# ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

*Σχολή: Διοίκησης και Οικονομίας*

*Τμήμα: Διοίκηση Επιχειρήσεων και Τουρισμού*

## *<<ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ : ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΟΛΟ ΤΟ ΕΥΡΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΥΚΛΩΜΑΤΟΣ>>*

**Σπουδαστής**: *Στεφανάκης Σάββας, ΑΜ7609*

**Εισηγητής**: *Δρ Φραγκίσκος Ξηρουχάκης , Διδάσκων Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού, Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο/ Μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ (ΔΕΟ).*

*Ηράκλειο , Νοέμβριος 2021*

**Copyright© Στεφανάκης Σάββας, 2021**
Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.
Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησής Επιχειρήσεων του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου δεν υποδηλώνει απαραιτήτως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του τμήματος.

# Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά το εκπαιδευτικό ίδρυμα του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου, για όλα τα φοιτητικά χρόνια και την ευκαιρία να αποφοιτήσω από το Τμήμα της Διοίκησης Επιχειρήσεων. Επιπροσθέτως, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα Διδάκτορα μου, τον Κύριο Φραγκίσκο Ξηρουχάκη, για την καθοδήγηση και το ενδιαφέρον που έδειξε για την καλύτερη δυνατή συγγραφή της πτυχιακής μου εργασίας, καθώς και τα υπόλοιπα μέλη της τριμελής επιτροπής,Νικόλαο Τριχά και Μάρκο Κουργιαντάκη, για την αξιολόγηση της εργασίας μου.

# Περίληψη:

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του πτυχιακού προγράμματος σπουδών του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου και πραγματεύεται την παρουσίαση και ανάλυση ενός θέματος που έχει απασχολήσει αρκετούς επιστήμονες τις τελευταίες δεκαετίες, την Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουριστικό τομέα.
Αρχικά, πραγματοποιήθηκε μια βιβλιογραφική ανασκόπηση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και έπειτα στους όρους της Καινοτομίας και της Επιχειρηματικότητας, στις μορφές και στα χαρακτηριστικά τους, πως συνδέονται μεταξύ τους, καθώς και την συμβολή τους στην τουριστική ανάπτυξη. Στη συνέχεια, παρουσιάστηκε η ανάγκη των σύγχρονων επιχειρήσεων να ακολουθήσουν τον δρόμο της εξέλιξης, να προωθήσουν στην αγορά νέα προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες που θα προσθέτουν αξία και φήμη στην επιχείρηση. Η καινοτομία μπορεί να αξιοποιηθεί σε κάθε λειτουργία και στρατηγική της επιχείρησης. Η φιλοσοφία που είναι βασισμένη στην καινοτομία και στην αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών, καθιστά την επιχείρηση ικανή να προοδεύσει και να αναπτυχθεί οικονομικά. Έγινε αναφορά στους νέους επιχειρηματίες, στις δυσκολίες που έχουν να αντιμετωπίσουν στο επιχειρηματικό τους περιβάλλον, πως πρέπει να αναζητούν τις καινοτόμες λύσεις και τα ρίσκα που πρέπει να παίρνουν, για να μπορούν να έχουν μια ανταγωνιστική θέση στην αγορά. Στην επόμενη ενότητα πραγματοποιήθηκε αναφορά στα τουριστικά κυκλώματα και ποιοι τα συντελούν .
Ο σκοπός της εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας ήταν η διερεύνηση και η παρουσίαση των εννοιών που προαναφέρθηκαν ,έτσι ώστε ο αναγνώστης να είναι σε θέση να κατανοήσει πλήρως τις έννοιες της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό, με ποιόν τρόπο εφαρμόζονται και τι προσφέρουν στις επιχειρήσεις και στην διεθνή οικονομία. Πραγματοποιήθηκε μια ποιοτική έρευνα μέσω της δημιουργίας ερωτηματολογίου το οποίο μοιράστηκε σε φορείς τουρισμού της Κρήτης , με σκοπό να μας προωθήσουν τις δικές τους γνώσεις και εμπειρίες στο ερευνητικό θέμα. Στην έρευνα συμμετείχαν εκπρόσωποι φορέων με εξειδικευμένες γνώσεις στον τομέα του τουρισμού, με σκοπό να συλλεχθούν οι εμπειρίες και οι γνώσεις τους στην οργάνωση και διαχείριση των επιχειρήσεων, και στην προσαρμογή τους στα δεδομένα της σύγχρονης εποχής.

## Λέξεις-Κλειδιά:
Καινοτομία, Επιχειρηματικότητα, Μικρό-Μεσαίες επιχειρήσεις, Τουρισμός, Τουριστικό Κύκλωμα.

## Summary:

This paper was prepared in the framework of the degree program of the Hellenic Mediterranean University and deals with the presentation and analysis of a topic that has occupied many scientists in recent decades, Innovation and Entrepreneurship in the Tourism sector.
First, a literature review was conducted on alternative forms of tourism and then on the terms of Innovation and Entrepreneurship, their forms and characteristics, how they are interrelated, as well as their contribution to tourism development. Then, the need arose for modern companies to follow the path of evolution, to promote in the market new offered goods and services that will add value and reputation to the business. Innovation can be utilized in every operation and strategy of the company. The philosophy that is based on innovation and the use of business opportunities, enables the company to progress and grow economically. Reference was made to young entrepreneurs, to the difficulties they face in their business environment, how they must look for innovative solutions and the risks they must take in order to have a competitive position in the market. In the next section, reference was made to the tourist circuits and who contributes to them.
The purpose of the dissertation was to explore and present the concepts mentioned above, so that the reader is able to fully understand the concepts of innovation and entrepreneurship in tourism, how they are applied and what they offer to businesses and international economy. A qualitative research was carried out through the creation of a questionnaire which was distributed to tourism organizations in Crete, in order to promote their own knowledge and experiences in the research field. The research involved representatives of organizations with specialized knowledge in the field of tourism, in order to gather their experiences and knowledge in the organization and management of businesses, and to adapt them to the data of the modern era.



## Key-Words:

Innovation, Entrepreneurship, Small and Medium Enterprises, Tourism, Tourist Circuit.

