

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΜΙΧΑΗΛ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΜΟΥΣΤΑΚΑΣ ΕΥΘΥΜΙΟΣ

ΕΝΣΟΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΩΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Επιβλέπων: Καθηγητής Εφαρμογών
Αναστασάκης Ανδρέας

Ηράκλειο
Ιούνιος, 2015

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή, κύριο Αναστασάκη Ανδρέα, για την καθοδήγηση και την βοήθεια του στην εκπόνηση της παρούσας εργασίας. Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τα 20 καινοτόμα αγροτουριστικά καταλύματα που έλαβαν μέρος στην έρευνα για την πολύτιμη συμμετοχή τους στην χρήση απαντήσεων, στο Ερωτηματολόγιο το οποίο τους επεβλήθη. Τέλος ευχαριστούμαι τοις οικογένειες μας για την κατανόηση και την συμπαράσταση που έδειξαν για την ολοκλήρωση αυτού του δύσκολου έργου.

Περίληψη

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτελεί η ενσωμάτωση της καινοτομίας στον στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων, με περίπτωση εφαρμογής τα καινοτόμα αγροτουριστικά καταλύματα.

Για το λόγο αυτό αρχικά μελετώνται οι βασικοί ορισμοί και οι έννοιες που αφορούν στην επιχειρηματικότητα και την καινοτομία ενώ, στη συνέχεια μελετώνται οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και την εφαρμογή τους, αλλά και η έννοια της καινοτομικής επιχείρησης.

Παράλληλα, διερευνάται η έννοια του αγροτουρισμού και τα είδη των αγροτουριστικών επιχειρήσεων και γίνεται αναφορά στους τρόπους εφαρμογής καινοτομικών δράσεων σε αυτά.

Ωστόσο, από την εμπειρική έρευνα διαπιστώνεται πως παρά το γεγονός πως οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν τα σημαντικά οφέλη που μπορεί να προκύψουν από την εφαρμογή της καινοτομίας και στα αγροτουριστικά καταλύματα, ο αριθμός των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν καινοτόμες δράσεις είναι ιδιαίτερα μικρός ενώ, ως σημαντικότερος παράγοντας που επιδρά αρνητικά στην εφαρμογή της καινοτομίας είναι ο δημόσιος τομέας, η έλλειψη ικανού και εξειδικευμένου προσωπικού, αλλά και η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών.

Για το λόγο αυτό προτείνεται η διεξαγωγή νέας έρευνας μελλοντικά, στην οποία θα περιλαμβάνονται και αγροτουριστικές επιχειρήσεις από άλλες χώρες, αλλά και η συλλογή ποιοτικών δεδομένων με στόχο την καλύτερη κατανόηση των παραγόντων που εμποδίζουν την εφαρμογή της καινοτομίας στον αγροτουρισμό και των ωφελειών που έχουν προκύψει στην περίπτωση εφαρμογής τους.

ABSTRACT

The main objective of this study is to introduce innovation on strategic planning and specifically in innovative agritourist accommodation.

Initially, the fundamental definitions and concepts concerning innovation and business will be referred, as well as the factors that affect their development and appliance and the notion of innovative enterprise.

Simultaneously, the notion of agritourism and the kinds of agritourist industry will be explored as well as the ways to apply innovative ideas and actions.

As from experience in everyday life, one can note that despite the fact that the vast majority of businesses acknowledge the benefits of applying innovation in agritourist accommodation industry, the part of them that actually apply innovation is remarkably small. The main reasons for this is the unwieldy public sector, the lack of capable and specialized personnel and the lack of appropriate infrastructures.

Thus, a further research in the future, which would comprise foreign agritouristic enterprises is suggested in order to collect qualitative data for a better understanding of what obstructs the actual application of innovation in agritourism and realize the benefits of doing so.

Περιεχόμενα

| | |
|---|----|
| Περίληψη..... | 3 |
| Εισαγωγή..... | 7 |
| Κεφάλαιο 1 ^ο – Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία: Θεωρητική Επισκόπηση | 13 |
| 1.1 Επιχειρηματικότητα | 13 |
| 1.1.1 Μορφές και Είδη Επιχειρηματικότητας | 15 |
| 1.1.2 Κίνητρα Επιχειρηματικότητας | 16 |
| 1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα | 18 |
| 1.3 Καινοτομία..... | 19 |
| 1.3.1 Μορφές και Είδη καινοτομίας | 20 |
| 1.3.2 Πηγές Καινοτομίας..... | 22 |
| 1.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομία | 22 |
| 1.5 Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία..... | 25 |
| 1.5.1 Η Καινοτομική Επιχείρηση | 26 |
| Κεφάλαιο 2 ^ο – Η έννοια του αγροτουρισμού και τα αγροτουριστικά καταλύματα | 28 |
| 2.1 Η έννοια του αγροτουρισμού | 28 |
| 2.2 Αγροτουριστικά Καταλύματα..... | 29 |
| Κεφάλαιο 3 ^ο – Η Καινοτομία στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις..... | 31 |
| 3.1 Το περιεχόμενο της καινοτομίας στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις | 35 |
| 3.2 Οι νέες τεχνολογίες και η πληροφορική στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις | 37 |
| Κεφάλαιο 4ο – Μεθοδολογία..... | 40 |
| 4.1 Μέθοδοι εμπειρικής έρευνας | 40 |
| 4.2 Τα είδη της έρευνας | 42 |
| 4.3 Δευτερογενή και πρωτογενή δεδομένα | 42 |

| | | |
|---|---|----|
| 4.4 | Σκοπός έρευνας | 44 |
| 4.5 | Δείγμα | 44 |
| 4.6 | Ερευνητικό Εργαλείο | 45 |
| 4.7 | Συλλογή Δεδομένων | 46 |
| 4.8 | Στατιστική Ανάλυση | 47 |
| 4.9 | Περιορισμοί Έρευνας | 47 |
| Κεφάλαιο 5 ^ο – Αποτελέσματα | | 48 |
| 5.1 | Σκιαγράφηση αγροτουριστικών καταλυμάτων | 48 |
| 5.2 | Γενική εικόνα αγροτουριστικών καταλυμάτων | 50 |
| 5.3 | Καινοτομία στα Αγροτουριστικά Καταλύματα | 53 |
| Κεφάλαιο 6 ^ο – Συμπεράσματα και προτάσεις..... | | 64 |
| Βιβλιογραφικές Αναφορές | | 68 |
| Παράρτημα..... | | 73 |

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ:

| | | |
|------------------|---|-----------|
| ΠΙΝΑΚΑΣ 1 | Παράγοντες που συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη αγροτουριστικών καταλυμάτων..... | 58 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 2 | Παράγοντες που συμβάλουν αρνητικά στην ανάπτυξη αγροτουριστικών καταλυμάτων..... | 59 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3 | Πρόσωπα που συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ιδεών..... | 61 |

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ/ΓΡΑΦΗΜΜΑΤΩΝ:

| | | |
|------------------|---|-----------|
| ΓΡΑΦΗΜΑ 1 | Κατανομή φύλου των επιχειρήσεων..... | 49 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 2 | Κατανομή ηλικίας των επιχειρηματιών..... | 50 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 3 | Κατανομή επιπέδου εκπαίδευσης των επιχειρηματιών..... | 51 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 4 | Κατανομή ετών λειτουργίας των αγροτουριστικών καταλυμάτων..... | 51 |

| | |
|---|-----------|
| ΓΡΑΦΗΜΑ 5 Τάση αύξησης εσόδων της επιχείρησης την τελευταία χρονική περίοδο..... | 53 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6 Πλεονεκτήματα ανάπτυξης τουρισμού στην περιοχή που εδρεύουν οι επιχειρήσεις..... | 54 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 7 Υποστήριξη τοπικών παραγόντων..... | 55 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 8 Στρατηγική καικαινοτομία..... | 56 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 9 Καινοτομίες στον αγροτουρισμό..... | 57 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 10 Τρόποι προβολής καινοτόμων ιδεών..... | 60 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 11 Απόψεις επιχειρηματιών περί Οικονομικών αλλαγών και επιδράσεων στον αγροτουρισμό..... | 62 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 12 Απόψεις επιχειρηματιών περί ανταγωνισμού και επιδράσεων στον αγροτουρισμό..... | 63 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 13 Αποτελεσματική διαχείριση καινοτόμων ιδεών..... | 64 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 14 Αξιοποίηση καινοτόμων ιδεών στις καθημερινές ανάγκες εργασίας..... | 65 |

Εισαγωγή

Ορισμός του Θέματος

Όπως γίνεται αντιληπτό και από τον τίτλο της εργασίας, το θέμα της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η ενσωμάτωση της καινοτομίας στον στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων ενώ μελετώνται ως περίπτωση εφαρμογής, τα καινοτόμα αγροτουριστικά καταλύματα.

Η παρούσα μελέτη αναλύει τις παραμέτρους της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στο στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων σε θεωρητικό επίπεδο και προσπαθεί να διερευνήσει τα σημαντικότερα ζητήματα επί του θέματος. Για το λόγο αυτό, κρίθηκε σκόπιμο να αναπτυχθεί το θεωρητικό υπόβαθρο που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία και να διερευνηθούν βασικοί ορισμοί και έννοιες που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και τις βασικές παραμέτρους της καινοτομίας κατά την εφαρμογή και υιοθέτησή της από τις σύγχρονες επιχειρήσεις.

Παράλληλα, κρίθηκε αναγκαίο για την καλύτερη διερεύνηση του θέματος να πραγματοποιηθεί εμπειρική έρευνα και να μελετηθούν περιπτώσεις όπου εφαρμόστηκαν καινοτόμες δραστηριότητες κατά το στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων. Έτσι, μελετώνται αγροτουριστικά καταλύματα, ο τρόπος οργάνωσης και λειτουργίας τους, η εφαρμογή καινοτομιών, αλλά και ο τρόπος με τον οποίο προβάλλουν και προωθούν τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους.

Σκοπός της Διπλωματικής Εργασίας

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει και να αναλύσει τον τρόπο με τον οποίο η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα εφαρμόζονται στον στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα να μελετήσει την υιοθέτηση καινοτομιών στα σύγχρονα αγροτουριστικά καταλύματα.

Πρωταρχικός στόχος είναι να διερευνηθούν και να αποσαφηνιστούν οι σημαντικότερες έννοιες και ορισμοί που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία και στη συνέχεια να μέσα από την εμπειρική έρευνα να διερευνηθεί η εφαρμογή της καινοτομίας στον τουρισμό και τα αγροτουριστικά καταλύματα.

Επιμέρους στόχοι είναι:

Η μελέτη των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, αλλά και τα κίνητρα για την ανάπτυξή της

Να διερευνηθούν τα βασικότερα ζητήματα σχετικά με την εφαρμογή καινοτομιών σε μία επιχείρηση και να μελετηθούν οι παράγοντες που την επηρεάζουν

Να μελετηθεί η έννοια της καινοτομικής επιχείρησης

Η απόκτηση γνώσεων σχετικά με τον αγροτουρισμό και τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Να διερευνηθεί ο τρόπος εφαρμογής καινοτόμων δράσεων στα αγροτουριστικά καταλύματα

Σημαντικότητα του Θέματος

Το αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό θέμα και χρήσιμο εργαλείο για πολλούς λόγους, με κυριότερους:

Την απόκτηση εμπειριστατωμένων γνώσεων σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, τα είδη και τις μορφές τους κατά το στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων

Την κατανόηση των παραμέτρων της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και των παραγόντων που τις επηρεάζουν

Την παράθεση πληροφοριών αναφορικά με τα αγροτουριστικά καταλύματα και τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας τους

Τη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο αναπτύσσεται η καινοτομία στον τουρισμό

Την επισήμανση των ωφελειών που προκύπτουν από την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων στον τουρισμό και τα αγροτουριστικά καταλύματα

Περιορισμοί της έρευνας

Οι σημαντικότεροι περιορισμοί στην εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας εντοπίζονται στην έλλειψη διαθέσιμου υλικού στη διεθνή και εγχώρια βιβλιογραφία αναφορικά με την ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων στον τουρισμό και πιο συγκεκριμένα στον αγροτουρισμό και τις επιχειρήσεις που αναπτύσσονται σε αυτή τη μορφή τουρισμού. Τα διαθέσιμα στοιχεία που εντοπίστηκαν ήταν ελάχιστα καθώς, το θέμα είναι ιδιαίτερα σύγχρονο ενώ δεν εντοπίστηκαν έρευνες επί των ερευνητικών ζητημάτων της παρούσας μελέτης, με αποτέλεσμα να περιορίζεται σημαντικά το πεδίο έρευνας και μελέτης της παρούσας εργασίας.

Ιδιαίτερα σε ότι αφορά την εμπειρική μελέτη, οι δυσκολίες σχετίζονται με τη μη συγκέντρωση πολυπληθούς δείγματος, εφόσον συγκεντρώθηκαν οι απαντήσεις μόλις 20 αγροτουριστικών καταλυμάτων. Για το λόγο αυτό εφαρμόστηκαν η περιγραφική ανάλυση και η μη-παραμετρικοί έλεγχοι προκειμένου να ξεπεραστεί το εμπόδιο του μεγέθους του δείγματος ενώ, επιπλέον δυσκολία υπήρξε λόγω του γεγονότος ότι πολλά αγροτουριστικά καταλύματα δεν είχαν εφαρμόσει κάποια καινοτομία και επομένως, οι δεδομένες επιχειρήσεις εξαιρέθηκαν από το δείγμα της μελέτης.

Δομή της Εργασίας

Η παρούσα διπλωματική εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια, τα οποία αναπτύσσονται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος πραγματοποιείται θεωρητική επισκόπηση επί του θέματος και μελετώνται οι βασικοί ορισμοί και έννοιες της

επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, αλλά και τα είδη και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και την υιοθέτησή τους ενώ, στο δεύτερο μέρος πραγματοποιείται εμπειρική έρευνα σχετικά με την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων στα σύγχρονα αγροτουριστικά καταλύματα.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας αρχικά γίνεται αναφορά στην έννοια της επιχειρηματικότητας και πραγματοποιείται ανάλυση σε βασικούς ορισμούς ενώ στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στα τις μορφές και τα είδη της επιχειρηματικότητας, στα κίνητρα, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσεται. Στην ενότητα αυτή, αναφέρονται ο ορισμός της επιχειρηματικότητας και στη συνέχεια αποσαφηνίζονται οι βασικότερες έννοιες που τη χαρακτηρίζουν. Παράλληλα, γίνεται αναφορά στους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στην έννοια της καινοτομίας και μελετώνται οι μορφές και τα είδη της καινοτομίας, οι πηγές της καινοτομίας, αλλά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση και την ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων κατά το στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων.

Η συγγραφή των κεφαλαίων έγινε με την εξής σειρά: Κεφάλαια 1^ο Επιχειρηματικότητα και καινοτομία: Θεωρητική επισκόπηση και 4^ο Μεθοδολογία συνεγράφη από τον φοιτητή Μουστάκα Ευθύμιο. Τα κεφάλαια 2^ο Η έννοια του αγροτουρισμού και τα αγροτουριστικά καταλύματα και 3^ο Η καινοτομία στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις συνεγράφη από τον φοιτητή Μιχαήλ Γεώργιο. Από κοινού και από τους δύο συγγραφείς συντάχθηκαν τα υπόλοιπα δύο εναπομείναν κεφάλαια 5^ο Αποτελέσματα και 6^ο Συμπεράσματα και προτάσεις.

Το πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας ολοκληρώνεται με την αναφορά στη σχέση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και διερευνάται ο ορισμός της καινοτομικής επιχείρησης.

Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στην έννοια του αγροτουρισμού και τα αγροτουριστικά καταλύματα ενώ, το τελευταίο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους αναφέρεται στην εφαρμογή καινοτομιών στον τουρισμό, στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις ενώ γίνεται και σύντομα αναφορά, στην εφαρμογή των νέων τεχνολογιών στον τουρισμό.

Το δεύτερο μέρος της εργασίας αποτελεί την εμπειρική έρευνα της παρούσας εργασίας και αποτελείται από δύο κεφάλαια. Έτσι, αρχικά γίνεται αναφορά στη μεθοδολογία της εμπειρικής έρευνας και αναφέρονται τα είδη της ενώ στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στον σκοπό της έρευνας, το δείγμα όπου πραγματοποιήθηκε η έρευνα, στο ερευνητικό εργαλείο, στον τρόπο συλλογής των δεδομένων, στη μέθοδο της στατιστικής ανάλυσης, αλλά και στους περιορισμούς της έρευνας.

Στη συνέχεια, και μετά την ανάλυση των δεδομένων γίνεται παράθεση των αποτελεσμάτων και σκιαγραφείται το προφίλ των αγροτουριστικών καταλυμάτων σήμερα, η γενική τους εικόνα και ανιχνεύεται η εφαρμογή καινοτομιών κατά την επιχειρηματική τους δράση. Βασικά ερωτήματα της μελέτης αποτέλεσε η εφαρμογή καινοτομιών κατά τη συνεργασία των αγροτουριστικών καταλυμάτων με άλλες επιχειρήσεις για την τροφοδοσία τους με τοπικά παραγόμενα προϊόντα, αλλά και για την ανάπτυξη τοπικών δραστηριοτήτων, για την έρευνα αγοράς σχετικά με μελλοντικές ευκαιρίες ανάπτυξης, για τις υποδομές τους και τον τρόπο εξυπηρέτησης των πελατών του, για την διαφήμιση και την προώθηση της επιχείρησής τους, αλλά και για τον τρόπο οργάνωσής της.

Επίσης, διερευνήθηκε η σημαντικότητα της καινοτομίας στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις και οι επιπτώσεις της από την υιοθέτηση και την εφαρμογή της.

Η εργασία ολοκληρώνεται με την παράθεση γενικών συμπερασμάτων αλλά και τη διατύπωση προτάσεων για μελλοντική έρευνα.

Κεφάλαιο 1^ο Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία: Θεωρητική Επισκόπηση

Σήμερα, οι τεχνολογικές αλλαγές και η καινοτομία αποτελούν βασικές συνιστώσες της οικονομικής ανάπτυξης. Παράλληλα, η υιοθέτηση των σύγχρονων τεχνολογικών μέσων αλλά και των διάφορων καινοτομιών, μπορούν να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για τη δημιουργία σημαντικών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων για τις επιχειρήσεις, στοιχείο ιδιαίτερα σημαντικό αν λάβουμε υπόψη μας το σύγχρονο και συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Για το λόγο αυτό, η τεχνολογία και κυρίως η καινοτομία αποτελούν σήμερα στοιχεία υψηλής προτεραιότητας για τις επιχειρήσεις διεθνώς. Ωστόσο, η διαχείριση και υιοθέτηση της καινοτομίας εξαρτάται και επηρεάζεται από πλήθος παραγόντων, όπως είναι για παράδειγμα το περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται, τα δυνητικά οφέλη που μπορεί να υπάρξουν, τα χρηματοδοτικά μέσα για την υλοποίηση και εφαρμογή της, την τεχνολογία, κλπ (Ιωαννίδης, 2004).

Οι επιχειρήσεις που καταφέρνουν μέσα από την ανάπτυξη καινοτομιών και την ευέλικτη προσαρμογή τους στο επιχειρηματικό περιβάλλον να μετατρέψουν τις διαθέσιμες πληροφορίες σε γνώση, είναι οι επιχειρήσεις που έχουν τις περισσότερες πιθανότητες να επιτύχουν τους στόχους τους και να αναπτύξουν ιδιαίτερα σημαντικά πλεονεκτήματα (Πιπερόπουλος, 2008).

Στο κεφάλαιο αυτό, πραγματοποιείται μία σύντομη θεωρητική επισκόπηση με στόχο την αποσαφήνιση των σημαντικότερων εννοιών σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, αλλά και των βασικότερων παραγόντων που επηρεάζουν το πλαίσιο ανάπτυξής τους.

1.1 Επιχειρηματικότητα

Η έννοια και το περιεχόμενο της επιχειρηματικότητας απασχολεί ολοένα και περισσότερο την επιστημονική και επιχειρηματική κοινότητα διεθνώς. Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα αποτελεί μία πολυσύνθετη έννοια και για το λόγο αυτό δεν μπορεί να δοθεί μόνο ένας ορισμός που να την περιγράφει με ακρίβεια (Πιπερόπουλος, 2008).

