεφάλαιο της παραγωγής αγαθών και της παροχής υπηρεσιών, συνεπακόλουθα στην οργάνωση των αγορών και στο marketing, στον έλεγχο του πληθυσμού και γενικότερα σε κάθε οικονομική διεργασία. Σε ένα ικανοποιητικό σημείο, μπορεί ν' αναφερθεί πως η οικονομική εξέλιξη δεν διαφέρει από την συσχέτιση της τεχνολογίας στην παραγωγή. Χωρίς τεχνολογική αλλαγή που να έχει κάποια διάρκεια, η οικονομική αύξηση καθυστερεί και φαίνεται πως η ανάπτυξη δεν υφίσταται.

Έχουν διατυπωθεί διάφορες θεωρίες εσωτερικής τεχνολογικής αλλαγής, οι περισσότερες συγκλίνουν σε δύο βασικά σημεία. Πρώτον η τεχνολογία μπορεί να θεωρηθεί μη ανταγωνιστική, όταν το οριακό κόστος για κάποιον επιπλέον που χρησιμοποιεί ήδη την τεχνολογία είναι δευτερεύον. Έπειτα οι επιστροφές από τυχόν επενδύσεις τεχνολογίας είναι εξίσου και ιδιωτικές και δημόσιες. Στην δεύτερη περίπτωση μία επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει μόνο μια φορά το δεύτερο τρόπο, συγκεκριμένα σύμφωνα με το άρθρο

”Multinational enterprises, technology diffusion, and host country productivity growth. Που εκδόθηκε το έτος 2000” «το οριακό κόστος χρησιμοποιώντας τον ίδιο συντελεστή σε διαφορετική περίπτωση είναι άπειρο»¹ Η δεύτερη περίπτωση τονίζει ότι, ενώ τα ιδιωτικά οφέλη θα πρέπει να είναι αρκετά έτσι ώστε να παραμείνει η καινοτομία, οι τεχνολογικές επενδύσεις προσδίδουν συχνά οφέλη για ιδιώτες εκτός βέβαια από οφέλη στον εφευρέτη.

Τελειώνοντας, για να γίνει πιο κατανοητό το παραπάνω στην σύγχρονη εποχή, δεν υφίσταται αναπτυσσόμενη χώρα που να προβάλλει οικονομική αύξηση χωρίς μία σταδιακά αυξανόμενη τεχνολογική επένδυση. Αυτό σημαίνει πως όταν μια χώρα αδυνατεί να προχωρήσει σε κάποια επένδυση, η οικονομική ανάπτυξη είναι πιο δύσκολο να επιτευχθεί. Εάν δε δοθεί βάση στον επενδυτικό χαρακτήρα ενός εγχειρήματος, τα αποτελέσματα δεν είναι κερδοφόρα και κατ’ επέκταση η απόδοση μειώνεται.

1.3 Βασικά είδη και εφαρμογές της τεχνολογικής αλλαγής

Τα βασικά είδη και οι εφαρμογές μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- Μεταποίηση, μηχανολογία και τεχνολογικός σχεδιασμός, για την παροχή αγαθών. Στις μέρες μας, συνδέεται και στηρίζεται σε κοινές βάσεις δεδομένων, οι οποίες αναφέρονται συχνά, ως «προηγμένη τεχνολογία παραγωγής» (Advanced Manufacturing Technology/AMT) ή ‘μηχανική με τη βοήθεια του υπολογιστή’ (Computer – Aided Engineering /CAE).
- Χρήση τεχνολογίας για λήψη, αποθήκευση, μετάδοση, ανάλυση και ανάκτηση πληροφοριών. Αυτό καλύπτει πολλά είδη υπολογιστικού και τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού. Μπορεί να συνδεθεί με την AMT/CAE ή να χρησιμοποιηθεί ξεχωριστά στην ανταλλαγή και διάδοση πληροφοριών στο πλαίσιο διοικητικών πληροφοριών, σε μια σειρά από ποικίλους οργανισμούς και γεωγραφικά σημεία.
- Τεχνολογία για την παροχή υπηρεσιών σε πελάτες, ασθενείς κτλ, στο πλαίσιο εφαρμογών του δημόσιου τομέα, όπως τα μηχανήματα αυτόματων συναλλαγών (ή αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές) (automated teller machines/ ATM) ή η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων στη βιομηχανία των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.
- Η τεχνολογία ως προϊόν, ή ως σημαντικό πρόσθετο συστατικό του προϊόντος, όπως οι συσκευές που περιέχουν μικροεπεξεργαστές ή επιπρόσθετα των νανο-υλικών στα υπάρχοντα προϊόντα (όπως ρούχα ή τζάμια τα οποία καθαρίζονται από “μόνα τους”). Υπάρχει ένα μελανό σημείο όσον αφορά την χρήση της τεχνολογίας τόσο για την εργασία όσο και κατά τον ελεύθερο χρόνο μας ή για την ανάπτυξη κοινωνικών συναναστροφών, όπως συμβαίνει με τα laptop, τα notebook και τα κινητά τηλέφωνα. Συνιστούν ταυτόχρονα εργασιακά και κοινωνικά κέντρα, καθώς περιέχουν ένα πληκτρολόγιο και οπτικοακουστικές δυνατότητες καθώς και πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Στην πραγματικότητα, οι δυνατότητες και οι επιλογές που διαθέτουν τέτοιου είδους εφαρμογές προσωπικού ηλεκτρονικού υπολογιστή και επικοινωνιών, είναι πολύ περισσότερες από αυτές που χρησιμοποιούνται στην πράξη.

1.4 Τεχνολογική αλλαγή και η μορφή της επιχείρησης

Σε γενικές γραμμές στις σύγχρονες τεχνολογικές οικονομίες έχει αναπτυχθεί μια ποικιλία μορφών οργάνωσης κατά τις οποίες ξεκινά η ερευνητική διαδικασία. Τέτοιες μορφές είναι τα εθνικά και ιδιωτικά εργαστήρια. Είναι γεγονός πως τέτοιου τύπου ιδρύματα ανταγωνίζονται μεταξύ τους και μετακινούν τεχνογνωσία τόσο εσωτερική όσο και εξωτερική. Η σιωπηρή αυτή αρχική ερευνητική γνώση είναι σωρευτική και αυτό αποτελεί το σπουδαιότερο λόγο για τον οποίο είναι συχνά επιθυμητή η σταθεροποίηση της σχέσης ανάμεσα στον αγοραστή/χρήστη και στον πωλητή/προμηθευτή. Πολλές φορές συμβαίνει το νέο να μην είναι μόνο αποτελεσματικότερο από το παλιό. Ουσιαστικά το καινούριο είναι μια εξέλιξη που πηγάζει και τροφοδοτείται από το παλιό. Μια ερμηνεία του παραπάνω φαινομένου είναι ότι οι νέες τεχνολογίες δεν αποτελούν απλά μια έννοια, αντίθετα η κατανόηση της συμβολής της τεχνολογίας ενισχύει τη γνώση και αποτελεί τη βάση για νέα οικοδομήματα τόσο μέσα στις επιχειρήσεις όσο και στο ευρύτερο περιβάλλον.

«Πράγματι, η τεχνολογική ανάπτυξη δεν μπορεί να γίνει κατανοητή εκτός από τις διάφορες μορφές διεθνούς εμπορίου που περιλαμβάνουν σημαντικά την τεχνολογία.»² Το γεγονός αυτό το εξηγεί καλύτερα ο Keller σε άρθρο του συμπληρώνοντας για το ζήτημα πως : «διαφορές στις τεχνολογικές εισροές που σχετίζονται με τα πρότυπα

¹Xu, B.. Multinational enterprises, technology diffusion, and host country productivity growth. Journal of Development Economics, (2000) 62, p. 477

²Robert E. Evenson & Larry E. "Technological Change and Technological Strategy", 1994, Westphal UNU/INTECH Working Paper No. 12, p.23

των εισαγωγών εξηγούν περίπου το 20% της συνολικής διακύμανσης των ρυθμών ανάπτυξης της παραγωγικότητας των χωρών»³

Έπειτα, θα διερευνηθεί η σχέση της τεχνολογικής αλλαγής και της δράσης επέκτασης της ιδιωτικής επιχείρησης. Γενικότερα, στις επιχειρήσεις επικρατεί η τάση να μην αποτελούν καθαρές εταιρίες ετερογενών εκμεταλλεύσεων όπου και η δράση τους εξαπλώνεται τυχαία σε μια μεγάλη ποικιλία γραμμών προϊόντος μια σύγχρονης εταιρίας ή επιχείρησης. Κάθε εταιρία εισάγει τεχνολογικές αλλαγές και τεχνοτροπίες ανάλογα με τις διοικητικές και επεκτατικές της ανάγκες. Συγκεκριμένα, ως τεχνολογική αλλαγή και επέκταση θεωρείται οποιοδήποτε εργαλείο, τεχνική ή τεχνολογική διαδικασία που εκτελείται με ανθρώπινη επέμβαση, είναι λοιπόν το προϊόν, η λειτουργία ή ο εξοπλισμός που επεκτείνει την ανθρώπινη ικανότητα.

Επιπρόσθετα, Ο συνδυασμός δύο στοιχείων προβάλλει γιατί η τεχνολογία είναι πιθανό να είναι σημαντική στην οικονομική ανάπτυξη, αλλά και στοιχείο γνώσης. Κατά πρώτον λοιπόν χώρες με υψηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα κατέχουν πιο μεγάλα αποθέματα μετρούμενης γνώσης εξάλλου η γνώση μεταφέρεται με χαμηλό κόστος και υψηλή ταχύτητα. Στην ουσία υπάρχει πιθανότητα η τεχνολογία να μην είναι μεταβιβάσιμη με ελάχιστο κέρδος, ακόμη και όταν μεγάλες εταιρίες για παράδειγμα παρέχουν στις θυγατρικές τους νέες τεχνολογίες. Σύμφωνα με περιπτώσεις που έχουν αναλυθεί λέγεται πως το κόστος εισόδου τεχνολογικής αλλαγής σε μια επιχείρηση κατείχε το 20% του συνολικού κόστους. Η τεχνολογία είναι σε κάποιο βαθμό κωδικοποιημένη επειδή είναι δύσκολο και δαπανηρό να γίνει εξ' ολοκλήρου κωδικοποίηση.

Κάποιες φορές είναι χαρακτηριστικό οι θυγατρικές των πολυεθνικών επιχειρήσεων να είναι μεγαλύτερες και ισχυρότερη τεχνολογία σε σχέση με μία μέση επιχείρηση στη χώρα υποδοχής της τεχνολογικής αλλαγής και αυτή μπορεί να είναι η αιτία για την οποία είναι καλές στο να προμηθεύονται τεχνολογία. Από την άλλη κάποιες φορές οι θυγατρικές εισάγουν περισσότερη τεχνολογία από ό, τι μπορούν να προσφέρουν, διότι συστήνει τη θυγατρική της με βασικό σκοπό την προμήθεια τεχνολογίας, ενώ οι πιο πολλές εταιρίες της χώρας υποδοχής, σε αντίθεση, δεν έχουν επιχειρήσει σχετική τοποθεσία. Αυτό σημαίνει ότι οι εκτιμήσεις δεν είναι εξ' ολοκλήρου συγκρίσιμες.

Επιπρόσθετα, αποτελεί ενδογενές στοιχείο, ότι σε μια εταιρία όπου παρατηρείται ταχεία τεχνολογική εξέλιξη, ένα νέο προϊόν που περικλύει την πιο σύγχρονη τεχνολογία, δεν μπορεί να εξασφαλιστεί με μία σύμβαση που θα περιγράφει λεπτομερώς το τελικό προϊόν. Η αδυναμία δηλαδή να προσδιοριστούν εκ των προτέρων τα χαρακτηριστικά του τελικού προϊόντος με σαφήνεια κάνει την ανταγωνιστική πλειοδοσία ακατόρθωτη στον κλάδο. Το να γίνει λοιπόν προσπάθεια να περιγραφούν με σαφήνεια και λεπτομέρεια τα στοιχεία του προϊόντος, αποτελεί σημαντικό εμπόδιο στην δυναμική τεχνολογική πρόοδο της εταιρίας.

1.4.1 Λειτουργία της επιχείρησης

Θα μπορούσε κανείς να υποστηρίξει ότι οι κεντρικές εργασίες της επιχείρησης ξεκινούν από την θεμελιακή φυσική τροχιά η οποία ενσωματώνεται στη γνωστική βάση της επιχείρησης. Η εξέλιξη ενός νέου προϊόντος προχωρεί συνήθως σε στενή συνάρτηση με τις προηγούμενες επιτυχίες. Ένα κύμα βελτίωσης που έχουν συχνά ριζοσπαστική σπουδαιότητα μπορεί να ακολουθήσει της εισαγωγή μιας μεγάλης νέας τεχνολογίας. Το κατά πόσο θα είναι επιθυμητό ή όχι το κυνήγι της βελτίωσης, είναι κάτι που εξαρτάται από τις εμπορικές ελπίδες τις οποίες μπορεί να έδωσε ή τουλάχιστον να υποσχέθηκε η πρώτη εμπορική εκμετάλλευση. Τα προηγούμενα ιστορικά εμπορικών εκμεταλλεύσεων μπορεί να δείχνουν τις πιο ελπιδοφόρες τεχνολογικές γειτονιές που πρέπει να διερευνηθούν σε όρους αγοραίας υποδοχής.

Η δράση μιας επιχείρησης κατά κάποιο τρόπο είναι αναπόφευκτα καθοδηγούμενη από τις τεχνολογικές ανάγκες της εκάστοτε εποχής. Μια αλλαγή στο τεχνολογικό καθεστώς- όπου το καθεστώς ορίζεται από την σύγκλιση των μηχανικών πεποιθήσεων για το τι είναι εφικτό ή τουλάχιστον αξίζει να επιχειρηθεί- ή η ταυτόχρονη συνύπαρξη μερικών συνδεδεμένων τεχνολογικών καθεστώτων.

Οι συνέπειες για την τεχνολογική θεωρία, την οργάνωση της έρευνας και της οργάνωση της επιχειρησιακής δραστηριότητας γενικότερα, είναι βαρυσήμαντες. Το σύνολο των παραγωγικών δραστηριοτήτων προκύπτουν από ένα συγκεκριμένο στόχο, η κεντρική εργασία της επιχείρησης, δηλαδή το σύνολο των ικανοτήτων που καθορίζουν το ιδιαίτερο πλεονέκτημά της- μπορεί να αναμένεται ότι θα δείχνει ορισμένη συνοχή και σταθερότητα. Μια πορεία αναλογική με την τεχνολογική πρόοδο κατευθύνει τις ικανότητες μια επιχείρησης και επομένως τις εργασίες κατά τις οποίες θα έχει η επιχείρηση συγκριτικό πλεονέκτημα.

Το σύνολο των τρόπων οργάνωσης ενέργειας που αναπτύσσονται όταν μια συγκεκριμένη ερευνητική προσπάθεια αποφέρει καρπούς, η αποτελεσματική μετά την ανάπτυξη του προϊόντος συμπεριφορά στην παραγωγή, το μάρκετινγκ, η διανομή και οι πωλήσεις κάνει την πορεία της επιχείρησης να αντισταθμίζεται από τις εξαρτήσεις στην τεχνολογική πρόοδο. Ως ρουτίνα ορίζεται η χρήση μια ικανότητας ή ενός συνόλου

3Keller W., Do Trade Patterns and Technology Flows Affect Productivity Growth?

ικανοτήτων σ' ένα συγκεκριμένο ή ξεχωριστό περιβάλλον κατά επαναλαμβανόμενο τρόπο. Όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα οι εξαρτήσεις από την πορεία, ορίζουν τα περιβάλλοντα όπου οι δεξιότητες μπορούν να χρησιμοποιηθούν πιο παραγωγικά.

Επομένως, το αρχικό σημείο εισόδου μιας επιχείρησης σε ένα τεχνολογικό καθεστώς, και οι τροχιές που επιλέγονται αρχικά, θα ορίσουν σε μεγάλο βαθμό, τα είδη των ικανοτήτων που θα δημιουργήσει η συγκεκριμένη επιχείρηση, καθώς και το προϊόν το οποίο θα αναπτύξει και θα διοχετεύσει στην αγορά. Μετά την πρώτη εμπορική εκμετάλλευση θα διαμορφωθεί ένα σύνολο καθιερωμένων τρόπων ενέργειας που θα οδηγήσει στην περαιτέρω ενδυνάμωση των ικανοτήτων. Η επιδέξια λοιπόν λειτουργία της οργανωτικής ρουτίνας που αναφέρθηκε προηγουμένως παρέχει την υποδομή αυτού που θεωρείται ιδιαίτερη ικανότητα μιας επιχείρησης. Η άποψη δηλαδή ότι «οι εργαζόμενοι της επιχείρησης “χ” είναι καλοί στο “ψ” χαρακτηριστικό.», αποδίδει με λίγα λόγια τη γενική αντίληψη για τις ικανότητες που σχηματίζουν τρίτοι ως προς τις ικανότητες των επιχειρήσεων.

Οι κεντρικές εργασίες μιας επιχείρησης λοιπόν ορίζονται κατ' ανάγκη από τις ικανότητες αυτές στην παραγωγή, το μάρκετινγκ και την έρευνα. Γενικά οι εργαζόμενοι έχουν την τάση να σχηματίζουν φυσικές ομάδες, όπου ο ανασχηματισμός τους είναι δύσκολος και η ικανότητα απορρόφησης νέων μελών περιορισμένη.

Επιπλέον, οι τρόποι δράσης μιας επιχείρησης πρέπει να ασκούνται με τρόπο που σταθερά να οδηγεί σε υψηλή αποδοτικότητα. Οι κεντρικές ικανότητες μιας επιχείρησης πρέπει να ασκούνται συνεχώς για να διατηρηθεί ή να προστατευθεί η υγεία της επιχείρησης. Με δεδομένο ότι η γνώση μιας επιχείρησης ορίζεται από το που λειτουργεί η ίδια αλλά και από τις απορρέουσες τεχνολογικές προσταγές και ευκαιρίες, είναι αυτονόητο ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση έχει περιορισμένες, αλλά όχι ανύπαρκτες, δυνατότητες να μεταβάλλει τις εργασίες της. Τα προϊόντα που μπορεί να παραγάγει και οι τεχνολογίες που χρησιμοποιεί εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την πορεία μιας ξεχωριστής επιχειρηματικής μονάδας.