# Περιεχόμενα


**Εισαγωγή** ..... 9

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ** ..... 10

**1.1 Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού** ..... 10

**1.1.1 Αγροτουρισμός** ..... 10

**1.1.2 Αθλητικός Τουρισμός** ..... 10

**1.1.3 Θαλάσσιος Τουρισμός** ..... 11

**1.1.4 Ορεινός Τουρισμός** ..... 11

**1.1.5 Θρησκευτικός Τουρισμός** ..... 12

**1.1.6 Αρχαιολογικός Τουρισμός** ..... 13

**1.1.7 Πολιτιστικός Τουρισμός** ..... 13

**1.1.8 Οικολογικός Τουρισμός** ..... 14

**1.1.9 Θεραπευτικός/Ιαματικός Τουρισμός** ..... 14

**1.1.10 Επαγγελματικός Τουρισμός** ..... 14

**1.1.11 Αστικός Τουρισμός** ..... 15

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ** ..... 16

**2.1 Η Κατανόηση της Καινοτομίας** ..... 16

**2.2 Η Σημασία της Καινοτομίας** ..... 17

**2.3 Τα Είδη της Καινοτομίας** ..... 19

**2.4 Η Καινοτομία στον Τουρισμό** ..... 20

**2.4.1 Η Καινοτομία στον Τουριστικό Κλάδο** ..... 20

**2.4.2 Οι Κατηγορίες Καινοτομίας στον Τουρισμό** ..... 21

**2.4.3 Τα Οφέλη της Καινοτομίας στον Τουρισμό** ..... 22

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ** ..... 24

**3.1 Η Κατανόηση της Επιχειρηματικότητας** ..... 24

3.2 Η Σημασία της Επιχειρηματικότητας ..... 25
3.3 Ο Ορισμός του Επιχειρηματία ..... 27
3.4 Τι Είναι η Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα ..... 27
3.5 Η Συμβολή της Καινοτομίας στην Επιχειρηματικότητα ..... 28
3.6 Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό ..... 29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ ..... 32
4.1 Ορισμός του Τουριστικού Πρακτορείου ..... 32
4.2 Τουριστικά Πακέτα ..... 33
4.3 Τουριστικό Κύκλωμα ..... 34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ..... 36
5.1 Ερευνητικοί Στόχοι ..... 36
5.2 Ερευνητικά Ερωτήματα ..... 36
5.3 Μέθοδοι Έρευνας ..... 37
5.4 Δειγματοληψία ..... 38
5.5 Εργαλεία και Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου ..... 40
5.6 Δημιουργία Ερωτηματολογίου ..... 40
5.7 Επικοινωνία με τους Φορείς Συμμετοχής ..... 41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ..... 43
6.1 Οι Φορείς που Συμμετείχαν στην Έρευνα ..... 43
6.2 Οι Δυσκολίες μιας Νεοσύστατης Επιχείρησης ..... 43
6.3 Οι Κυβερνητικές Χρηματοδοτήσεις και οι Προτάσεις Πρόσθετων Ελαφρύνσεων ..... 44
6.4 Η Θετική Συμβολή του Ανταγωνισμού ..... 45
6.5 Ο Βαθμός Αξιοποίησης της Καινοτομίας ..... 45
6.6 Η Εκπαίδευση του προσωπικού στο θέμα της Καινοτομίας ..... 46

6.7 Τμήμα Εσωτερικού Υπεύθυνο για την Εκπαίδευση στην Καινοτομία....47

6.8 Ο Έλεγχος των Καταναλωτικών Προτιμήσεων....48

6.9 Η Τάση των Επιχειρήσεων να Κυνηγάνε τις Νέες Ευκαιρίες στην Αγορά....49

6.10 Οι Πηγές Ανάπτυξης Καινοτομικών Ιδεών....49

6.11 Οι Εισαγωγές Καινοτομίας στις Επιχειρήσεις....50

6.12 Η Ύπαρξη Πρωτοποριακού Στοιχείου στις Επιχειρήσεις....51

6.13 Οι Πηγές Γνώσης για τις Επιχειρήσεις....51

6.14 Η Απόκτηση Φήμης για Έναν Νέο Επιχειρηματία....52

6.15 Η Εκμετάλλευση των Επιχειρηματικών Ευκαιριών....53

6.16 Το Σωστό Επιχειρηματικό Πλάνο....54

6.17 Οι Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας....54

6.18 Η Προσφορά της Έντονης Επιχειρηματικότητας στην Τοπική Κοινωνία....55

ΚΕΦΆΛΑΙΟ 7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ....57

7.1 Εισαγωγή....57

7.2 Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό: Συμπεράσματα....57

7.3 Δυσκολίες κατά την διεξαγωγή της έρευνας....62

7.4 Προτάσεις....62

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ....64

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ερωτηματολόγιο....68

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Φορείς που συμμετείχαν....71

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Βήματα Καινοτόμου Ιδέας....73

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Μορφές Επιχειρηματικότητας....75

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: Οι Διακρίσεις των Τουριστικών Πρακτορείων....77