Η έννοια της επιχειρηματικότητας αναφέρεται στην ικανότητα ενός ανθρώπου ή μιας ομάδας να αναγνωρίζει και να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες, προκειμένου να επιτύχει οικονομικό όφελος ή οποιασδήποτε άλλης μορφής προστιθέμενη αξία (Cunningham and Lischeron, 1991).

Ο πρώτος που αναγνώρισε τη σημασία της επιχειρηματικότητας ήταν ο Alfred Marshal, ο οποίος αναγνώρισε ότι υπάρχουν τέσσερις παράγοντες στην παραγωγική διαδικασία: η γη, η εργασία το κεφάλαιο, αλλά η επιχειρηματικότητα, η οποία αποτελεί την κινητήριο δύναμη της οργάνωσης των προηγούμενων συντελεστών, δηλαδή εκείνον τον παραγωγικό συντελεστή που θεμελιώνει την οικονομική σκέψη και συνδυάζει τους άλλους τρεις συντελεστές για την παραγωγική διαδικασία (Welsch, 2004).

Σύμφωνα με τον Drucker (1985), η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα ειδικό χαρακτηριστικό των ατόμων ή των οργανισμών, αλλά και μία διαδικασία δημιουργίας και πρακτικής, όπου η γνώση αποτελεί το μέσο για την επίτευξη του σκοπού. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και ο ορισμός που δίνει το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (European Observatory for SMEs, 2000) για την επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με τον οποίο *«η επιχειρηματικότητα είναι μία δυναμική διαδικασία κατά την οποία τα άτομα σταθερά εντοπίζουν οικονομικές ευκαιρίες και τις εκμεταλλεύονται, μέσα από την ανάπτυξη, την παραγωγή και την πώληση αγαθών και υπηρεσιών. Η διαδικασία αυτή απαιτεί την ύπαρξη ποιοτικών ιδιοτήτων στα άτομα, όπως εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, δυνατότητα και διάθεση ανάληψης κινδύνου, αλλά και ένα αίσθημα προσωπικής δέσμευσης»*.

Τέλος, το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Observatory) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως *«την προσπάθεια για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, τη δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή την επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, η*

οποία γίνεται από έναν ιδιώτη, από ομάδες ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν» (GEM, 2010).

1.1.1 Μορφές και Είδη Επιχειρηματικότητας

Οι μορφές επιχειρηματικότητας που έχουν αναπτυχθεί είναι διάφορες, γεγονός που οφείλεται στις πολλαπλές διαστάσεις που έχει λάβει ο επιχειρηματικός τομέας, αλλά και στη σύγχυση που υπάρχει σχετικά με τα διακριτά γνωρίσματα και την ανάγκη ύπαρξης συγκεκριμένων μορφών επιχειρηματικότητας (Κακούρης, 2010).

Σύμφωνα με τον Πετράκη (1996), υπάρχουν δύο είδη επιχειρηματικότητας: η επιχειρηματικότητα που προκύπτει μέσα από μία ήδη υφιστάμενη επιχείρηση (ενδοεπιχειρηματικότητα) και η επιχειρηματικότητα που αφορά στη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας νέας επιχείρησης δημιουργώντας καινούρια αξία.

Αντίστοιχα, σύμφωνα με τους Clarr και Alhamis (2010) η επιχειρηματικότητα διακρίνεται στην παραδοσιακή επιχειρηματικότητα των επιχειρήσεων και στην κοινωνική επιχειρηματικότητα. Στην παραδοσιακή επιχειρηματικότητα, ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει τους κινδύνους για την δική του επιχειρηματική δραστηριότητα με στόχο την επίτευξη οφέλους ενώ, στην κοινωνική επιχειρηματικότητα ο επιχειρηματίας επιθυμεί να συνδυάσει τη φιλοσοφία, τη γνώση και τον τρόπο σκέψης των επιχειρήσεων, με την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών, με στόχο την ικανοποίηση των προσδοκιών των επενδυτών και ταυτόχρονα όμως των προσδοκιών του κοινωνικού συνόλου (βελτίωση της ποιότητας της ζωής, δημιουργία θέσεων εργασίας, κλπ).

Ο Thurrow (2003), διακρίνει τρία είδη επιχειρηματικότητας: α) την τεχνολογική επιχειρηματικότητα, η οποία είναι περισσότερο συνδυασμένη με την καινοτομία, τη χρήση της τεχνολογίας και τη δημιουργία οικονομιών έντασης γνώσης, β) τη γεωγραφική επιχειρηματικότητα, μέσα από την οποία ήδη υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες μεταφέρονται σε διαφορετικές περιοχές από αυτές της παραγωγής τους και γ) την κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα, η οποία ανιχνεύει τα ιδιαίτερα

χαρακτηριστικά συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων και επιχειρεί την προώθηση κατάλληλα διαμορφωμένων προϊόντων σε αυτές.

Τέλος, να αναφέρουμε πως ένας ακόμη διαχωρισμός για την επιχειρηματικότητα είναι αυτός ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και στην επιχειρηματικότητα ανάγκης (Κακούρης, 2010). Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αναφέρεται στις περιπτώσεις όπου υπάρχει και αξιοποιείται μία επιχειρηματική ευκαιρία συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας ή μιας περιοχής ενώ, η επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζεται κυρίως σε άτομα, τα οποία δυσκολεύονται είτε να βρουν εργασία ή δεν είναι ευχαριστημένα από το υφιστάμενο εργασιακό καθεστώς τους, είτε επιδιώκουν να διατηρήσουν το εισόδημά τους. Σε αυτή τη μορφή επιχειρηματικότητας η συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη είναι ιδιαίτερα μικρή ενώ, συναντάται κυρίως σε μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες δεν παρουσιάζουν κάποια διαφοροποίηση από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις (Κακούρης, 2010).

1.1.2 Κίνητρα Επιχειρηματικότητας

Η απόφαση ενός ατόμου να ασκήσει επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζεται από πλήθος παραγόντων με σημαντικότερους (Πιπερόπουλος, 2008):

- Τις ψυχολογικές επιδράσεις που δέχεται το άτομο
- Τα προσωπικά χαρακτηριστικά του
- Τα αποτελέσματα των εμπειριών του (κυρίως των εργασιακών εμπειριών του)

Οι παράγοντες αυτοί αποτελούν «κίνητρα επιχειρηματικής δράσης» και μπορούν να διακριθούν σε δύο τύπους: στα θετικά κίνητρα (pull motives), τα οποία αποτελούν και παράγοντες προσέλκυσης για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας και στα αρνητικά κίνητρα (push motives), τα οποία αποτελούν

παράγοντες απώθησης του ατόμου από την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας (Κακούρης, 2010).

Στα θετικά κίνητρα περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων η επιδίωξη κέρδους, η επιδίωξη ανεξαρτησίας, η επιθυμία για επιτεύγματα αλλά και η επίτευξη κοινωνικής καταξίωσης. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Rotter (1966), η αντίληψη του ατόμου για τη δυνατότητα του να καταφέρει με δικές του ενέργειες να πετύχει η επιχείρησή του, αποτελεί έναν ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα, ο οποίος επηρεάζει την προσφορά επιχειρηματικότητας.

Αντίθετα, στα αρνητικά κίνητρα περιλαμβάνεται η απόλυση από την εργασία ή η ανεργία, η μονοτονία, οι προστριβές με τον προϊστάμενο αλλά και αναγκαστική μετανάστευση. Ακόμη, ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα για τη μη ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί η αποτυχία σε προηγούμενες προσπάθειες αλλά και κάποιες δεδομένες καταστάσεις, όπως είναι η ύπαρξη οικογενειακής επιχείρησης, οι σπουδές, κλπ (Thurow, 2003).

Τέλος, να αναφέρουμε πως στα συχνότερα εμπόδια έναρξης μιας νέας επιχείρησης ή άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας αναφέρονται (Πετράκης, 1996):

- Οι απαιτήσεις σε κεφάλαια (Δυσκολία διάθεσης ή εξεύρεσης των απαραίτητων πόρων)
- Διάφορα Νομικά εμπόδια (Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή/και κατά τη λειτουργία της επιχείρησης •Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές-ασφαλιστικές επιβαρύνσεις
- Ο έντονος ανταγωνισμός
- Η έλλειψη υποστήριξης
- Η έλλειψη υποδομών
- Τα στρατηγικά εμπόδια από τις μεγάλες εταιρίες
- Διάφορα πολιτισμικά εμπόδια

1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα επηρεάζεται από πολλούς και διαφορετικούς παράγοντες. Οι παράγοντες αυτοί είναι οικονομικοί (economic factors), ψυχολογικοί (psychological factors), κοινωνιολογικοί (social factors), περιβαλλοντικοί (environmental factors), δημογραφικοί (demographic factors) και πολιτισμικοί (cultural factors) (Μπουραντάς, 2002).

Οι οικονομικοί παράγοντες αποτελούν τους πλέον σημαντικούς για την άσκηση επιχειρηματικής δράσης καθώς, η επιχειρηματικότητα βασίζεται στην οικονομική θεωρία της προσφοράς και της ζήτησης ενώ παράλληλα, υφίστανται σε όλη τη διάρκεια ζωής της επιχείρησης. Οι οικονομικές μεταβλητές που επιδρούν καταλυτικά στην επιχειρηματικότητα είναι οι εμπορικές και νομισματικές πολιτικές των κρατών, οι παρεμβάσεις των κυβερνήσεων, η φορολογία και το κατά κεφαλήν εισόδημα (Huisman, 1985).

Σε ότι αφορά τους ψυχολογικούς παράγοντες, αυτοί αναφέρονται κυρίως στα προσωπικά χαρακτηριστικά που διαθέτει το άτομο που ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα ενώ, οι κοινωνιολογικοί παράγοντες αφορούν στις συνισταμένες, οι οποίες επηρεάζουν τον τρόπο ζωής των ανθρώπων, όπως είναι για παράδειγμα ο τρόπος ζωής, οι καταναλωτικές συνήθειες, ο τρόπος εργασίας, κλπ. Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι ενδογενείς ή εξωγενείς και γίνονται αντιληπτοί σε διάφορα επίπεδα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιων παραγόντων είναι η διαθεσιμότητα των πόρων από το περιβάλλον, ο αριθμός των επιχειρήσεων σε έναν κλάδο, κλπ (Μπουραντάς, 2002).

Οι δημογραφικοί παράγοντες αφορούν στις τάσεις που παρουσιάζει ο πληθυσμός σε σχέση με κάποιες μεταβλητές, όπως είναι για παράδειγμα το μέγεθος του πληθυσμού, η ηλικία των ανθρώπων, η γεωγραφική κατανομή, η εκπαίδευση, κλπ, ενώ από αυτές τις μεταβλητές η ηλικία, η εμπειρία και το μορφωτικό επίπεδο είναι αυτές που επηρεάζουν περισσότερο την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Gaddam, 2007).

Τέλος, η επιχειρηματικότητα αφορά στον πολιτισμό και την κουλτούρα (νοοτροπία ή/και την παιδεία των ατόμων σε ένα κοινωνικό σύνολο (Kilman, 1985). Η κουλτούρα μπορεί να ορισθεί ως οι κοινές φιλοσοφίες, ιδεολογίες, αξίες, παραδοχές, στάσεις και κανόνες που συνδέουν μεταξύ τους τα μέλη μιας κοινότητας, παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν ιδιαίτερα σημαντικά την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας της και τις αποφάσεις που σχετίζονται με αυτή (Μπουραντάς, 2002)

1.3 Καινοτομία

Η καινοτόμος δραστηριότητα αποτελεί σήμερα ένα αντικείμενο αυξημένου ενδιαφέροντος λαμβάνοντας υπόψη τις τεχνολογικές εξελίξεις, αλλά και το συνεχώς μεταβαλλόμενο και ανταγωνιστικό περιβάλλον, μέσα στο οποίο καλούνται οι επιχειρήσεις να λειτουργήσουν. Στα πλαίσια αυτά, η καινοτομία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικότητας και παράλληλα έναν από τους πλέον σημαντικούς παράγοντες για τη λειτουργία μιας επιχείρησης και ιδίως για τη διατήρηση και την ανάπτυξή της σε σχέση με τον ανταγωνισμό (Σαλάβου, 2006).

Τις τελευταίες δεκαετίες, έχει γίνει παγκοσμίως αποδεκτό το γεγονός ότι οι καινοτόμες δραστηριότητες οποιουδήποτε είδους είναι σημαντικές πηγές αύξησης της παραγωγικότητας ενώ, η καινοτομία θεωρείται ως ένα σημαντικό μέσο από το οποίο όχι μόνο οι επιχειρήσεις, αλλά και ένα ολόκληρο κράτος μπορεί να αποκομίσει και να στηρίξει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις διεθνείς αγορές.

Πολλοί συγγραφείς υποστηρίζουν πως ο δημιουργικός ανταγωνισμός καθιστά την καινοτομία απαραίτητη για κάθε επιχείρηση σε όποια αγορά και να δραστηριοποιείται. Οι Nonaka και Kenney (1991), υποστηρίζουν ότι *«ολοένα και περισσότερο η επιτυχία των επιχειρήσεων εξαρτάται από την αποτελεσματικότητα της διοίκησης της καινοτομίας... Η καινοτομία είναι μία διαδικασία μέσα από την οποία η πληροφορία αναδύεται και επικεντρώνεται σε ένα προϊόν το οποίο καλύπτει ορισμένες ανθρώπινες ανάγκες..... Για να παραμείνει ανταγωνιστική μία επιχείρηση*

πρέπει συνεχώς να δημιουργεί καινούριες στρατηγικές, καινούρια προϊόντα, νέες μεθόδους παραγωγής, διακίνησης και διάθεσης».

Σύμφωνα με τον Schumpeter (1978), η καινοτομία αποτελεί στην ουσία το κύριο μέσο των επιχειρήσεων για την επίτευξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και κατά συνέπεια τη μεγιστοποίηση των κερδών τους ενώ, ο Drucker (1985), αναφέρει πως «η καινοτομία αποτελεί τη βασική συνιστώσα της επιχειρηματικότητας και ταυτόχρονα την προσπάθεια να δημιουργηθεί σκόπιμη και εστιασμένη αλλαγή στην οικονομική ή κοινωνική δυνατότητα μιας επιχείρησης».

Ο ΟΟΣΑ (Εγχειρίδιο του Oslo, 2005), ορίζει την καινοτομία ως «την εφαρμογή ενός νέου ή υπάρχοντος αλλά σημαντικά αναβαθμισμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας), ή διαδικασίας, ή εμπορικής εκμετάλλευσης, ή μιας νέας μεθόδου οργάνωσης της επιχείρησης, στην εμπορική της πρακτική, στην οργάνωση της εταιρείας ή στις εξωτερικές της σχέσεις». Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός πως παράλληλα αναφέρεται η σημαντικότητα της καινοτομίας, όχι μόνο στον επιχειρηματικό κόσμο, αλλά και στη δημόσια διοίκηση και ιδίως σε τομείς όπως η εκπαίδευση και η υγεία και στον τομέα των υπηρεσιών (Εγχειρίδιο του Oslo, 2005).

1.3.1 Μορφές και Είδη καινοτομίας

Οι μορφές και τα είδη των καινοτομικών δραστηριοτήτων παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία ανάλογα με τις μεταβλητές βάσει των οποίων εξετάζονται. Έτσι, η καινοτομία μπορεί να διακριθεί σε (Κακούρης, 2010):

- **Καινοτομία Προϊόντος:** Είναι η καινοτομία που αναφέρεται στη δημιουργία ενός νέου προϊόντος
- **Καινοτομία Διαδικασίας:** Είναι η καινοτομία που αναφέρεται στην ανάπτυξη νέων διαδικασιών, πολιτικών ή δομών οργάνωσης

- **Οριακή Καινοτομία:** Οριακή είναι η καινοτομία, η οποία με γνώση από την προηγούμενη εκδοχή, βελτιώνεται ένα προϊόν, ή μία διαδικασία λειτουργίας και ελέγχου, ή μία διαδικασία στρατηγικής
- **Ριζική Καινοτομία:** Ριζική είναι η καινοτομία η οποία βασίζεται σε νέες ιδέες και πρωτοποριακές τεχνολογίες

Επίσης, η καινοτομία μπορεί να διακριθεί σε (Εγχειρίδιο του Oslo, 2005):

- **Καινοτομία Συνιστώσας (ή τμήματος):** η οποία αναφέρεται στην καινοτομία που αποτελεί μέρος ενός μεγαλύτερου συστήματος
- **Συστημική Καινοτομία (ή αρχιτεκτονικής):** η οποία αναφέρεται στην καινοτομία που αφορά σε όλο το σύστημα
- **Βελτιωτική Καινοτομία:** η βελτιωτική καινοτομία βασίζεται στην υπάρχουσα γνώση και στοχεύει στη βελτίωση των τεχνικών και λειτουργικών χαρακτηριστικών σε ένα προϊόν, μία υπηρεσία, ή μία διαδικασία ενώ, επιτρέπει την επιβίωση ανταγωνιστικών προϊόντων που υπάρχουν ήδη στην αγορά
- **Διαχειριστική Καινοτομία:** Η διαχειριστική καινοτομία αφορά σε νέες ή βελτιωμένες διαδικασίες μιας επιχείρησης που συνδέονται με αλλαγές στην παραγωγική της διαδικασία
- **Άυλη Καινοτομία:** Η άυλη καινοτομία αφορά στην ανάπτυξη και χρησιμοποίηση της γνώσης, η οποία δεν ενσωματώνεται σε ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, αλλά αφορά στην ανάπτυξη νέων μεθόδων και τεχνικών

Τέλος, πρέπει να αναφερθούμε στην **πράσινη καινοτομία**, η οποία παρουσιάζει αυξημένο ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια και περιγράφει ιδέες και τεχνολογικές εξελίξεις, φιλικές προς το περιβάλλον, με κατεύθυνση την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Σύμφωνα με τον Rennings (2000), η πράσινη καινοτομία «αφορά σε νέα προϊόντα και διαδικασίες που παρέχουν προστιθέμενη αξία, αλλά παράλληλα, σημαντική μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων».

1.3.2 Πηγές Καινοτομίας

Σύμφωνα με τον Drucker (1985), τα κίνητρα και οι πηγές της καινοτομίας μπορούν να εντοπιστούν τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης.

Στις εσωτερικές πηγές καινοτομίας περιλαμβάνονται:

- Μία λειτουργική ανάγκη
- Πιθανές αλλαγές στην αγορά ή τον κλάδο που δραστηριοποιείται η επιχείρηση
- Ο εντοπισμός πιθανών κινδύνων ή δυσλειτουργιών στην επιχείρηση
- Μία αναπάντεχη επιτυχία ή αποτυχία

Αντίστοιχα, στις εξωτερικές πηγές καινοτομίας περιλαμβάνονται:

- Οι τεχνολογικές εξελίξεις
- Η νέα γνώση
- Τα δημογραφικά δεδομένα
- Οι αλλαγές στις αντιλήψεις και τις συμπεριφορές

1.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομία

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομική δραστηριότητα εντοπίζονται τόσο σε επίπεδο εθνικής οικονομίας, όσο και στο επίπεδο μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.