Οι κερδοσκοπικές επιχειρήσεις εκτός από την είσοδο στην αγορά του εταιρικού ελέγχου, έχουν περιορισμένες ικανότητες να μεταβάλλουν προϊόντα και τεχνολογίες. Όσον αφορά τώρα τις οικονομίες «πεδίου» θα εμφανίζονταν να περιορίζονται από την ικανότητα να εφαρμόζει ρουτίνες σε διάφορα περιβάλλοντα προϊόντων και τεχνολογιών. Σε αποτυχημένες επιχειρήσεις οι διευθύνοντες αποφεύγουν τις δυσκολίες που τους παρουσιάζει το επιχειρηματικό ή το κοινωνικό τους περιβάλλον. Δεν φροντίζουν να κατανοούν πού βρίσκεται η επιχείρηση την παρούσα στιγμή, που πρέπει να κατευθυνθεί, και τι πρέπει να επιλέξει ως δράση.

Η παραπάνω ανάλυση λοιπόν συνοπτικά έχει στηριχτεί ως τώρα στην παραδοχή ότι τα τεχνολογικά καθεστώτα παρουσιάζουν σχετική σταθερότητα στην πορεία τους. Εάν υποθέσει κάποιος, όμως, ότι η επιχείρηση γνωρίζει την όποια τεχνολογική ασυνέχεια που κάνει αναχρονιστικές τις δεξιότητές της και η οποία στερεί, πιθανόν, κάθε αξία από τα περιουσιακά της στοιχεία του «σταδίου αποπεράτωσης». Στις συνθήκες αυτές θα υπάρχουν εδραιωμένες επιχειρήσεις που δεν θα έχουν σαφείς από τις ερευνητικές ικανότητες. Παρ' όλα αυτά, οι ικανότητες του «τελικού σταδίου», ιδίως οι ικανότητες προώθησης των πωλήσεων και της διανομής, εξακολουθούν στις περισσότερες περιπτώσεις να είναι σημαντικές για το σύγχρονο τεχνολογικό καθεστώς. Στις συνθήκες αυτές, εκεί δηλαδή όπου η απαραίτητη τεχνολογία για την επιβίωση απέχει κατά πολύ από την παραδοσιακή έρευνα της επιχείρησης-μπορεί να γίνει εξαιρετικά δύσκολο να χρησιμοποιηθούν οι υπάρχουσες δυνατότητες της επιχείρησης μέσα στο νέο τεχνολογικό παράδειγμα.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970 η λέξη «επιχειρηματικότητα» ήταν σχεδόν απύουσα από την οικονομική βιβλιογραφία σε σημείο που κάποιος θα υποστήριζε ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της οικονομίας. Γι' αυτό το λόγο είτε θα πρέπει να αγοραστούν μαζικά οι σχετικές ικανότητες ή θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν προγράμματα μεταβίβασης τεχνολογίας για την επιμόρφωση του διαθέσιμου προσωπικού στις παραδοχές και την γενικότερη λογική του νέου τεχνολογικού παραδείγματος. Υπό αυτές τις συνθήκες, πολύ συχνά θα παρατηρείται χορήγηση αδειών εκμετάλλευσης και συνεργασία με διάφορους οργανισμούς (π.χ. άλλες επιχειρήσεις) που έχουν ανοίξει το δρόμο της εφαρμογής του συγκεκριμένου παραδείγματος.

Στις επιτυχημένες επιχειρήσεις τα στελέχη και οι υπεύθυνοι χαράζουν και ακολουθούν μια συγκεκριμένη πορεία και προσπαθούν έτσι ώστε η επιχείρηση που «υπηρετούν» αλλά και το προσωπικό να είναι προετοιμασμένα και βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα όσον αφορά τις δραστηριότητες τους. Σε αυτές τις επιχειρήσεις λοιπόν οι διοικούντες διαθέτουν πολύ χρόνο για να υλοποιήσουν ένα αποτελεσματικό στρατηγικό σχέδιο τόσο για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης όσο και για να εφαρμόσουν έμπρακτα το στρατηγικό σχέδιο που οργάνωσαν.

Καταλήγοντας, οι υφιστάμενες επιχειρήσεις αναμένεται, ότι θα έχουν χαλαρά όρια όταν αλλάζει το τεχνολογικό καθεστώς, εκτός βέβαια και εάν οι ίδιες είναι υπεύθυνες για τις αλλαγές αυτές. Βέβαια εάν η συγκεκριμένη τεχνολογία δεν προστατεύεται από την νομοθεσία για την πνευματική ιδιοκτησία, τότε η

συνεργασία στο πεδίο αυτό είναι το πιο πιθανό να πάρει τη μορφή της αντιγραφής παρά της χορήγησης άδειας εκμετάλλευσης. Επιπλέον, εάν η τεχνολογία παρέχει «σιωπηρή γνώση» η χορήγηση άδειας εκμετάλλευσης γίνεται απαραίτητη. Τέλος, είναι ευνόητο ότι στην συγκεκριμένη εξίσωση προκύπτουν ζητήματα κόστους συναλλαγών, όπου η συνεργασία καθίσταται λιγότερο δύσκολη από ό, τι τα ζητήματα μιας συμβατικής συνεργασίας.

1.4.2 Εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά

Εμπόδια στην είσοδο νέων επιχειρήσεων: περιλαμβάνουν παράγοντες όπως οι κεφαλαιακές απαιτήσεις, οι οικονομίες κλίμακας, η διαφοροποίηση των προϊόντων, το κόστος αλλαγής, το όνομα του προϊόντος, την πρόσβαση στα δίκτυα διανομής, και την απειλή αντιποίνων. Όσο υψηλότερα είναι τα εμπόδια εισόδου στην αγορά, τόσο μεγαλύτερη είναι η δυνητική κερδοφορία των επιχειρήσεων του κλάδου.

- Οικονομίες κλίμακας.
- Η κεφαλαιακή απαίτηση εισόδου.
- Πρόσβαση σε κανάλια διανομής.
- Πλεονεκτήματα κόστους ανεξάρτητα από το μέγεθος.
- Αναμενόμενα αντίποινα.
- Νομοθεσία ή κυβερνητική δράση.
- Διάκριση.
- Ένταση του ανταγωνισμού στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις του κλάδου

1.5 Συμπεράσματα

Παρατηρεί κανείς πως μια επιχείρηση λειτουργεί σαν ένας ζωντανός οργανισμός και έχει ένα συγκεκριμένο κύκλο ζωής. Οι επιχειρήσεις αλλάζουν φάση ζωής, γι' αυτό τον λόγο εμφανίζουν συγκεκριμένα πρότυπα συμπεριφοράς και λειτουργίας. Κάθε φάση απαιτεί την αντιμετώπιση πλήθους προβλημάτων όπως ζητήματα μετασχηματισμού και δυσχέρειες μετάβασης από τη μια φάση στην επόμενη. Υπάρχουν φορές όπως είναι λογικό που δεν επιτυγχάνουν αυτοδύναμα να επιλύσουν, αναγκάζονται να δεχτούν εξωτερικές παρεμβάσεις.

Η αρχική έρευνα, το μάρκετινγκ, η παραγωγική διαδικασία, η υιοθέτηση τεχνολογικών αλλαγών αποτελούν αναπόσπαστα κομμάτια του κύκλου ζωής των επιχειρήσεων και των εταιριών. Γενικότερα, η τεχνολογική αλλαγή έχει συνέπειες στην κάθετη δομή της επιχείρησης, το επίπεδο της κάθετης ολοκλήρωσης έχει επιπτώσεις στο ρυθμό και την κατεύθυνση της τεχνολογικής αλλαγής που αναμένεται πως θα χαρακτηρίζει την επιχείρηση.

Η βιβλιογραφία που ενώνει το ρυθμό και την κατεύθυνση της τεχνολογικής υιοθέτησης-αλλαγής στα όρια της επιχείρησης βρίσκεται στα πρώτα τους βήματα. Αφού λοιπόν διευκρινίστηκε η φύση της επιχείρησης στις παρακάτω ενότητες θα αναλυθεί διεξοδικά η λειτουργία της έρευνας και ανάπτυξης αλλά και των σχέσεων με την χρήση τεχνολογικών καινοτομιών. Στο επόμενο στάδιο θα αναλυθεί η έννοια της E&A και ο ρόλος της καινοτομίας στις σύγχρονες επιχειρήσεις.

Κεφάλαιο 2° : Η έννοια της Έρευνας & Ανάπτυξης και η χρήση καινοτομίας στις επιχειρήσεις

2.1 Η λειτουργία της Έρευνας & Ανάπτυξης: Εταιρική Στρατηγική και Δομή

Εισαγωγή

Αυτό το κεφάλαιο ξεκινά με μια επισκόπηση της ευρύτερης έννοιας της Έρευνας και Ανάπτυξης στις επιχειρήσεις αλλά και της καινοτομίας. Αφού φαίνεται όπως θα δούμε και πιο κάτω ότι η Έρευνα & Ανάπτυξη είναι βασική μέθοδος ανάπτυξης της καινοτομίας. Η παρακάτω λογική εξέλιξη των επιχειρημάτων καταδεικνύει την αξία της Έρευνας και της Ανάπτυξης ως ένα πνευματικό εργαλείο

Η σύγχρονη τεχνολογία έχει εισβάλει στις επιχειρήσεις με τέτοιο τρόπο που οποιαδήποτε βλάβη στον μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό ή ακόμη στην λειτουργία κάποιου λογισμικού προκαλεί τεράστιες οικονομικές επιβαρύνσεις. Από την απλούστερη μορφή της, την τεχνολογία των πληροφοριών, μέχρι την πλέον σύνθετη (διαστημική, ρομποτική), η τεχνολογία αποτελεί παράγοντα επιτυχίας ή αποτυχίας. Η αποτελεσματική χρήση της βοηθά σε επιχειρηματικό και προσωπικό επίπεδο. Τα νέα στελέχη εκπαιδεύονται σε ιδιαίτερες δεξιότητες ενώ ονομαστά εκπαιδευτικά ιδρύματα του εξωτερικού συνεργάζονται με κέντρα ερευνών, ινστιτούτα και εταιρείες στο πλαίσιο εύρεσης και ανάπτυξης νέων τεχνολογικών και καινοτομικών προϊόντων.

Πολλές δεξιότητες μπορούν να δημιουργηθούν με τη μορφή του ανθρώπινου κεφαλαίου. Αλλά μπορούν επίσης να είναι και με τη μορφή δαπανών E&A, μια έννοια που για πρώτη φορά τόνισαν οι Wesley Cohen και ο Daniel Levinthal (1989) . Οι συγγραφείς αυτοί θεωρούν πως «οι επενδύσεις E&A είναι απαραίτητες για μια επιχείρηση προκειμένου να αποκτήσει μη εγχώρια τεχνολογία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η E&A είναι ζωτικής σημασίας για να μπορέσει μια επιχείρηση να κατανοήσει και να αξιολογήσει τις νέες τεχνολογικές τάσεις και καινοτομίες.»⁴

2.1.1 Τύποι και σκοπός Προβλέψεων για Έρευνα & Ανάπτυξη

Ορίζουμε τις εξής έννοιες σχετικά με τις πωλήσεις:

- *Δυνατότητα (potential)*: Το μέγιστο εφικτό επίπεδο πωλήσεων στις δεδομένες συνθήκες της αγοράς με 100% διανομή, έντονη διαφήμιση και προβολή κ.λπ. Η δυνατότητα χρησιμοποιείται σε λήψη αποφάσεων που αφορούν την είσοδο ή την έξοδο της επιχείρησης σε ή από μια αγορά ή βιομηχανία. Επίσης χρησιμοποιείται για την λήψη αποφάσεων τοποθεσίας και κατανομής πόρων της επιχείρησης, καθώς και ως εισροή για την πραγματοποίηση προβλέψεων πωλήσεων.
- *Πρόβλεψη (forecast)*: Το αναμενόμενο επίπεδο πωλήσεων στις δεδομένες συνθήκες της αγοράς. Η πρόβλεψη κυρίως χρησιμοποιείται στην απάντηση ερωτήσεων τύπου «τι θα συμβεί εάν...;» («whatif»questions). Τέτοιου είδους ερωτήσεις αφορούν τις επιπτώσεις και τα αποτελέσματα διαφόρων εναλλακτικών στρατηγικών. Επίσης, προβλέψεις χρησιμοποιούνται για την κατάρτιση προϋπολογισμών και του προγραμματισμού της παραγωγής προκειμένου να επιτευχθεί το αναμενόμενο επίπεδο πωλήσεων. Τέλος, οι προβλέψεις αποτελούν χρήσιμες εισροές – βάσεις ανάπτυξης ενός συστήματος παρακολούθησης της εφαρμογής στρατηγικών.
- *Ποσόστωση (quota)*: Οι αναμενόμενοι στόχοι από κάποια στελέχη (π.χ. με ποσοστώσεις λειτουργούν οι πωλητές από τους οποίους αναμένεται συγκεκριμένο ελάχιστο επίπεδο πωλήσεων). Οι ποσοστώσεις χρησιμοποιούνται για την ανακοίνωση ή την κοινοποίηση των στόχων πωλήσεων στους πωλητές και γενικά σε όσους είναι υπεύθυνοι για την επίτευξη των στόχων πωλήσεων. Ποσοστώσεις επίσης χρησιμοποιούνται και ως μέτρο για την αξιολόγηση των αποτελεσματικών διαφόρων στελεχών της επιχείρησης, κυρίως πωλητών.

Στην επιλογή του είδους της πρόβλεψης που είναι χρήσιμο σε μια δεδομένη περίπτωση ή για κάποιο συγκεκριμένο σκοπό, λαμβάνονται υπόψη τα εξής:

- ενέργειες των καταναλωτών – πελατών,
- ενέργειες των ανταγωνιστών,
- το γενικό περιβάλλον,

⁴Wesley M. Cohen; Daniel A. Levinthal", "Innovation and Learning: The Two Faces of R & D", The Economic Journal, Vol. 99, No. 397. (Sep., 1989), pp. 569-596.

- οι ενέργειες δραστηριότητες της επιχείρησης,
- ο χρονικός ορίζοντας των προβλέψεων.

Υπάρχουν τέσσερις τύποι προβλέψεων, οι οποίοι είναι σημαντικοί ιδιαίτερα για τους διευθυντές πωλήσεων της επιχείρησης. Οι τύποι αυτοί προκύπτουν με βάση το εάν η αναφορά των προβλέψεων γίνεται σε επίπεδο επιχείρησης ή βιομηχανίας και το εάν οι προβλέψεις αφορούν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα πωλήσεων, ή τα αναμενόμενα αποτελέσματα για κάποια στρατηγική που αποφασίστηκε.

Η δυνατότητα αγοράς (marketpotential) και η δυνατότητα πωλήσεων (salespotential) αναφέρονται στα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα (πιθανότητες) πωλήσεων της βιομηχανίας και της επιχείρησης, αντίστοιχα. Παρομοίως, η πρόβλεψη αγοράς (marketforecast) και η πρόβλεψη πωλήσεων (salesforecast) αναφέρονται στα αναμενόμενα αποτελέσματα για δεδομένες στρατηγικές βιομηχανίες και επιχείρησης, αντίστοιχα.

Η στρατηγική ανάπτυξης μιας επιχείρησης προϋποθέτει την αναγνώριση των κινδύνων, των αδυναμιών της και το κόστος κάθε απόφασης, δεν είναι απαραίτητα η ύπαρξη συμβούλων καθώς οι ιδέες, τα αγαθά και οι πόροι βρίσκονται στην υπάρχουσα εταιρία. Για να λειτουργήσει ορθά μια τέτοια στρατηγική απαιτείται η εξέλιξη επενδυτικών προγραμμάτων μελέτη και ανάλυση βιωσιμότητας και τέλος η ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

2.2 Τεχνολογική καινοτομία – προσδιορισμός του όρου

Πρώτον, με τον όρο καινοτομία αναφερόμαστε σε μια νέα ιδέα για την πραγματοποίηση για κάποιες δράσης ή η νέος τρόπος αυτής της υλοποίησης, αλλά και η εφαρμογή νέων τεχνικών ή ανακαλύψεων για την επίτευξη ενός αποτελέσματος. Συχνά αυτός ο όρος εμφανίζεται σε οικονομικό, αγοραστικό και επιχειρηματικό κλάδο. Έχει την προέλευση του από το λατινικό *innovare* και έχει την έννοια του να κάνεις κάτι διαφορετικό και νέο. Ο ορισμός της καινοτομίας, που υποδεικνύει ο ΟΟΣΑ αναφέρεται στην τροποποίηση μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν είτε σε κάποια υπηρεσία.

Είναι η διαδικασία κατά την οποία δηλώνεται ένα νέο αγαθό ή μια υπηρεσία το οποίο κατέχει δυναμικό χαρακτήρα στην αγορά εργασίας, πράγμα το οποίο εξαρτάται από την δυναμικότητα του στην αγορά εργασίας και το τελικό αποτέλεσμα των προσδοκιών της. Η καινοτομία συνδέεται επίσης με την έρευνα και την εξέλιξη στον επιχειρησιακό κλάδο. Στην Ευρώπη οι καινοτομίες γίνονται υλοποιήσιμες λόγω των επενδυτικών προγραμμάτων. Επιπλέον είναι σημαντικό πως η καινοτομία είναι υπολογίσιμη και μετρίεται με δείκτες οι οποίοι γίνονται σύστημα και έπειτα κατηγοριοποιούνται.

Η καινοτομία απαιτεί διάυλους επικοινωνίας μεταξύ όλων των συμμετεχόντων από τον παραγωγό έως τον έμπορο και εν τέλει μέχρι τον καταναλωτή. Τέλος, υπάρχουν διάφορα είδη καινοτομίας, η καινοτομία διαδικασίας ή καινοτομία marketing η καινοτομία και η οργανωτική καινοτομία (εφαρμογή δράσης στο επιχειρησιακό πρακτικό ενός εργασιακού χώρου ή κάποιας επιχείρησης) χρησιμοποιούν τους όρους «εφεύρεση» και «καινοτομία» εναλλακτικά αλλά και με διάφορους βαθμούς ακρίβειας.