# Εικόνες

**Εικόνα 1.1 :** Ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα ..... 11

**Εικόνα 1.2 :** Λευκό Όρος..... 12

**Εικόνα 1.3 :** Αρχαιολογικός Τουρισμός- Η νέα τάση στα ταξίδια ..... 13

**Εικόνα 2.1:** Τι είναι η Καινοτομία..... 16

**Εικόνα 3.1 :** ''Επιχειρηματικότητα για Καινοτομία ή από ανάγκη;''..... 24

# Πίνακες

**Πίνακας 2.2:** Βασικοί δείκτες για την καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις(2016-18) ..... 19

**Πίνακας 3.6:** Η φήμη και η επισκεψιμότητα της Ελλάδας- Οι προτιμήσεις των τουριστών..... 29

# Εισαγωγή

Στον τομέα της επιχειρηματικότητας και της παγκόσμιας εξέλιξης της, τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, παρατηρείται η ανάγκη και η υποχρέωση των επιχειρηματιών να στοχεύουν στην οικονομική τους ανάπτυξη. Οι μεταβαλλόμενες συνθήκες της εποχής, και η μεγάλη τεχνολογική αλλαγή έχουν δημιουργήσει υψηλές απαιτήσεις στον τομέα της επιχειρηματικότητας, και δημιουργείται η ανάγκη για την συνεχή εξέλιξη των επιχειρήσεων.
Ένας τρόπος για τις επιχειρήσεις, να εκσυγχρονίζονται και να ανταπεξέρχονται στον έντονο ανταγωνισμό, είναι η αξιοποίηση της καινοτομίας. Η καινοτομία αφορά την εξέλιξη και την βελτίωση των υπαρχόντων υπηρεσιών μιας επιχείρησης, αλλά και την βελτίωση κάθε λειτουργίας της επιχείρησης. Κάθετι καινούριο ενσωματώνεται στις προσφορές μιας επιχείρησης, θεωρείται καινοτομική δράση. Στο ανώτατο επίπεδο της αξιοποίησης της, ο επιχειρηματίας καταφέρνει να φτάσει στην εφεύρεση κάποιου προϊόντος ή μιας μεθόδου που θα διαταράξει το επιχειρηματικό περιβάλλον και τον ανταγωνισμό. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε υψηλότερο επίπεδο σε σχέση με την ελληνική επιχειρηματικότητα. Αυτό γιατί υπάρχουν οι οικονομικές και οι τεχνολογικές βάσεις για εξέλιξη και εφεύρεση νέων τεχνολογικών ή παραγωγικών μεθόδων στην επιχειρηματική δράση.
Η εξέλιξη της τεχνολογίας, έχει βοηθήσει τις μεταφορές τουριστών σε όλο τον κόσμο , κάνοντας επιτακτική την ανάγκη των επιχειρήσεων να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις και στις αλλαγές της εποχής. Ο συνωστισμός των επιχειρήσεων με παρόμοια χαρακτηριστικά , δημιουργεί την ανάγκη για κάθε επιχείρηση να ηγηθεί στην επιχειρηματική αγορά, διαφορετικά θα οδηγηθεί σε οικονομική καταστροφή. Η χρήση της καινοτομίας επιτρέπει στις επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν την γνώση και τις πληροφορίες, με σκοπό την δημιουργία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που θα προσθέσει αξία στην επιχείρηση. Η χρήση της τεχνολογίας και των ηλεκτρονικών μεθόδων παίζουν σημαντικό ρόλο στην οργάνωση μιας επιχείρησης. Μέσω του διαδικτύου ο επιχειρηματίας ,μπορεί να συλλέξει πληροφορίες και γνώσεις σχετικά με τις νέες τεχνολογικές μεθόδους. Η ηλεκτρονική χρήση, βοηθάει επίσης στην διαφήμιση και στην επικοινωνία με τους πελάτες , με σκοπό να αποκτήσει γρήγορα φήμη.
Η παρούσα πτυχιακή εργασία, αποσκοπεί στην ανάδειξη και επεξήγηση των εννοιών της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό. Παρουσιάστηκε με τον καλύτερο τρόπο η σημασία της καινοτομίας στην φιλοσοφία των σύγχρονων επιχειρήσεων και δόθηκε με κάθε λεπτομέρεια ο τρόπος που οι επιχειρήσεις οργανώνουν τις λειτουργίες και το προσωπικό τους και πώς ορίζουν το επιχειρηματικό τους σχεδιασμό, έτσι ώστε να υπάρχουν πάντα οι συνθήκες για την οικονομική ανάπτυξη και την προώθηση βελτιωμένων προϊόντων. Η καινοτομία στην χώρα, βρίσκεται σε εποικοδομητικό στάδιο και αυτό οφείλεται στην δυσκολία ανεύρεσης οικονομικών πόρων και εξειδικευμένου προσωπικού. Οι επιχειρήσεις, όμως, έχουν αρχίσει να υιοθετούν την φιλοσοφία της εξέλιξης και της καινοτομίας παρά τα πολλαπλά εμπόδια και ο στόχος μας είναι η ανάδειξη της πορείας τους, προς την εξέλιξη.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

## 1.1 Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού

Ο διαχωρισμός του τουρισμού σε διαφορετικές κατηγορίες ατόμων με παρόμοια κίνητρα και ενδιαφέροντα, η φύση, η θρησκεία, η άθληση και η άσκηση του επαγγέλματος τους, ονομάζεται εναλλακτικός τουρισμός .
Κύρια παράμετρος της τουριστικής ανάπτυξης είναι ο σωστός σχεδιασμός και η τήρηση της ισορροπίας μεταξύ κοινωνίας, οικονομίας και περιβάλλοντος. Ο διαχωρισμός των ειδικών μορφών τουρισμού βασίζεται στην ύπαρξη των διαθέσιμων πόρων για την υλοποίηση της. Η εφαρμογή του εναλλακτικού τουρισμού και ο σωστός σχεδιασμός μπορεί να προσφέρει κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα.
Στόχος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι να βοηθήσουν τον τουρίστα να οργανώσει το ταξίδι του, να εξαπλωθεί ο τουρισμός σε όλο το εύρος της χώρας και να αποφύγει την μείωση της τουριστικής ζήτησης σε περιόδους που παρατηρείται πτώση.

Στο εξής παρουσιάζονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού:

### *1.1.1* Αγροτουρισμός

Ο Αγροτουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού που όπως φανερώνει και η ονομασία του αναπτύσσεται στον αγροτικό χώρο. Τις τελευταίες δεκαετίες η ανάγκη και η επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδέψει και να έρθει σε επαφή με την ύπαιθρο έχει αυξηθεί.
Η σύνδεση του αγροτουρισμού και του καταναλωτή έχει παρουσιάσει ανοδική πορεία καθώς οι άνθρωποι στοχεύουν στην βελτίωση των συνθηκών της υγείας τους, στην ψυχαγωγία και στην αποφυγή των ταχέων ρυθμών της πόλης, οδηγώντας τους στην επιλογή καταλυμάτων κοντά στο φυσικό πλούτο της χώρας. Παράλληλα η επιθυμία μιας ομάδας τουριστών, να επιλέγουν να συναναστραφούν με την φύση και να πραγματοποιούν τις διακοπές τους κοντά σε υπαίθριες περιοχές, συμβάλλει σημαντικά και στην ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας με την δραστηριοποίηση σχετικών επιχειρήσεων . Η Ελλάδα διαθέτει μεγάλο πλήθος φυσικής ομορφιάς, που καθιστά ευκολότερο για τους επιχειρηματίες να δραστηριοποιούνται στον τομέα του αγροτουρισμού (Γκίκας 2004).

### *1.1.2* Αθλητικός Τουρισμός

Για τους λάτρεις της άθλησης και της υγιεινής ζωής ο συνδυασμός διακοπών και γυμναστικής αποτελεί σημαντική επιλογή.



**Εικόνα 1.1: Ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα**

**Πηγή :(Enikonomia.gr)**

Υπάρχουν κατηγορίες αθλητικού τουρισμού όπως η περίπτωση συμμετοχής σε αθλητικούς αγώνες και διαγωνισμούς , η οργάνωση αθλητικών εκδρομών όπως είναι το σαφάρι , η ιστιοπλοΐα, οι καταδύσεις ακόμα και η παρακολούθηση κάποιας αθλητικής εκδήλωσης. Είναι λοιπόν μια τουριστική εμπειρία που επικεντρώνεται στην άσκηση κάποιου αθλήματος. Πολλοί άνθρωποι ταξιδεύουν σε χώρες με σκοπό την συμμετοχή ή την παρακολούθηση ενός παγκοσμίου κύρους αθλητικού γεγονότος πράγμα που καθιερώνει την αθλητική βιομηχανία σε όπλο για τις διεθνείς οικονομίες. Είναι σίγουρα ένα φαινόμενο πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό που προέρχεται από την σύνδεση της δραστηριότητας, του ανθρώπου και της τοποθεσίας(Weed 2006).