Σε επίπεδο εθνικής οικονομίας, οι παράγοντες που διαμορφώνουν το πλαίσιο ανάπτυξης καινοτομικής δραστηριότητας περιλαμβάνουν (Acs and Audretsch, 2005):

- Το επίπεδο επενδύσεων σε βασική έρευνα, τις κρατικές πολιτικές υποστήριξης για την καινοτομία, τη δυνατότητα χρηματοδότησης της έρευνας, τις πολιτικές που σχετίζονται με την φορολόγηση κεφαλαίων για έρευνα και ανάπτυξη. Παράλληλα,

ιδιαίτερο σημαντικό παράγοντα αποτελούν τόσο οι δημόσιες επενδύσεις, ο ρόλος των οποίων είναι καθοριστικός καθώς, μέσα από τη βασική έρευνα αναπτύσσεται το ανθρώπινο κεφάλαιο της χώρας, όσο και οι ιδιωτικές επενδύσεις που αφορούν στην έρευνα και την ανάπτυξη

- Τη διαθεσιμότητα κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου (venture capital), παράγοντας που συμβάλλει θετικά στην αρχική φάση σχεδιασμού και πειραματικής εισαγωγής της καινοτομίας, ιδιαίτερα αν λάβουμε υπόψη μας το γεγονός πως μόνο ένα μικρό ποσοστό των καινοτομικών προσπαθειών καταλήγουν να είναι πετυχημένα στην αγορά
- Το μέγεθος και η ποιότητα του ερευνητικού δυναμικού της χώρας, αλλά και το επίπεδο της πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, σε χώρους τεχνολογικούς αλλά και σε χώρους που αφορούν τη διοίκηση και οργάνωση, τη παραγωγή κλπ
- Τις υποδομές σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, οι οποίες επιτρέπουν την άμεση επικοινωνία και τη διασύνδεση, την άντληση μεγάλου όγκου δεδομένων, την παράλληλη εργασία και τη συνεργασία, κλπ
- Το επίπεδο ωριμότητας της αγοράς, σε ότι αφορά την εγχώρια ζήτηση για καινοτομικά προϊόντα, την έκθεση στο διεθνή ανταγωνισμό και την προσέλκυση επενδύσεων, κλπ.

Σε επίπεδο επιχειρηματικού δικτύου (δηλαδή σε επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από μια γεωγραφική εγγύτητα ή παρόμοια εξειδίκευση (π.χ. επιχειρήσεις πληροφορικής) οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτομικής δραστηριότητας περιλαμβάνουν (Σεφερτζή, 1998):

- Την διαθεσιμότητα και την ποιότητα των απαραίτητων εισροών στο δίκτυο (συστήματα μεταφοράς και ανταλλαγής γνώσης μέσα στις επιχειρήσεις της ομάδας, δυνατότητα άντλησης χρηματοδοτικών κεφαλαίων, προσέλκυσης ανθρώπινου δυναμικού υψηλού επιπέδου, κλπ)
- Την ύπαρξη ενός υγιούς ανταγωνιστικού πλαισίου ανάμεσα στις επιχειρήσεις, που αφορά τους κανόνες, τα κίνητρα, και τις πιέσεις που δέχονται οι επιχειρήσεις (π.χ.

εσωτερικός ή διεθνής ανταγωνισμός) και που τις ωθούν να στραφούν προς την καινοτομία

- Το επίπεδο ωριμότητας της αγοράς, όσον αφορά εγχώρια ζήτηση για συνεχή βελτίωση της ποιότητας, κάλυψη των μεταβαλλόμενων αναγκών της αγοράς, ικανοποίηση των απαιτητικών πελατών, κλπ.
- Την ύπαρξη σχετιζόμενων και «υποστηρικτικών» κλάδων που είναι απαραίτητοι για την ανάπτυξη καινοτομικών δραστηριοτήτων (π.χ. κατασκευαστές εξαρτημάτων, κλπ)

Σε επίπεδο επιχείρησης οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτομιών περιλαμβάνουν (Acs and Audretsch, 2005):

- Η ύπαρξη ισχυρού τμήματος έρευνας και ανάπτυξης, αλλά και το ύψος των επενδύσεων της επιχείρησης σε έρευνα και ανάπτυξη
- Η ύπαρξη επιχειρησιακού κλίματος και ηγετικής ομάδας που να ευνοεί την ανάληψη κινδύνου
- Η ύπαρξη και η αξιοποίηση του διανοητικού κεφαλαίου (intellectual capital) και εν γένει η διαχείριση της γνώσης της επιχείρησης καθώς, η γνώση αποτελεί βασικό παράγοντα στην ανάπτυξη καινοτομίας ενώ, στη διαχείριση της γνώσης συμβάλλει η τεχνολογία της πληροφορικής, αλλά και η ύπαρξη κατάλληλου κλίματος εμπιστοσύνης για ανταλλαγή γνώσης
- Η υιοθέτηση αποκεντρωμένων και ευέλικτων οργανωτικών δομών με «ανοιχτή» επικοινωνία τόσο κάθετα (ανάμεσα στα οργανωτικά επίπεδα) όσο και οριζόντια (εντός των οργανωτικών επιπέδων)
- Η σύναψη στρατηγικών συμμαχιών και γενικότερα η δικτύωση των επιχειρήσεων (ή η ένταξή τους σε τεχνολογικά δίκτυα), στοιχείο που διευκολύνει σημαντικά την ανταλλαγή της γνώσης και την επικοινωνία με ομοειδείς επιχειρήσεις, με προμηθευτές, με πελάτες, κλπ
- Η πρόσβαση σε χρηματοδοτικά κεφάλαια

Ωστόσο, εκτός από την ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τη καινοτομία στα διάφορα επίπεδα ανάλυσης, ιδιαίτερα σημαντική είναι και η

διασύνδεση μεταξύ της βασικής έρευνας με τη παραγωγή, όπως είναι για παράδειγμα η διαμόρφωση θεσμών που συνδέουν και μεταφέρουν τα επιτεύγματα της βασικής έρευνας σε καθιερωμένα ή αναδυόμενα δίκτυα επιχειρήσεων (κοινές ερευνητικές πρωτοβουλίες μεταξύ πανεπιστημίων, επιχειρήσεων και κράτους), καταδεικνύοντας την ανάγκη διάχυσης των αποτελεσμάτων της βασικής έρευνας σε όλο το φάσμα της οικονομίας (Γεωργαντά, 2003).

1.5 Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Στις προηγούμενες ενότητες αναλύθηκαν οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, αλλά και οι παράγοντες που επηρεάζουν είτε θετικά, είτε αρνητικά την ανάπτυξή τους. Ωστόσο, όπως έχει αναφερθεί η επιχειρηματικότητα είναι άμεσα συνδεδεμένη με την καινοτομία.

Η καινοτομία, όπως αναλύθηκε και στην προηγούμενη ενότητα αποτελεί έναν από τους πλέον σημαντικούς παράγοντες για τη λειτουργία μιας επιχείρησης και ιδίως για τη διατήρηση και την ανάπτυξή της σε σχέση με τον ανταγωνισμό (Σαλάβου, 2006). Ωστόσο, για την εισαγωγή μιας καινοτομίας είναι απαραίτητο να αξιολογηθούν βασικά κριτήρια ώστε να διερευνηθεί η θετική συμβολή της στη λειτουργία και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται είναι τα εξής (Rogers, 1995):

- Ο νεωτερισμός που εισάγεται (επιστημονικές και τεχνολογικές πρωτοποριακές δραστηριότητες)
- Η δυνατότητα τεχνολογικής αναπαραγωγής και βιομηχανικής αξιοποίησης (επιπτώσεις στην επιχείρηση, πχ κερδοφορία ή τεχνολογικές αλλαγές)
- Η ιδιότητα του μη προφανούς (λύσεις που μπορεί να μην είναι προφανείς στον επιχειρηματία)

Στο σημείο αυτό, πρέπει να αναφέρουμε πως μία καινοτομία αρκετές φορές μπορεί να αποτελεί κομμάτι ενός επιχειρηματικού μετασχηματισμού ή κάποιας διαδικασίας εξέλιξης και να αφορά τη βελτίωση των καθημερινών διαδικασιών ή πρακτικών. Ωστόσο, η δυνατότητα επίτευξης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες οι οποίοι είναι: η παραγωγικότητα, το κόστος των επιχειρήσεων και οι τιμές. Με τη σειρά τους, οι παράγοντες αυτοί επηρεάζονται από το περιβάλλον, τις υποδομές, το επίπεδο εκπαίδευσης και δεξιοτήτων, την επιχειρηματικότητα, αλλά και την αξιοποίηση τα καινοτομίας ενώ, η ανάγκη δημιουργίας επιχειρηματικής κουλτούρας στηρίζει τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και τις καινοτομίες (Γεωργαντά, 2003).

Η παγκοσμιοποίηση και το έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται σήμερα οι επιχειρήσεις, απαιτούν προγραμματισμό και δημιουργία νέων προϊόντων από τις επιχειρήσεις με την χρησιμοποίηση πρωτοποριακών ιδεών και καινοτομιών.

Η ανάπτυξη και η εξέλιξη των επιχειρήσεων αποτελούν σήμερα μονόδρομο για τη βιωσιμότητά τους καθώς, μια επιχείρηση δεν μπορεί να ακολουθήσει και να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό είναι πολύ πιθανό να αντιμετωπίσει προβλήματα που σχετίζονται με τη βιωσιμότητά της.

1.5.1 Η Καινοτομική Επιχείρηση

Η δυνατότητα μιας επιχείρησης για καινοτομία σχετίζεται τόσο με το ευρύτερο πλαίσιο εντός του οποίου κινείται («μάκρο» και «μέσο» επίπεδο ανάλυσης), όσο και με τα ιδιοσυγκρασιακά χαρακτηριστικά και τις ικανότητες της. Αναφορικά με την πρώτη κατηγορία παραγόντων ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι όπου το περιβάλλον ωθεί τις επιχειρήσεις στην ένταξη τους σε τεχνολογικά δίκτυα το αποτέλεσμα είναι ιδιαίτερα θετικό για την ανάπτυξη καινοτομιών (Rogers, 1995).

Σε ότι αφορά το «εσωτερικό περιβάλλον» της επιχείρησης, εντοπίζονται μια σειρά από κυρίως άυλα και ιδιοσυγκρασιακά χαρακτηριστικά, τα οποία σχετίζονται με

την καινοτομική ικανότητα μιας επιχείρησης, όπως είναι για παράδειγμα η υιοθέτηση αποκεντρωμένων και ευέλικτων οργανωτικών δομών με «ανοιχτή» επικοινωνία τόσο κάθετα (ανάμεσα στα οργανωτικά επίπεδα) όσο και οριζόντια (εντός των οργανωτικών επιπέδων), αλλά και η ύπαρξη επιχειρησιακού κλίματος και ηγετικής ομάδας που ευνοεί την ανάληψη κινδύνου μια καινοτομικής προσπάθειας.

Ωστόσο, ο πλέον σημαντικός παράγοντας όπως αναφέρθηκε και παραπάνω είναι η ύπαρξη και η αξιοποίηση του διανοητικού κεφαλαίου (*intellectual capital*) και η διαχείριση της γνώσης της επιχείρησης. Για να είναι σε θέση μια επιχείρηση να καινοτομήσει θα πρέπει να είναι σε θέση να διαχειρίζεται με αποτελεσματικότητα τα αποθέματα γνώσης στο εσωτερικό της αλλά και να είναι σε θέση να εντοπίζει τις πηγές γνώσης που δεν διαθέτει. Στο πλαίσιο αυτό, η αξιοποίηση των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών φαίνεται να παίζει ένα σημαντικό υποστηρικτικό ρόλο (Rothwell, 1992).

Κεφάλαιο 2^ο Η έννοια του αγροτουρισμού και τα αγροτουριστικά καταλύματα

2.1 Η έννοια του αγροτουρισμού

Σύμφωνα με τον Fennell (2001), ο αγροτουρισμός αποτελεί «μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο που παρέχει στους επισκέπτες την ευκαιρία να απολαύσουν τις διακοπές τους σε ένα ήσυχο μέρος, κοντά στη φύση και στους κατοίκους του, οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι με τη γη και τις τοπικές παραδόσεις».

Η φιλοσοφία του αγροτουρισμού βασίζεται στις διαπροσωπικές σχέσεις και τη φιλοξενία που αναπτύσσεται ανάμεσα στους επισκέπτες – τουρίστες και τους κατοίκους της υπαίθρου. Στα πλαίσια αυτά, ο επισκέπτης – τουρίστας έρχεται σε επαφή με τη φύση, με την καλλιέργεια της γης, τις αγροτικές εργασίες, αλλά και με τους ανθρώπους της περιοχής. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να συμμετέχουν σε δραστηριότητες όπως η μαγειρική, διάφορες δραστηριότητες που σχετίζονται με τα ζώα, την περισυλλογή φυτών και βοτάνων, τη δοκιμασία κρασιού ή άλλων τοπικών προϊόντων, κλπ (Πελεκανάκης, 2008).

Ο τρόπος ζωής στη φύση αποτελεί τον κεντρικό άξονα της φιλοσοφίας του αγροτουρισμού και για το λόγο αυτό, ο επισκέπτης μετατρέπεται σε «φιλοξενούμενο» αλλά και σε ταξιδιώτη, ο οποίος αναζητά τα μυστικά, την αυθεντικότητα και την ομορφιά μιας περιοχής, εστιάζοντας στην ήσυχη ζωή, τη φυσική κληρονομιά και όλα τα μοναδικά και ξεχωριστά στοιχεία που έχει να του προσφέρει ο κάθε προορισμός.

Βασικός σκοπός του αγροτουρισμού είναι η μύηση στο περιβάλλον του χωριού, της επαρχίας, της αγροτικής ζωής, της ενσωμάτωσης στον κοινωνικό ιστό, και τις τοπικές συνθήκες (Λογοθέτης, 1988).

Στη χώρα μας, ο αγροτουρισμός ξεκίνησε στις όχι ιδιαίτερα αναπτυγμένες οικονομικά περιοχές της χώρας έχοντας ως βασική επιδίωξη (Λογοθέτης, 1988): την παραμονή των κατοίκων στους τόπους διαμονής τους, έτσι ώστε να αποφευχθεί η

ερήμωση της υπαίθρου και να αντιμετωπιστεί η αστυφιλία, την αξιοποίηση των προϊόντων της αγροτικής παραγωγής, τη διατήρηση, την προβολή και την αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, τη συμπλήρωση και βελτίωση του γεωργικού εισοδήματος, τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού, αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος.

Σε ότι αφορά τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες, στον αγροτουρισμό περιλαμβάνονται: η προσφορά φιλοξενίας από τον αγρότη ή τον κάτοικο μιας αγροτικής περιοχής, η εστίαση η οποία αφορά κυρίως στο σπιτικό παραδοσιακό φαγητό, η χρήση των ντόπιων αγροτικών προϊόντων κι ένα σύνολο άλλων υπηρεσιών και δραστηριοτήτων δεδομένου, ότι ο επισκέπτης επιδιώκει να μη μένει παθητικός και να συμμετέχει ενεργητικά κατά τη διάρκεια της παραμονής του σε μία αγροτική περιοχή (Βαφειάδης και.συν., 1992).

Επίσης στον αγροτουρισμό εμπλέκονται: τουριστικά γραφεία, τα οποία διοργανώνουν και υλοποιούν προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων αγροτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων, εργαστήρια λαϊκής τέχνης, μουσεία κάθε είδους, πολιτιστικοί σύλλογοι, αθλητικοί σύλλογοι (φυσιολατρικοί σύλλογοι, ορειβατικοί σύλλογοι), γυναικείοι συνεταιρισμοί, κλπ.

Τα πλεονεκτήματα του αγροτουρισμού είναι ιδιαίτερα σημαντικά, τόσο για τις περιοχές όπου αναπτύσσεται και τα άτομα που εμπλέκονται (αγρότες, τοπικές επιχειρήσεις, κλπ), όσο και για την ανάπτυξη του τουρισμού γενικότερα. Για το λόγο αυτό, απαιτείται να δοθεί η απαραίτητη προσοχή και κατ' επέκταση τα απαραίτητα κίνητρα έτσι ώστε, να διατηρηθούν και να αναπτυχθούν περαιτέρω οι αγροτικές και παραδοσιακές ασχολίες με σεβασμό προς το περιβάλλον και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής, αλλά και με τις απαραίτητες προσαρμογές έτσι ώστε η ανάπτυξη του αγροτουρισμού και οι παρεχόμενες υπηρεσίες να ανταποκρίνονται στα σύγχρονα δεδομένα (Βαφειάδης και.συν., 1992).

2.2 Αγροτουριστικά Καταλύματα

Η συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού όπως αναφέρθηκε και παραπάνω εστιάζει στη φιλοξενία των επισκεπτών – τουριστών, η οποία λαμβάνει χώρα συνήθως σε παραδοσιακά καταλύματα. Η αρχιτεκτονική, τα έπιπλα και η διακόσμηση των αγροτουριστικών καταλυμάτων ακολουθούν την παραδοσιακή αισθητική της περιοχής ενώ, σε αρκετές περιπτώσεις περιλαμβάνονται παραδοσιακά εργαλεία και αντικείμενα, τα οποία χρησιμοποιούνται από τους ιδιοκτήτες για τις καθημερινές τους εργασίες και άλλες διάφορες αγροτικές δουλειές (Πελεκανάκης, 2008).

Τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα δημοφιλή είναι τα αγροκτήματα – φάρμες, οι οποίες εξοπλίζονται και προσαρμόζονται κατάλληλα, σύμφωνα πάντα με τα αρχιτεκτονικά πρότυπα και την παράδοση της περιοχής, ώστε να είναι σε θέση να φιλοξενήσουν και να εξυπηρετήσουν τους τουρίστες επισκέπτες.

Κεφάλαιο 3^ο Η Καινοτομία στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Όπως αναλύθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι συνυφασμένη με την καινοτομία. Μία από τις καλύτερες περιπτώσεις επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο, αποτελεί η δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων και καταλυμάτων σε ατομικό ή συλλογικό επίπεδο, μέσω των οποίων προωθείται ο αγροτουρισμός.

Σήμερα, αυτή η μορφή τουρισμού αναπτύσσεται με ταχύ ρυθμό τόσο στη χώρα μας όσο και στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των κρατών - μελών της στον τομέα του τουρισμού, καθώς επίσης και στις αλλαγές των προτιμήσεων των ανθρώπων να περάσουν τις διακοπές τους στην ύπαιθρο.

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής, αλλά και οι δυσκολίες που συναντά κάποιος στην καθημερινότητα του στα αστικά κέντρα, έχουν δημιουργήσει την έντονη επιθυμία στους ανθρώπους να βρεθούν κοντά στη φύση για να απολαύσουν τη γαλήνη, την ησυχία αλλά και το διαφορετικό τρόπο ζωής που θα τους προσφέρει η ελληνική ύπαιθρος. Έτσι, ο αγροτουρισμός παρέχει στον επισκέπτη την ευκαιρία να κάνει τις διακοπές του σε ένα ήσυχο περιβάλλον, κοντά στη φύση και κοντά στους απλούς ανθρώπους της υπαίθρου.

Σύμφωνα με τον Buebendorf (1993), για να υπάρξουν ρεαλιστικές πιθανότητες αγροτουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να τηρηθεί ένα ευρύ φάσμα προϋποθέσεων ποικίλης φύσης. Ορισμένες από αυτές είναι προϋποθέσεις που πρέπει να υπάρχουν στο φυσικό χώρο, ενώ άλλες θα πρέπει να πληρούνται από διάφορες κοινωνικές ομάδες.