Σε αυτή την ανασκόπηση των εναλλακτικών αντιλήψεων της καινοτομίας, το ζήτημα που προκύπτει όπως θα δούμε και παρακάτω όχι βέβαια κατ' ανάγκη είναι πως η καινοτομία είναι απρόσιτη, αλλά υπάρχουν μόνο άμεσα διαθέσιμες αντιλήψεις και απλή καθημερινή παρατήρηση, αυτό δίνει στην καλύτερη μόνο περίπτωση μια περιορισμένη άποψη της διαδικασίας της καινοτομίας. Αυτό δεν είναι ίσως έκπληξη, αλλά ενισχύει το συμπέρασμα σε αυτό το κεφάλαιο: ότι αν γενική κατανόηση είναι το αντικείμενο, τότε μια ευρεία αντίληψη της τεχνολογικής αλλαγής είναι η κατάλληλη. Επομένως, λοιπόν, ότι το υπόλοιπο αυτού του βιβλίου θα πρέπει να είναι αφιερωμένο στην ανάλυση μεταβολής των στοιχείων του ευρύ ορισμό της τεχνολογία

2.3 Συμπεριφορά της τεχνολογικής καινοτομίας στις επιχειρήσεις

Η καινοτομία, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, βρίσκεται στο επίκεντρο της οικονομίας και των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Αποτελεί ζήτημα εξέλιξης και ανταγωνιστικής παρουσίας των μεγαλύτερων εταιριών αλλά και βασικό κριτήριο για την επιβίωση των μικρών-μεσαίων επιχειρήσεων όλων των τομέων αλλά και όλων των οικονομιών διεθνώς. Πολλές φορές φαίνεται πως όταν η τεχνολογία βελτιστοποιείται, βελτιστοποιούνται και οι λειτουργίες παραγωγής, λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά μίας επιχείρησης.

2.3.1 Χρήσεις και παραδείγματα καινοτομιών - Μελέτη περίπτωσης (Microsoft/Intel)

Ακόμη και σήμερα, η παρουσία των εταιρειών Microsoft και Intel στο χώρο των Ηλεκτρονικών Υπολογιστών είναι πολύ έντονη σε σημείο να χαρακτηρίζονται ως “ιερά διαρχία”. Η Microsoft δραστηριοποιείται κατά κύριο λόγο στο χώρο της δημιουργίας λογισμικού για τους Η/Υ (software), ενώ η Intel στην κατασκευή κυρίως μικροεπεξεργαστών (hardware). Οι πρώτες γενιές των ηλεκτρονικών υπολογιστών επιτελούσαν συνήθως μια λειτουργία. Για παράδειγμα, υπολόγιζαν την τροχιά ενός βλήματος. Στη συνέχεια οι υπολογιστές άρχισαν να γίνονται πιο πολύπλοκοι και να μπορούν με το κατάλληλο πρόγραμμα να κάνουν πλήθος λειτουργιών. Ο πρώτος προγραμματιζόμενος ηλεκτρονικός υπολογιστής κατασκευάστηκε το 1946, ζύγιζε 30 τόνους. Η διάκριση του Hardware (λισμικό) από το Software (λογισμικό) δεν ήταν πάντα δεδομένη αλλά θα μπορούσαμε να πούμε πως τυπικά άρχισε να υπάρχει στα μέσα της δεκαετίας του '60. Ωστόσο οι αγοραστές των Η/Υ, που τότε ήταν κρατικές υπηρεσίες, πανεπιστήμια και μεγάλες επιχειρήσεις, προμηθεύονταν το λογισμικό από την εταιρεία κατασκευής των μηχανημάτων. Το 1968 ιδρύεται η Intel (Integrated Electronics). Το 1969 κυκλοφορεί τον πρώτο μικροεπεξεργαστή της (διαστάσεων 3X4 χιλιοστών και ταχύτητας 108 kHz).

Περίπου την ίδια εποχή δημιουργήθηκαν και οι πρώτοι μικρο - υπολογιστές και μαζί τους η ανάγκη δημιουργίας ενός λειτουργικού συστήματος που να παρεμβαίνει ως ενδιάμεσος μεταξύ της μηχανής και των προγραμμάτων. Το 1981 η IBM παρακινούμενη από την εισβολή των εμπορικών μικροϋπολογιστών της Apple στα γραφεία των μεγάλων εταιρειών και από τις ιδέες κάποιων νεαρών μηχανικών της, εισάγει στην αγορά τον πρώτο προσωπικό υπολογιστή (με το όνομα IBMPC). Σε διάστημα ενός έτους κατακτά μερίδιο αγοράς που ξεπερνά το 50%.

Η IBM χρησιμοποίησε τον επεξεργαστή 8088 της Intel και υιοθέτησε το λειτουργικό σύστημα MS-DOS της μικρής τότε Microsoft. Με αυτές τις λανθασμένες, όπως αποδείχθηκε εκ των υστέρων, στρατηγικές επιλογές η IBM άνοιξε το δρόμο στις Intel και Microsoft για να γίνουν κυρίαρχες στο χώρο των υπολογιστών. Το 1990 η Microsoft κυκλοφορεί τα Windows 3.0 τα οποία γίνονται δεκτά με ενθουσιασμό από την αγορά. Η IBM κάνει προσπάθειες αντεπίθεσης με την κυκλοφορία του λειτουργικού συστήματος OS/2 αλλά αυτό σε καμία περίπτωση δε γνωρίζει την επιτυχία των Windows. Η Intel παράγει νέα μοντέλα επεξεργαστών (Intel 386SX, 386DX, 486SX, 486DX κ.λπ.) με τόσο γρήγορο ρυθμό που κανένας από τους ανταγωνιστές της δεν μπορεί να την φθάσει.

Στην προσπάθεια της να κάνει το προϊόν της μοναδικό και να το προστατεύσει από τον ανταγωνισμό της AMD και της Cyrix αλλάζει το όνομα των επεξεργαστών της σε Pentium. Μετά το 1995 η παρουσία των Intel και Microsoft είναι τόσο ισχυρό που μιλάμε για ένα νέο πρότυπο μικροϋπολογιστών, το WINTEL (υπολογιστές που τρέχουν τα Windows, με επεξεργαστή της Intel). Ακόμα και η IBM δεν κατάφερε ποτέ να διασπάσει αυτή τη συμμαχία. Το WINTEL κυριάρχησε, χαρακτηριστικό της αδυναμίας της IBM να κυριαρχήσει στο χώρο των προσωπικών υπολογιστών που η ίδια δημιούργησε ήταν η απόφασή της στα τέλη του 2004, να πουλήσει την επιχειρηματική δραστηριότητα των PCs στην κινέζικη Lenovo.

Τα προϊόντα του WINTEL είναι κυρίαρχα μέσω της συμπληρωματικότητάς τους γιατί το ένα είναι απαραίτητο για τη λειτουργία του άλλου. Στην πραγματικότητα όμως, η συμμαχία μεταξύ των δυο εταιρειών φαίνεται να είναι περισσότερο μια συμμαχία “ευκολίας” και οι διαφορές είναι μεγάλες. Είναι χαρακτηριστικό ότι από τις αρχές της νέας δεκαετίας και οι δυο εταιρείες συνεργάζονται με ανταγωνιστές της άλλης πλευράς, κάτι αδιανόητο λίγα χρόνια πριν. Για παράδειγμα, η Microsoft προσαρμοσε τα Windows XP, Vista και Windows 7, έτσι ώστε να λειτουργούν και σε άλλους επεξεργαστές (π.χ. επεξεργαστές της AMD). Όμοια, η Intel παρουσιάζεται ξεκάθαρα πλέον να είναι ένθερμος υποστηρικτής του λειτουργικού συστήματος LINUX.

Είναι τέτοια η δύναμη των δύο επιχειρήσεων, που ακόμα και η μεγαλύτερη εταιρεία του κόσμου στον χώρο των προσωπικών υπολογιστών, η HewlettPackard στα τέλη του 2011, σκεφτόταν σοβαρά να εγκαταλείψει τον κλάδο. Πράγματι, όταν το μεγαλύτερο μέρος της αξίας ενός υπολογιστή προέρχεται από το λειτουργικό του σύστημα και τον επεξεργαστή του, τότε υπάρχει πραγματικός χώρος να αναπτυχθεί ουσιαστικά κερδοφόρα μια επιχείρηση η οποία βασίζεται στην καινοτομία και πόσο χρόνο ακόμη θα είναι κυρίαρχη τεχνολογικά στο χώρο;

Είναι γεγονός πως οι αναπτυσσόμενες χώρες επιλέγουν οι ίδιες τον τύπο τεχνολογίας που θα εισαχθεί. Αυτό βέβαια συμβαίνει για να επιτευχθούν τα προσδοκώμενα κέρδη για την χώρα. Επιλέγουν πολλές φορές και το μέσο με την οποίο θα εισαχθεί η τεχνολογική αλλαγή, αυτό συμβαίνει περισσότερο στις βιομηχανικές κοινωνίες. Κάποια από αυτά τα κανάλια μετάδοσης της τεχνολογικής γνώσης μελετώνται και από τους Rivera-Batiz και Romer το έτος 1991 «από τη μία οι τεχνολογικές γνώσεις μεταδίδονται ανεξάρτητα από τα εμπορεύματα (knowledgemodel) και τα προϊόντα και έπειτα το εμπόριο ενδιάμεσων εισροών που αφομοιώνουν καινούριες ιδέες (labequipmentmodel)»⁵

3.1 Σκοπός και Σημαντικότητα της Έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η θεωρητική και εμπειρική προσέγγιση, ανάλυση και μελέτη της απορρόφησης και της χρήσης της νέων τεχνολογιών στον τομέα των επιχειρήσεων. Δεδομένου αυτού, θα αναλυθεί διεξοδικά η αλληλεπίδραση και η ανταγωνιστικότητα μεταξύ των επιχειρήσεων. Επιπροσθέτως, κύριο μέλημα του παρόντος είναι να αναδειχθεί το μέγεθος της συγκεκριμένης σχέσης και να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο ενδέχεται η τεχνολογία να επηρεάσει συγκεκριμένες πτυχές στην επιχείρηση. Ειδικότερα, επιχειρείται να εντοπιστεί ο ρόλος που διαδραματίζει η τεχνολογία στην επίλυση των διαφόρων ζητημάτων και προβλημάτων των σύγχρονων επιχειρήσεων.

3.2 Δειγματοληψία

Υπάρχουν δύο τεχνικές δειγματοληψίας:

1. Τυχαία Δειγματοληψία
2. Μη Τυχαία Δειγματοληψία

Για να αποκτηθεί ένα τυχαίο δείγμα, το πρώτο βήμα είναι να οριστεί ο πληθυσμός από τον οποίο θα σχεδιαστεί. Αυτός ο πληθυσμός είναι γνωστός ως το *πλαίσιο δειγματοληψίας*. Ο όρος *τυχαία* μπορεί να σημαίνει ότι είναι δυνατό να πάρει κάποια τυχαία τιμή.

Για να είναι ένα «τυχαίο» δείγμα, κάθε άτομο στον πληθυσμό πρέπει να έχει *ίση πιθανότητα* να επιλεγεί. Προκειμένου να πραγματοποιηθεί τυχαία δειγματοληψία σωστά, πρέπει να τηρηθούν αυστηρές διαδικασίες. Οι τεχνικές τυχαίας δειγματοληψίας είναι:

1. απλή τυχαία δειγματοληψία
2. η συστηματική τυχαία δειγματοληψία

Η μη τυχαία δειγματοληψία δεν χρησιμοποιείται πολύ συχνά στην ποσοτική κοινωνική έρευνα, αλλά χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο στις έρευνες αγοράς και στις μελέτες που ανατέθηκαν. Η τεχνική περισσότερο χρησιμοποιείται συνήθως ως δειγματοληψία ποσοτώσεων. Η δειγματοληψία των ποσοτώσεων είναι μια τεχνική δειγματοληψίας με την οποία ο ερευνητής αποφασίζει εκ των προτέρων σε ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά που θα χρησιμοποιήσει για τη διαστρωμάτωση του δείγματος. Οι ερωτηθέντες καθορίζουν συχνά ποσοτώσεις δειγμάτων όσον αφορά την ηλικία και το φύλο. Έτσι, για παράδειγμα, με δείγμα 200 ατόμων, μπορούν να αποφασίσουν ότι το 50% πρέπει να είναι άνδρες και το 50% να είναι γυναίκες. Και το 40% πρέπει να έχει ηλικία άνω των 40 ετών και το 60% να είναι ηλικίας 39 ετών ή λιγότερο. Η διαφορά με το στρωματοποιημένο δείγμα είναι ότι οι ερωτηθέντες σε ένα δείγμα ποσοτώσεως δεν είναι τυχαία επιλεγμένα εντός του στρώματος. Οι ερωτηθέντες μπορούν να επιλεγούν μόνο επειδή είναι προσβάσιμη από τον ερευνητή. Επειδή η μη τυχαία δειγματοληψία δεν χρησιμοποιείται, δεν είναι δυνατή η εφαρμογή για να γενικεύσει τα ευρήματα σε έναν ευρύτερο πληθυσμό. Η επιλογή ερωτηθέντων καθαρά επειδή είναι εύκολα προσβάσιμοι είναι γνωστή ως *η δειγματοληψία ευκολίας*. Ενώ αυτή η τεχνική γενικά είναι χρηστική από ποσοτικούς ερευνητές, θεωρείται ως αποδεκτή προσέγγιση κατά τη χρήση ενός ποιοτικού σχεδιασμού, δεδομένου ότι η γενικευσιμότητα δεν αποτελεί κύριο στόχο της ποιοτικής προσέγγισης αλλά της ποσοτικής.

Στην παρούσα έρευνα έχουμε χρησιμοποιήσει μια απλή τυχαία δειγματοληψία σε επιχειρήσεις που λειτουργούν 12 μήνες τον χρόνο.

3.3 Πληθυσμός της έρευνας

Επιλέχθηκαν λοιπόν, ως πλαίσιο δειγματοληψίας 20 διαφορετικού τύπου επιχειρήσεις που προέρχονται, από την περιοχή του Ρεθύμνου και οι συμμετέχοντες είναι ηγετικά μέλη σε αυτές.

3.4 Μέθοδοι συλλογής δεδομένων ερευνών

Μια έρευνα είναι ένας τύπος ερευνητικού σχεδιασμού. Αντίθετα, μια συνέντευξη ή ένα ταχυδρομικό ερωτηματολόγιο είναι μια μέθοδος συλλογής δεδομένων. Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα διαθέσιμων μεθόδων για τη συλλογή δεδομένων που καλύπτουν τους ανθρώπινους συμμετέχοντες, αλλά οι τρεις βασικές μέθοδοι συλλογής των δεδομένων έρευνας είναι:

1. Συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο
2. τηλεφωνικές συνεντεύξεις
3. ερωτηματολόγια

Η επιλογή της κατάλληλης μεθόδου εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως:

- πρόσβαση σε δυνητικούς συμμετέχοντες
- το επίπεδο γνώσεων των ερωτηθέντων
- το αντικείμενο
- το κίνητρο των ερωτηθέντων
- πόροι

3.5 Ερωτηματολόγιο

Τα ερωτηματολόγια αποτελούν χρήσιμη επιλογή κατά την πραγματοποίηση μιας έρευνας. Μπορούν να είναι φθηνότερα από την προσωπική συνέντευξη και πιο γρήγορα εάν το δείγμα είναι μεγάλο και ευρέως διασκορπισμένο. Η προσωπική επαφή μεταξύ του ερωτώμενου και του ερευνητή, ο σχεδιασμός και η διάταξη του ερωτηματολογίου είναι σημαντικά. Γενικά, οι έρευνες τείνουν να έχουν χαμηλότερα ποσοστά ανταπόκρισης από ό, τι πρόσωπο με πρόσωπο ή οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις. Ωστόσο, τα ερωτηματολόγια που αποστέλλονται στους πληθυσμούς με συνοδευτική επιστολή τείνει να έχουν πολύ υψηλά ποσοστά ανταπόκρισης. Ως εναλλακτική λύση για την αποστολή του ερωτηματολογίου, μπορούν να παραδοθούν απευθείας στους συμμετέχοντες. Είναι πιθανό να υπάρχει επίτευξη ενός πολύ υψηλότερου ποσοστού απάντησης από ό, τι θα ήταν δυνατό με μια ταχυδρομική έρευνα. Τα ερωτηματολόγια μπορούν να γραφτούν είτε από τον ερευνητή είτε να βασίζονται σε κάποιο έτοιμο. Εάν επιλεγεί να σχεδιαστεί το ερωτηματολόγιο για αυτοτελές συμπλήρωμα, τότε οι κανόνες που διέπουν το στυλ και τη διάταξη είναι τα ίδιοι με αυτούς για το σχεδιασμό ενός ερωτηματολογίου για μια ταχυδρομική έρευνα.

Στην παρούσα έρευνα κάναμε χρήση ερωτηματολογίου βασισμένο και διαμορφομένο πάνω στο θέμα της εργασίας ώστε να έχουμε τα ανάλογα συμπεράσματα. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε ενα-ενα στις επιχειρήσεις-συμμετέχοντες αυτοπροσώπως για να έχουμε την καλύτερη δυνατή και άμεση ανταπόκριση.

3.6 Χρόνος και χώρος της έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τις 01/04/2016 έως 31/10/2017. Ως φυσικός χώρος διεξαγωγής της έρευνας επιλέχθηκε η ευρύτερη περιοχή του Ρεθυμνου, για να συλλεχθούν όσο το δυνατό πρωτογενή δεδομένα, με το σκεπτικό ότι τα μεγάλα αστικά κέντρα είναι τα πιο συνήθη υποκείμενα γεωγραφικά σημεία για έρευνα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με επιτόπια παρουσία στο χώρο της επιχείρησης. Μετά τις απαραίτητες οδηγίες, οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμπλήρωσαν μέσα σε τριάντα λεπτά το ερωτηματολόγιο που τους διανεμήθηκε .

3.7 Εγκυρότητα και αξιοπιστία της έρευνας

Στόχος μιας καλής δειγματοληπτικής έρευνας είναι να περιλαμβάνει μετρήσεις που είναι αξιόπιστες. Όσον αφορά στη συγκεκριμένη έρευνα, οι διαδικασίες χορήγησης και συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου που ακολουθήθηκαν ήταν τυποποιημένες, γεγονός που μειώνει τον κίνδυνο οι απαντήσεις των συμμετεχόντων να είναι αποτέλεσμα κόπωσης ή νευρικότητας. Επιπλέον, η χορήγηση του ερωτηματολογίου έγινε επιλεκτικά σε άτομα, ώστε να μην διαπιστωθούν προβλήματα σε σχέση με την κατανόηση των ερωτήσεων, την διαπίστωση επικαλύψεων, την έκταση και το χρόνο συμπλήρωσης και κατόπιν με βάση την ανατροφοδότηση έγιναν οι αναγκαίες τροποποιήσεις.