### *1.1.3* Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί έναν απτούς βασικούς λόγους της επίσκεψης των τουριστών στην Ελλάδα. Το κατάλληλο κλίμα , η ποικιλία θαλασσών και οργανωμένων παραλιών και τα αμέτρητα ελληνικά νησιά βοηθάνε στην ανάπτυξη πολλών χόμπι και σπορ που πραγματοποιούνται σε παραθαλάσσιες περιοχές. Κάποιες απτίς δραστηριότητες αυτές είναι η ιστιοπλοΐα , οι καταδύσεις , τα σκάφη αναψυχής ακόμα και οι κρουαζιέρες που αποτελούν το καθένα έναν διαφορετικό τρόπο ψυχαγωγίας ανάλογα με τις προτιμήσεις του τουρίστα.
Στην Ελλάδα, η συμβολή της θαλάσσιας δραστηριότητας είναι αδιαμφισβήτητη και αποτελεί όπλο υπέρ της οικονομικής ανάπτυξης . Η εγκατάσταση πολλών ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας κοντά σε θαλάσσιες περιοχές αποδεικνύει την ύπαρξη υψηλής τουριστικής ζήτησης και την ανάγκη για τις επιχειρήσεις να εκμεταλλεύονται με τον καλύτερο τρόπο τις τοπικές παραθαλάσσιες περιοχές.

### *1.1.4* Ορεινός Τουρισμός

Η ορειβασία ,η εξερεύνηση της άγριας ζωής ,η όμορφη θέα και ο καθαρός αέρας είναι για κάποιους σημαντικό κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.

Συνήθως οι επισκέπτες αυτοί λατρεύουν χώρες με χιονισμένα βουνά , φαράγγια και γενικότερα απότομα σημεία της φύσης για να μπορούν να εξερευνούν. Αυτό το άθλημα σίγουρα απαιτεί επιπρόσθετο εξοπλισμό και καλή φυσική κατάσταση για να μπορέσει κανείς να ανταπεξέλθει στις δυσχερείς συνθήκες. Η αξιοποίηση περιοχών με κατάλληλες υποδομές για χιονοδρομικό τουρισμό που θα προσελκύσει ενδιαφερόμενους, είναι ο βασικός στόχος της συγκεκριμένης μορφής.



**Εικόνα 1.2: Λευκό Όρος**

**Πηγή: (Wikipedia.org)**

Ανάλογα με τα «θέλω» του κάθε καταναλωτή αλλά και τις ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας ο ορεινός τουρισμός χωρίζεται σε δύο είδη, τον χιονοδρομικό και τον τουρισμό βουνού.

**Χιονοδρομικός τουρισμός**

Οι κλιματικές συνθήκες κάποιων χωρών ευνοούν τις δραστηριότητες αναψυχής όπως για παράδειγμα το σκι. Ένα χιονοδρομικό κέντρο για να λειτουργήσει ομαλά απαιτεί την ύπαρξη του κατάλληλου εξοπλισμού και την εγκατάσταση κοντινών ξενοδοχειακών μονάδων για την διαμονή των τουριστών (Παπαγεωργίου 2010).

**Τουρισμός βουνού**

Ένα ξεχωριστό είδος ορεινού τουρισμού θεωρείται ο τουρισμός βουνού που επιλέγεται από ανθρώπους με κίνητρα και ενδιαφέροντα σχετικά με την κατασκήνωση, τους περιπάτους, την εξερεύνηση άγριας ζωής αλλά και την ποδηλασία( Παπαγεωργίου 2010) .

### *1.1.5* Θρησκευτικός Τουρισμός

Θρησκευτικό λέμε τον τουρισμό όπου άνθρωποι με θρησκευτικά κυρίως κίνητρα πραγματοποιούν ταξίδια σε χώρες ή περιοχές με σκοπό να παρευρεθούν σε χώρους προσκυνήματος και να θαυμάσουν ιστορικά θρησκευτικά αξιοθέατα.
Από την αρχαιότητα γνωρίζουμε τον θρησκευτικό τουρισμό ως μια από τις πιο γνωστές μορφές τουρισμού με ταξιδιώτες να αναζητούν ιερούς χώρους για επίσκεψη, στην Ελλάδα και σε πλήθος άλλων κρατών. Ιστορικά, τα θρησκευτικά ταξίδια αποτελούν τις

πρώτες επίσημες μετακινήσεις ταξιδιωτών, γεγονός που την καθιερώνει ως την αρχαιότερη μορφή τουρισμού (Τσάρτας 1996)..
Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο θρησκευτικός τουρισμός έχει μεγάλη οικονομική και κοινωνική σημασία και σημαντικό αποδεικτικό στοιχείο αποτελεί ο τεράστιος πληθυσμός πιστών στον κόσμο.
Αξίζει να σημειωθεί ότι η ορθοδοξία αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της ελληνικής κληρονομίας και υπάρχουν αμέτρητα μνημεία και χώροι λατρείας που αποτελούν πόλο έλξης για τους θρησκευόμενους τουρίστες.

### *1.1.6* Αρχαιολογικός Τουρισμός

Ο αρχαιολογικός τουρισμός αναφέρεται στην διάθεση των ανθρώπων να επισκεφθούν μια χώρα με σκοπό να γνωρίσουν τον πολιτισμό, να επισκεφθούν αρχαιολογικά μνημεία, να παρακολουθήσουν παραστάσεις και φεστιβάλ που διοργανώνονται.



**Εικόνα 1.3: Αρχαιολογικός Τουρισμός- Η νέα τάση στα ταξίδια**

**Πηγή: (Clickatlife.gr)**

Πολλά ιδιαίτερα μνημεία και αρχαιολογικά μουσεία σε πολλές περιοχές της χώρας προσελκύουν τουρίστες με διάθεση να γνωρίσουν πολιτισμούς ,ήθη, έθιμα και παραδόσεις. Κάποιοι απτούς πιο γνωστούς ιστορικούς χώρους της χώρας είναι η Ακρόπολη , η Κνωσός , η Φαιστός , οι Δελφοί και πολλά άλλα αξιοσημείωτα αρχαιολογικά κέντρα που αποτελούν τον πόλο έλξης πολλών καταναλωτικών πληθυσμών.

### *1.1.7* Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπων που επιθυμούν να γνωρίσουν την πολιτιστική κληρονομιά και την κουλτούρα άλλων λαών. Τα κίνητρα και η τάση τους, είναι να συγκεντρώσουν νέες πληροφορίες και γνώσεις για πολιτισμούς ,να θαυμάσουν μοναδικά ήθη, έθιμα και παραδόσεις.
Η Ελλάδα, για μία ακόμα φορά, αποτελεί ιδανικό προορισμό για άτομα με πολιτιστικές ανάγκες λόγω της προόδου της σε τέχνες όπως η μουσική, η ζωγραφική, η γλυπτική, η

γλώσσα, αλλά και λόγω της ύπαρξης ποικίλλων αρχαιολογικών μουσείων. Ο ελληνικός πολιτισμός κρατάει σε υψηλά επίπεδα την τουριστική ζήτηση της χώρας με τα ποσοστά επισκεψιμότητας σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους να μένουν αναλλοίωτα, δημιουργώντας γερά θεμέλια για μεγαλύτερη μελλοντική οικονομική πρόοδο.