Από αυτές τις προϋποθέσεις, οι πλέον σημαντικές είναι:

- Ο ελκυστικός χώρος (φυσικός και πολιτιστικός) και η ωραιότητα του τοπίου
- Η ύπαρξη επαρκώς δομημένης γης
- Η ανάπτυξη της γεωργίας (μεσαίας ή χαμηλής έντασης) ή της μικτής γεωργίας σε συνδυασμό με την κτηνοτροφία
- Η πλεονεκτική θέση της αγροτικής κατοικίας

- Η ύπαρξη ευρύχωρων οικιακών χώρων, που να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αγροτουριστικούς σκοπούς, χωρίς να απαιτούνται νέες μεγάλες επενδύσεις
- Η ικανότητα φιλοξενίας επισκεπτών, οι οποίες απαιτούν μικρές επενδύσεις
- Επαρκές οικογενειακό εργατικό δυναμικό
- Η ύπαρξη ελάχιστων απαιτούμενων τουριστικών υποδομών (δρόμοι, τηλέφωνα, εστιατόρια, καταστήματα, κλπ)
- Η ύπαρξη ελκυστικού ψυχαγωγικού εξοπλισμού (είτε στην αγροτική εκμετάλλευση, είτε στην περιοχή)
- Αποδεκτές τιμές από τους τουρίστες και σταθερές σε σχέση με την ποιότητα του αγροτουριστικού προϊόντος
- Ευαισθησία και φιλοξενία από την αγροτική οικογένεια, αλλά και διατήρηση της δικής της ταυτότητας
- Επιχειρησιακή δυνατότητα στην κοινότητα και στην περιοχή
- Εξωτερικά ερεθίσματα και εμπνεύσεις (έξω από το χώρο του τουρισμού ή της γεωργίας)
- Η ύπαρξη μιας δυνατής τοπικής κεντρικής ομάδας, η οποία ενδιαφέρεται για την αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής
- Η δυνατότητα χρήσης εργαλείων μάρκετινγκ για την ανάπτυξη και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος
- Ολοκληρωμένη αναπτυξιακή προσέγγιση (συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων μερών της περιοχής)
- Επαρκής υποστήριξη από το δημόσιο τομέα
- Υιοθέτηση καινοτομιών και προσαρμογή στα σύγχρονα δεδομένα

Από τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό πως είναι αδύνατον μία περιοχή ή μία αγροτουριστική επιχείρηση να πληροί όλες αυτές τις προϋποθέσεις. Ωστόσο, όσο περισσότερες από αυτές πληρούνται, τόσο πιο επιτυχής είναι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη συγκεκριμένη περιοχή.

Από τις παραπάνω προϋποθέσεις μπορούμε να διαπιστώσουμε παράλληλα, πως η ελκυστικότητα σε διάφορους τομείς, αλλά και η προσαρμογή στα σύγχρονα δεδομένα αποτελούν κυρίαρχα στοιχεία. Η ελκυστικότητα, αλλά και η προσαρμογή

στις σύγχρονες ανάγκες μπορούν να επιτευχθούν μέσα από την εισαγωγή και την υιοθέτηση καινοτομιών.

Η καινοτομία, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ήταν και παραμένει μια απαραίτητη λειτουργία σε κάθε επιχείρηση, η οποία προσπαθεί να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές της ή και να τους ξεπεράσει. Η έλλειψη καινοτομίας σε μια περιοχή έχει ως άμεση συνέπεια τη συρρίκνωση της παραγωγικής της βάσης και τη στασιμότητα σε ότι αφορά την επιχειρηματικότητα και την οικονομική της ανάπτυξη (De Kadt, 1992).

Σήμερα, περισσότερο από κάθε άλλη περίοδο, η ανάγκη για συνεχή καινοτομία είναι επιτακτική καθώς, η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί εντονότερο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων και των περιφερειών ενώ, οι τεχνολογικές εξελίξεις και οι αλλαγές στον τρόπο ζωής και τις καταναλωτικές συνήθειες εντείνουν ακόμη περισσότερο τον ανταγωνισμό αυτό.

Ειδικά στις ορεινές και αγροτικές περιοχές, στις οποίες παρατηρούνται σημαντικά αναπτυξιακά προβλήματα, η ανάπτυξη καινοτομιών αποτελεί προϋπόθεση για σταθερή αναπτυξιακή διαδικασία και αύξηση της απασχόλησης. Στα πλαίσια αυτά, η καινοτομία αφορά (De Kadt, 1992):

- Την **παραγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών** έτσι ώστε να υπάρχει ανταπόκριση στις ανάγκες και τη ζήτηση του σύγχρονου καταναλωτή, του οποίου οι ανάγκες και τα ενδιαφέροντα μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου. Έτσι, σήμερα παρατηρούμε την αύξηση του ενδιαφέροντος από τους τουρίστες για «αυθεντικές» διακοπές, για γνωριμία με τα ήθη, τα έθιμα και την ιστορία μιας περιοχής, επισκέπτες που θέλουν να γνωρίσουν πραγματικά έναν τόπο και τις συνήθειες των ανθρώπων εκεί ενώ ταυτόχρονα, ζητούν να συμμετέχουν σε δραστηριότητες που του αρέσουν αντί να είναι παθητικοί δέκτες
- Σε **νέους τρόπους οργάνωσης και παραγωγής** με την ενσωμάτωση νέων τεχνικών και τεχνολογιών μεθόδων διαχείρισης και χρηματοδότησης μιας τουριστικής επιχείρησης, έτσι ώστε η επιχείρηση να είναι βιώσιμη οικονομικά και ταυτόχρονα υπεύθυνη περιβαλλοντικά και κοινωνικά

➤ Σε **νέους τρόπους προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών** στην αγορά αξιοποιώντας σύγχρονες δυνατότητες και πρακτικές. Ιδιαίτερα οι μικρές επιχειρήσεις, που βρέθηκαν σταδιακά σε δύσκολη θέση, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τους κολοσσούς και τα μεγάλα δίκτυα διανομών αλλά και τους tour-operators, χρειάζεται να εντοπίσουν νέους τρόπους προσέγγισης του καταναλωτή – τουρίστα. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί αξιοποιώντας τις νέες τεχνικές του marketing αλλά και τις νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας.

Σε ότι αφορά τον αγροτουρισμό, η καινοτομία μπορεί να αναπτυχθεί και να «χρησιμοποιηθεί» σε όλες τις φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας. Πιο συγκεκριμένα, η καινοτομία στον αγροτουρισμό μπορεί να αφορά: στην παραγωγή των υπηρεσιών βάσης (δηλαδή στις υπηρεσίες διαμονής και τα αγροτουριστικά καταλύματα, στις υπηρεσίες σίτισης και αναψυχής, κλπ), στη δημιουργία συνδυασμών υπηρεσιών για την παραγωγή επιμέρους «τουριστικών προϊόντων» που προσφέρονται στον επισκέπτη με τη μορφή «τουριστικού πακέτου», είτε με καθορισμένη μορφή, είτε με τη μορφή πολλαπλών επιλογών, αλλά και στην προώθηση της τουριστικής εικόνας της ευρύτερης περιοχής και των επιμέρους προϊόντων (Βαφειάδης και.συν., 1992).

Η καινοτομία που στοχεύει στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος μιας αγροτικής περιοχής και των επιχειρήσεων που το παράγουν πρέπει να στοχεύει στην υλοποίηση του τρίπτυχου (Βαφειάδης και.συν., 1992):

- ποιότητα, με την υιοθέτηση υψηλών προτύπων σε όλες τις φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας,
- διαφοροποίηση, με την προσπάθεια ανάπτυξης τουριστικού προϊόντος ή προϊόντων που διαφέρουν από εκείνα των ανταγωνιστών,
- αυθεντικότητα, με την ενσωμάτωση τοπικών παραδοσιακών πολιτιστικών και πολιτισμικών στοιχείων της περιοχής υποδοχής στο τουριστικό προϊόν, όπως αποτυπώνονται στο τρόπο ζωής των κατοίκων.

Οι παραπάνω παράγοντες αποτελούν βασικά στοιχεία για την προσέλκυση «επαναλαμβανόμενων» επισκεπτών (repeaters), αλλά και νέων, οι οποίοι είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές για να απολαύσουν κάτι το ξεχωριστό. Ωστόσο, η υλοποίηση τους απαιτεί όλο και μεγαλύτερη ενσωμάτωση γνώσης και καινοτομιών, οι οποίες θα δημιουργούν προστιθέμενη αξία στους τοπικούς πόρους και στο επενδεδυμένο κεφάλαιο, με σημαντικά οφέλη για ολόκληρη την ευρύτερη περιοχή.

3.1 Το περιεχόμενο της καινοτομίας στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Έχοντας αναλύσει στην προηγούμενη ενότητα το περιεχόμενο που μπορούν να πάρουν οι δράσεις καινοτομίας και λαμβάνοντας υπόψη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που παρουσιάζουν οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις, μπορούμε να πούμε πως η εισαγωγή καινοτομιών σε μία αγροτουριστική επιχείρηση, όπως είναι για παράδειγμα ένα αγροτουριστικό κατάλυμα μπορεί να περιλαμβάνει (Σπιλάνης, 2011):

1. Παρεμβάσεις σε όλες τις βασικές δραστηριότητες που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν που παρέχεται με στόχο την ποιοτική του αναβάθμιση. Ωστόσο, στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί πως η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών δεν σχετίζεται με την πολυτέλεια ή την πραγματοποίηση μεγάλων επενδύσεων. Έτσι, ένα αγροτουριστικό κατάλυμα μπορεί να αναβαθμίσει το τουριστικό του προϊόν, υιοθετώντας καινοτομίες (στην παραγωγή των γεωργικών προϊόντων, στη φιλοξενία, κλπ), δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο διαφοροποίηση στο προϊόν και τις υπηρεσίες που παρέχει και κατά συνέπεια δημιουργώντας ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

2. Δημιουργία νέων δραστηριοτήτων με προτεραιότητα στην αξιοποίηση τοπικών πόρων και προϊόντων ή συνηθειών. Οι δραστηριότητες μπορούν να αναφέρονται σε καινοτόμες αθλητικές δραστηριότητες (όπως είναι για παράδειγμα η θεραπευτική

υπασία), δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τοπικό πολιτισμό, τη χαλάρωση και την σωματική ευεξία των επισκεπτών, κλπ.

3. Δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων. Η δημιουργία νέων καινοτόμων τουριστικών προϊόντων σε μία αγροτουριστική επιχείρηση, μπορεί να αφορά ποικίλους τομείς με βάση τους οποίους μπορούν να επιτευχθούν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και επιπρόσθετα οφέλη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα καινοτόμων τουριστικών προϊόντων στον αγροτουρισμό είναι τα σεμινάρια μαγειρικής που αφορούν στην εκμάθηση της τοπικής κουζίνας μιας περιοχής, η διοργάνωση μαθημάτων για την εκμάθηση μιας τοπικής διαλέκτου (ποντιακά, βλάχικα, κλπ), κλπ. Η έμφαση εδώ δίνεται στην επαφή του τουρίστα με τη καθημερινή ζωή, τα προϊόντα και τη διαδικασία παραγωγής τους, την αρχιτεκτονική και γενικότερα το πολιτισμό της υπαίθρου.

Ωστόσο, ο κατάλογος των δυνατών τουριστικών προϊόντων παραμένει ανοικτός για εμπλουτισμό από τη δημιουργική φαντασία των επιχειρηματιών και των φορέων, αλλά και από τη δυνατότητα συνεργασίας επιχειρηματιών διαφόρων δραστηριοτήτων μεταξύ τους. Προφανώς είναι δυνατός, αν όχι επιθυμητός, ο συνδυασμός περισσότερων από μιας μορφής τουρισμού, γεγονός που εμπλουτίζει ακόμη περισσότερο το προσφερόμενο προϊόν.

4. Εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στην προώθηση και τη διανομή του αγροτουριστικού προϊόντος. Παρά το γεγονός πως η έννοια του αγροτουρισμού σχετίζεται άμεσα με την επαφή του επισκέπτη με τη φύση και την αγροτική περιοχή εντούτοις, η τεχνολογία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο τόσο στην ανάπτυξη, όσο και στη βιωσιμότητα των αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Η χρήση του διαδικτύου, η δημιουργία ιστοσελίδας, ακόμη και η χρήση διαφόρων εφαρμογών και των κοινωνικών δικτύων αποτελούν παράγοντες, οι οποίοι μπορούν να δημιουργήσουν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και να διαφοροποιήσουν το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν. Ωστόσο, η χρήση των νέων τεχνολογιών για την προβολή των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, σε συνδυασμό με τη προβολή των επιμέρους προϊόντων που έχει ως στόχο την προσέλκυση νέων πελατών, θα πρέπει να

ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα της κάθε περιοχής και να τονίζει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της.

Από τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό πως οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις, θα πρέπει να προσαρμοστούν στις σύγχρονες ανάγκες και να ανταποκριθούν στις ευκαιρίες που προσφέρει η εισαγωγή καινοτομιών, λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία εκείνα που θα τις καταστήσουν ικανές να εξασφαλίσουν αγορές για τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους.

Η ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, η δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων, αλλά και η εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στην προώθηση και τη διανομή του αγροτουριστικού προϊόντος, αποτελούν πεδία εφαρμογής της καινοτομίας με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξή τους, αλλά και τη βιωσιμότητά τους.

3.2 Οι νέες τεχνολογίες και η πληροφορική στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις

Στον τουριστικό κλάδο είναι απαραίτητη η παροχή και προώθηση μεγάλου όγκου πληροφοριών σχετικά με τα χαρακτηριστικά των τουριστικών προϊόντων και των υπηρεσιών, τον τουριστικό προορισμό γενικότερα, τη διαθεσιμότητα και τις κρατήσεις των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Ιδιαίτερα σε ότι αφορά την ανάπτυξη σύγχρονων και καινοτόμων μορφών τουρισμού, όπως είναι ο αγροτουρισμός, η δυνατότητα παροχής τέτοιου είδους πληροφοριών αποτελεί σήμερα επιτακτική ανάγκη.

Η ψηφιοποίηση των επιχειρησιακών λειτουργιών αποτελεί σήμερα ένα σημαντικό στοιχείο των σύγχρονων επιχειρήσεων και κατά συνέπεια και των τουριστικών επιχειρήσεων και επιτυγχάνεται χρησιμοποιώντας τεχνολογικά εργαλεία και εφαρμογές του διαδικτύου, με στόχο την αύξηση της αποτελεσματικότητας, αλλά και την ενίσχυση του διεθνούς ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των τουριστικών επιχειρήσεων (Πεχλιβανίδης, 2002)

Η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και της πληροφορικής στον αγροτουρισμό και τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά πλεονεκτήματα και οφέλη ενώ, οι εφαρμογές της ποικίλουν ανάλογα το μέγεθος της επιχείρησης και των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

Έτσι, η τεχνολογία και το διαδίκτυο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προώθηση και την πώληση του τουριστικού προϊόντος και των τουριστικών υπηρεσιών καθώς, δίνεται η δυνατότητα προσέγγισης πελατών σε παγκόσμια κλίμακα, όλο το 24ωρο, άμεσα και με χαμηλό κόστος.

Παράλληλα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού και την ανάπτυξη διοικητικών ικανοτήτων, για τον εκσυγχρονισμό της αλυσίδας προμηθειών, αλλά και τη μείωση του λειτουργικού κόστους (Πραστάκος και.συν., 2003).

Στις εφαρμογές των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις περιλαμβάνονται: η ηλεκτρονική μάθηση (e-learning), οι ηλεκτρονικές προμήθειες (e-procurement και e-supply chain management), στα πληροφοριακά συστήματα κρατήσεων (Computer Reservation Systems-CRS), κλπ.

Παράλληλα, μέσα από το διαδίκτυο και τα σύγχρονα τηλεπικοινωνιακά συστήματα, οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν καινοτόμες ιδέες σε ότι αφορά τη ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, να εκσυγχρονιστούν, να δημιουργήσουν δυναμικά τουριστικά πακέτα που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες των τουριστών και να δημιουργήσουν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα με μακροπρόθεσμα οφέλη (Πραστάκος και.συν., 2003).

Ολοκληρώνοντας πρέπει να αναφέρουμε πως λόγω του αυξανόμενου ενδιαφέροντος για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, εντοπίζονται σημαντικές χρηματοδοτικές ευκαιρίες με βασικό άξονα την ανάπτυξη και την εισαγωγή της καινοτομίας και για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητη η έρευνα και η ενημέρωση από πλευράς των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, τόσο για τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία, όσο και για τις καινοτόμες εφαρμογές που μπορούν να υιοθετήσουν, με στόχο την εκμετάλλευση ευκαιριών και τη δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

4.1 Μέθοδοι εμπειρικής έρευνας

Η επιλογή της κατάλληλης μεθόδου για μια εμπειρική έρευνα είναι ύψιστης σπουδαιότητας για τον ερευνητή. Υπάρχουν δύο μέθοδοι έρευνας, η ποιοτική και η ποσοτική (Κυριαζόπουλος και Σαμαντά, 2011).

Ποιοτική

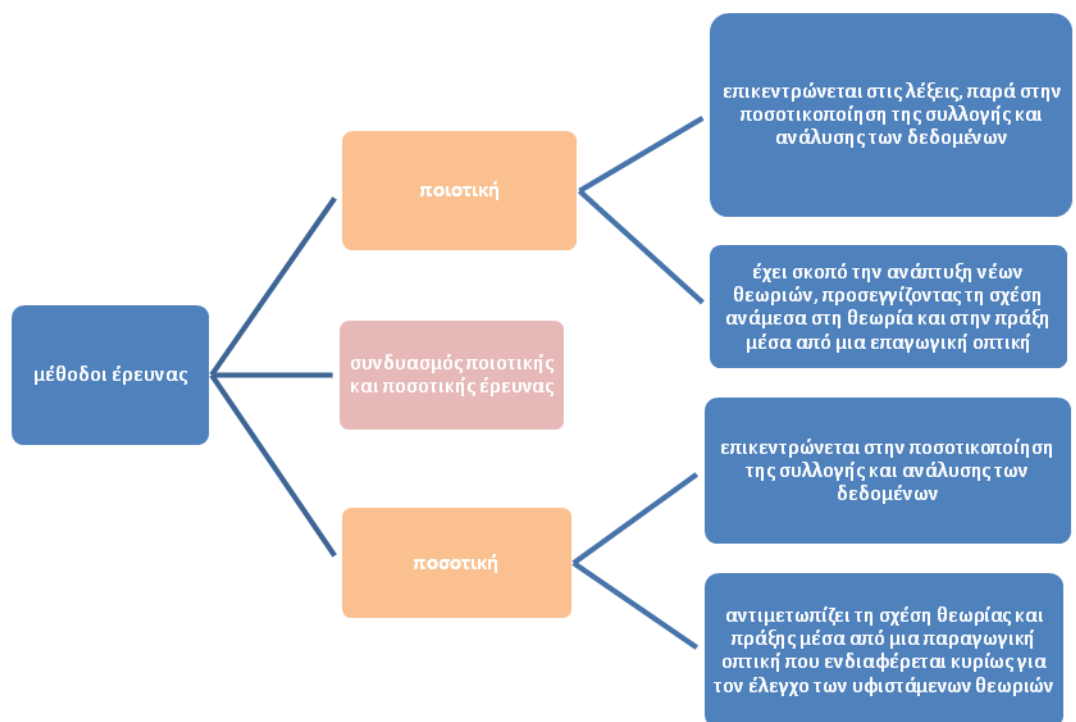
Η προσέγγιση νέων ή απλά άγνωστων γνωστικών περιοχών θεωρείται ότι είναι πιο επιτυχημένη με τη μέθοδο της ποιοτικής έρευνας. Ειδικότερα, στοιχεία τα οποία είναι δύσκολο να ποσοτικοποιηθούν, όπως εμπειρίες, συναισθήματα, αντιλήψεις κ.ά., προσεγγίζονται μέσω της ποιοτικής έρευνας. Η αξιολόγηση μιας ποιοτικής έρευνας είναι μια ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση. Συνήθως, η πιστότητα και η σταθερότητα των δεδομένων αλλά και των ευρημάτων μιας ποιοτικής έρευνας απειλούνται από τον ερευνητή αλλά και από το δείγμα. Όσον αφορά τώρα τους τρόπους συλλογής των ποιοτικών δεδομένων αυτοί είναι: η συνέντευξη σε βάθος, η παρατήρηση, η έρευνα επισκόπησης, η πειραματική έρευνα, η εθνογραφική έρευνα και οι ομάδες συζήτησης (Κυριαζόπουλος και Σαμαντά, 2011).

Ποσοτική

Η ποσοτική έρευνα δίνει έμφαση στη συλλογή στοιχείων που ποσοτικοποιούνται και μπορούν να αξιολογηθούν μέσω στατιστικών κριτηρίων, προκειμένου να είμαστε σε θέση να αναγνωρίσουμε με αντικειμενικό τρόπο εάν τα ευρήματα αυτής της έρευνας είναι στατιστικά σημαντικά και επομένως μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως υπόβαθρο και για περαιτέρω έρευνες. Ειδικότερα, η ποσοτική

έρευνα είναι απόρροια της παραγωγικής προσέγγισης αναφορικά με τη σχέση μεταξύ θεωρίας και έρευνας και επίσης παρουσιάζει αντικειμενικά την κοινωνική πραγματικότητα. Μια αποτελεσματική ποσοτική έρευνα θα πρέπει να έχει δυο συγκεκριμένα χαρακτηριστικά προκειμένου να είναι αποτελεσματική (Κυριαζόπουλος και Σαμαντά, 2011):

- ✓ ένα σημαντικό σε μέγεθος δείγμα που θα είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού, αλλά θα έχει επιλεγεί τυχαία και
- ✓ ένα ορθά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο.