Όσον αφορά στην εγκυρότητα των διαδικασιών και των μεθόδων της συγκεκριμένης έρευνας μπορεί να ελεγχθεί η εγκυρότητα του περιεχομένου και της εννοιολογικής κατασκευής. Για την συγκεκριμένη έρευνα συμβουλευτήκαμε βιβλία και διαδικτυακές πηγές, για μεγαλύτερη εγκυρότητα και για ερωτήματα όπως: α) αν οι ερωτήσεις μας αντιπροσωπεύουν και καλύβουν το περιεχόμενο της έρευνας, β) αν οι ερωτήσεις είναι σχετικές με το στόχο της έρευνας, γ) αν τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν είναι καταλληλα για τους ερωτώμενους και για το γνωστικό τους επίπεδο.

3.8 Περιορισμοί της Έρευνας

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιείται εντός περιορισμών, οι οποίοι εντοπίζονται στο δείγμα των συμμετεχόντων στην έρευνα. Αρχική σκέψη ήταν να συμπεριλάβει δειγματοληπτικά το σύνολο των Ρεθιμνιώτικων επιχειρήσεων για την συλλογή των δεδομένων. Ωστόσο, η συγκεκριμένη φιλοδοξία αποκλείστηκε για πρακτικούς λόγους. Τελικά, η ερευνά περιορίστηκε στο συγκεκριμένο δείγμα 20 επιχειρήσεων οι οποίες είναι σε λειτουργία περισσότερο από 10 χρόνια.

Εμπειρικό μέρος

4^ο κεφάλαιο : Μεθοδολογία και ανάλυση αποτελεσμάτων

4.1 Μεθοδολογία

Στο τελευταίο κεφάλαιο θα γίνει μια εμπειρική διερεύνηση των δεσμών ανταγωνιστικής συμπεριφοράς με τη χρήση νέας τεχνολογίας στις επιχειρήσεις, της φύση των δράσεων και της στρατηγικής στην οποία στηρίζεται η ανταγωνιστική συμπεριφορά των επιχειρήσεων. Η επιλογή και υλοποίηση των μεθόδων, που θα ακολουθήσει ο εκάστοτε ερευνητής, αποτελούν σημαντική και δύσκολη διαδικασία, κατά την οποία ο ίδιος θα πρέπει να μελετήσει σε βάθος, ώστε να καταφέρει να συλλέξει όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες και να οδηγηθεί σε συμπεράσματα και αποτελέσματα.

Κατά την διάρκεια μιας έρευνας, η ικανότητα του ερευνητή να εντοπίσει και να καθορίσει τις μεταβλητές είναι μεγάλης σημασίας και από αυτό θα εξαρτηθεί από το πόσο καλά θα κατανοήσει και από τα όσα αφορούν τη μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί στην έρευνα. Αυτά τα γνωρίσματα ή οι ιδιότητες ή οι ικανότητες είναι δυνατόν να μεταβάλλονται σε κάθε υποκείμενο, ή μεταξύ των υποκειμένων, ή στο περιβάλλον όπου βρίσκονται τα υποκείμενα της έρευνας.

Η φύση των μεταβλητών τις καθορίζει και έτσι διακρίνονται σε ποσοτικές και ποιοτικές. Ποσοτικές μεταβλητές (quantitative variables) είναι εκείνες που μεταβάλλονται κατά ποσόν και μετρώνται μέσω της ποσοτικής έρευνας η οποία καταγράφει γεγονότα και πιθανές αιτίες. Στην παρούσα έρευνα η έρευνα που θα διεξαχθεί είναι ποσοτική. Η ποσοτική μέτρηση αποτελεί τον πιο αποτελεσματικό τρόπο μετάβασης από το θεωρητικό στο εμπειρικό επίπεδο.

Τα στάδια που ακολουθούνται στις ποσοτικές έρευνες, σύμφωνα με την Ν. Κυριαζή είναι τα παρακάτω:

- Επιλογή της θεωρίας που αποτελεί το εννοιολογικό πλαίσιο για την ανάλυση του υπό έρευνα φαινομένου
- Η κατάστρωση του σχεδίου έρευνας (δείγμα, τεχνική, κτλ)
- Η εφαρμογή του σχεδίου έρευνας και η συγκέντρωση των στοιχείων
- Η ανάλυση των στοιχείων με στατιστικές μεθόδους
- Η ερμηνεία των αποτελεσμάτων της ανάλυσης και αναλόγως η επαλήθευση, η τροποποίηση ή η απόρριψη της θεωρίας.

Η συλλογή των ερευνητικών δεδομένων μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους. Στη συγκεκριμένη εργασία θα γίνει χρήση ερωτηματολογίων και παρατηρήσεων. Ένα ερωτηματολόγιο θεωρείται έγκυρο, όταν συνδέεται με τη θεωρητική έννοια για την οποία κατασκευάστηκε και όταν τα αποτελέσματα της μέτρησης συμπίπτουν με τα υπόλοιπα θεωρητικά και εμπειρικά στοιχεία. Επιπλέον, η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου βασίζεται στην σταθερότητα των αποτελεσμάτων σε επαναληπτικές μετρήσεις δηλαδή στην ομοιογένεια των απαντήσεων που προέρχονται από το ίδιο εργαλείο μέτρησης σε διαφορετικές χρονικές στιγμές.

Για τη συλλογή των πληροφοριών της συγκεκριμένης μελέτης, επιλέχθηκε ως καταλληλότερο εργαλείο το ερωτηματολόγιο το οποίο σχεδιάστηκε με σκοπό να καλύψει τις σημαντικότερες θεματικές ενότητες. Το ερωτηματολόγιο περιείχε 16 ερωτήσεις, ομαδοποιημένες σε τρεις θεματικές ενότητες οι οποίες αναφέρονταν στα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά, στα γενικά χαρακτηριστικά της κάθε επιχείρησης, στην τεχνολογική χρήση καινοτομιών στις επιχειρήσεις και τέλος στις νέες τεχνολογίες και τον ανταγωνισμό.

Η συλλογή δεδομένων έγινε από επιχειρήσεις στην περιοχή του Ρεθύμνου, ενώ το δείγμα αποτελείται από άτομα που ανήκουν στο προσωπικό επιχειρήσεων διαφορετικού τύπου, όλων των ειδικοτήτων και ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας, το οποίο θα οριστεί με την απλή τυχαία δειγματοληψία.

4.2 Αποτελέσματα

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Μετά την συλλογή των δεδομένων ακολουθεί η επεξεργασία τους με το στατιστικό πακέτο SPSS 23. Τα ερωτηματολόγια κωδικοποιήθηκαν και ταξινομήθηκαν σε κατηγορίες. Εν συνεχεία αναλύθηκαν και εξήχθησαν τα συμπεράσματα βάσει των δυνατοτήτων που προσφέρει το στατιστικό πακέτο. Αρχικά, προκύπτουν τα δημογραφικά στοιχεία που συλλέχτηκαν από τις απαντήσεις των ερωτώμενων.

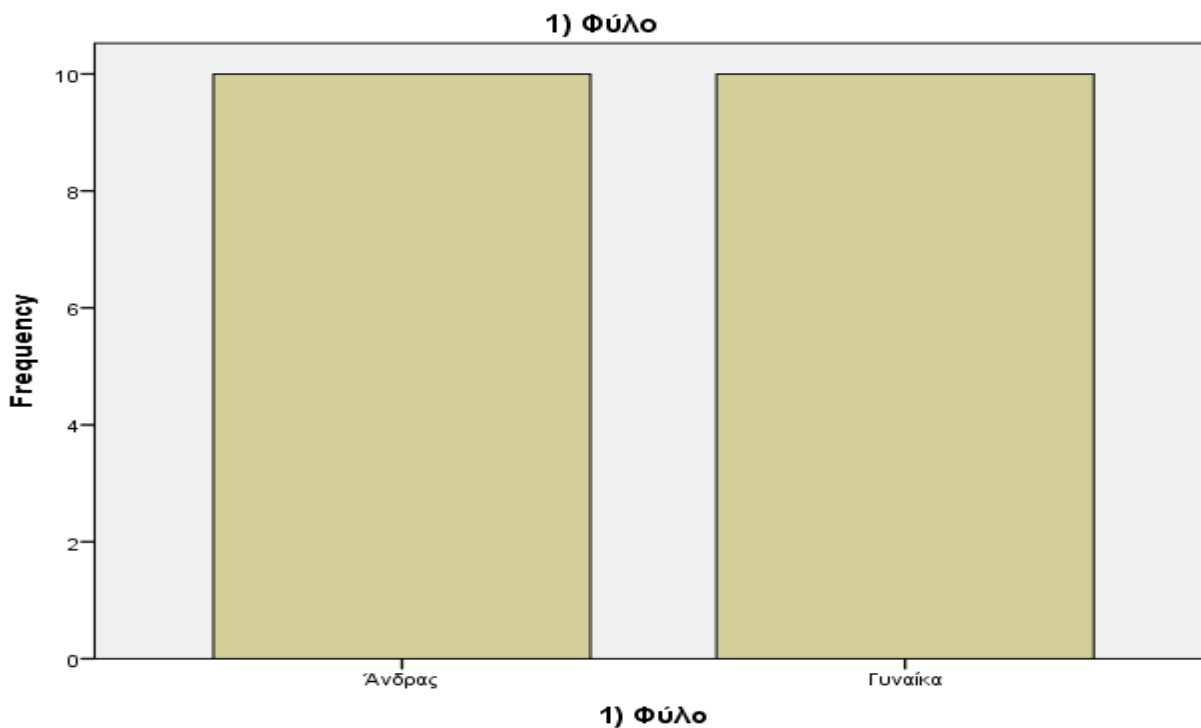
ΦΥΛΟ

Ξεκινώντας παρατηρείται ότι δεν υπάρχει αναπάντητη ερώτηση οπότε ξεκινά κανονικά η ανάλυση. Η μεταβλητή φύλο είναι μια ονομαστική μεταβλητή και βρίσκοντας την επικρατούσα τιμή δηλαδή το mode φαίνεται πως δεν υπάρχει τιμή που να κυριαρχεί καθώς οι γυναίκες και οι άνδρες είναι στο ίδιο αριθμό. η συχνότητα τους λοιπόν είναι 10.

Statistics

1) Φύλο

N	Valid	20
	Missing	0



Ηλικία

Στην ανάλυση των ηλικιών παρατηρούμε ότι η τιμή που επικρατεί είναι η επιλογή 3 της ηλικίας των ατόμων που εργάζονται σε επιχειρήσεις και είναι άνω των σαράντα ετών. Η μέση τιμή είναι 2,35 δηλαδή ανάμεσα στην πρώτη κατηγορία και την δεύτερη κατηγορία, στη διάμεσο δηλαδή στη μέση βρίσκεται η δεύτερη ομάδα ηλικιών που είναι από 31 έως 40 με μονάδα 2,50.

Statistics

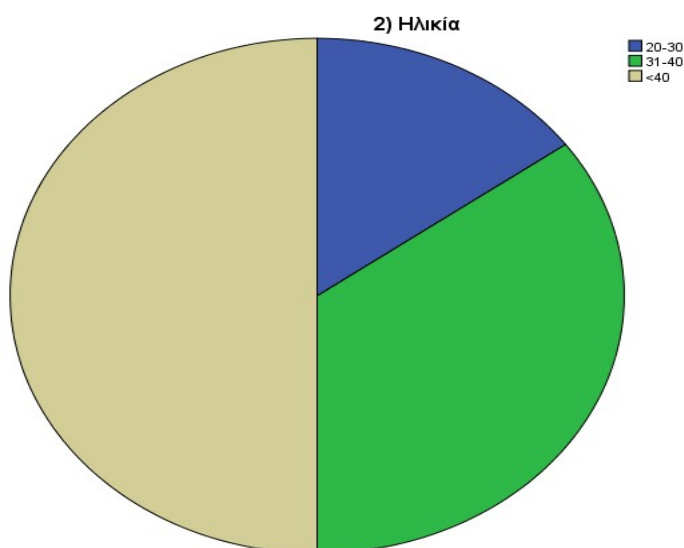
2) Ηλικία

N	Valid	20
	Missing	0
Mean		2,35
Median		2,50
Mode		3
Percentiles	25	2,00
	50	2,50
	75	3,00

2) Ηλικία

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	20-30	3	15,0	15,0
	31-40	7	35,0	35,0
	<40	10	50,0	50,0
	Total	20	100,0	100,0

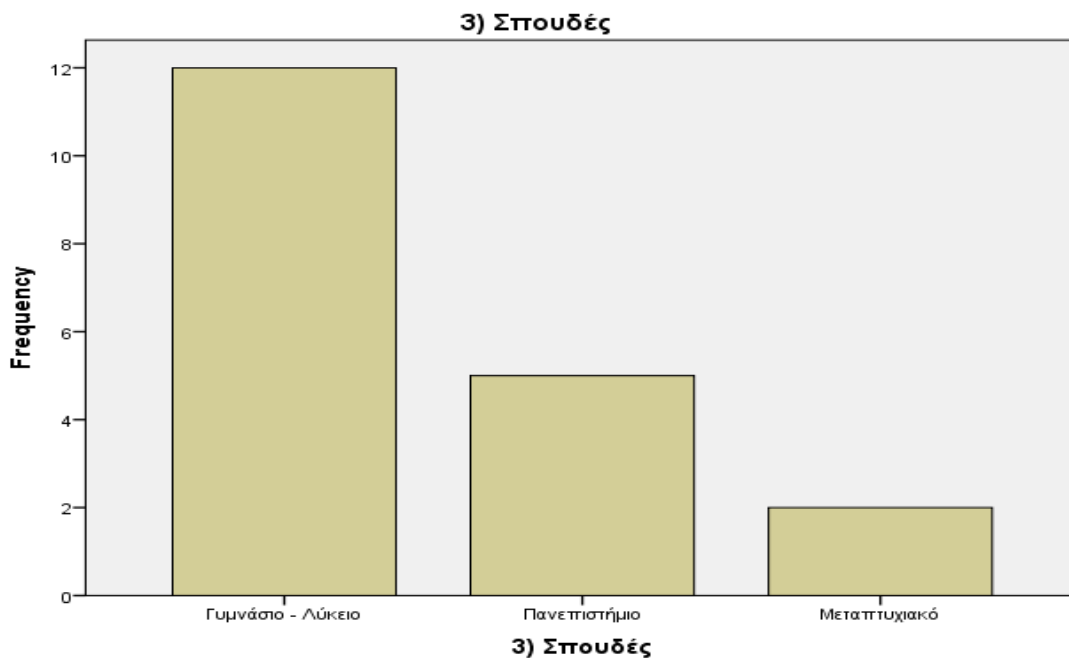
Σπουδές



Όσον αφορά τις σπουδές, η απάντηση η οποία δεν θεωρείται έγκυρη είναι μία, οπότε η ανάλυση συνεχίζεται κανονικά. Φαίνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στην πρώτη κατηγορία με ποσοστό 60 % άρα η επικράτουσα τιμή είναι το 1. Η μέση τιμή είναι 1, 47 και η διάμεσος 1. Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι τελειόφοιτοι πανεπιστημίου με ποσοστό 25 % και τέλος με ποσοστό 10 % είναι οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου.

3) Σπουδές

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Γυμνάσιο - Λύκειο	12	60,0	63,2
	Πανεπιστήμιο	5	25,0	26,3
	Μεταπτυχιακό	2	10,0	10,5
	Total	19	95,0	100,0
Missing	System	1	5,0	
Total		20	100,0	



Επαγγελματική υπηρεσία

Όπως θα φανεί παρακάτω οι έγκυρες απαντήσεις είναι 19 και μία η μη έγκυρη. Η ανάλυση προχωρά κανονικά. Τα έτη επαγγελματικής υπηρεσίας έχουν μέση τιμή 3,32. Η διάμεσος είναι 4 και η επικράτουσα τιμή η επιλογή 4. Το 25% των ερωτηθέντων απάντησαν πως εργάζονται πέντε με δέκα χρόνια ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό και συγκεκριμένα το 65% απάντησε πως έχει πάνω από δέκα χρόνια υπηρεσία στο αντικείμενο. Ένα 5% αποτελούν οι νέοι επιχειρηματίες.