### *1.1.8* Οικολογικός Τουρισμός

Ο οικολογικός τουρισμός αποτελείται από το σύνολο των τουριστών που αφήνουν την μόνιμή κατοικία τους για ένα χρονικό διάστημα, με σκοπό να ενισχύσουν την οικολογική τους δράση. Οι οικολόγοι-τουρίστες πασχίζουν για την αντιμετώπιση των σοβαρών προβλημάτων που δημιουργεί η ανθρώπινη δράση στην χλωρίδα και στην πανίδα. Θα επισκεφθούν μια περιοχή με σκοπό να αναλάβουν εργασίες και να καταπολεμήσουν τέτοιου είδους αρνητικά φαινόμενα (Λιναρδάτου 2008).
Πολλές οργανωμένες προσπάθειες λαμβάνουν μέρος ανά τον κόσμο αποσκοπώντας στην μείωση της εκμετάλλευσης και καταστροφής του φυσικού περιβάλλοντος. Οικολογικά ξενοδοχεία και εστιατόρια αλλάζουν την πολιτική τους, χρησιμοποιώντας οικολογικούς μεθόδους όπως για παράδειγμα η εξοικονόμηση νερού, η μείωση κατανάλωσης πετρελαίου, η χρησιμοποίηση τροφίμων από φυσικές τοπικές πηγές και η χρήση ανακυκλωμένων υλικών.

### *1.1.9* Θεραπευτικός/Ιαματικός Τουρισμός

Θεραπευτικός ή Ιαματικός χαρακτηρίζεται ο τουρισμός όπου οι επισκέπτες επιλέγουν μέσω των διακοπών τους, να χαλαρώσουν, να διατηρήσουν και να βελτιώσουν την ψυχική τους υγεία. Στόχος τους είναι η ανεύρεση ιαματικών πηγών όπως τα ιαματικά νερά που βρίσκονται σε απομακρυσμένα σημεία της Γης και υπάρχουν διάσπαρτα στο φυσικό περιβάλλον. Χρησιμοποιούνται πολλά είδη ιαματικής θεραπείας, τα οποία αποτελούν αντίδοτο για τις ρευματικές και αναπνευστικές παθήσεις ή και την αρτηριακή υπέρταση.

### *1.1.10* Επαγγελματικός Τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός αφορά τις κατηγορίες επισκεπτών που πραγματοποιούν ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους.
Το άτομο που ταξιδεύει σε μια άλλη χώρα δεν πραγματοποιεί απαραίτητα καμία τουριστική δραστηριότητα ούτε διαμένει στον τόπο που επισκέπτεται. Το ταξίδι του ανεβάζει το μορφωτικό και κοινωνικό επίπεδο του τόπου και ο λόγος της επίσκεψης του μπορεί να είναι η συμμετοχή σε διασκέψεις ,συνέδρια ,παρακολούθηση σεμιναρίων και διαφήμιση προϊόντων.
Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι μια μεγάλη αγορά στην οποία ο επαγγελματίας ενδιαφέρεται για την αγορά προϊόντων και αναζητά τις καλύτερες λύσεις σαν καταναλωτής (Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου 2007). Ο επαγγελματικός τουρισμός χωρίζεται σε 4 μορφές, οι οποίες είναι ο εκθεσιακός, ο συνεδριακός, ο τουρισμός κινήτρων καθώς και ο ατομικός επαγγελματικός τουρισμός. Ένας επαγγελματίας, λοιπόν, μπορεί να ταξιδεύει με σκοπό να προωθήσει προϊόντα, να συμμετάσχει σε συνέδρια και σεμινάρια είτε για να γνωρίσει νέες τεχνολογίες είτε ως εκπρόσωπος εταιρίας ή και για λόγους αναψυχής.

### *1.1.11* Αστικός Τουρισμός

Ο κλάδος του τουρισμού που αποτελείται από το πλήθος επισκεπτών που ταξιδεύουν και πραγματοποιούν τις διακοπές τους σε πόλεις, ονομάζεται αστικός τουρισμός.
Λόγω της μεγάλης κινητικότητας, της ύπαρξης πολλών εστιατορίων , καφετεριών, σινεμά ,παραδοσιακών μουσείων, ο επισκέπτης επιλέγει μια μεγάλη πόλη για την κάλυψη των αναγκών και επιθυμιών του. Ο τουρίστας είτε θέλει να διασκεδάσει, είτε να γνωρίσει τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες της περιοχής, είτε να εργαστεί, βρίσκει πάντα ικανοποιητικά αποτελέσματα κοντά σε μεγάλες αστικές πόλεις.
Η αστική τουριστική δραστηριότητα συμβάλλει καθοριστικά στην κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη. Η αστικοποίηση δεν είναι πάντα ένα θετικό φαινόμενο για την οικονομία μιας χώρας καθώς ευθύνεται για τα υψηλά ποσοστά ανεργίας, ρύπανσης και κυκλοφοριακών προβλημάτων.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2
# ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

## 2.1 Η Κατανόηση της Καινοτομίας

Η τεχνολογία και η τεράστια πρόοδος που έχει παρουσιάσει τα τελευταία χρόνια στην επιχειρηματική αγορά, την έχει καθιερώσει ως έναν απτούς σημαντικότερους συντελεστές οικονομικής εξέλιξης.




**Εικόνα 2.1: Τι είναι η Καινοτομία**

Οι συνεχείς αλλαγές που παρουσιάζονται στην αγορά αναγκάζουν τους επιχειρηματίες να αναζητήσουν νέες παραγωγικές μεθόδους ,νέες ιδέες για καινοτόμα προϊόντα και την βελτίωση των υπαρχόντων υπηρεσιών με σκοπό την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την διευκόλυνση της μετακίνησης