(Πηγή: Κυριαζόπουλος και Σαμαντά, 2011)

Στη παρούσα έρευνα μέσω της μελέτης της βιβλιογραφίας παρατηρήθηκε ότι τόσο ποιοτικές, όσο και ποσοτικές έρευνες έχουν διεξαχθεί στο παρελθόν για την μελέτη του εξεταζόμενου ζητήματος. Μια ποιοτική έρευνα ωστόσο, απαιτεί ένα μεγάλο χρονικό διάστημα για τη συλλογή, συγκέντρωση και στατιστική επεξεργασία των ποιοτικών στοιχείων, θέμα το οποίο καθίσταται δύσκολο στα χρονικά πλαίσια της

παρούσας εργασίας. Το μεγαλύτερο πλήθος ερευνών που έχουν διεξαχθεί στο παρελθόν κάνουν χρήση της ποσοτικής έρευνας. Προκαθορισμένα ερωτηματολόγια με κλειστού τύπου ερωτήσεις χρησιμοποιούνται για τη συλλογή στοιχείων και τη διεξαγωγή στατιστικών συμπερασμάτων. Επομένως, **για την παρούσα διπλωματική επιλέχθηκε η ποσοτική έρευνα.**

4.2 Τα είδη της έρευνας

Σύμφωνα με τους Κυριαζόπουλο και Σαμαντά (2011), τα είδη έρευνας είναι τα ακόλουθα τρία: η εξερευνητική έρευνα (exploratory research), η περιγραφική έρευνα (descriptive research) και η αιτιολογική έρευνα (causal research).

Η εξερευνητική έχει σκοπό να συλλεχθούν στοιχεία ώστε να καθοριστεί η πραγματική φύση του ζητήματος που ερευνάται και πιθανόν να προταθούν νέες ιδέες.

Η περιγραφική εφαρμόζεται με σκοπό την ακριβή περιγραφή των μεταβλητών του προβλήματος.

Η αιτιολογική έχει ως στόχο να οριοθετήσει τη σχέση ανάμεσα σε δυο μεταβλητές, έστω X και Y.

Στην παρούσα έρευνα θα γίνει περιγραφική έρευνα, καθώς θα περιγραφούν οι μεταβλητές του ζητήματος, δηλ. για τη γενική εικόνα περί των αγροτουριστικών καταλυμάτων της Ελλάδας και θα σκιαγραφηθεί η εφαρμογή της καινοτομίας στο συγκεκριμένο είδος επιχείρησης.

4.3 Δευτερογενή και πρωτογενή δεδομένα

Δύο είναι οι βασικές κατηγορίες στοιχείων τα οποία χρησιμοποιούνται για τις έρευνες: τα δευτερογενή και τα πρωτογενή στοιχεία. Τα δευτερογενή στοιχεία (secondary data) είναι τα στοιχεία εκείνα τα οποία υπάρχουν ήδη και τα οποία έχουν συγκεντρωθεί για την επίλυση κάποιου άλλου προβλήματος, ενώ τα πρωτογενή στοιχεία (primary data) είναι τα στοιχεία εκείνα τα οποία συγκεντρώνονται για την επίλυση του συγκεκριμένου προβλήματος (Κυριαζόπουλος και Σαμαντά, 2011).

Τα δευτερογενή στοιχεία παρουσιάζουν μία πληθώρα πλεονεκτημάτων, καθώς συλλέγονται σε σύντομο χρονικό διάστημα και η διαδικασία συλλογής τους έχει μικρό κόστος συγκρινόμενο με το κόστος συλλογής των πρωτογενών στοιχείων. Τα δευτερογενή στοιχεία συμβάλλουν στη δημιουργία ενός θεωρητικού υπόβαθρου το οποίο οδηγεί σε καλύτερη κατανόηση του προβλήματος από τον ερευνητή και παρέχουν επιπλέον δεδομένα ως μέτρο σύγκρισης με τα αποτελέσματα των πρωτογενών στοιχείων. Βεβαίως υπάρχει και η αρνητική όψη, αυτή των μειονεκτημάτων: η ακρίβειά τους, η διαθεσιμότητά τους, η καταλληλότητα τους, καθώς και η επάρκεια τους.

Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιήθηκαν δευτερογενή στοιχεία που ουσιαστικά θεμελίωσαν το θεωρητικό υπόβαθρο της εργασίας. Οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν κυρίως ήταν βιβλία, επιστημονικά άρθρα, καθώς επίσης και υλικό από το διαδίκτυο. Σημαντικό εργαλείο αναζήτησης (για την ηλεκτρονική αναζήτηση των άρθρων) αποδείχθηκε ο μελετητής του Google (Google Scholar) και το ssrn.com.

Τα πρωτογενή στοιχεία συλλέγονται για τη διερεύνηση ενός συγκεκριμένου ερευνητικού ζητήματος. **Στην παρούσα εργασία, επιλέχθηκε η μέθοδος του ερωτηματολογίου (questionnaire).**

Η δομή ενός ερωτηματολογίου μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με το ερευνητικό ζήτημα που έχει τεθεί αλλά και με βάση τα προσωπικά κριτήρια του κάθε ερευνητή. Τα κυριότερα είδη ερωτήσεων που μπορεί να περιέχει ένα ερωτηματολόγιο είναι τα εξής (Κυριαζόπουλος και Σαμαντά, 2011):

- Ανοικτές ερωτήσεις
- Κλειστές ερωτήσεις
- Απογραφικές ερωτήσεις

- Ερωτήσεις ιεράρχησης
- Ερωτήσεις με χρήση κλιμάκων
- Ερωτήσεις με χρήση ημιτελών φράσεων
- Ερωτήσεις ερμηνείας εικόνας

Στην παρούσα έρευνα, το ερωτηματολόγιο ορίζεται από τρία μέρη και αποτελείται από τριάντα-πέντε (35) ερωτήσεις τόσο κλειστού, όσο και ανοιχτού τύπου.

4.4 Σκοπός έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η μελέτη της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας που εφαρμόζεται σε επιχειρήσεις και συγκεκριμένα σε αγροτουριστικά καταλύματα της Ελλάδας. Κατά συνέπεια, συντάχθηκε ποσοτική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου.

Στόχος της μελέτης είναι να παρουσιαστεί μία γενική εικόνα περί των αγροτουριστικών καταλυμάτων της Ελλάδας και να σκιαγραφηθεί η εφαρμογή της καινοτομίας στο συγκεκριμένο είδος επιχείρησης.

- ❖ Ποιες καινοτομίες επιτυγχάνονται στα αγροτουριστικά καταλύματα;
- ❖ Ποιοι οι παράγοντες που συμβάλλουν στην υλοποίηση της καινοτομίας;
- ❖ Ποιοι οι παράγοντες που επιδρούν θετικά και αρνητικά στην εφαρμογή καινοτόμων ιδεών;
- ❖ Ποια τα αποτελέσματα της εφαρμογής της καινοτομίας στην εκάστοτε επιχείρηση, αλλά και στην περιοχή που εδρεύουν;

4.5 Δείγμα

Συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν 20 επιχειρηματίες αγροτουριστικών καταλυμάτων της Ελλάδας, όπου κλήθηκαν να δηλώσουν τις απόψεις για την επιχείρησή τους και τις καινοτομίες που εφαρμόζονται σε αυτήν.

Πληθυσμός της έρευνας ορίζονται όλα τα αγροτουριστικά καταλύματα της Ελλάδας.

Ως μεθοδολογία συλλογής δείγματος ορίστηκε η απλή τυχαία δειγματοληψία.

Οι επιχειρηματίες ενημερώθηκαν πως η συμμετοχή τους στην έρευνα ήταν ανώνυμη και άκρως εμπιστευτική. Ο εκάστοτε συμμετέχων δύναται να αποχωρήσει από την έρευνα, όταν αυτό ήταν επιθυμητό από τον ίδιο. Επιπλέον, η συμμετοχή τους ήταν εθελοντική, δίχως χρηματικών απολαβών. Η βοήθεια του ερευνητή ήταν εμφανής καθόλα τη διάρκεια συλλογής δεδομένων για την διευκρίνιση τυχών αποριών των συμμετεχόντων καταναλωτών.

4.6 Ερευνητικό Εργαλείο

Για την συλλογή δεδομένων, ως ερευνητικό εργαλείο χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο όπου κατασκευάστηκε από τους ερευνητές της παρούσας διπλωματικής υπό την βοήθεια της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας.

Το ερωτηματολόγιο ορίζεται από τρία μέρη και αποτελείται από τριάντα-πέντε (35) ερωτήσεις τόσο κλειστού, όσο και ανοιχτού τύπου.

Το πρώτο μέρος μελετά την γενική εικόνα των αγροτουριστικών καταλυμάτων και αποτελείται από εννέα (9) ερωτήσεις κλειστού τύπου είτε πολλαπλών επιλογών, είτε τύπου ΝΑΙ/ΟΧΙ, είτε της κλίμακας Likert πέντε σημείων.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου μελετά την εφαρμογή της καινοτομίας στον αγροτουρισμό, τον τρόπο διάδοσης των καινοτόμων ιδεών, τα πλεονεκτήματα εφαρμογής της, καθώς και τους παράγοντες που επιδρούν στην εφαρμογή της. Απαρτίζεται από είκοσι (20) ερωτήσεις κλειστού τύπου είτε πολλαπλών επιλογών, είτε πολλαπλών επιλογών, είτε τύπου ΝΑΙ/ΟΧΙ, είτε της κλίμακας Likert πέντε σημείων.

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου αναφέρεται στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών, όπως το φύλο, την ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων, αλλά και αν υφίσταται οικογενειακή συμμετοχή στην επιχείρηση, τα χρόνια λειτουργίας τους, ο αριθμός των υπαλλήλων και ο αριθμός των πελατών που δύναται να φιλοξενηθούν στο αγροτουριστικό κατάλυμα. Έξι (6) ερωτήσεις κλειστού τύπου και ανοιχτού ορίζουν το συγκεκριμένο μέρος του ερωτηματολογίου.

Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο παράρτημα της εργασίας. Ο χρόνος που απαιτείται για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου κυμαίνεται από 15 -20 λεπτά.

4.7 Συλλογή Δεδομένων

Προκειμένου να εξεταστεί η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία που εφαρμόζεται σε αγροτουριστικά καταλύματα της Ελλάδας, κατασκευάστηκε το πλέον κατάλληλο ερευνητικό εργαλείο, ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε από την 01/01/2015 έως και 15/03/2015 στους υποψήφιους συμμετέχοντες της έρευνας.

Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να συμμετέχουν στην παρούσα έρευνα για την μελέτη «Η Ενσωμάτωση της Καινοτομίας στον Στρατηγικό Σχεδιασμό των Επιχειρήσεων».

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι συμμετέχοντες ενημερώνονταν σχετικά με το σκοπό και τον τρόπο διεξαγωγής της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Επιπλέον, ενημερώνονταν ότι τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα και τα στοιχεία που θα συλλέγονταν θα χρησιμοποιούνταν για ερευνητικούς σκοπούς και μόνο. Η συμμετοχή τους στην έρευνα πραγματοποιήθηκε μόνο κατόπιν συμφωνίας τους.

Αφού συλλέχθηκαν τα δεδομένα, τα στοιχεία κωδικοποιήθηκαν, καταγράφηκαν και αποθηκεύτηκαν σε μία βάση δεδομένων με την βοήθεια της Excel.

4.8 Στατιστική Ανάλυση

Περιγραφική στατιστική ανάλυση εφαρμόστηκε με τον υπολογισμό μέτρων θέσης και διασποράς, αλλά και την καταγραφή συχνοτήτων των ποικίλων απαντήσεων που μελετούν τα αγροτουριστικά καταλύματα και την εφαρμογή καινοτόμων ιδεών στις επιχειρήσεις.

Το στατιστικό εργαλείο SPSS v.19 (Statistical Package for Social Sciences) χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση δεδομένων. Η Excel χρησιμοποιήθηκε για τη δημιουργία των γραφημάτων, λόγω της ποιότητας των δυνατοτήτων της στην γραφική απεικόνιση των αποτελεσμάτων.

4.9 Περιορισμοί Έρευνας

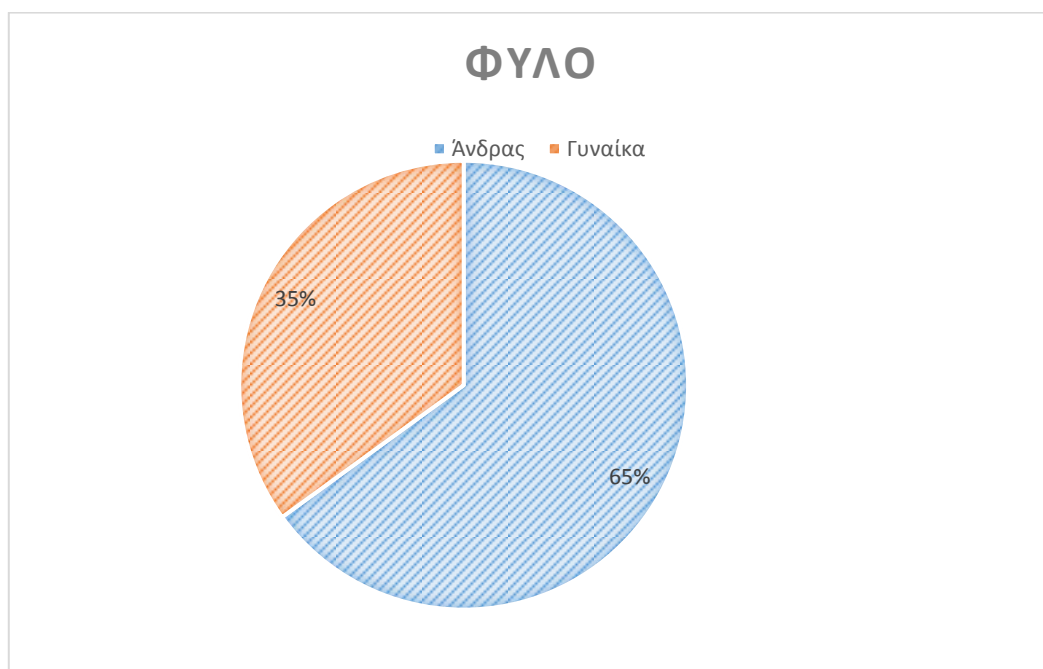
Δυσκολίες στην παρούσα έρευνα ήταν η μη συγκέντρωση πολυπληθούς δείγματος, εφόσον συγκεντρώθηκαν οι απαντήσεις μόλις 20 αγροτουριστικών καταλυμάτων.

Η περιγραφική ανάλυση και η μη-παραμετρικοί έλεγχοι εφαρμόστηκαν λόγω του πλήθους του δείγματος προκειμένου να ξεπεραστεί το εμπόδιο του μεγέθους του δείγματος.

Δυσκολία υπήρχε επιπλέον λόγω του γεγονότος ότι πολλά αγροτουριστικά καταλύματα δεν είχαν εφαρμόσει κάποια καινοτομία και επομένως, οι δεδομένες επιχειρήσεις εξαιρέθηκαν από το δείγμα της μελέτης.

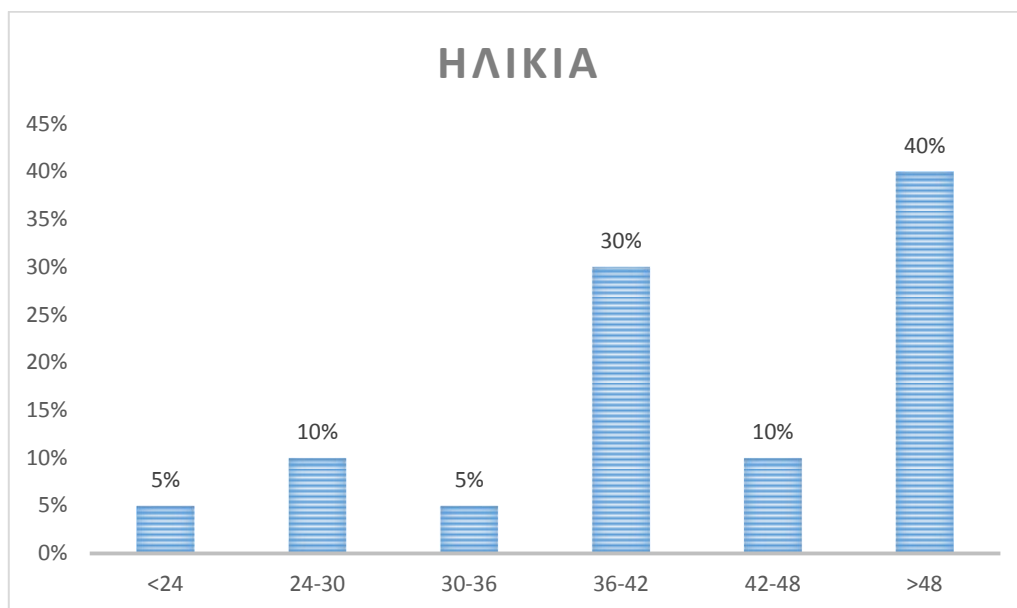
5.1 Σκιαγράφιση αγροτουριστικών καταλυμάτων

Αναφορικά με τους 20 επιχειρηματίες των αγροτουριστικών καταλυμάτων που συμμετείχαν στην παρούσα μελέτη, όπου οι ίδιοι είχαν εφαρμόσει καινοτόμες ιδέες, το 65% των συμμετεχόντων του δείγματος είναι ανδρικού φύλου, ενώ το 35% εκπροσωπούν το γυναικείο φύλο. Ακολουθεί η γραφική αναπαράσταση της κατανομής φύλου των καταναλωτών του δείγματος.



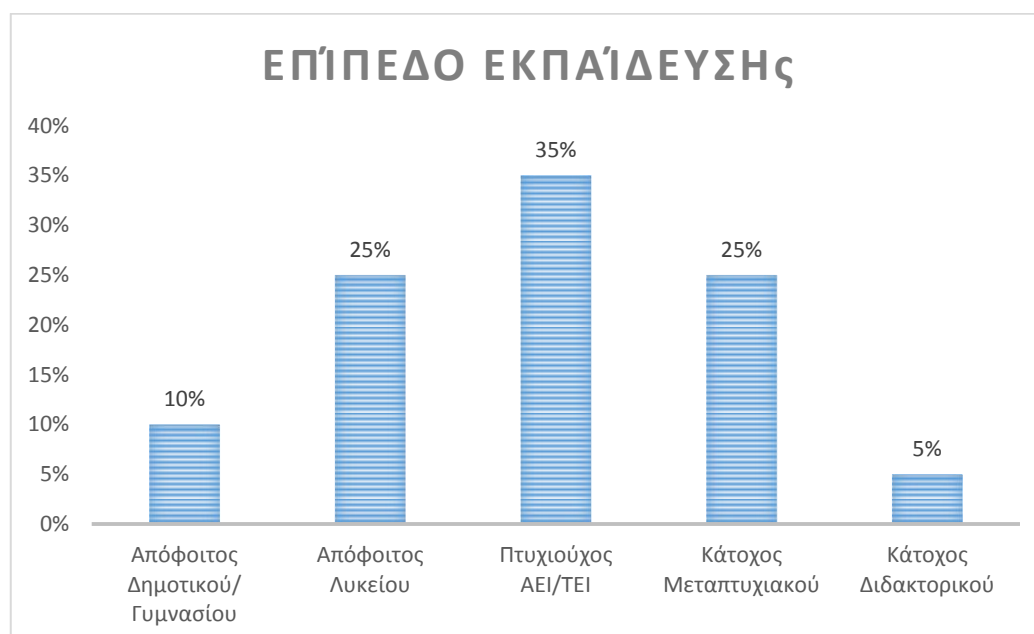
Γράφημα 1. Κατανομή Φύλου των επιχειρηματιών

Αναφορικά με την ηλικία των επιχειρηματιών, το 5% των συμμετεχόντων είναι ηλικίας μικρότερης των 24 ετών, το 10% από 24 έως 30 ετών, το 5% από 30 έως 36 ετών, το 30% από 36 έως 42 ετών, το 10% από 42 έως 48 ετών και το 40% από 48 ετών και άνω. Κατά μέσο όρο, η ηλικία των επιχειρηματιών ανέρχεται στα 42 έτη. Στο ακόλουθο γράφημα αναπαρίστανται η ηλικιακή κατανομή των συμμετεχόντων του δείγματος.