4)

**Επαγγελματική
Υπηρεσία**

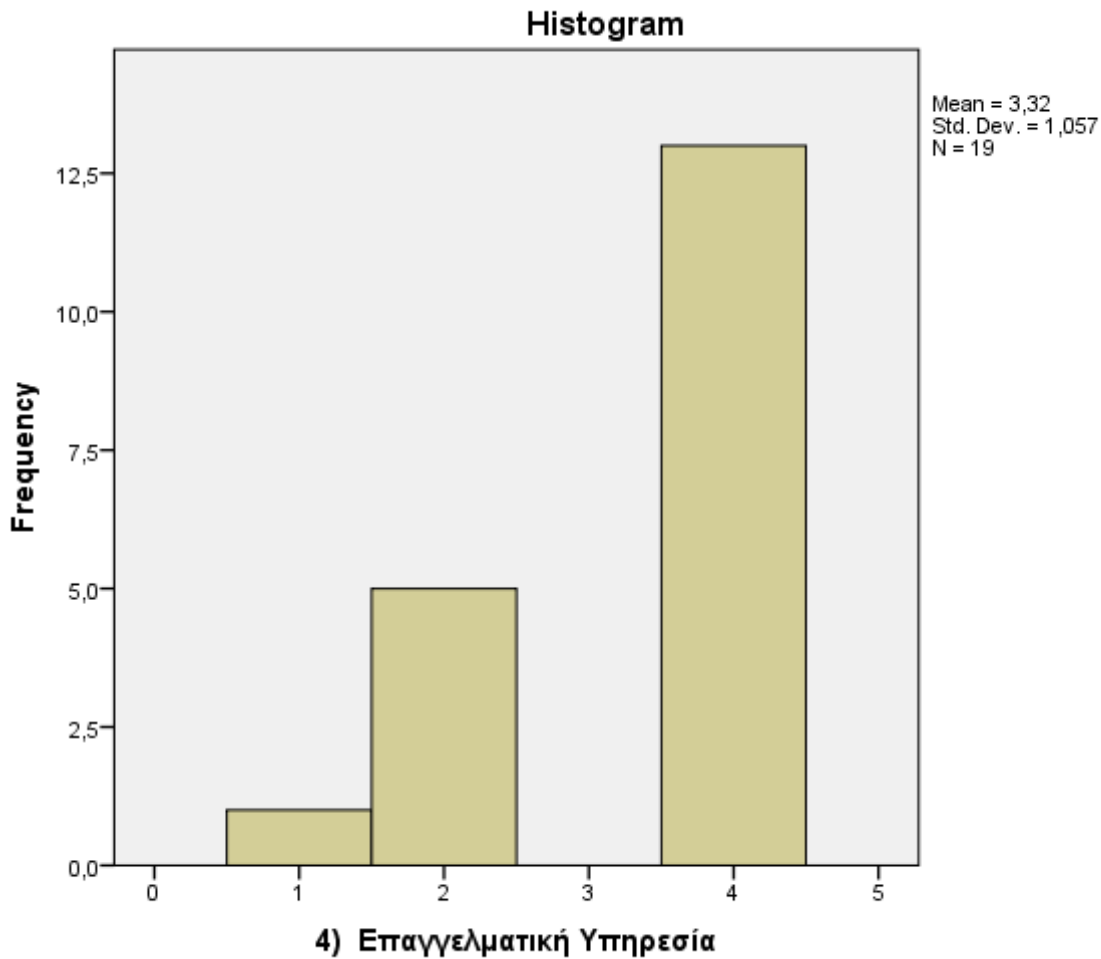
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1-5 έτη	1	5,0	5,3
	5-10 έτη	5	25,0	26,3
	<15 έτη	13	65,0	68,4
	Total	19	95,0	100,0
Missing	System	1	5,0	
Total		20	100,0	

Statistics

4) Επαγγελματική

Υπηρεσία

N	Valid
	Missing
Mean	
Median	
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

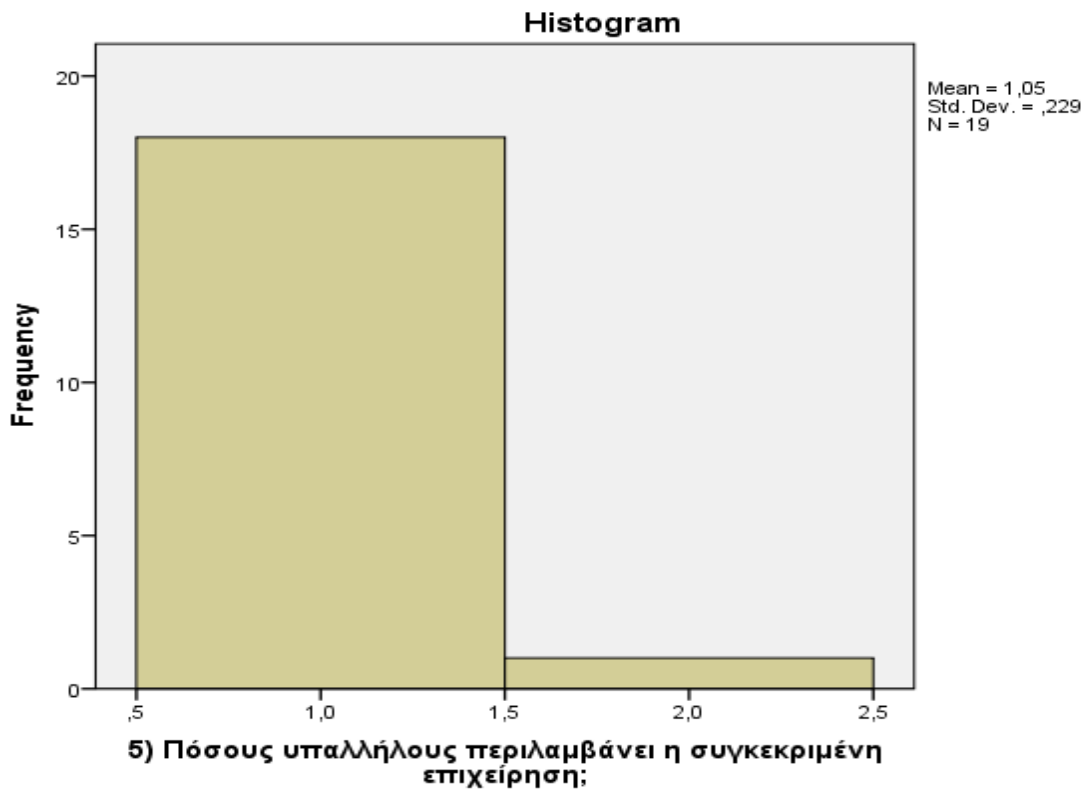


Γενικά στοιχεία για την επιχείριση

Ακολουθεί στην δεύτερη ενότητα το προφίλ των επιχειρήσεων. Όπως θα φανεί παρακάτω το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων είναι μικρές επιχειρήσεις που οι περισσότερες δεν ανήκουν σε κάποια αλυσίδα επιχειρήσεων και απευθύνονται στην τοπική αγορά.

Πόσους εργαζομένους απασχολεί η εν λόγω επιχείριση;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση η μη έγκυρη απάντηση είναι μία, οπότε η ανάλυση προχωράει κανονικά. Η επικράτουσα τιμή είναι η απάντηση 1 με συχνότητα 18 προς 1. Η μέση τιμή είναι 1,05. Το 90% των ερωτώμενων εργάζεται σε επιχείριση που απασχολεί κάτω από εννέα εργαζόμενος, γίνεται λόγος λοιπόν για μικρές επιχειρήσεις.



**5) Πόσους
υπαλλήλους
περιλαμβάνει η
συγκεκριμένη
επιχείρηση;**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1-9	18	90,0	94,7
	10-15	1	5,0	5,3
	Total	19	95,0	100,0
Missing	System	1	5,0	
Total		20	100,0	

Statistics

**5) Πόσους
υπαλλήλους
περιλαμβάνει η
συγκεκριμένη
επιχείρηση;**

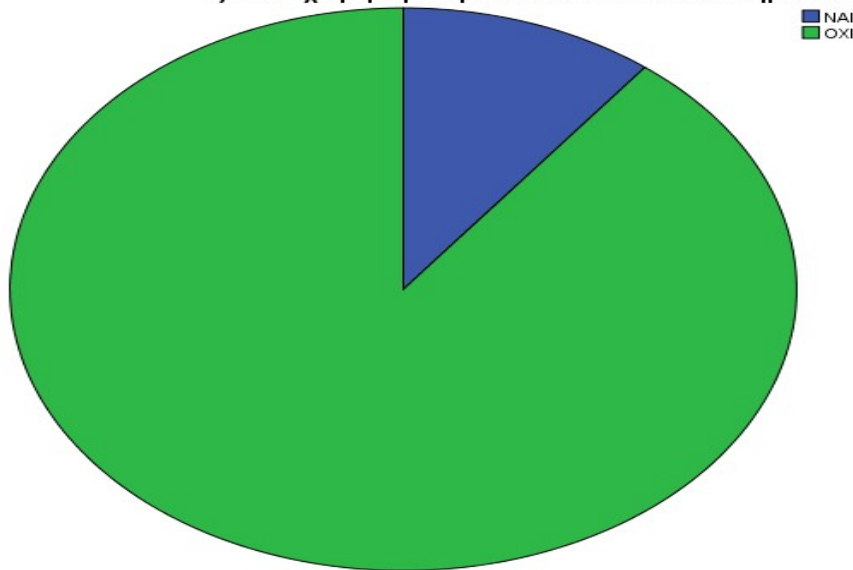
N	Valid
	Missing
Mean	
Median	

Mode	
Percentiles	25
	50
	75

Η επιχείρηση ανήκει σε αλυσίδα καταστημάτων:

Η μη έγκυρη απάντηση είναι μία οπότε η ανάλυση προχωράει κανονικά. Η επικράτουσα τιμή είναι το 1, αυτό σημαίνει πως το μεγαλύτερο ποσοστό δεν ανήκει σε αλυσίδα καταστημάτων και είναι ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα το 85% απάντησε πως δεν ανήκει σε αλυσίδα επιχειρήσεων έναντι του ποσοστού 10% που απάντησαν πως ανήκουν. Η συχνότητα της πρώτης απάντησης έναντι της δεύτερης είναι 17 προς 2. Παρακάτω λοιπόν ακολουθούν τα αποτελέσματα.

6) Η επιχείρηση ανήκει σε αλυσίδα καταστημάτων;



6) Η επιχείρηση
ανήκει σε
αλυσίδα
καταστημάτων;

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	NAI	2	10,0	10,5
	OXI	17	85,0	89,5
	Total	19	95,0	100,0
Missing	System	1	5,0	
Total		20	100,0	

Statistics

6) Η επιχείρηση
ανήκει σε αλυσίδα
καταστημάτων;

N	Valid
---	-------

Missing

Σε ποιές αγορές απευθύνεται η επιχείρηση;

Σε αυτήν την ερώτηση το 60% απάντησε στην τοπική αγορά , έπειτα το 35% στην διεθνή αγορά και τέλος το 5% στην εθνική αγορά. Ολόκληρο το σύνολο του πληθυσμού απάντησε στην ερώτηση. Η διάμεσος είναι 1 και η μέση τιμή 1, 75. Επικράτουσα τιμή όπως είναι φανερό είναι η απάντηση 1, δηλαδή η απάντηση «τοπική αγορά». Ακολουθούν τα αποτελέσματα των ερωτήσεων.

Statistics

7) Σε ποιές

γεωγραφικές αγορές

απευθύνεται η

επιχείρηση;

N	Valid
	Missing
Mean	
Median	
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

7) Σε ποιές

γεωγραφικές

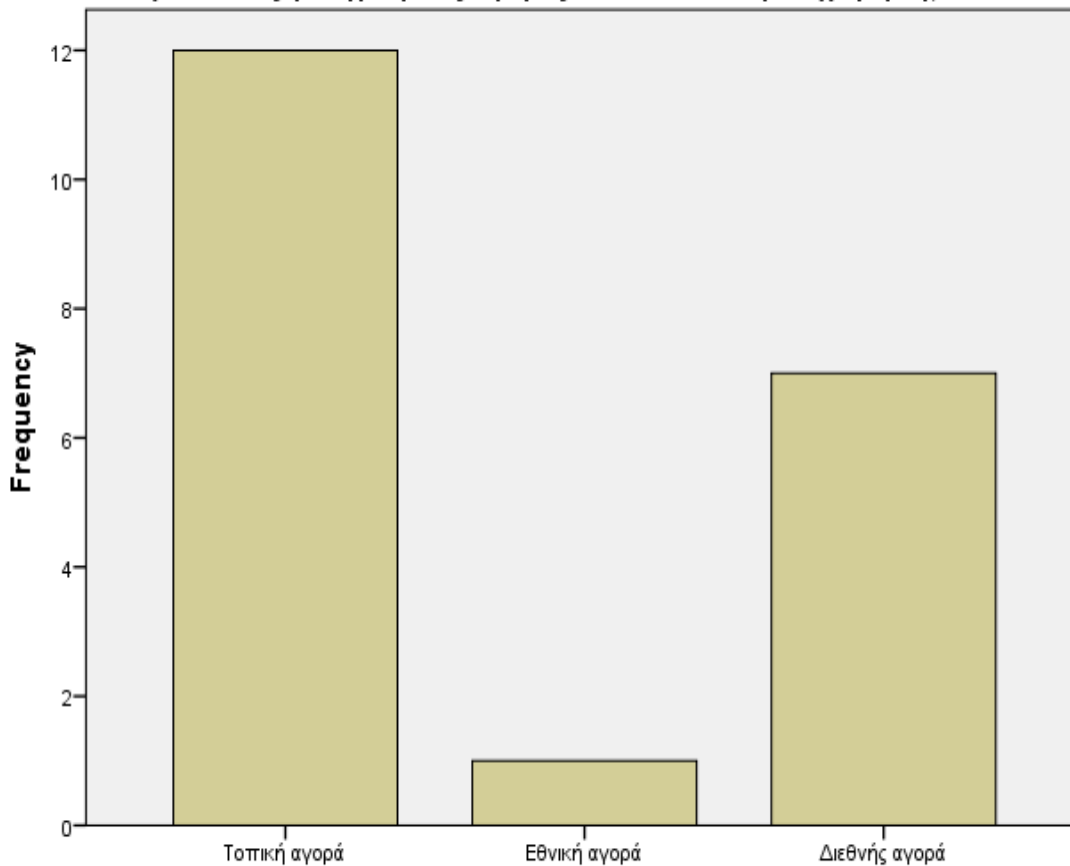
αγορές

απευθύνεται η

επιχείρηση;

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Τοπική αγορά	12	60,0	60,0
Εθνική αγορά	1	5,0	5,0
Διεθνής αγορά	7	35,0	35,0
Total	20	100,0	100,0

7) Σε ποιές γεωγραφικές αγορές απευθύνεται η επιχείρηση;



7) Σε ποιές γεωγραφικές αγορές απευθύνεται η επιχείρηση;

Τί παρέχει η επιχείρηση στον πελάτη;

Αρχικά, στην συγκεκριμένη ερώτηση απάντησαν όλοι οι ερωτηθέντες. Τα αποτελέσματα είναι τα ακόλουθα: το 30% απάντησε πως παρέχει αγαθά, επίσης το υπόλοιπο 30% απάντησε υπηρεσίες και τέλος 40% απάντησε πως η επιχείρηση του παρέχει «όλα τα παραπάνω». Η μέση τιμή είναι 2, 10, η διάμεσος είναι 2 και τέλος η επικράτουσα τιμή είναι η απάντηση 3 και συγκεκριμένα η απάντηση «όλα τα παραπάνω».

Statistics

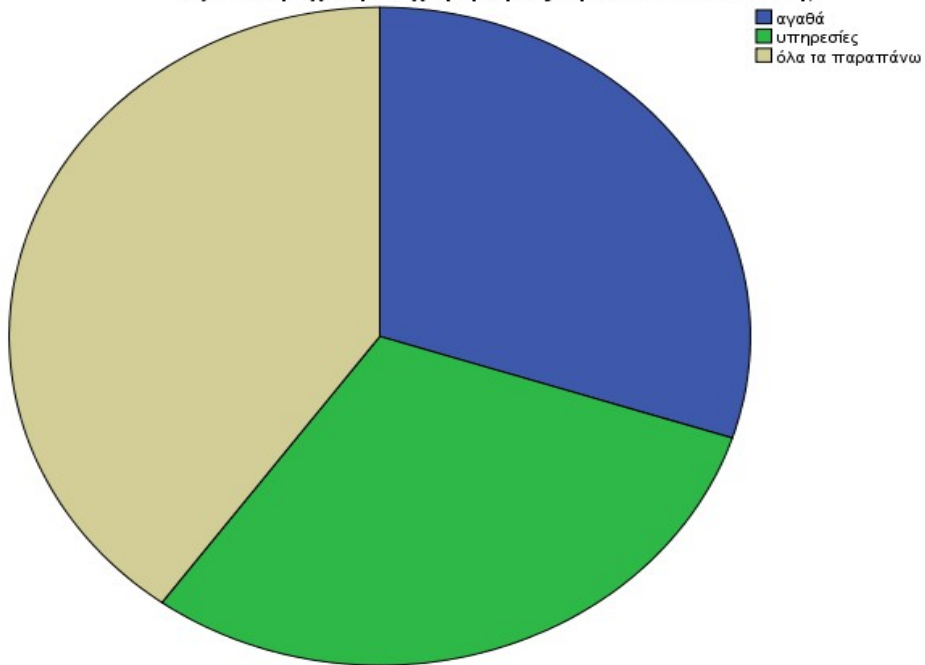
8) Τι παρέχει η επιχείρηση ως προϊόν στον πελάτη;

N	Valid
	Missing
Mean	
Median	
Mode	
Percentiles	25

50

75

8) Τι παρέχει η επιχείρηση ως προϊόν στον πελάτη;



8) Τι παρέχει η επιχείρηση ως προϊόν στον πελάτη;

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Αγαθά	6	30,0	30,0
υπηρεσίες	6	30,0	30,0
όλα τα παραπάνω	8	40,0	40,0
Total	20	100,0	100,0

Τεχνολογική χρήση και καινοτομίες στις επιχειρήσεις

Κατά το χρονικό διάστημα 2.013-2.016 η συγκεκριμένη επιχείρησή εισήγαγε κάποια τεχνολογική αλλαγή ή κάποια τεχνολογική καινοτομία :

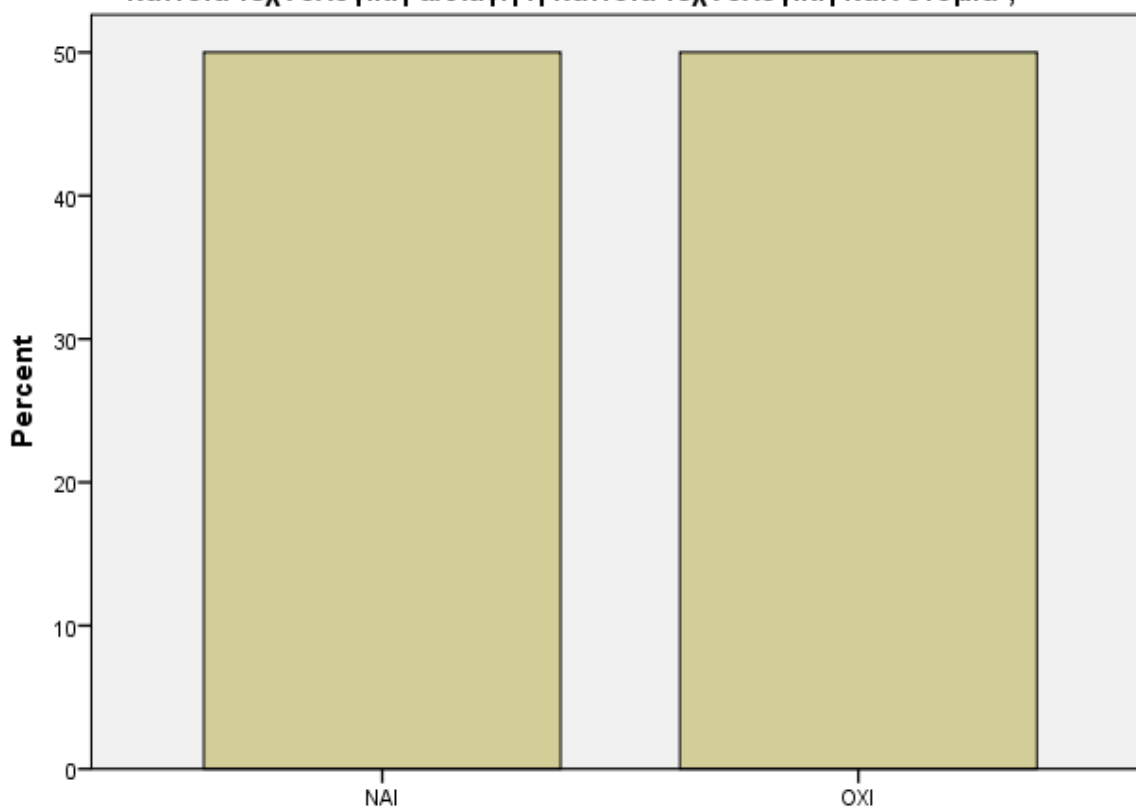
Στην παραπάνω ερώτηση το σύνολο του πληθυσμού έδωσε έγκυρες απαντήσεις. Προχωρώντας, η συχνότητα ισούται, δηλαδή το 50% απάντησε «ναι» και το υπόλοιπο 50% απάντησε «όχι».