από χώρα σε χώρα, δημιουργούνται δυσκολίες στις επιχειρήσεις, οι οποίες ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του πελατειακού κοινού. Η ανάγκη ,λοιπόν , για την προσαρμογή στις εξελισσόμενες συνθήκες της αγοράς είναι απαραίτητη για να μπορέσει μια επιχείρηση να αυξήσει την ζήτηση των προϊόντων της. Η εξοικείωση με την τεχνολογία και η ανάπτυξη της τεχνογνωσίας σε όλα τα τμήματα της επιχείρησης είναι απαραίτητος συντελεστής για την εξέλιξη μιας επιχείρησης.
Καινοτομία εννοούμε κάθε εφεύρεση, κάθε εγχείρημα που οδηγεί σε κάτι καινούριο και πρωτοποριακό στην επιχείρηση και προσθέτει αξία. Υπάρχουν πολλοί τύποι καινοτομίας και μπορούν να αξιοποιηθούν σε όλο το εύρος της επιχείρησης όπως η ανάπτυξη του μάρκετινγκ , οι νέοι μέθοδοι, τα επιχειρηματικά μοντέλα, τα νέα προϊόντα, και οι βελτιώσεις στην διοίκηση και στην διαχείριση στο εσωτερικό της. Η καινοτομία αποτελείται από την ιδέα του επιχειρηματία και από την αξιοποίηση της σε ένα εμπόρευμα ή μια υπηρεσία που έχει σκοπό να προσελκύσει μια μάζα τουριστών και να αυξήσει τα κέρδη της επιχείρησης. Είναι δηλαδή, η ενσωμάτωση της ιδέας σε ένα προϊόν ή μια υπηρεσία και η παρουσίαση του στην τουριστική αγορά. Πρέπει να κατανοήσουμε ότι η καινοτομία δεν αποτελεί απαραίτητα διαμόρφωση ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας αλλά μπορεί να σχετίζεται με μια μικρή αλλαγή στα χαρακτηριστικά μιας υπηρεσίας ή βελτιώσεις και προσαρμογές των υπαρχόντων προϊόντων και υπηρεσιών που μπορεί να ικανοποιεί τις ανάγκες μιας μερίδας καταναλωτών (ΕΟΜΜΕΧ 2009).
Γενικότερα, ως καινοτομία, ορίζουμε κάθε ανανέωση και αλλαγή στα προϊόντα και στις υπηρεσίες, στο δίκτυο διανομής, στον τρόπο διαχείρισης της επιχείρησης, και στις μεθόδους παραγωγής που χρησιμοποιούνται. Δεν αρκεί μόνο το θεωρητικό κομμάτι για να κριθεί μια επιχείρηση καινοτόμα, αλλά απαιτείται η ενσωμάτωση της ιδέας σε κάποιο προϊόν ή υπηρεσία. Προκειμένου ένας επιχειρηματίας να φτάσει στο σημείο να επινοήσει μια καινοτόμο ιδέα, πρέπει να πραγματοποιήσει μελέτες για να συλλέξει πληροφορίες και στοιχεία που θα επιβεβαιώσουν ότι ένα τουριστικό προϊόν θα αποφέρει θετικά αποτελέσματα. Η αξιοποίηση των πηγών γνώσης όπως η παρακολούθηση σεμιναρίων και εκθέσεων, καθώς και η αξιοποίηση των ηλεκτρονικών πηγών του διαδικτύου αυξάνουν το μορφωτικό επίπεδο και την προετοιμασία . Αποτελεί ένα εγχείρημα γεμάτο ρίσκο και κινδύνους και απαιτεί πόρους, οργάνωση και την σωστή εκμετάλλευση των ευκαιριών. Η ικανότητα ενός ατόμου να πραγματοποιήσει σωστά αυτές τις διαδικασίες, τον καθιστά έναν ικανό καινοτόμο επιχειρηματία. Η συλλογική δράση και συνεργασία στο εσωτερικό της επιχείρησης είναι ο πυρήνας της δημιουργίας καινοτομιών. Τα μέλη και τα στελέχη μίας επιχείρησης θα πρέπει να έχουν ένα υψηλό μορφωτικό επίπεδο, να ανταλλάσσουν γνώσεις και να καλύπτουν τα κενά της αμάθειας που προκύπτουν κατά την διάρκεια της διαδικασίας. Η ικανότητα αυτών των ατόμων να συνδυάζουν τους πόρους της επιχείρησης ή τα τεχνολογικά μέσα που χρησιμοποιεί η επιχείρηση, μπορεί να οδηγήσει στην επινόηση κάποιας καινοτόμου ιδέας (Κατσίκης 2013).
Η διαμόρφωση της ιδέας της καινοτομίας συνδέεται με την εξέλιξη της τεχνολογίας και η ανάπτυξη της έχει μεγάλη βαρύτητα σε όλα τα επίπεδα της οικονομίας. Σε μακροοικονομικό επίπεδο βοηθάει στην καλύτερη λειτουργία του ρυθμού ανάπτυξης της οικονομίας και του επιπέδου διαβίωσης. Σε βιομηχανικό επίπεδο επιδράει θετικά στην ποιότητα των αγαθών, στο εμπόριο και στα κέρδη. Απτήν πλευρά του επιχειρηματία μια καινοτομική στρατηγική ή ένα καινοτόμο προϊόν βοηθούν την επιχείρηση και τον επιχειρηματία να αποκτήσει κέρδη.

## 2.2 Η Σημασία της Καινοτομίας

Την σύγχρονη εποχή ,η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και οι εξελισσόμενες επιχειρήσεις, καθιστούν απαραίτητη την αναζήτηση καινοτόμων λύσεων. Οι

επιχειρηματίες έχουν πλέον εδραιώσει την ιδέα της καινοτομίας και έχουν αντιληφθεί ότι για την επέκταση του κύκλου ζωής της επιχείρησης και την υψηλή θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών πρέπει να αγωνιστούν σκληρά και έξυπνα.

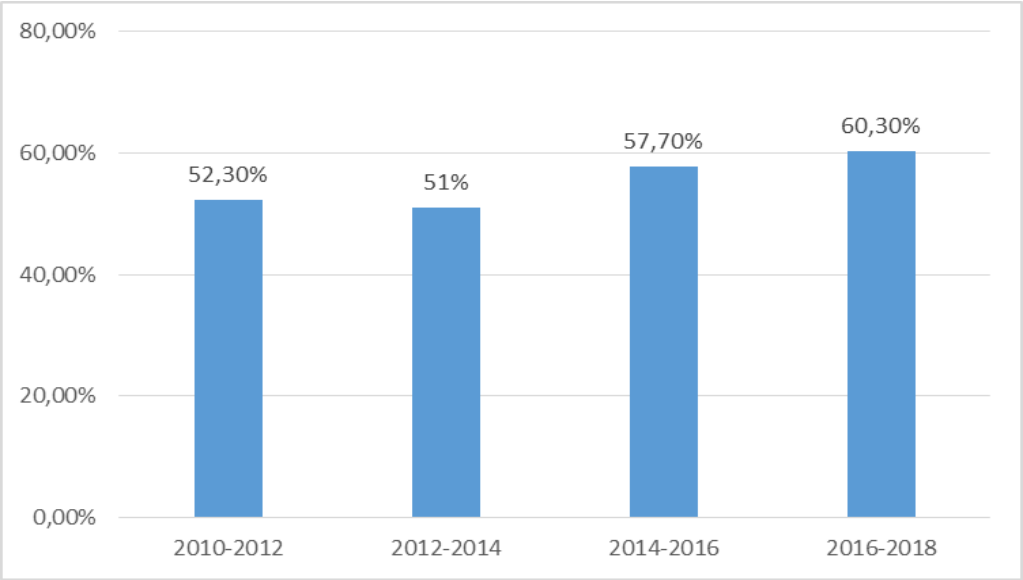
Η λογική λέει ότι, όταν οι επιχειρήσεις λειτουργούν καινοτομικά, μια επιχείρηση που προσφέρει τα ίδια προϊόντα χωρίς βελτιώσεις δε θα μπορέσει να ανταποκριθεί στις σύγχρονες απαιτήσεις των καταναλωτών. Η επιβίωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εξαρτάται από την δυνατότητα αντιμετώπισης των ‘’κολοσσών’’ της αγοράς και των tour operators, που διαθέτουν πόρους και μέσα για να διατηρούνται στην κορυφή. Οι επιχειρήσεις που δυσκολεύονται να αξιοποιήσουν τις νέες τεχνολογικές μεθόδους, επιλέγουν να συνεργαστούν μεταξύ τους και να αλληλοστηριχθούν με την ανταλλαγή γνώσεων, εξοπλισμού και τεχνολογίας. Είναι μια ευκαιρία για τις μικρές επιχειρήσεις να αυξήσουν την γκάμα των προϊόντων τους και να πετύχουν υψηλότερα επίπεδα παραγωγικότητας. Τα δίκτυα συνεργασίας αποτελούν μια σημαντική πηγή εξάπλωσης των καινοτομικών ιδεών και απαιτεί ένα νομοθετικό σύστημα που μεριμνά για την δημιουργία και την χρηματοδότηση τους.