Γράφημα 2. Κατανομή Ηλικίας των επιχειρηματιών

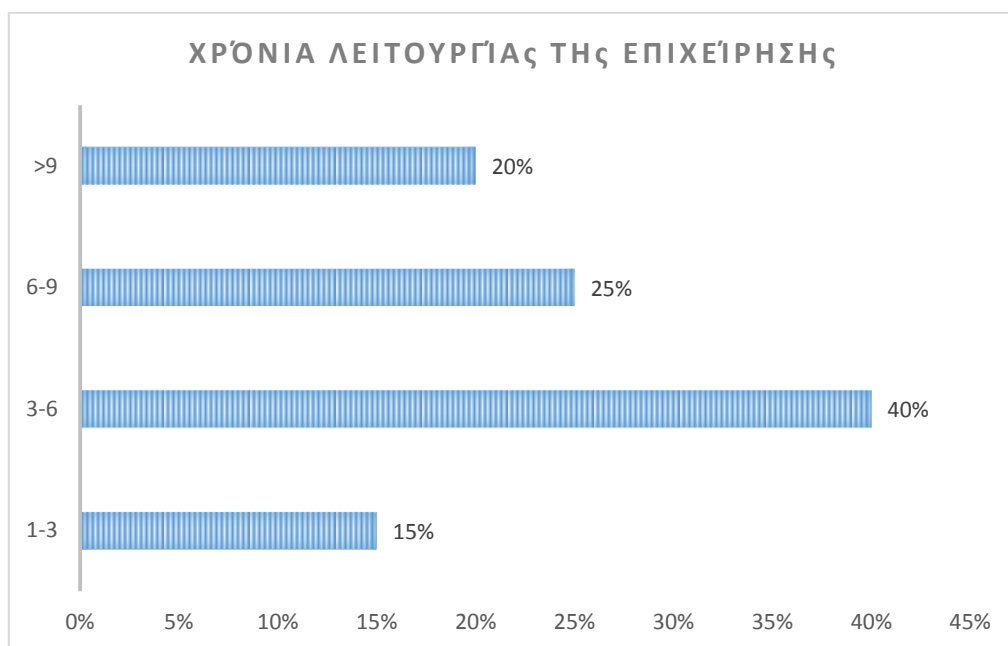
Οι επιχειρηματίες επιπλέον κλήθηκαν να δηλώσουν και τις σπουδές που έχουν ολοκληρώσει. Το 10% των επιχειρηματιών είναι απόφοιτοι του Δημοτικού/Γυμνασίου, το 25% απόφοιτοι Λυκείου, το 35% πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, το 25% κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος και το 5% ήταν κάτοχοι διδακτορικού τίτλου.



Γράφημα 3. Κατανομή Επιπέδου Εκπαίδευσης των επιχειρηματιών

Στο 70% των επιχειρήσεων, υπάρχει οικογενειακή συμμετοχή, ενώ στο 30% δεν υφίσταται. Συνολικά, κατά μέσο όρο στην εκάστοτε επιχείρηση απασχολούνται 7 άτομα ($M=7.45$ άτομα, $std= 3.900$).

Το 15 % των επιχειρήσεων λειτουργεί από 1-3 έτη, το 40 % από 3-6 έτη, το 25 % από 6-9 έτη και τέλος, το 20% των αγροτουριστικών καταλυμάτων λειτουργεί πάνω από 9 έτη.



Γράφημα 4. Κατανομή Έτη Λειτουργίας των αγροτουριστικών καταλυμάτων

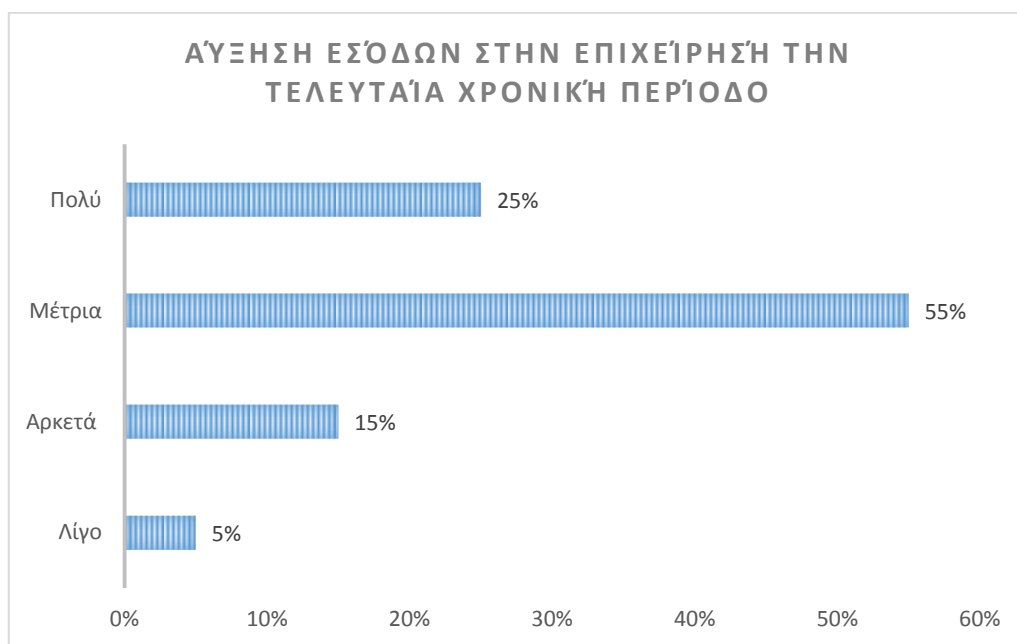
Κατά μέσο όρο, δύναται να φιλοξενηθούν 53 πελάτες από τα αγροτουριστικά καταλύματα ($M=52.90$ άτομα, $std=32.197$) καθ' όλη τη διάρκεια της τουριστικής εποχής που λειτουργούν.

5.2 Γενική εικόνα αγροτουριστικών καταλυμάτων

Το 50% των επιχειρηματιών δήλωσε ότι οικονομικοί λόγοι ήταν αυτοί που τους οδήγησαν να ασχοληθούν με τον αγροτουρισμό, το 5% των επιχειρηματιών δήλωσε ότι ήταν κοινωνικοί λόγοι, το 10% πολιτισμικοί λόγοι, ενώ το 35% ενασχολήθηκαν με τον αγροτουρισμό εξαιτίας της προσωπικής τους αρέσκειας.

Το 60% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι σκοπεύει να συνεχίσει να ενασχολείται με τον τουρισμό και στο μέλλον, το 5% δήλωσε αρνητική στάση, ενώ το 35% των επιχειρηματιών δεν γνωρίζει τις μελλοντικές του κινήσεις.

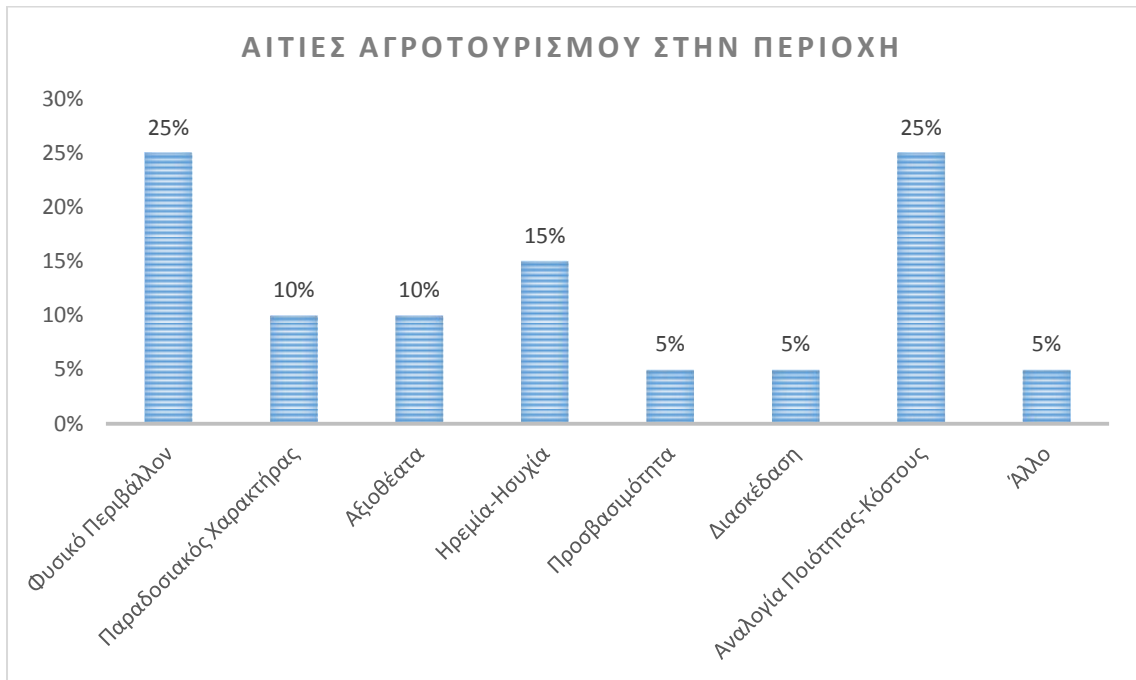
Ακολουθεί η γραφική απεικόνιση που παρουσιάζει την στάση των επιχειρηματιών απέναντι στο αν έχει σημειωθεί αύξηση των εσόδων την τελευταία χρονική περίοδο λόγω της δραστηριοποίησής τους με τον αγροτουρισμό.



Γράφημα 5. Τάση αύξησης εσόδων της επιχείρησης την τελευταία χρονική περίοδο

Γενικά, το 30% των επιχειρηματιών δηλώνουν ικανοποιημένοι από το εισόδημα τους από το αγροτουριστικό κατάλυμα, ενώ ισάξια το 30% των ατόμων δεν είναι ικανοποιημένοι. Το 40% των επιχειρηματιών συμμετεχόντων δεν απάντησε στην συγκεκριμένη απάντηση.

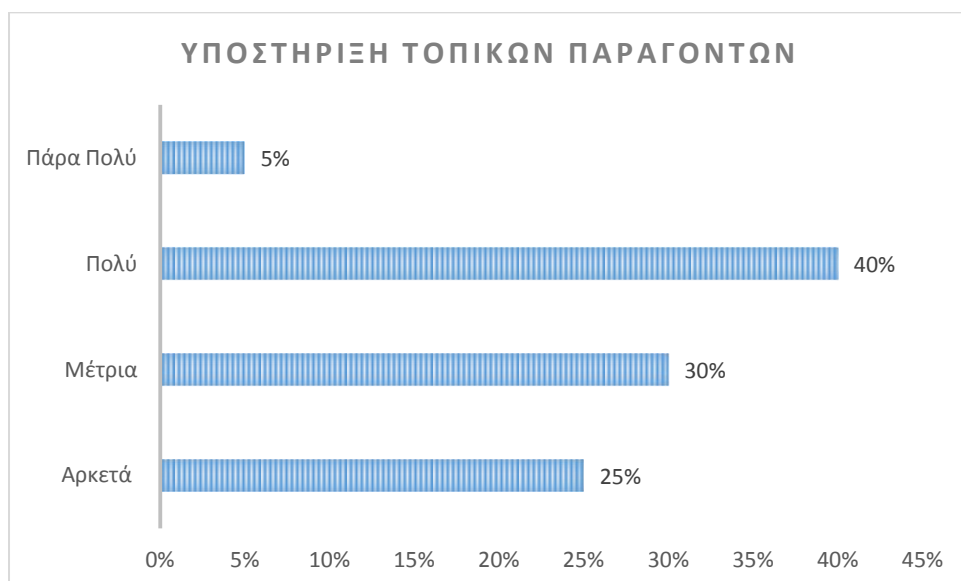
Στο ακόλουθο γράφημα παρατίθενται η στάση των επιχειρηματιών απέναντι στον αγροτουρισμό και πιο συγκεκριμένα στα πλεονεκτήματα που επιφέρει η τουριστική ανάπτυξη τόσο στις ίδιες τις επιχειρήσεις, όσο και στην περιοχή που εδρεύουν.



Γράφημα 6. Πλεονεκτήματα της ανάπτυξης τουρισμού στην περιοχή που εδρεύουν οι επιχειρήσεις, αλλά και στις ίδιες τις επιχειρήσεις

Το 85% των συμμετεχόντων θεωρούν ότι υπάρχει ανάγκη για κρατική υποστήριξη για την ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων, ενώ το 15% των συμμετεχόντων θεωρούν ότι δεν υπάρχει.

Παρουσιάζεται ακολούθως η συνεισφορά των τοπικών πολιτών στην ανάπτυξη και προώθηση των αγροτουριστικών καταλυμάτων, όπως οι ίδιοι οι επιχειρηματίες εξέφρασαν την άποψη τους περί αυτού του θέματος.



Γράφημα 7. Στάση των τοπικών πολιτών στην ανάπτυξη και προώθηση των αγροτουριστικών καταλυμάτων

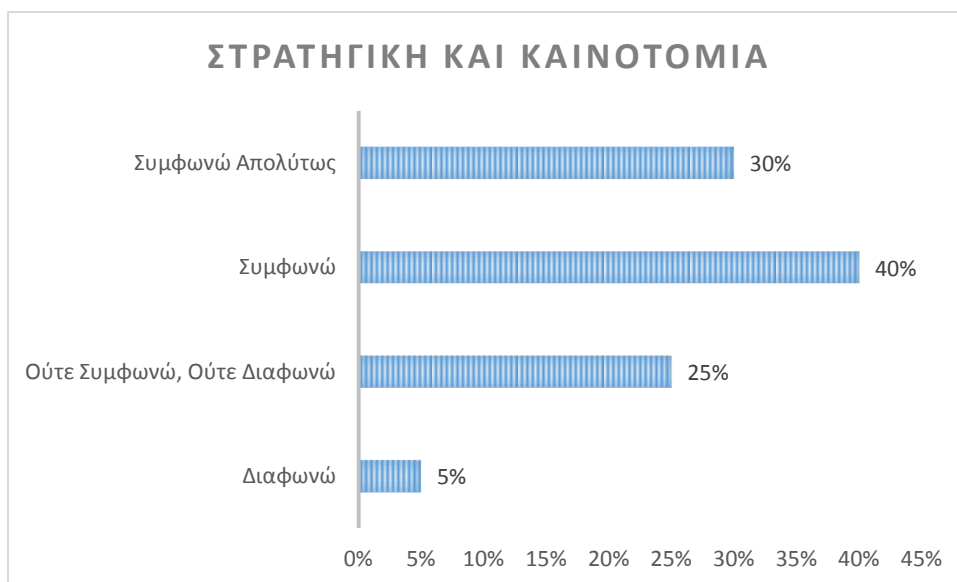
Σε γενικό επίπεδο, εκτιμούν ότι ο αγροτουρισμός στην περιοχή τους είναι πολύ καλός κατά το 10% των συμμετεχόντων, το 25% εκτιμά ότι είναι καλός, το 45% μέτριος, και το 20% κακός.

Σκιαγραφώντας το προφίλ των πελατών των αγροτουριστικών καταλυμάτων, το 54.25% είναι άνδρες, ενώ το 45.75% είναι γυναίκες. Επιπλέον, το 49.50% των πελατών είναι νέοι, ενώ το 50.50% είναι ηλικιωμένοι.

Στην πλειοψηφία των τουριστών είναι ελληνικής καταγωγής (62.75%), ενώ το συμπληρωματικό 37.25% των τουριστών είναι ξένης καταγωγής.

5.3 Καινοτομία στα Αγροτουριστικά Καταλύματα

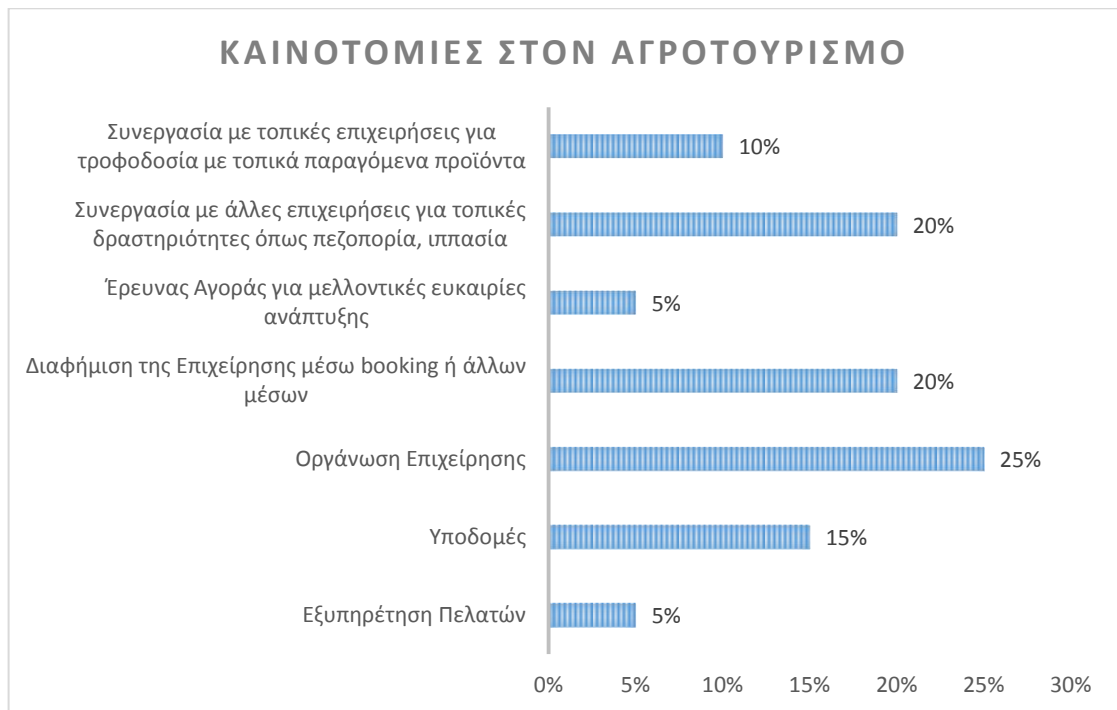
Ακολουθεί η γραφική απεικόνιση των απόψεων των επιχειρηματιών σχετικά με το αν μία αγροτουριστική επιχείρηση είναι απαραίτητο να εφαρμόσει καινοτόμες ιδέες με απώτερο σκοπό τον επωφελή στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων.



Γράφημα 8. Στάση των επιχειρηματιών απέναντι στην εφαρμογή καινοτόμων ιδεών με απώτερο σκοπό τον επωφελή στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων

Επιπλέον, το 15% των συμμετεχόντων δήλωσαν πως απολύτως εφαρμόζουν καινοτόμες ιδέες στην επιχείρησή τους, ενώ το 40% δήλωσαν πως έχουν εφαρμόσει κάποια καινοτόμος ιδέα στην επιχείρησή τους. Το 30% δήλωσε ότι εφαρμόζει σε μέτριο επίπεδο καινοτόμες ιδέες, με το 15% των συμμετεχόντων των αγροτουριστικών καταλυμάτων να δηλώνει ότι έχει εφαρμόσει πολύ λίγες καινοτομίες στον εργασιακό του χώρο.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόστηκαν από τους επιχειρηματίες κατά την τελευταία χρονική περίοδο. Επί των πλείστων, αφορούν την οργάνωση της επιχείρησης, συνεργασία με τοπικές εταιρίες για πεζοπορία, ιππασία, διαφήμιση της επιχείρησης μέσω booking ή άλλων μέσων.