Statistics

9) Κατά το χρονικό
διάστημα 2.013-
2.016 η
συγκεκριμένη
επιχείρησή εισήγαγε
κάποια τεχνολογική
αλλαγή ή κάποια
τεχνολογική
καινοτομία ;

N	Valid
	Missing

9) Κατά το χρονικό διάστημα 2.013-2.016 η συγκεκριμένη επιχείρησή εισήγαγε κάποια τεχνολογική αλλαγή ή κάποια τεχνολογική καινοτομία ;



9) Κατά το χρονικό διάστημα 2.013-2.016 η συγκεκριμένη επιχείρησή εισήγαγε κάποια τεχνολογική αλλαγή ή κάποια τεχνολογική καινοτομία ;

9) Κατά το
 χρονικό
 διάστημα 2.013-
 2.016 η
 συγκεκριμένη
 επιχείρησή
 εισήγαγε κάποια
 τεχνολογική
 αλλαγή ή
 κάποια
 τεχνολογική
 καινοτομία ;

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	NAI	10	50,0	50,0
	OXI	10	50,0	50,0
	Total	20	100,0	100,0

Αν ναι, οι παραπάνω αλλαγές υλοποιήθηκαν λόγω:

Η συγκεκριμένη ερώτηση είναι προαιρετική, αυτό σημαίνει πως δεν είναι απαραίτητο να απαντηθεί από όλους, παρά μόνο από όσους απάντησαν θετικά στην αμέσως προηγούμενη ερώτηση. Όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα λοιπόν που έπονται 10 δεν απάντησαν οι δέκα από τους είκοσι. Το σύνολο των απαντήσεων που απάντησαν οι ερωτώμενοι επέλεξαν την πρώτη απάντηση και συγκεκριμένα ότι οι τεχνολογικές αλλαγές πραγματοποιήθηκαν «λόγω της ίδιας της επιχείρησης.»

10) Αν ναι, οι
 παραπάνω αλλαγές
 υλοποιήθηκαν
 λόγω:

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	της ίδια της επιχείρησης	10	50,0	100,0
Missing	Δεν απάντησε	10	50,0	
Total		20	100,0	

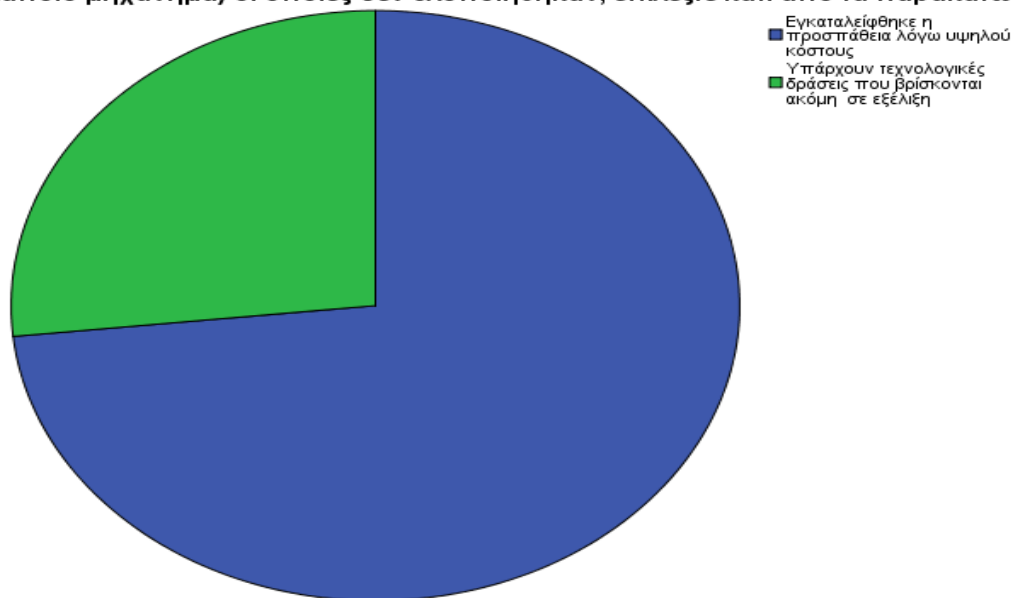
Έχοντας ως δεδομένο πως κατά το διάστημα 2.013-2.016 υπήρξαν νέες τεχνολογικές ιδέες στην επιχείρηση (κάποιος εξοπλισμός, κάποιο λογισμικό, ή κάποιο μηχάνημα) οι οποίες δεν υλοποιήθηκαν, επιλέξτε κάτι από τα παρακάτω.

Αρχικά, στην εν λόγω ερώτηση δεν απάντησαν 5 ερωτώμενοι, με βάση αυτό υπάρχουν 15 έγκυρες απαντήσεις. Συγκεκριμένα, το 55% απάντησε πως υπήρξε η προσπάθεια για κάποια τεχνολογική αλλαγή αλλά «εγκαταλείφθηκε λόγω υψηλού κόστους», το 20% απάντησε πως η προσπάθεια για τεχνολογική υιοθέτηση βρίσκεται σε εξέλιξη, ειδικότερα απαντούν «υπάρχουν τεχνολογικές δράσεις που βρίσκονται ακόμη σε εξέλιξη.

11) Έχοντας ως δεδομένο πως κατά το διάστημα 2.013-2.016 υπήρξαν νέες τεχνολογικές ιδέες στην επιχείρηση (κάποιος εξοπλισμός, κάποιο λογισμικό, ή κάποιο μηχάνημα) οι οποίες δεν υλοποιήθηκαν, επιλέξτε κάτι από τα παρακάτω:

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Εγκαταλείφθηκε η προσπάθεια λόγω υψηλού κόστους	11	55,0	73,3
	Υπάρχουν τεχνολογικές δράσεις που βρίσκονται ακόμη σε εξέλιξη	4	20,0	26,7
	Total	15	75,0	100,0
Missing	Δεν απάντησε	5	25,0	
Total		20	100,0	

11) Έχοντας ως δεδομένο πως κατά το διάστημα 2.013-2.016 υπήρξαν νέες τεχνολογικές ιδέες στην επιχείρηση (κάποιος εξοπλισμός, κάποιο λογισμικό, ή κάποιο μηχάνημα) οι οποίες δεν υλοποιήθηκαν, επιλέξτε κάτι από τα παρακάτω:



12) Από που ενημερώνεστε για τεχνολογικές εξελίξεις που πραγματοποιούνται από άλλες επιχειρήσεις: Το σύνολο των απαντήσεων είναι έγκυρο, η ανάλυση συνεχίζεται λοιπόν κανονικά. Η επικράτουσα τιμή είναι το 1 αυτό σημαίνει πως το μεγαλύτερο ποσοστό ενημερώνεται από «διαδίκτυο, εφημερίδες, περιοδικά», πιο ειδικά το 75% απάντησε την πρώτη απάντηση, έπειτα το 10% απάντησε πως ενημερώνεται «απευθείας από τις άλλες επιχειρήσεις, το 5% απάντησε πως δεν ενημερώνεται γενικά γι τις εξελίξεις σε άλλες επιχειρήσεις και τέλος μόλις δύο δηλαδή το 10% απάντησε «όλα τα παραπάνω».

Statistics

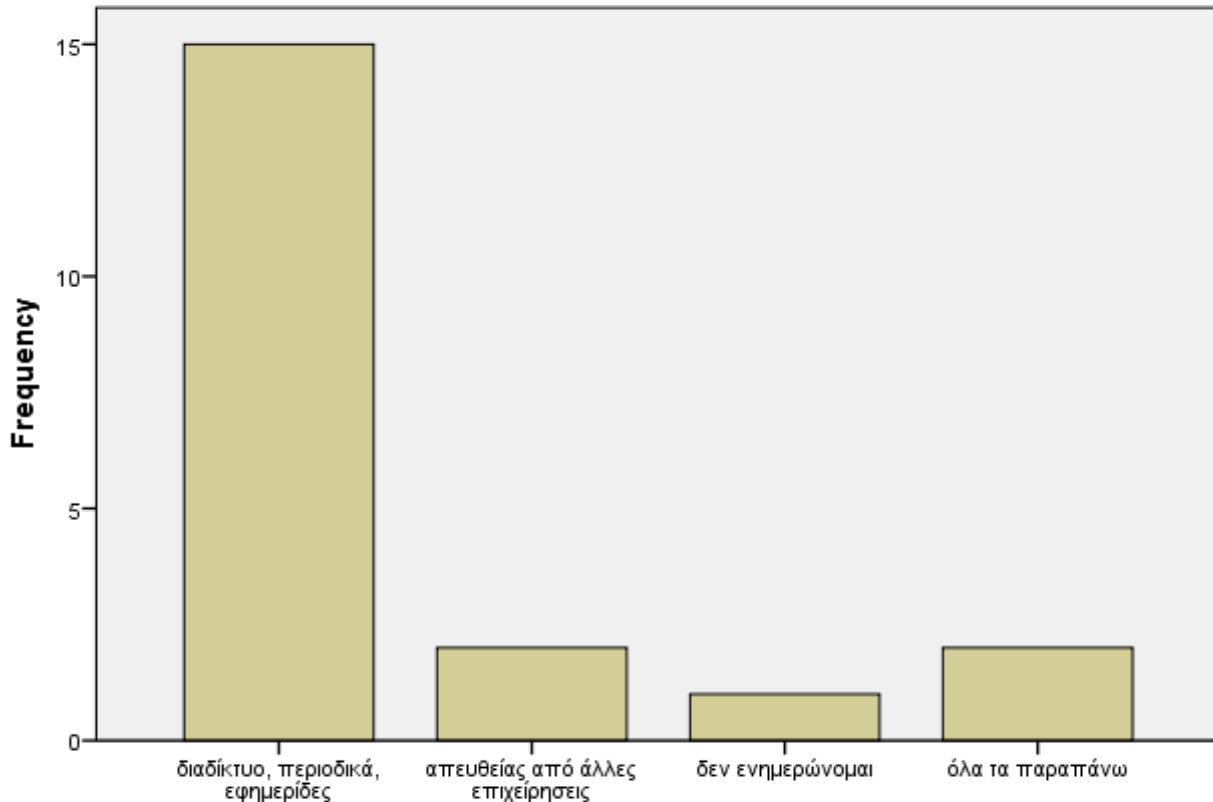
12) Από που ενημερώνεστε για τεχνολογικές εξελίξεις που πραγματοποιούνται από άλλες επιχειρήσεις;

N	Valid
	Missing
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

12) Από που ενημερώνεστε για τεχνολογικές εξελίξεις που πραγματοποιούνται από άλλες επιχειρήσεις;

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid			
διαδίκτυο, περιοδικά, εφημερίδες	15	75,0	75,0
απευθείας από άλλες επιχειρήσεις	2	10,0	10,0
δεν ενημερώνομαι	1	5,0	5,0
όλα τα παραπάνω	2	10,0	10,0
Total	20	100,0	100,0

12) Από που ενημερώνεστε για τεχνολογικές εξελίξεις που πραγματοποιούνται από άλλες επιχειρήσεις;



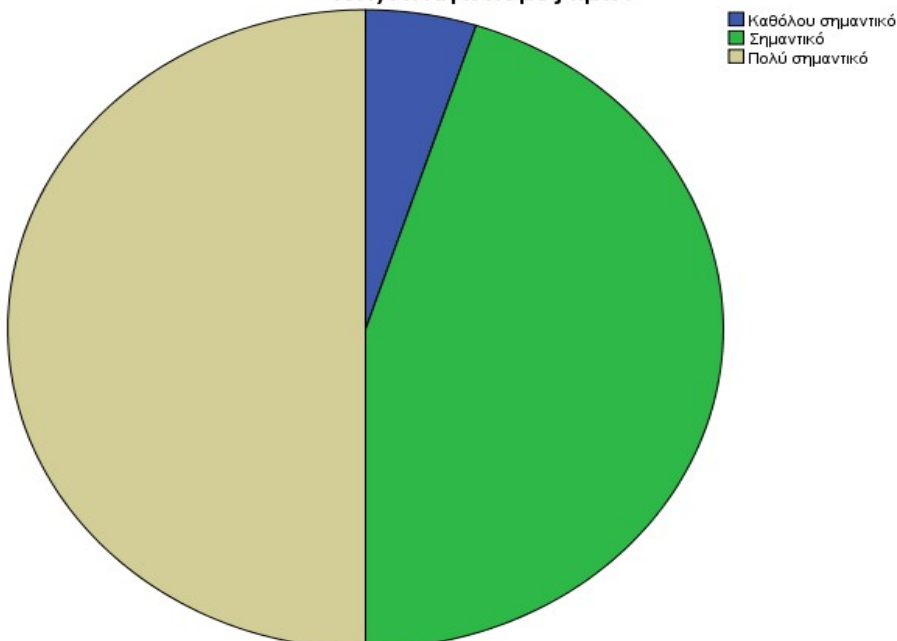
12) Από που ενημερώνεστε για τεχνολογικές εξελίξεις που πραγματοποιούνται από άλλες επιχειρήσεις;

13) Αξιολογήστε το πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες στην ολοκλήρωση νέων τεχνολογικών δράσεων/ χρήσεων μιας επιχείρησης.

1^{ος} παράγοντας) Ανταγωνισμός τιμών

Προχωρώντας στην 13 ερώτηση αναφέρονται πιθανοί παράγοντες επίτευξης τεχνολογικών δράσεων και καινοτομιών. Ο πρώτος παράγοντας είναι ο ανταγωνισμός μεταξύ των τιμών. Το σύνολο των απαντήσεων είναι εξ' ολοκλήρου έγκυρο. Το 5% απάντησε πως τον θεωρεί «καθόλου σημαντικό» τον παράγοντα του ανταγωνισμού. Ακολούθως το 45% το θεωρεί «σημαντικό» παράγοντα και τέλος το 50% τον θεωρεί «πολύ σημαντικό» παράγοντα.

13.1) Ανταγωνισμός τιμών



13.1)

Ανταγωνισμός

τιμών

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Καθόλου σημαντικό	1	5,0	5,0
Σημαντικό	9	45,0	45,0
Πολύ σημαντικό	10	50,0	50,0
Total	20	100,0	100,0

2^{ος} παράγοντας) Έλλειψη ζήτησης

Ο παράγοντας της έλλειψης ζήτησης είχε το σύνολο των απαντήσεων έγκυρο. Επιπλέον, η επικράτουσα τιμή είναι η απάντηση 4 δηλαδή η απάντηση «πολύ σημαντικό» με ποσοστό 55% . Το 5% των απαντήσεων θεωρούν την έλλειψη ζήτησης «καθόλου σημαντικό» παράγοντα, ομοίως το 25% το θεωρεί «λίγο σημαντικό» και τέλος το 15% το θεωρεί «σημαντικό»

13.2) Έλλειψη

ζήτησης

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Καθόλου σημαντικό	1	5,0	5,0
Λίγο σημαντικό	5	25,0	25,0
Σημαντικό	3	15,0	15,0
Πολύ σημαντικό	11	55,0	55,0
Total	20	100,0	100,0

Statistics

13.2) Έλλειψη

ζήτησης

N	Valid
	Missing
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

3^{ος} παράγοντας: Τεχνολογικές καινοτομίες από ανταγωνιστές

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του 3 παράγοντα δηλαδή του παράγοντα των τεχνολογικών καινοτομιών από ανταγωνιστές, προκύπτει ότι συλλέχθηκαν 20 έγκυρες απαντήσεις από το σύνολο, με επικράτουσα τιμή την απάντηση 3 δηλαδή την απάντηση «σημαντικό» σε ποσοτό 50% σε σχέση με τα υπόλοιπα αποτελέσματα. Το 35% το θεωρεί «πολύ σημαντικό» παράγοντα και τέλοςτο 15% «λίγο σημαντικό».