Η ανακάλυψη της ιδέας και η εκτέλεση της είναι δυο εντελώς διαφορετικές έννοιες. Η εφαρμογή της απαιτεί τον ισχυρό χαρακτήρα και την επιρροή ενός ικανού επιχειρηματία που θα διαθέτει εξειδικευμένες γνώσεις, πόρους και την ικανότητα της διαχείρισης του άγχους, της πίεσης και της ανάληψης ρίσκου. Μερικές φορές ο επιχειρηματίας είναι ικανός να ανακαλύψει μια επιχειρηματική ευκαιρία στην αγορά αν και στην συνέχεια είτε λόγω δισταγμού, είτε λόγω οικονομικής ανικανότητας, αποφασίζει να μην προχωρήσει στην αξιοποίηση της. Αύτη η φιλοσοφία του επιχειρηματία μπορεί να αποτελέσει τον λόγο της πτώσης του (Karol Śledzik 2013). Για να διαμορφώσει μια επιχείρηση ένα νέο προϊόν στην αγορά θα πρέπει πρώτα να μεριμνήσει για την διάδοση γνώσης και πληροφοριών σε όλα τα τμήματα της. Απαιτούνται υψηλά επίπεδα τεχνολογικών γνώσεων από όλα τα μέλη της επιχείρησης, καθώς και άτομα ικανά για την διεύθυνση και την διαχείριση των τμημάτων Έρευνας και Ανάπτυξης (Κατσίκης 2013).

Βασικός συντελεστής ανάπτυξης της οικονομίας μιας περιφέρειας και γενικότερα μιας χώρας, αποτελεί η παραγωγικότητα των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις για να αξιοποιήσουν την στρατηγική της καινοτομίας, χρειάζονται ένα υγιές επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο θα υπάρχει ένα περιφερειακό σύστημα που μεριμνά για την ανάπτυξη της. Ένα σύνολο θεσμών και νόμων που θα ευνοεί την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών. Το κράτος, λοιπόν , θα πρέπει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις με την εξάλειψη νομοθετικών περιορισμών, την χρηματοδότηση τους και την εφαρμογή μακροοικονομικών πολιτικών που θα παροτρύνουν τους επιχειρηματίες να στραφούν στην γνώση και την τεχνολογική πρόοδο.

Σύμφωνα με τους πιο πρόσφατους οικονομικούς ελέγχους, έχει παρατηρηθεί μια σημαντική εξέλιξη και αύξηση της αξιοποίησης καινοτομικών διαδικασιών στην Ελλάδα. Με τον τεράστιο ανταγωνισμό και τις υψηλές απαιτήσεις των καταναλωτών, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις μεριμνούν για την ανάδειξη καινοτόμων λύσεων που θα αποφέρουν κέρδη. Χαρακτηριστικό της καινοτομικής εξέλιξης στην χώρα, αποτελεί η στατιστική σύγκριση των καινοτόμων επιχειρήσεων τα τελευταία έτη.

**Πίνακας 2.2: Βασικοί δείκτες για την καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις(2016-18)**




**Πηγή: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, (2021)**

Σε σύγκριση με τον τελευταίο έλεγχο της περιόδου 2014-2016 όσον αφορά τα καινοτόμα προϊόντα, οι ελληνικές επιχειρήσεις την περίοδο του 2016-18 παρουσίασαν ποσοστό της τάξης του 42,5%, δηλαδή αύξηση των πωλήσεων κατά 11,8%. Όσον αφορά την καινοτομία στις επιχειρηματικές λειτουργίες, οι επιχειρήσεις παρουσίασαν πρόοδο, καθώς ανέπτυξαν ένα ποσοστό της τάξεως του 55,2% για την περίοδο 2016-18 (Πίνακας 2.2).
Υπάρχουν πολλά εμπόδια στην εφαρμογή τεχνικών όπως η καινοτομία. Στην Ελλάδα υπάρχει υψηλός βαθμός γραφειοκρατίας, νομοθετικών και οικονομικών περιορισμών καθώς και ο φόβος του επιχειρηματία να τολμήσει κάτι νέο. Ο φόβος της αποτυχίας δημιουργεί μια συντηρητική νοοτροπία που οδηγεί τις επιχειρήσεις, στην τάση να διατηρούν μια στασιμότητα στην εξέλιξη και να χάνουν την ευκαιρία να ακολουθήσουν τον δρόμο του ανταγωνισμού και της οικονομικής ανάπτυξης. Παρά τα εμπόδια, οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν αλλάξει φιλοσοφία και έχουν αρχίσει να πραγματοποιούν σημαντικά βήματα εξέλιξης παρουσιάζοντας, τα τελευταία χρόνια, ανοδική πορεία.

## 2.3 Τα Είδη της Καινοτομίας

Η καινοτομία διακρίνεται σε διάφορες μορφές ανάλογα με τον βαθμό και την διαδικασία της διαφοροποίησης που αποσκοπεί μια εταιρία να επιτύχει. Αν δηλαδή μια εταιρία θέλει να επιτύχει μια μικρή αλλαγή στα χαρακτηριστικά ενός αγαθού, εάν θέλει να το μετατρέψει ριζικά ή ακόμα και να παράγει στη θέση του ένα νέο προϊόν και με ποιο τρόπο θα το πράξει.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα είδη της καινοτομίας:

**Καινοτομία προϊόντος/υπηρεσίας:** ονομάζουμε την καινοτομία στην οποία πραγματοποιούνται βελτιώσεις προϊόντων μέσω διάφορων τεχνικών. Για παράδειγμα μπορεί να επιτευχθεί με την αλλαγή της συσκευασίας, τις διαφορετικές πρώτες ύλες την διαφοροποίηση του υπάρχοντος προϊόντος ή την εφεύρεση ενός νέου.