Γράφημα 9. Καινοτόμες ιδέες που εφαρμόστηκαν από τους επιχειρηματίες κατά την τελευταία χρονική περίοδο

Στον ακόλουθο πίνακα 1 παρουσιάζονται τα επίπεδα συμφωνίας των επιχειρηματιών ως προς τους παράγοντες που θεωρούν ότι συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων, μέσω της εφαρμογής κάποιων καινοτομίας.

Πίνακας 1.

Μέτρα θέσης και διασποράς των επιπέδων συμφωνίας των επιχειρηματιών ως προς τους παράγοντες που θεωρούν ότι συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων, μέσω της εφαρμογής κάποιας καινοτομίας

| | N | Ελάχιστη Τιμή | Μέγιστη Τιμή | Μέση Τιμή | Τυπική Απόκλιση |
|--|----|---------------|--------------|-----------|-----------------|
| Πληροφορική και Τεχνολογία | 20 | 3 | 5 | 4.05 | .759 |
| Επιμόρφωση | 20 | 2 | 5 | 3.70 | 1.129 |
| Οικογενειακό –Επαγγελματικό Περιβάλλον | 20 | 3 | 5 | 4.05 | .759 |

Κατά μέσο όρο, η πληροφορική και τεχνολογία θεωρούν ότι συμβάλλει θετικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=4.05 σκορ συμφωνίας, std=.759).

Η επιμόρφωση θεωρούν ότι συμβάλλει θετικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=3.70 σκορ συμφωνίας, std=1.129).

Το οικογενειακό και επαγγελματικό περιβάλλον θεωρούν ότι συμβάλλει θετικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=4.05 σκορ συμφωνίας, std=.759).

Όσο υψηλότεροι οι μέσοι όροι που σημειώνονται, τόσο υψηλότερα τα επίπεδα συμφωνίας των συμμετεχόντων ως προς τις δηλώσεις που παρατίθενται στο ερωτηματολόγιο από τον ερευνητή.

Από την άλλη πλευρά, οι συμμετέχοντες εξέφρασαν επιπλέον την άποψη τους για τους παράγοντες που θεωρούν ότι συμβάλουν αρνητικά στην ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων, μέσω της εφαρμογής κάποιας καινοτομίας.

Πίνακας 2.

Μέτρα θέσης και διασποράς των επιπέδων συμφωνίας των επιχειρηματιών ως προς τους παράγοντες που θεωρούν ότι συμβάλουν αρνητικά στην ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων, μέσω της εφαρμογής κάποιας καινοτομίας

| | N | Ελάχιστη Τιμή | Μέγιστη Τιμή | Μέση Τιμή | Τυπική Απόκλιση |
|------------------------------------|----|---------------|--------------|-----------|-----------------|
| Υπηρεσίες Δημοσίου | 20 | 1 | 5 | 3.45 | 1.356 |
| Μόνιμοι Κάτοικοι | 20 | 1 | 5 | 2.85 | .933 |
| Έλλειψη προβολής | 20 | 2 | 5 | 3.80 | .834 |
| Έλλειψη εκπαίδευσης του προσωπικού | 20 | 1 | 5 | 3.10 | 1.373 |
| Έλλειψη υποδομών | 20 | 2 | 5 | 3.70 | 1.031 |
| Έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού | 20 | 1 | 5 | 3.40 | .940 |
| Έλλειψη Χρηματικού κεφαλαίου | 20 | 3 | 5 | 4.25 | .851 |

Κατά μέσο όρο, οι υπηρεσίες δημοσίου θεωρούν ότι συμβάλλει αρνητικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων ($M=3.45$ σκορ συμφωνίας, $std=1.356$).

Οι απόψεις των μόνιμων κατοίκων θεωρούν ότι συμβάλλει αρνητικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=2.85 σκορ συμφωνίας, std=.933).

Η έλλειψη προβολής της επιχείρησης θεωρούν ότι συμβάλλει αρνητικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=3.80 σκορ συμφωνίας, std=.834).

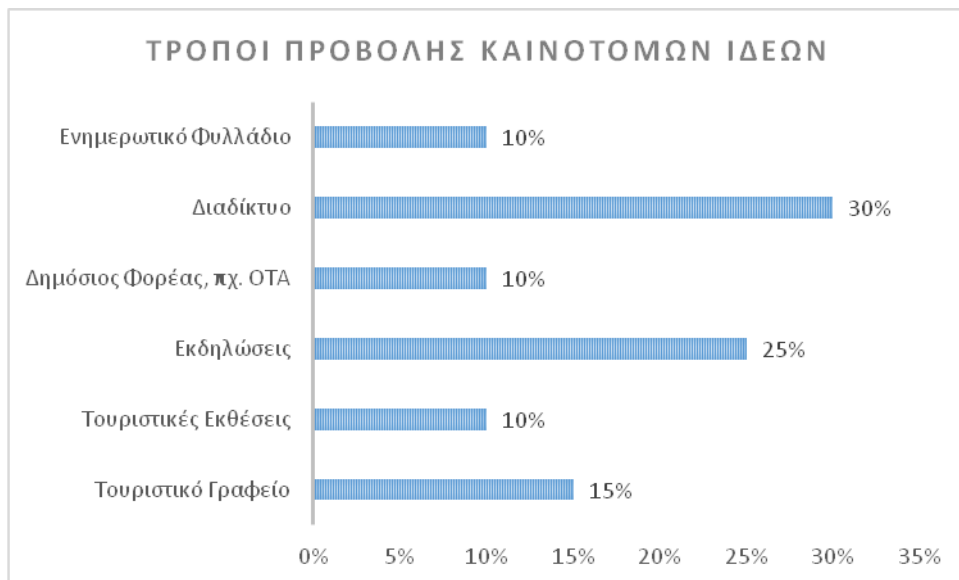
Η έλλειψη εκπαίδευσης του προσωπικού θεωρούν ότι συμβάλλει αρνητικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=3.10 σκορ συμφωνίας, std=1.373).

Η έλλειψη υποδομών θεωρούν ότι συμβάλλει αρνητικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=3.70 σκορ συμφωνίας, std=1.031).

Η έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού θεωρούν ότι συμβάλλει αρνητικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=3.40 σκορ συμφωνίας, std=.940).

Η έλλειψη χρηματικού κεφαλαίου θεωρούν ότι συμβάλλει αρνητικά στην δημιουργία καινοτόμων ιδεών και ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων (M=4.25 σκορ συμφωνίας, std=.851).

Στο ακόλουθο γράφημα παρουσιάζονται οι τρόποι προβολής των αγροτουριστικών καταλυμάτων μέσω διαφορετικών τρόπων, όπως αυτό είναι το διαδίκτυο, το οποίο προτιμάται και από το 30% των συμμετεχόντων, με τις τουριστικές εκδηλώσεις να προτιμώνται κατά 25%. Φαίνεται ότι ουδείς δεν επιλέγει τα ΜΜΕ για διαφήμιση των επιχειρήσεων.



Γράφημα 10. Τρόποι διαφήμισης των επιχειρήσεων, αλλά και των καινοτόμων ιδεών που εφαρμόζονται από τους επιχειρηματίες

Ακολουθως στον πίνακα 3 παρουσιάζονται τα μέτρα θέσης και διασποράς αναφορικά με τα πρόσωπα που προσφέρουν καινοτόμες ιδέες στις επιχειρήσεις, είτε αυτοί είναι οι ίδιοι οι επιχειρηματίες, είτε το οικογενειακό ή επαγγελματικό τους περιβάλλον.

Πίνακας 3.

Μέτρα θέσης και διασποράς των επιπέδων συμφωνίας των επιχειρηματιών ως προς τα πρόσωπα που συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ιδεών

| | N | Ελάχιστη Τιμή | Μέγιστη Τιμή | Μέση Τιμή | Τυπική Απόκλιση |
|---------------------------------------|----|---------------|--------------|-----------|-----------------|
| Επιχειρηματίες | 20 | 1 | 5 | 3.55 | 1.099 |
| Προσωπικό και οικογενειακό περιβάλλον | 20 | 1 | 5 | 3.10 | .912 |
| Επαγγελματικό περιβάλλον | 20 | 2 | 6 | 3.45 | 1.099 |
| Πελάτες | 20 | 1 | 5 | 3.50 | 1.000 |

Παρατηρείται ότι όλα τα πρόσωπα συμβάλλουν θετικά στην εφεύρεση καινοτόμων ιδεών σύμφωνα με τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στον Πίνακα 3. Όσο πιο υψηλός ο μέσος όρος, τόσο πιο υψηλά σκορ συμφωνίας σημειώθηκαν.

Κατά μέσο όρο, οι ίδιοι επιχειρηματίες φέρουν καινοτόμες ιδέες στις επιχειρήσεις τους σε ύψιστο βαθμό ($M=3.55$ σκορ συμφωνίας, $std=1.099$).

Κατά μέσο όρο, το προσωπικό και οικογενειακό περιβάλλον φέρει μέτρια επίπεδα με τις προτάσεις τους αναφορικά με καινοτόμες ιδέες στις επιχειρήσεις ($M=3.10$ σκορ συμφωνίας, $std=.912$).

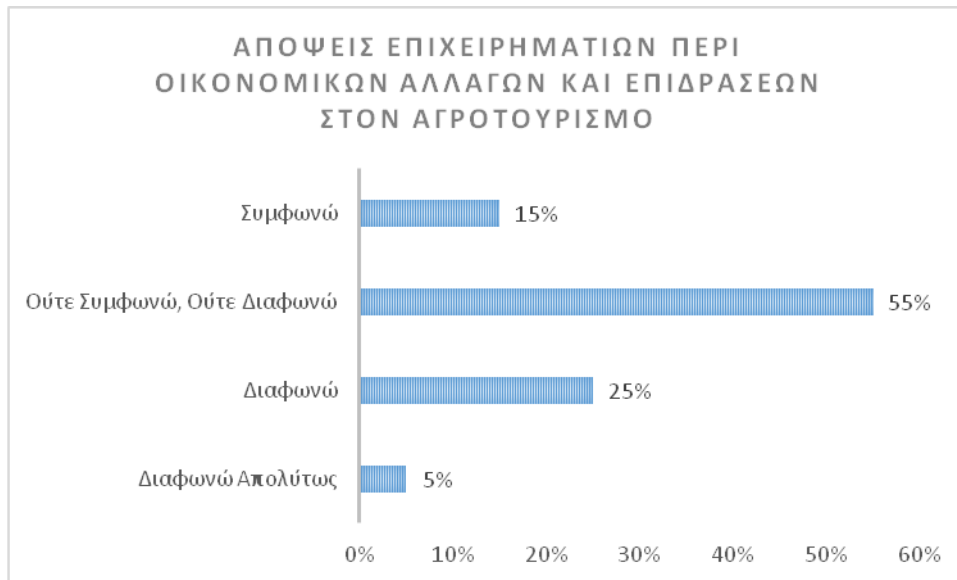
Κατά μέσο όρο, το επαγγελματικό περιβάλλον φέρει αρκετά υψηλά επίπεδα με τις προτάσεις τους αναφορικά με καινοτόμες ιδέες στις επιχειρήσεις ($M=3.45$ σκορ συμφωνίας, $std=1.099$).

Παρατηρείται, πως τα υψηλότερα επίπεδα καινοτομίας ανέρχονται με προτάσεις των πελατών ως προς τις επιχειρήσεις σύμφωνα με του επιχειρηματίες. Είναι τα πρόσωπα-κλειδιά στην έμπνευση για αλλαγή στις επιχειρήσεις τους ($M=3.50$ σκορ συμφωνίας, $std=1.000$).

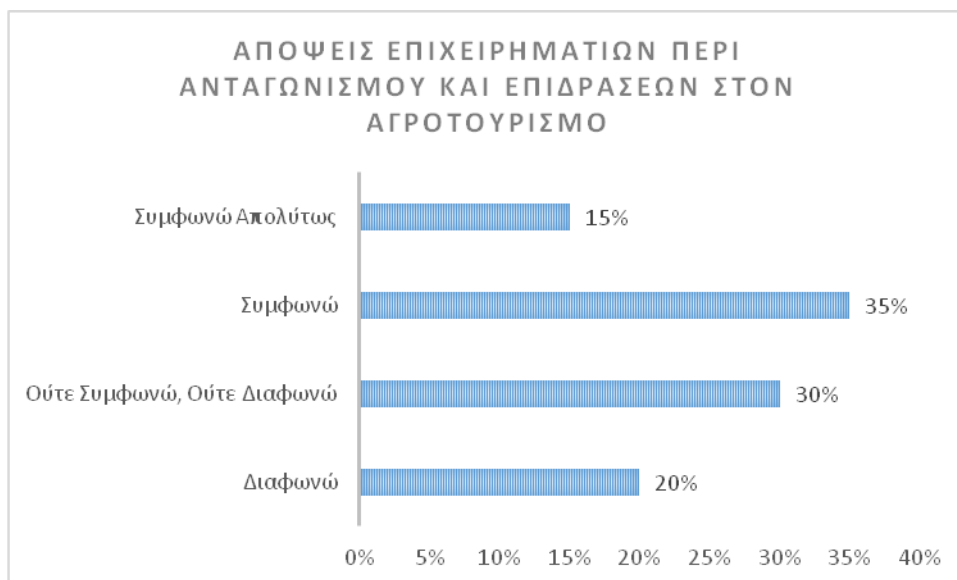
Η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, οι συχνές και αβέβαιες αλλαγές, καθώς και ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός φαίνεται πως οδηγούν περισσότερο στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ιδεών στις επιχειρήσεις.

Βεβαίως, σημειώνεται ότι κατά μέσο όρο ο ανταγωνισμό σημειώνει υψηλότερα επίπεδα αναφορικά με το αν επηρεάζονται οι επιχειρηματίες για την στρατηγική της επιχείρησής τους ($M=2.80$ σκορ συμφωνίας, $std=.768$), εν συγκρίσει με τις αλλαγές που διαδραματίζονται στον ελληνικό χώρο ($M=3.45$ σκορ συμφωνίας, $std=.999$).

Στα ακόλουθα γραφήματα παρουσιάζονται τα επίπεδα συμφωνίας των επιχειρηματιών αναφορικά με την υπό εξέταση μεταβλητές.



Γράφημα 11. Η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, οι συχνές και αβέβαιες αλλαγές, φαίνεται πως οδηγούν περισσότερο στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ιδεών στις επιχειρήσεις



Γράφημα 12. Η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός, φαίνεται πως οδηγούν περισσότερο στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ιδεών στις επιχειρήσεις

Στα ακόλουθα γραφήματα παρουσιάζονται τα επίπεδα συμφωνίας των υπευθύνων των αγροτουριστικών καταλυμάτων αναφορικά με τις βασικές αιτίες ένταξης καινοτόμων ιδεών στις επιχειρήσεις.

Φαίνεται πως τόσο τα οικονομικά έσοδα ($M=4.25$ σκορ συμφωνίας, $std=.910$), όσο και οι προσωπικοί στόχοι ($M=4.00$ σκορ συμφωνίας, $std=.858$), αλλά και η ανάγκη

για στάση αλλαγής στη ζωή ($M=3.90$ σκορ συμφωνίας, $std=1.165$) είναι εξίσου σημαντικά κίνητρα εφαρμογής καινοτόμων ιδεών.

Εν συνεχεία, η κουλτούρα των επιχειρηματιών επιδρά θετικά στην εφαρμογή των νέων ιδεών σύμφωνα πάντα με τις απόψεις των ίδιων των επιχειρηματιών ($M=3.60$ σκορ συμφωνίας, $std=.940$).

Φαίνεται πως οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο επιδρούν μέτρια στην αύξηση των εσόδων των υπό εξέταση επιχειρήσεων ($M=3.40$ σκορ συμφωνίας, $std=1.095$).

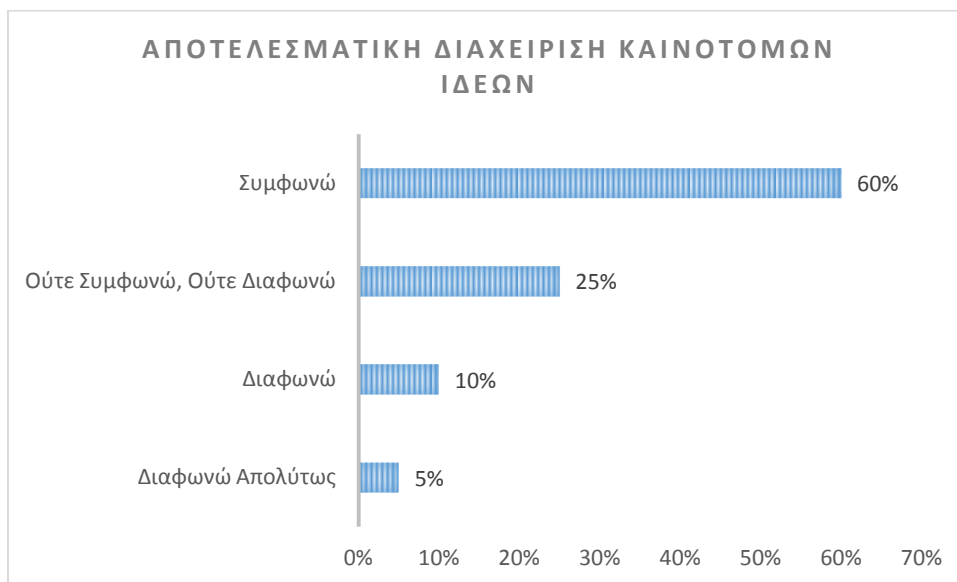
Επιπλέον, οι επιχειρηματίες δήλωσαν πως οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο τους οδηγούν σε μέτρια επίπεδα, ούτε θετικά, ούτε αρνητικά ώστε να είστε πιο ανταγωνιστικοί στο στην περιοχή τους άλλα και ευρύτερα στον τουριστικό χώρο ($M=3.25$ σκορ συμφωνίας, $std=.967$).

Επιπλέον, εκτιμάται πως οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο των επιχειρηματιών τους οδηγούν στην μείωση της ανεργίας στην περιοχή που εδρεύουν τα αγροτουριστικά καταλύματα, αλλά όχι σε τόσο δραστικές μεταβολές ($M=3.15$ σκορ συμφωνίας, $std=1.040$).

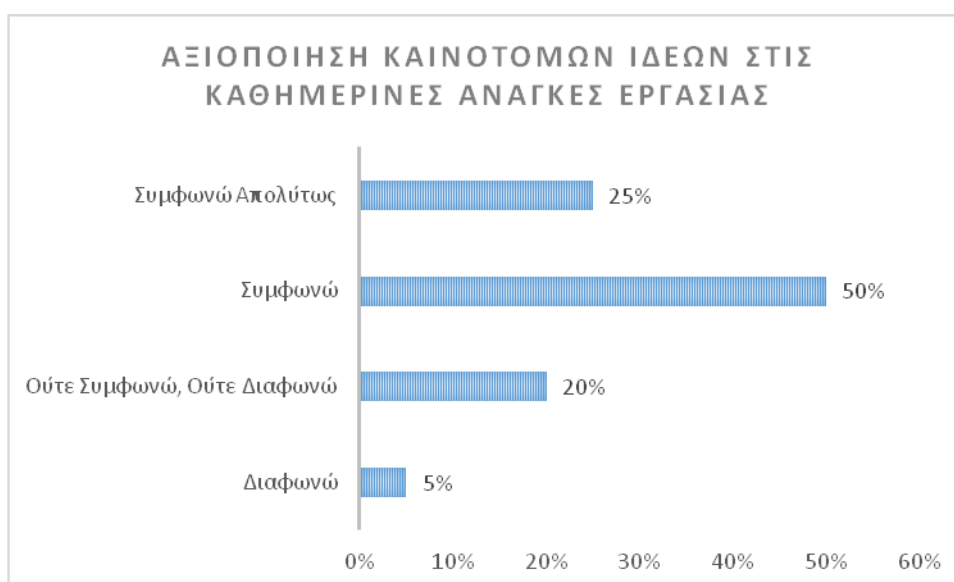
Από την άλλη πλευρά ωστόσο φαίνεται πως οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο οδηγούν στην αύξηση εσόδων στην περιοχή, παράλληλη τη μείωση ουσιαστική μείωση της ανεργίας ($M=3.65$ σκορ συμφωνίας, $std=1.089$).