Statistics

13.3) Τεχνολογικές

καινοτομίες από

ανταγωνιστές

N	Valid
	Missing
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

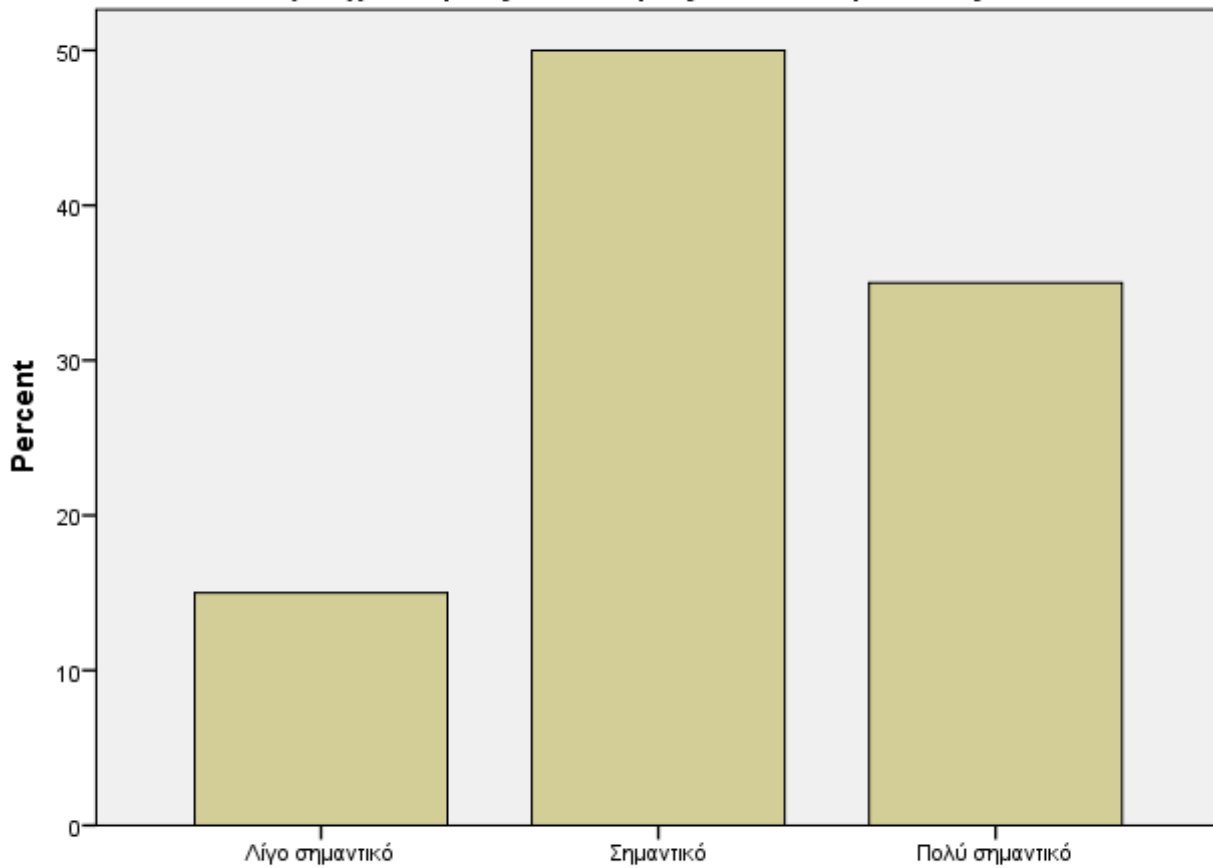
13.3) Τεχνολογικές

καινοτομίες από

ανταγωνιστές

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Λίγο σημαντικό	3	15,0	15,0
	Σημαντικό	10	50,0	50,0
	Πολύ σημαντικό	7	35,0	35,0
	Total	20	100,0	100,0

13.3) Τεχνολογικές καινοτομίες από ανταγωνιστές



13.3) Τεχνολογικές καινοτομίες από ανταγωνιστές

4^{ος} παράγοντας) Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού

Σύμφωνα με τα παρακάτω αποτελέσματα η επικράτουσα τιμή είναι η απάντηση 4 και πιο ειδικά η απάντηση «πολύ σημαντικό» με ποσοστό 60%, έπειτα «σημαντικό» παράγοντα τον θεωρεί το 20% επί του συνόλου, ομοίως το 15% τον θεωρεί «λίγο σημαντικό» και τέλος ένα 5% φαίνεται από τα αποτελέσματα να μην το θεωρεί «καθόλου σημαντικό».

Statistics

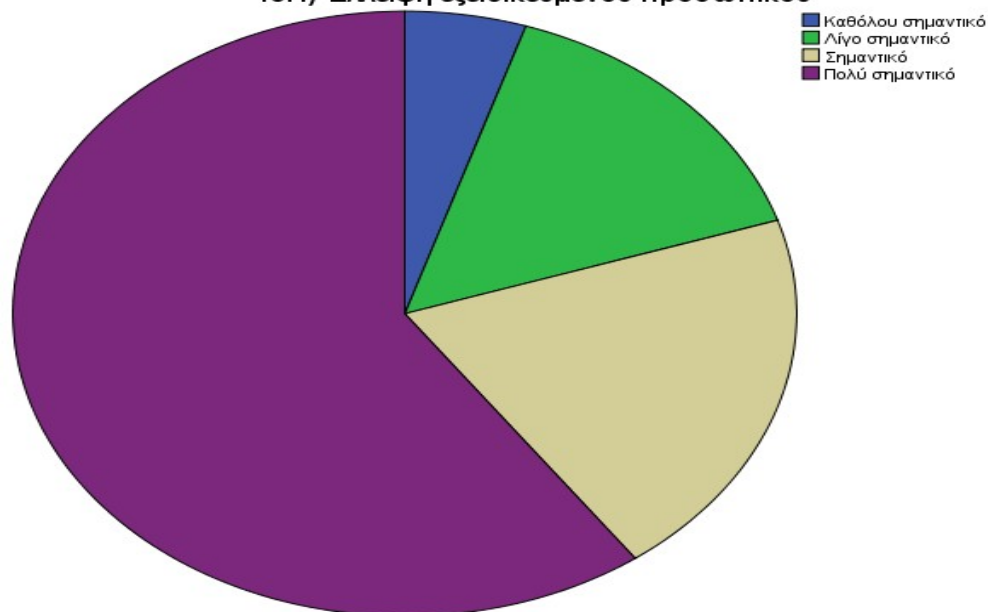
13.4) Έλλειψη
εξειδικευμένου
προσωπικού

N	Valid
	Missing
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

**13.4) Έλλειψη
εξειδικευμένου
προσωπικού**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Καθόλου σημαντικό	1	5,0	5,0
Λίγο σημαντικό	3	15,0	15,0
Σημαντικό	4	20,0	20,0
Πολύ σημαντικό	12	60,0	60,0
Total	20	100,0	100,0

13.4) Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού



5^{ος} παράγοντας Μη επαρκής χρηματοδότηση

Στον συγκεκριμένο παράγοντα η επικράτουσα τιμή των απαντήσεων είναι η απάντηση 4, δηλαδή θεωρείται πολύ σημαντικός παράγοντας η «μη επαρκής χρηματοδότηση», σε ποσοστό 75% επί του συνόλου. Ακολουθώντας το 20% θεωρεί την μη χρηματοδότηση σημαντικό παράγοντας και τέλος μόλις το 5% θεωρεί πως είναι «λίγο σημαντικός» παράγοντας.

Statistics

13.5) Μη επαρκής

χρηματοδότηση

N	Valid
	Missing
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

13.5) Μη επαρκής

χρηματοδότηση

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Καθόλου σημαντικό	1	5,0	5,0
	Σημαντικό	4	20,0	20,0
	Πολύ σημαντικό	15	75,0	75,0
	Total	20	100,0	100,0

6^{ος} παράγοντας) Έλλειψη κατάρτισης

Στην συγκεκριμένη ερώτηση η επικράτουσα τιμή σύμφωνα με τις απαντήσεις είναι το 3. Το σύνολο των απαντήσεων είναι έγκυρο οπο'τε προχωράει κανονικά η παρατήρηση. Το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε «πολύ σημαντικό», το 40% το θεωρεί «σημαντικό» παράγοντα και από 5% λογίζεται «καθόλου σημαντικός» και «λίγο σημαντικός».

Statistics

13.6) Έλλειψη

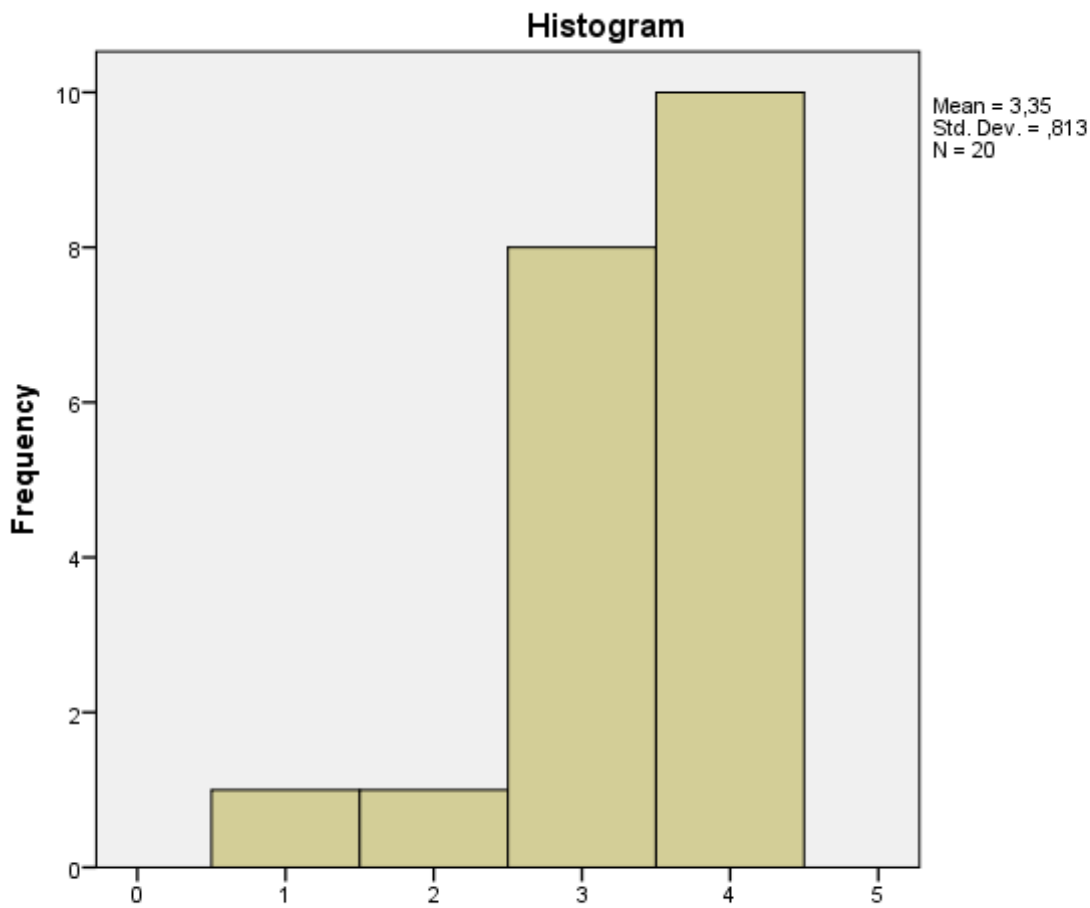
κατάρτισης

N	Valid
	Missing
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

13.6) Έλλειψη

κατάρτισης

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Καθόλου σημαντικό	1	5,0	5,0
	Λίγο σημαντικό	1	5,0	5,0
	Σημαντικό	8	40,0	40,0
	Πολύ σημαντικό	10	50,0	50,0
	Total	20	100,0	100,0



13.6) Έλλειψη κατάρτισης

Νέες τεχνολογίες και ανταγωνισμός

Η αύξηση στην χρήση τεχνολογικών καινοτομιών και δράσεων θεωρείτε πως αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην ισχυρή ανταγωνιστική παρουσία της επιχείρησης:

Συνεχίζοντας σε αυτήν την ερώτηση η επικράτουσα τιμή είναι το 5, δηλαδή η απάντηση «πολύ σημαντικό». Έπειτα το 35% το θεωρεί ένα «σημαντικό» παράγοντα και το 10% το θεωρεί «σημαντικό». Φαίνεται από τις απαντήσεις πως για όλους τους ερωτηθέντες η χρήση τεχνολογικών καινοτομιών θεωρείται τουλάχιστον σημαντικό κριτήριο στον ανταγωνισμό με άλλες επιχειρήσεις.

Statistics

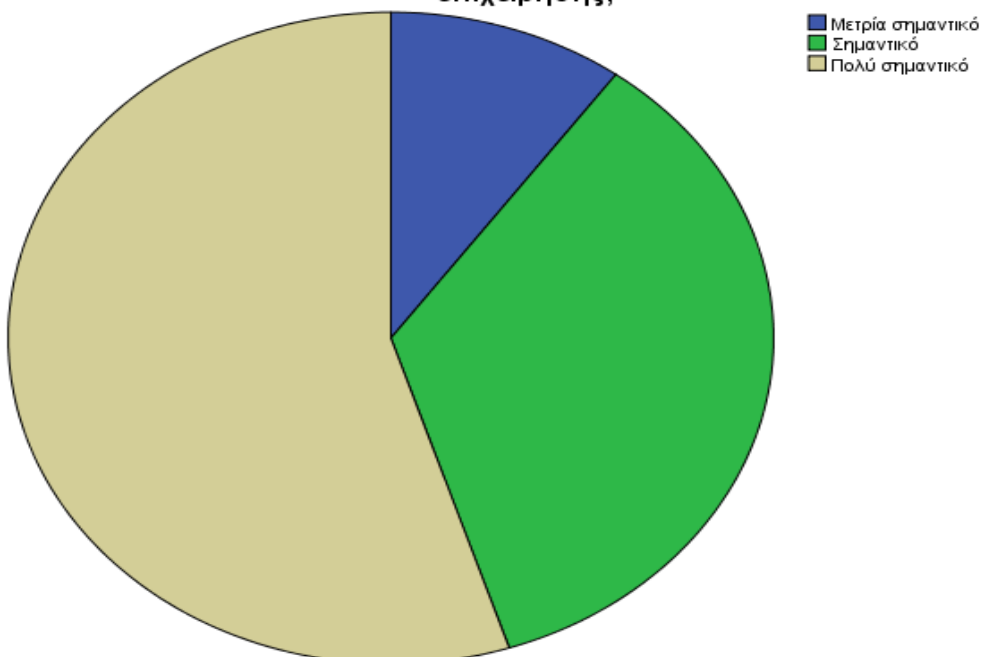
14) Η αύξηση στην χρήση τεχνολογικών καινοτομιών και δράσεων θεωρείτε πως αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην ισχυρή ανταγωνιστική παρουσία της επιχείρησής;

N	Valid
	Missing
Mode	
Percentiles	25
	50
	75

14) Η αύξηση στην χρήση τεχνολογικών καινοτομιών και δράσεων θεωρείτε πως αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην ισχυρή ανταγωνιστική παρουσία της επιχείρησής;

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Μετρία σημαντικό	2	10,0	10,0
	Σημαντικό	7	35,0	35,0
	Πολύ σημαντικό	11	55,0	55,0
	Total	20	100,0	100,0

14) Η αύξηση στην χρήση τεχνολογικών καινοτομιών και δράσεων θεωρείτε πως αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην ισχυρή ανταγωνιστική παρουσία της επιχείρησής;



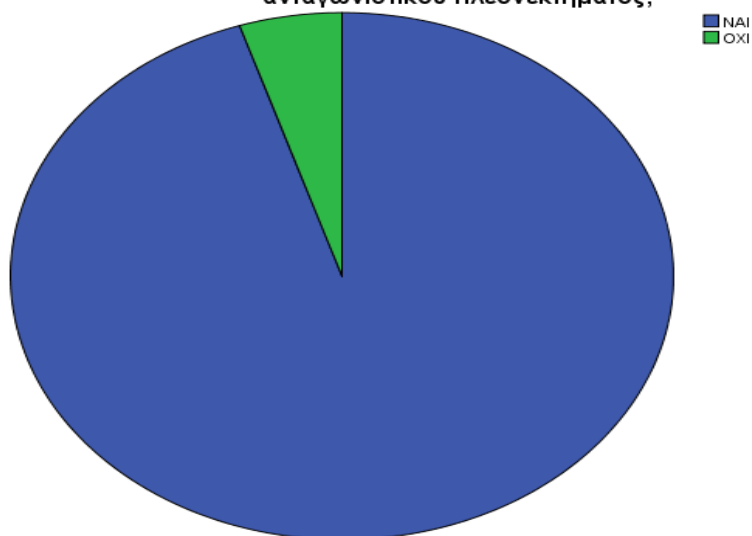
Θεωρείτε πως με το πέρασμα των χρόνων η χρήση νέων τεχνολογιών κρίνεται αναγκαία τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος;

Η συγκεκριμένη ερώτηση είναι πολύ σημαντική για την εξαγωγή σημαντικών αποτελεσμάτων. Ζητείται η γνώμη των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν κρίνεται απαραίτητη η χρήση των τεχνολογιών στην ανταγωνιστική παρουσία. Έχουμε λοιπόν είκοσι έγκυρες απαντήσεις όπου σε συχνότητα 19 προς 1 απαντήθηκε πως «ναι» είναι απαραίτητη. Μία μόνο απάντηση ήταν αρνητική, το ποσοστό 95% των ερωτηθέντων δηλαδή απάντησε θετικά.

15) Θεωρείτε πως με το πέρασμα των χρόνων η χρήση νέων τεχνολογιών κρίνεται αναγκαία τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος;

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	NAI	19	95,0	95,0
	OXI	1	5,0	5,0
	Total	20	100,0	100,0

15) Θεωρείτε πως με το πέρασμα των χρόνων η χρήση νέων τεχνολογιών κρίνεται αναγκαία τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος;



Προτείνετε τα κριτήρια τα οποία πρέπει να εκπληρώνει μια εναλλακτική στρατηγική μιας σύγχρονης επιχείρησης, που θέλει να είναι ενεργή ανταγωνιστικά.

Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου είναι ανοιχτού τύπου. Συγκεντρώθηκαν 18 έγκυρα δείγματα απαντήσεων και δύο μη έγκυρα, η παρατήρηση λοιπόν συνεχίζεται κανονικά. Το ποσοστό 5% αποτελεί κάθε ερωτώμενο ξεχωριστά, όλες οι απαντήσεις μαζί εκτός από τους δύο που δεν απάντησαν καλύπτουν το 90% του συνόλου. Το 5% λοιπόν απάντησε «οι διαφήμιση και η καλή φήμη», το επόμενο 5% απάντησε «καλή ποιότητα και τη φήμη», το επόμενο, «ποιότητα προϊόντων, φήμη και ανοιχτό μυαλό», ακολούθως το επόμενο 5% απάντησε «προσκόλληση στους εταιρικούς στόχους», το επόμενο «σταθερή ποιότητα, διαφήμιση και καλή φήμη», μετά «χρήση εξειδικευμένου εξοπλισμού, χρήση λογισμικού», το επόμενο 5% «χρήση καινοτομιών, εξειδίκευση προσωπικού, χρηματοδότηση» και τέλος το τελευταίο 5% που απάντησε, αναφέρει ως κριτήρια «χρήση πλαστικού χρήματος, μηχανογράφηση και βάση δεδομένων προϊόντων, socialmedia για διαφήμιση και

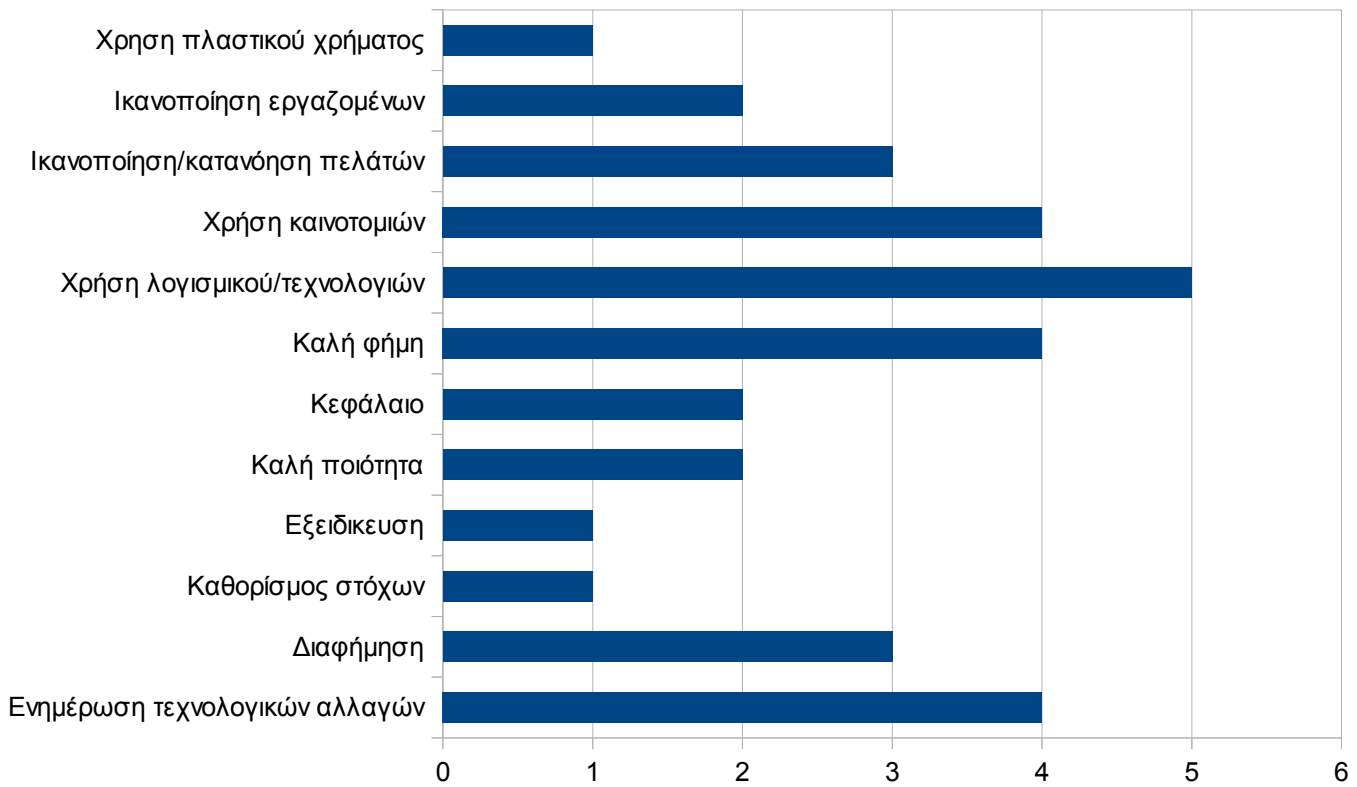
την κατασκευή ιστοσελίδων.

Statistics

16) Προτείνετε τα κριτήρια τα οποία πρέπει να εκπληρώνει μια εναλλακτική στρατηγική μιας σύγχρονης επιχείρησης, που θέλει να είναι ενεργή ανταγωνιστικά.

N	Valid
	Missing

16) Προτείνετε τα κριτήρια τα οποία πρέπει να εκπληρώνει μια εναλλακτική στρατηγική μιας σύγχρονης επιχείρησης, που θέλει να είναι ενεργή ανταγωνιστικά.



Τελικά συμπεράσματα και προτάσεις

Καταλήγοντας, ζώντας σε μια εποχή ραγδαίων αλλαγών και ενός γενικότερου επαναπροσδιορισμού των μεθόδων παραγωγής και κατανάλωσης η προσέγγιση των νέων τεχνολογιών και της τεχνολογικής καινοτομίας προσδιορίζεται ως στρατηγικός σκοπός για κάθε επιχείρηση για την ενίσχυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος και της οικονομίας. Δεν υπάρχει αμφιβολία πως η σύγχρονη αγορά έχει βασικά στοιχεία της τον επιχειρηματικό ανταγωνισμό, τις χρήσεις τεχνολογικών αλλαγών, τη ταχύτερη ροή της πληροφορίας και της επικοινωνίας, την ταχεία τεχνολογική διάχυση, η αυξανόμενη πολυπλοκότητα των επιχειρηματικών δράσεων . Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον όπως διαπιστώνουν πολλοί μελετητές, αναπτύσσονται συνεχώς νέες μορφές των επιχειρηματικών δράσεων.

Οι σύγχρονες τεχνολογικές αλλαγές και οι αναδιαρθρώσεις που γίνονται φανερές σε πολλούς τομείς της παραδοσιακής οικονομίας , η παράλληλη ανάπτυξη της μη υλικής οικονομίας και η δημιουργία νέων απαιτήσεων στις επιχειρήσεις και τέλος η ραγδαία αύξηση της ενημέρωσης και η παγκοσμιοποιημένη αγορά , μεταβάλλουν τις απαιτήσεις των αγορών εργασίας αλλά και την ίδια τη φύση της επιχειρησιακής απασχόλησης. Στην σύγχρονη πραγματικότητα η Ελλάδα φαίνεται να υστερεί σημαντικά σε όλους τους δείκτες τεχνολογικής ανάπτυξης στην επιχειρηματικότητα και αυτό συμβάλλει στην αλλοίωση της ανταγωνιστικής παρουσία τους . Ειδικότερα, γίνεται σαφές πως οι επενδυτικές κινήσεις τόσο στον δημόσιο και όσο και στον ιδιωτικό τομέα δεν τροφοδοτούν τις νέες τεχνολογίες. Από την μία η έλλειψη προσπάθειας από τους επιχειρηματίες σε επίπεδο κατάρτισης του προσωπικού, έπειτα η υψηλή γραφειοκρατία, το υψηλό κόστος συντήρησης αλλά και η αδυναμία ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων αποτελούν αρνητικούς παράγοντες, παρεμποδίζοντας έτσι τις επενδύσεις για την εισροή νέων τεχνολογικών αλλαγών.

Σε κάποιες περιπτώσεις βέβαια η εθνική πολιτιστική ιδιοσυγκρασία είναι έτοιμη για νέες μεθόδους και τεχνικές, πράγμα το οποίο καθιστά την Ελλάδα πιο ανοιχτή από ότι οικονομίες όπως για παράδειγμα της

Γαλλίας και της Νορβηγίας. Το γεγονός αυτό παρέχει ενδείξεις για την ανάπτυξη ιδιοσυγκρασίας της ανταγωνιστικής παρουσίας παρά το γεγονός ότι υπάρχουν δυσχέρειες στην πραγματοποίηση των νέων ιδεών στην πράξη. Είναι φανερό ότι υπάρχει σε κάποιο βαθμό ανάγκη για νέες ιδέες και τεχνικές που παρ' όλα αυτά δεν οδηγούνται στην εφαρμογή και αυτό συμβαίνει εξαιτίας της απουσίας δομών, στην δυσλειτουργία τυπικών διαδικασιών, στην μη καταγεγραμμένη οικονομική δράση, στην σπατάληση επιδοτήσεων, στην ύπαρξη διαφθοράς όπως και σε άλλα πεδία..

Για να ερευνηθούν τα παραπάνω έγινε δημιουργία ερωτηματολογίου για να διερευνηθεί η σημασία της χρήσης νέων τεχνολογιών στον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων. Το δείγμα ήταν έγκυρο γι' αυτό το λόγο η έρευνα διεξάχθηκε κανονικά και δεν προέκυψαν ζητήματα δυσκολίας εξαγωγής συμπερασμάτων. Όσον αφορά το λοιπόν τα αποτελέσματα τους ερωτηματολογίου, στα δημογραφικά και κοινωνικά στοιχεία των ερωτηθέντων, το δείγμα του συνόλου των ανδρών και των γυναικών που ερωτήθηκε ήταν ίσο. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι βρίσκονταν στην ηλικία των 40 και άνω και σε σχέση με τις σπουδές τους ήταν κυρίως τελειόφοιτοι γυμνασίου/ λυκείου. Η επαγγελματική τους εμπειρία όπως είναι εύλογο ήταν άνω των δεκαπέντε ετών στην πλειοψηφία. Στην επόμενη ενότητα αναφέρθηκε το ευρύτερο προφίλ των επιχειρήσεων, πιο ειδικά γίνεται λόγος για επιχειρήσεις με εργαζόμενους 1- 9 που απευθύνονται στην τοπική αγορά κατά κύριο λόγο και δεν ανήκουν σε κάποια αλυσίδα καταστημάτων. Το μεγαλύτερο δείγμα των εν λόγω επιχειρήσεων παρείχε εξίσου και αγαθά και υπηρεσίες.

Στην επόμενη ενότητα έγινε λόγος στη χρήση τεχνολογιών και καινοτομιών στις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση αν υπήρξαν τεχνολογικές αλλαγές στην επιχείρηση την τελευταία τριετία, υπήρχε ίσος βαθμός θετικών και αρνητικών απαντήσεων. Στην επόμενη ερώτηση η οποία ήταν και προαιρετική όσοι εισήγαγαν κάποια τεχνολογική αλλαγή απάντησαν πως πραγματοποιήθηκε λόγω της ίδιας της επιχείρησης η δράση. Στην ερώτηση για την ενημέρωση για τις δράσεις άλλων επιχειρήσεων το 75% απάντησε πως ενημερώνεται μέσω διαδικτύου, περιοδικών ενώ μόλις ένας 10% του δείγματος απάντησε πως ενημερώνεται για τις αλλαγές απευθείας από άλλες επιχειρήσεις.

Τέλος, στη τελευταία ερώτηση της ενότητας όσον αφορά τα κριτήρια δυνητικής χρήσης τεχνολογικών αλλαγών, στον παράγοντα «ανταγωνισμός τιμών» το μεγαλύτερο μέρος απάντησε πως τον θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα, ο παράγοντας «έλλειψη ζήτησης» συγκέντρωσε επίσης την απάντηση πολύ σημαντικός παράγοντας. Η ύπαρξη «τεχνολογικών αλλαγών από ανταγωνιστές» θεωρήθηκε σημαντικός παράγοντας χρήσης τεχνολογίας. Η «έλλειψη εξειδίκευσης του προσωπικού» θεωρήθηκε από τους περισσότερους πολύ σημαντικός παράγοντας, ομοίως « η έλλειψη χρηματοδότησης» και «η έλλειψη κατάρτισης» συγκέντρωσαν την απάντηση πολύ σημαντικό. Φαίνεται λοιπόν από τις απαντήσεις οι λόγοι που προαναφέρθηκαν για να απορροφήσει μια επιχείρηση μια τεχνολογική αλλαγή είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για το σύνολο των ερωτηθέντων.

Στην τελευταία ενότητα λοιπόν ερευνάται η σχέση ανταγωνισμού και νέων τεχνολογιών στους επιχειρήσεις το συμπέρασμα της οποίας είναι καθοριστικό για το συνολικό συμπέρασμα της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Πιο ειδικά, στην ερώτηση εάν θεωρείται αναγκαία της χρήση νέων τεχνολογιών για μια ενεργή ανταγωνιστική παρουσία, στο έπρασμα των χρόνων η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε «ναι. Αυτό δείχνει πως υπάρχει σαφής ένδειξη πως το σύνολο του δείγματος θεωρεί εξαρτώμενο παράγοντα του ανταγωνισμού της χρήση των νέων τεχνολογιών. Στην ερώτηση εάν θεωρείται την αύξηση της τεχνολογίας σημαντικό παράγοντα στην ανταγωνιστική παρουσία έναντι άλλων επιχειρήσεων το 55% απάντησε πως το θεωρεί πολύ σημαντικό και το 35% σημαντικό παράγοντα, πράγμα το οποίο συμπληρώνει το συμπέρασμα της αμέσως παραπάνω ερώτησης.

Τελειώνοντας, έγινε μία ανοιχτού τύπου ερώτηση έτσι ώστε να διερευνηθεί κατά πόσο οι ερωτώμενοι από μόνοι τους θεωρούν σημαντική την τεχνολογία για τον ανταγωνισμό στις επιχειρήσεις. Η ερώτηση ήταν να προτείνει ο ερωτώμενος τα κριτήρια τα οποία θα προσφέρουν μια ισχυρή ανταγωνιστική παρουσία χωρίς την καθοδήγηση του ερευνητή από θέμα μιας ερώτησης καθοδήγησης. Σύμφωνα με τους ερωτώμενους λοιπόν τα κριτήρια που πρέπει να τηρεί μια επιχείρηση για να είναι ενεργή ανταγωνιστικά είναι τα εξής: Η καλή φήμη της επιχείρησης, η καλή και σταθερή ποιότητα των αγαθών και των υπηρεσιών της επιχείρησης, Η καλή διαφήμιση (είτε με τη καλή φήμη είτε μέσω των socialmedia είτε με κάποια ιστοσελίδα), η εξυπηρέτηση των πελατών, η διατήρηση στους στόχους της κάθε επιχείρησης, η χρήση εξειδικευμένου εξοπλισμού και λογισμικού, η μηχανογράφηση των προϊόντων, η κατάρτιση και η διαρκής ενημέρωση του προσωπικού για ζητήματα τεχνολογίας, η χρήση καινοτομιών και νέας τεχνολογίας, μεγάλο κεφάλαιο και η χρήση παλστικού χρήματος. Παρακάτω θα διατυπωθούν πιθανές προτάσεις για την επίτευξη μιας υγιούς οικονομία και στην ανταγωνιστική παρουσία της εκάστοτε επιχείρησης.

Δύο είναι τα κριτήρια για να επιτευχθεί η δημιουργία μιας υγιούς οικονομίας στον τομέα του ανταγωνιστικού παράγοντα. Η πρώτη σχετίζεται με την ενίσχυση των επενδύσεων στον τομέα της νέων

τεχνολογιών. Η Ελλάδα όπως αναλύθηκε και παραπάνω είναι γεγονός πως βρίσκεται πίσω, σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, στον τομέα αυτό και πρέπει να καταβληθεί πολύ μεγαλύτερη προσπάθεια. Είναι αναγκαίο, με λίγα λόγια, να δοθεί βάρος στη χρηματοδότηση του κλάδου έρευνας&ανάπτυξης και τεχνολογίας. Καθώς στον κλάδο αυτό ο ιδιωτικός τομέας έχει την δυνατότητα και πρέπει να παίξει βασικό ρόλο, εφόσον βέβαια το κράτος παράγει τις απαραίτητες προϋποθέσεις

Έπειτα το δεύτερο αναγκαίο κριτήριο για την ανάπτυξη της υιοθέτησης νέων τεχνολογιών στον επιχειρηματικό κλάδο, είναι να αναπτυχθεί μια παιδεία τεχνολογίας και έρευνας, έχοντας ως σκοπό ταυτόχρονα την αλληλεπίδραση της εκπαίδευσης με την παραγωγική διαδικασία. Κατ' αυτόν τον τρόπο έρχεται η ανάπτυξη, για τον σχηματισμό νέων θέσεων εργασίας, για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών με ποιότητα.. Αυτό είναι γνωστό πως αρχίζει από τα σχολεία και φτάνει μέχρι τη δια βίου εκπαίδευση και εκπαιδευτική διαμόρφωση, βάζοντας τους μαθητές από μικρή ηλικία στην έννοια του "επιχειρείν", προωθώντας την ανάδειξη ικανοτήτων και βοηθώντας τους να εξοικειωθούν με τη χρήση νέων τεχνικών και μεθόδων.

Βιβλιογραφικές αναφορές και πηγές

- Robert E. Evenson & Larry E. "Technological Change and Technological Strategy", Westphal UNU/INTECH Working Paper No. 12, (1994) p.23
- Nelson και Winter, "An evolutionary theory of economic change", (1982)
- Keller, W."Do Trade Pattenrs and Technology Flows Affect Productivity Growth?" The World Bank Economic Review,(2000), p. 14
- Rivera Batiz, L. A., & Romer, "Economic Integration and Endogenous Growth." The Quarterly Journal of Economics,(1991) p. 531
- Besai, A.B., "Does Strategic Planning Create Value? The stock Market 's Belief ", Management Decision, (2000), 38,1, p. 685 – 693.
- Xu, B.. Multinational enterprises, technology diffusion, and host country productivity growth. Journal of Development Economics,(2000) 62, p. 477
- "Η Ώρα της Επιχειρηματικής Ανταγωνιστικότητας", έκδοση του συλλόγου Ελλήνων απόφοιτων του LondonBusinessSchool, Αθήνα (2004)
- World Economy Forum, The global Competitiveness Report 2002 – 3, 2002
- Wesley M. Cohen; Daniel A. Levinthal", "Innovation and Learning: The Two Faces of R & D", The Economic Journal, Vol. 99, No. 397. (Sep., 1989), pp. 569-596.
- Peteraf, Margaret and Barney, Jay, "Unraveling The Resource-Based Tangle", Managerial and Decision Economics, 2003, Vol. 24, 309-323.
- Oliver Christine, "Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based Views", Strategic Management Journal, 1997, Vol. 18, No. 9, 697-713
- Barney Jay, "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", Journal of Management, 1991, Vol. 17, No. 1,99-p. 120.
- Gimeno Javier, "Reciprocal Threats in Multimarket Rivalry: Staking out 'Sphere of Influence' in the U.S. Airline Industry", Strategic Management Journal, 1999, Vol.20, p. 101
- Lado, Augustine, Boyd, Nancy and Hanlon, Susan, "Competition, Cooperation, and the Search for Economic Rents: a Syncretic Model", Academy of Management Review, 1997, Vol. 22, No. 1, 115
- ΚυριαζήΝότα. Η κοινωνιολογική έρευνα : Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών.Αθήνα : Ελληνικά Γράμματα, 1999
- Shih, W.,C., "Why HP's Departure from the PC Business was Inevitable?", Harvard Business Review Blog Network, (August 22, 2011).
- Bounellis C., "Microsoft, Intel invest in Wildfire", www.findartides.com, 27/10/1997.
- Plosktna B.f "From WINTEL to LINTEL", Willet G.H., "Microsoft's Rope of Arrogance", jk

www.findarticles.com, 30/11/1998.

- <https://schooltec.wordpress.com/2011/04/02/tech-history>
- Drury M, Carter Y, Thomas C. Research Methods in Primary Care. Oxon: Radcliffe, 1996.
- Foddy W Constructing Questions for Interviews and Questionnaires: Theory and Practice in Social Research Cambridge University Press, 1993.
- Fowler FJ. Improving Survey Questions: Design and Education. Sage Publications, 1995.
- Gillham WEC. Developing a Questionnaire. Continuum, 2000.
- Kline P. The Handbook of Psychological Testing. London Routledge, 1993.
- Moser C and Kalton G. Survey Methods in Social Investigation. Hants: Gower, 1990