Ακολούθως παρουσιάζονται οι απόψεις των επιχειρηματιών με το αν θεωρούν ότι εφαρμόζονται αποτελεσματικά οι καινοτόμες ιδέες και αν οι ανάγκες της επιχείρησής τους επιλύονται μέσω των καινοτόμων ιδεών που αναπτύσσονται και εφαρμόζονται στο εργασιακό τους περιβάλλον.

Σημειώνεται πως πράγματι εφαρμόζονται καινοτόμες ιδέες στην καθημερινότητα των επιχειρηματιών και οι ανάγκες τους επιλύονται με τα προγράμματα που αναπτύσσονται μέσω των καινοτόμων ιδεών.



Γράφημα 13. Οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο των επιχειρήσεων διαχειρίζονται αποτελεσματικά από τους συμμετέχοντες



Γράφημα 14 Οι καθημερινές ανάγκες των επιχειρηματιών προσδιορίζονται μέσω των καινοτόμων ιδεών

Ολοκληρώνοντας, το 35% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι έχουν χρηματοδοτηθεί από κάποιο πρόγραμμα του κράτους ή της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την εφαρμογή της καινοτομίας που έχουν εφαρμόσει στην επιχείρησή τους, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε πως δεν έχει λάβει κάποια χρηματοδότηση, καθώς και υπήρξε και ένα ποσοστό της τάξεως του 10%, όπου επέλεξε να εκφράσει κάποια άποψη περί αυτού του θέματος.

Η τεχνολογία και κυρίως η καινοτομία αποτελούν σήμερα στοιχεία υψηλής προτεραιότητας για τις επιχειρήσεις διεθνώς. Ωστόσο, η διαχείριση και υιοθέτηση της καινοτομίας εξαρτάται και επηρεάζεται από πλήθος παραγόντων, όπως είναι για παράδειγμα το περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται, τα δυνητικά οφέλη που μπορεί να υπάρξουν, τα χρηματοδοτικά μέσα για την υλοποίηση και εφαρμογή της, την τεχνολογία, κλπ.

Παράλληλα, η υιοθέτηση των σύγχρονων τεχνολογικών μέσων αλλά και των διάφορων καινοτομιών, μπορούν να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για τη δημιουργία σημαντικών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων για τις επιχειρήσεις, στοιχείο ιδιαίτερα σημαντικό αν λάβουμε υπόψη μας το σύγχρονο και συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Για το λόγο αυτό, στην παρούσα εργασία έγινε προσπάθεια να μελετηθούν και να διερευνηθούν οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, αλλά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και την εφαρμογή τους. Για την καλύτερη κατανόηση του θέματος κρίθηκε απαραίτητη η διεξαγωγή εμπειρικής έρευνας, σε ένα σύγχρονο και καινοτόμο κλάδο, τον κλάδο του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα του αγροτουρισμού.

Με βάση την επισκόπηση της βιβλιογραφίας, περιγράφηκαν οι υπάρχουσες γνώσεις σχετικά με τις έννοιες και τις μορφές της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και αναφέρθηκαν οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τόσο την επιχειρηματικότητα, όσο και την καινοτομία. Σε ότι αφορά την επιχειρηματικότητα οι σημαντικότεροι παράγοντες είναι: οικονομικοί (εμπορικές και νομισματικές πολιτικές των κρατών, οι παρεμβάσεις των κυβερνήσεων, η φορολογία και το κατά κεφαλήν εισόδημα, κλπ), ψυχολογικοί (προσωπικά χαρακτηριστικά που διαθέτει το άτομο που ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα), κοινωνιολογικοί (τρόπος ζωής, καταναλωτικές συνήθειες, τρόπος εργασίας, κλπ), περιβαλλοντικοί (διαθεσιμότητα των πόρων από το περιβάλλον, ο αριθμός των επιχειρήσεων σε έναν

κλάδο, κλπ), αλλά και δημογραφικοί (το μέγεθος του πληθυσμού, η ηλικία των ανθρώπων, η γεωγραφική κατανομή, η εκπαίδευση, κλπ).

Σε ότι αφορά την καινοτομία, οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και την εφαρμογή της είναι σε εθνικό επίπεδο το επίπεδο των επενδύσεων σε βασική έρευνα, οι κρατικές πολιτικές υποστήριξης για την καινοτομία, η δυνατότητα χρηματοδότησης της έρευνας αλλά και το επίπεδο της πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, οι υποδομές σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών ενώ, σε επίπεδο επιχείρησης οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτομιών περιλαμβάνουν: την ύπαρξη ισχυρού τμήματος έρευνας και ανάπτυξης, το ύψος των επενδύσεων της επιχείρησης σε έρευνα και ανάπτυξη, την ύπαρξη επιχειρησιακού κλίματος και ηγετικής ομάδας που να ευνοεί την ανάληψη κινδύνου, αλλά και την ύπαρξη και η αξιοποίηση του διανοητικού κεφαλαίου (intellectual capital) και εν γένει η διαχείριση της γνώσης της επιχείρησης.

Από τη διερεύνηση της εφαρμογής καινοτόμων δράσεων στον τουρισμό και πιο συγκεκριμένα στον αγροτουρισμό και τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις προέκυψε πως η καινοτομία μπορεί να εφαρμοστεί σε όλες τις βασικές δραστηριότητες που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν που παρέχεται, με στόχο την ποιοτική του αναβάθμιση, στη δημιουργία νέων δραστηριοτήτων με προτεραιότητα στην αξιοποίηση των τοπικών πόρων και προϊόντων ή συνηθειών, στη δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά και στην εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στην προώθηση και τη διανομή του αγροτουριστικού προϊόντος.

Ωστόσο, από τα αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας προκύπτει πως ελάχιστες είναι επιχειρήσεις που έχουν υιοθετήσει μέχρι στιγμής καινοτόμες δράσεις, παρά το γεγονός πως ένα μεγάλο ποσοστό των συμμετεχόντων επιχειρήσεων στην έρευνα συμφωνεί πως είναι απαραίτητο να εφαρμόσει καινοτόμες ιδέες με απώτερο σκοπό τον επωφελή στρατηγικό σχεδιασμό των επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα που δείχνουν πως η πληροφορική και τεχνολογία αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα που μπορεί να επηρεάσει θετικά τη δημιουργία καινοτόμων ιδεών και την ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων ενώ, άλλοι παράγοντες είναι η επιμόρφωση, αλλά και το οικογενειακό και επαγγελματικό περιβάλλον.

Τέλος, σε ότι αφορά τους παράγοντες που θεωρούν ότι συμβάλουν αρνητικά στην ανάπτυξη των αγροτουριστικών καταλυμάτων, μέσω της εφαρμογής κάποιας καινοτομίας, τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν τις υπηρεσίες δημοσίου, ως σημαντικότερο παράγοντα ενώ, εξίσου σημαντικοί παράγοντες είναι οι απόψεις των μόνιμων κατοίκων, η έλλειψη προβολής της επιχείρησης, η έλλειψη εκπαίδευσης του προσωπικού, αλλά και η έλλειψη υποδομών.

Ωστόσο, τόσο η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, όσο και τα αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας ανέδειξαν πολλά κενά στις γνώσεις που αφορούν τη διαδικασία ανάπτυξης καινοτομιών στον αγροτουρισμό και ιδιαίτερα σε ότι αφορά τα αγροτουριστικά καταλύματα. Το πιο σημαντικό θέμα είναι το γεγονός ότι υπάρχει πολύ μικρή εμπειρική γνώση σχετικά με την εφαρμογή και τον τρόπο υιοθέτηση καινοτόμων δράσεων σε αυτού του είδους τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις.

Έτσι, παρά τα σημαντικά πλεονεκτήματα που προκύπτουν γίνεται αντιληπτό πως υπάρχει μικρή κατανόηση από τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις σχετικά με την ανάπτυξη και την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων.

Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Όπως έχει αναφερθεί εκτενώς στις προηγούμενες ενότητες, η τρέχουσα γνώση και εμπειρία δεν είναι σε θέση να αποτυπώσει πλήρως τον τρόπο με τον οποίο η καινοτομία εφαρμόζεται στις αγροτουριστικές επιχειρήσεις ενώ παράλληλα, ο αριθμός των αγροτουριστικών καταλυμάτων που εφαρμόζουν καινοτόμες δράσεις θεωρείται ανεπαρκής.

Για το λόγο αυτό κρίνεται αναγκαίο τα ερευνητικά ζητήματα της παρούσας εργασίας να αποτελέσουν αντικείμενο μελέτης και μελλοντικά να διερευνηθούν εκ νέου πιθανά νέα δεδομένα προκειμένου να γίνει περισσότερο κατανοητή η διαδικασία ανάπτυξης και καινοτομιών στις σύγχρονες αγροτουριστικές επιχειρήσεις

με στόχο την ενσωμάτωση στον στρατηγικό σχεδιασμό τους και την επίτευξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

Παράλληλα, λόγω του μικρού μεγέθους του δείγματος, προτείνεται στο μέλλον η έρευνα να πραγματοποιηθεί σε μεγαλύτερο δείγμα, είτε σε εθνικό επίπεδο, είτε σε ευρωπαϊκό με συγκριτική μελέτη ανάμεσα στις χώρες που έχουν αναπτύξει τον αγροτουρισμό, ώστε τα αποτελέσματα να είναι πιο ακριβή.

Τέλος, προτείνεται να διεξαχθεί συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας, ώστε να προκύψει μια περισσότερο και εις βάθος ανάλυση. Η ποιοτική έρευνα μπορεί να αφορά σε συνεντεύξεις με τις διοικήσεις των αγροτουριστικών καταλυμάτων

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Ελληνική Βιβλιογραφία

Βαφειάδης Γ., Κοντογεώργος Χρ., Παπακωνσταντινίδης Λ.Α., (1992). *Αγροτουρισμός και Ισόρροπη Ανάπτυξη*, Μελέτες Αγροτικής Οικονομίας, 45, Αγροτική Τράπεζα Ελλάδα, Αθήνα

Γεωργαντά Ζ., (2003), *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Μάνατζμεντ της Επιχειρηματικής Καινοτομίας*, Αθήνα: Εκδόσεις Ανικούλα

Ιωαννίδης Σ., (2004), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, 1^η Έκδοση, Αθήνα: IOBE

Κακούρης Α., (2010), *Εννοιολογικές Προσεγγίσεις στην Επιχειρηματικότητα της Καινοτομίας*, Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος

Κυριαζόπουλος Π.Γ. & Σαμαντά Ε., (2011). *Μεθοδολογία Έρευνας Εκπόνησης Διπλωματικών Εργασιών*, Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική

Λογοθέτης Μ., (1988), *Αγροτικός Τουρισμός: Μία Εναλλακτική Λύση*, Εκδόσεις ΑΤΕ & Μ. Λογοθέτης, Αθήνα

Μπουραντάς Δ., (2002), *Μάνατζμεντ*, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου

Πελεκανάκης Γ., (2008). Ειδικές μορφές τουρισμού, Πατρίς, Ηράκλειο

Πετράκης Π., (1996), *Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη*, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση

Πεχλιβανίδης Π., (2002), *Η Μίμηση Καινοτομιών από τις Ελληνικές Επιχειρήσεις*, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Πάτρα

Πιπερόπουλος Π., (2008), *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία και Business Clusters*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη

Πραστάκος Γ., Σπανός, Γ., Κωστόπουλος Κ., (2003), *Καινοτομία: προσδιοριστικοί παράγοντες και προβληματισμοί για το μέλλον της ελληνικής οικονομίας*, Τεχνολογική Προοπτική Διερεύνησης στην Ελλάδα, Πρόγραμμα FORESIGHT, Οικονομικό πανεπιστήμιο Αθηνών, Εργαστήριο Διοικητικής Επιστήμης, Αθήνα

Σαλάβου Ε., (2006), *Δρόμοι Εξέλιξης στο Επιχειρείν*, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη

Σεφερτζή Ε., (1998), *Καινοτομία*, Αθήνα: Gutenberg

Σπιλάνης Ι., (2011). *Ανταγωνιστικότητα στον τουρισμό του Βόρειου Αιγαίου και ο Ρόλος της Καινοτομίας*, Γενική Διεύθυνση Περιφερειακής Πολιτικής, Επιμελητήριο Λέσβου

Διεθνείς Βιβλιογραφία

Acs Z.J., Audretsch B.D., (2005), *Entrepreneurship, Innovation and Technological Change*, Boston: New Publishers

Clamp C., Alhamis I., (2010), Social Entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication, *Journal of Entrepreneurship*, 19: 149-177

Cunningham J.B., Lischeron J., (1991), Defining Entrepreneurship, *Journal of Small Business Management*, 29(1): 45

De Kadt E., (1992). Making the alternative sustainable: lessons from development for tourism, (στο: Smith V.L., and Edington W.R., *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*), Wiley and Sons, Chichester

Drucker P., (1985), *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Amsterdam: Elsevier / Butterworth-Heimenmann

Fennell D., (2001), *Οικοτουρισμός*, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα

Huisman D., (1985), Entrepreneurship: Economic and cultural influences on the entrepreneurial climate, *European Research*, 13(4): 10 – 17

Gaddam S., (2007), A Conceptual Analysis of Factors Influencing Entrepreneurship Behavior and Actions, *ICFAI Journal of Management Research*, 6(11): 46 – 63

Kilmann H.P., Saxton J.M., Serpa R., (1985), *Gaining Control of the Corporate Culture*, 1st Edition, Jossey-Bass

Nonaka I., Kenney M., (1991), *Technical Innovation and National System*, Oxford University Press, New York

Rennings K., (2000), Redefining Innovation - eco-innovation research and the contribution from ecological economics, *Ecological Economics*, 32(2): 319-332

Rogers E.M., (1995), *Diffusion of innovations*, 4th Edition, New York: The Free Press

Rotter J.B., (1966), *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement - Psychological monographs: General and applied*, 80:609

Rothwell R., (1992), Successful Industrial Innovation: Critical Factors for the 1990s, *R&D Management*, 22(3):221-239

Schumpeter J.A., (1978), *The theory of Economic Development: An inquiry into Profits, Capital, Interest and the Business Cycle*, Oxford University Press

Thurow L., (2003), *Fortune favours the bold: What we must do to build a new and lasting global prosperity*, New York: Harper Collins

Welsch L.S., (2004), *International Entrepreneurship and Internationalization: Common Threads*, Cheltenham, UK

Ηλεκτρονικές Πηγές

European Observatory for SMEs, (2000), 6th Report, Greek Version, Διαθέσιμο στο: <http://aei.pitt.edu/34751/1/EO6th.pdf> (24/2/2015)

Global Entrepreneurship Monitors, (2010), Global Report, Διαθέσιμο στο: <http://www.gemconsortium.org> (24/2/2015)

Εγχειρίδιο του Oslo, (2005), 3rd Edition, Guidelines for collecting and interpreting innovation data, Διαθέσιμο στο: <http://www.gsrt.gr> (25/2/2015)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ: «Καινοτομία στα Αγροτουριστικά Καταλύματα»

Ερωτηματολόγιο

Καινοτομία στα Αγροτουριστικά καταλύματα

Αγαπητέ Επιχειρηματία,

Θα επιθυμούσα να με βοηθήσετε στην πτυχιακή μου εργασία με τίτλο: «Η Ενσωμάτωση της Καινοτομίας στον Στρατηγικό Σχεδιασμό των Επιχειρήσεων, Περίπτωση Εφαρμογής: Καινοτόμα Αγροτουριστικά καταλύματα» δίνοντας αξιόπιστες και ειλικρινείς απαντήσεις κατά την συμπλήρωση του παρόντος ερωτηματολογίου. Θα παραμείνει η ανωνυμία και η άκρως εμπιστευτικότητα των απαντήσεων των ερωτήσεων.

Σας ευχαριστώ πολύ

Αγροτουριστικά Καταλύματα

1. Ποιος ο λόγος που ασχοληθήκατε με τον αγροτουρισμό;

- Οικονομικοί Λόγοι
- Κοινωνικοί Λόγοι
- Πολιτιστικοί Λόγοι
- Προσωπική Αρέσκεια

2. Θεωρείτε ότι θα συνεχίσετε να ενασχολείστε με τον τουρισμό και στο μέλλον;

- Ναι
- Όχι
- ΔΞ/ΔΑ

3. Έχετε σημειώσει αύξηση εσόδων στην επιχείρησή σας την τελευταία χρονική περίοδο;

- | | | | | |
|------|---|---|---|-----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Λίγο | | | | Πάρα Πολύ |

- Υποδομές
- Οργάνωση Επιχείρησης
- Διαφήμιση της Επιχείρησης μέσω booking ή άλλων μέσων
- Έρευνας Αγοράς για μελλοντικές ευκαιρίες ανάπτυξης
- Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις για τοπικές δραστηριότητες όπως πεζοπορία, ιππασία
- Συνεργασία με τοπικές επιχειρήσεις για τροφοδοσία με τοπικά παραγόμενα προϊόντα

13. Αξιολογείστε τους ακόλουθους παράγοντες που θεωρείτε ότι συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη, αλλά και εφαρμογή κάποιας καινοτομίας στην επιχείρησή σας.

Α) Πληροφορική και Τεχνολογία:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

Β) Επιμόρφωση:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

Γ) Οικογενειακό –Επαγγελματικό Περιβάλλον:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

14. Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι παράγοντες που συμβάλλουν αρνητικά στην ανάπτυξη μίας καινοτόμου ιδέας στην επιχείρησή σας;

Α)Υπηρεσίες Δημοσίου:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

Β)Μόνιμοι Κάτοικοι:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

Γ)Έλλειψη προβολής:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

Δ)Έλλειψη εκπαίδευσης του προσωπικού:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

ΣΤ)Έλλειψη υποδομών:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

Ε)Έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού:

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Απολύτως Όχι | | | | Απολύτως Ναι |

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

Γ)Αλλαγή Στάση Ζωής:

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

22. Θεωρείτε ότι η κουλτούρα της επιχείρησής σας δρα θετικά στην αποτελεσματική εφαρμογή της καινοτομίας και την πλήρη υιοθέτησή της;

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

23. Θεωρείτε ότι οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο σας επιδρούν θετικά στην αύξηση των εσόδων στην επιχείρησή σας;

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

24. Θεωρείτε ότι οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο σας οδηγούν ώστε να είστε πιο ανταγωνιστικοί στο χώρο σας στην περιοχή σας άλλα και ευρύτερα;

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

25. Θεωρείτε ότι οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο σας οδηγούν στην μείωση της ανεργίας στην περιοχή σας;

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

26. Θεωρείτε ότι οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο σας οδηγούν στην αύξηση εσόδων στην περιοχή σας;

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

27. Θεωρείτε ότι οι καινοτόμες ιδέες που εφαρμόζονται στον χώρο σας διαχειρίζονται αποτελεσματικά από τους συμμετέχοντες;

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

28. Θεωρείτε ότι οι καθημερινές ανάγκες σας προσδιορίζονται μέσω των καινοτόμων ιδεών;

| | | | | |
|------------------|---|---|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Διαφωνώ Απολύτως | | | | Συμφωνώ Απολύτως |

29. Έχετε χρηματοδοτηθεί από κάποιο πρόγραμμα του κράτους ή της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την εφαρμογή της καινοτομίας που έχετε εφαρμόσει στην επιχείρησή σας;

Ναι

Όχι

Δημογραφικά

1. Φύλο:

Άνδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία:

- <24
- 24-30
- 30-36
- 36-42
- 42-48
- >48

3. Επίπεδο Εκπαίδευσης

- Απόφοιτος Δημοτικού/ Γυμνασίου
- Απόφοιτος Λυκείου
- Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού

4. Οικογενειακή Συμμετοχή στην Επιχείρηση:

- Ναι
- Όχι

5. Χρόνια Λειτουργίας της Επιχείρησης:

- <1
- 1-3
- 3-6
- 6-9
- >9

6. Αριθμός Υπαλλήλων: _____

7. Αριθμός Πελατών που δύναται να φιλοξενηθεί: _____

Σας Ευχαριστώ Πολύ για τον Χρόνο σας