**Καινοτομία διαδικασίας:** αφορά την αλλαγή στις διαδικασίες και τα μέσα παραγωγής μιας επιχείρησης. Οι αλλαγές που πραγματοποιούνται σε αυτό το είδος είναι στα κανάλια διανομής , στον τρόπο χρηματοδότησης ή στην λειτουργία της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα η καινοτομία διαδικασίας εμφανίζεται όταν χρησιμοποιείται μια νέα διαδικασία, λειτουργία ή αλλαγή στην παραγωγική διαδικασία που επιφέρει την διαφοροποίηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας και παρουσιάζεται στην αγορά.
**Οριακή καινοτομία:** είναι ο εκσυγχρονισμός μια επιχείρησης μέσα από την υιοθέτηση νέων διαμορφωμένων πρακτικών λειτουργίας. Χρησιμοποιεί διαφορετικές στρατηγικές για να προσελκύσει πελάτες και να αποφέρει αποδοχή από τον καταναλωτικό πληθυσμό. Κάποιες από αυτές τις τεχνικές είναι το reengineering , το μάνατζμεντ ολικής ποιότητας και η διαχείριση ανθρωπίνων πόρων (ΣΒΒΕ 2006)
**Ριζική καινοτομία:** αποκαλείται η ριζική αλλαγή, η ολοκληρωτική διαφοροποίηση των χαρακτηριστικών ενός προϊόντος που μπορεί να διαταράξει τις συνθήκες στην αγορά. Είναι μια ολοκληρωτική και θεμελιώδης αλλαγή σε λειτουργικά τμήματα ή κλάδους μιας επιχείρησης που αποκόβεται από τίς απαρχαιωμένες πρακτικές (Κατσίκης 2003).
**Πολύτιμη καινοτομία:** ονομάζουμε την καινοτομία που δεν ασχολείται με την παράδοση των περισσότερων επιχειρήσεων, δηλαδή να επιδιώκει την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, αλλά επικεντρώνεται στις ανάγκες και τα «θέλω» του πελάτη.

## 2.4 Η Καινοτομία στον Τουρισμό

### 2.4.1 Η Καινοτομία στον Τουριστικό Κλάδο

Ο τουρισμός στην σύγχρονη εποχή είναι η σημαντικότερη παγκόσμια βιομηχανία που προσφέρει ένα σημαντικό ποσοστό εσόδων σε κάθε κράτος. Μια επιχείρηση μπορεί να καινοτομήσει, εκμεταλλευόμενη αθλητικές, πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Μπορεί να βελτιώσει την ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών, μπορεί να χρησιμοποιήσει νέα επιχειρηματικά μοντέλα, νέες μεθόδους μάρκετινγκ και καινούριες στρατηγικές που θα την οδηγήσουν στην επιχειρηματική επιτυχία. Για να μπορέσει μια επιχείρηση να προσφέρει βελτιωμένες υπηρεσίες στον επισκέπτη θα πρέπει να είναι ανοιχτή στην υιοθέτηση νέων ιδεών και τεχνικών, να μπορεί να συνδυάσει την παραγωγή με την κατανάλωση και να επικεντρωθεί στην εξατομίκευση των προϊόντων έτσι ώστε να είναι σε θέση να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις κάθε πελάτη ξεχωριστά.
Για την επιβίωση πολλών μικρών επιχειρήσεων που πλήττονται από τον έντονο ανταγωνισμό και την ύπαρξη μεγάλων εταιριών σε μια περιοχή, η συνεργασία και η ύπαρξη ενός δικτύου μεταξύ επιχειρήσεων, ιδιωτικού και δημόσιου τομέα αποτελεί μια βιώσιμη λύση. Η προσαρμογή σε τέτοια δίκτυα, οι συνεχείς διαπραγματεύσεις και η κοινή γνώση μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να παρουσιάσουν ανταγωνιστικά και ποιοτικά προϊόντα στην αγορά. Για την ανάπτυξη της καινοτομίας απαιτείται η ικανότητα του επιχειρηματία και της τοπικής κοινωνίας να συνεργαστούν, να διαδώσουν πληροφορίες, να χτίσουν το αίσθημα της εμπιστοσύνης μεταξύ τους. Να οργανώσουν κοινωνικοοικονομικά δίκτυα που θα βοηθήσουν στην διάδοση γνώσεων και τεχνικών με στόχο την επιτυχία. (Venetsanopoulou & Katsoni 2013).
Ένας σημαντικός τρόπος επικοινωνίας των τουριστικών επιχειρήσεων και των καταναλωτών έχουν αποτελέσει οι διαδικτυακές συναλλαγές. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις διαδικτυακές υπηρεσίες ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να αναζητήσει και να βρει αυτό που ψάχνει, να επικοινωνήσει ταχύτητα και χωρίς κόστος με την επιχείρηση. Βέβαια, μια επιχείρηση, με σκοπό να καινοτομήσει, πρέπει να

χρησιμοποιήσει καινούριες μεθόδους μάρκετινγκ όσον αφορά την διαδικτυακή πλατφόρμα και τις επιλογές που δίνει στον καταναλωτή (Venetsanopoulou & Katsoni 2013).
Ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα στον τομέα της καινοτομίας είναι η καταπάτηση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ύπαρξη πολλών επιχειρήσεων και η συνεχής παρουσίαση καινοτόμων προϊόντων καθιστά εύκολη την μίμηση και την αντιγραφή για επιχειρήσεις που δεν έχουν την γνώση ή τους πόρους να δημιουργήσουν κάτι δικό τους. Η οργάνωση και διοίκηση μιας επιχείρησης, θα πρέπει να είναι σχεδιασμένες με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να απορροφήσει γνωστικό υλικό και τεχνογνωσία, έτσι ώστε να το μετατρέψει σε προϊόν και να το προωθήσει στην αγορά. Η διοίκηση πρέπει να μεσολαβήσει και να τοποθετήσει τα σωστά άτομα, στις κατάλληλες θέσεις με δεξιότητες στην διαχείριση γνώσης και στην συλλογή δεδομένων έτσι ώστε κάθε επιχειρηματική ευκαιρία να είναι εφικτό να γίνει εκμεταλλεύσιμη (Decelle 2004).
Παρά την αναγκαιότητα της καινοτομίας στις σύγχρονες συνθήκες της εποχής, η εξελικτική της πορεία στην χώρα χαρακτηρίζεται από μετριότητα. Για την συνέπεια αυτή θα πρέπει να αποδοθούν ευθύνες στην οικονομική κρίση, καθώς και στην αδράνεια της Κυβέρνησης. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 40,28% της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, το κατέχει η περιοχή της Αττικής. Το επίπεδο των θέσεων εργασίας είναι αρκετά χαμηλό, με σημαντικότερη επίπτωση το κλείσιμο πολλών επιχειρήσεων. Σε μια χώρα με τόσο υψηλό δείκτη τουριστικής δραστηριότητας, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να μεριμνήσουν για την ανάπτυξη της καινοτομικής δράσης και την αύξησης της απασχόλησης. Κάποιες από τις σημαντικότερες αποφάσεις και λύσεις στο θέμα , είναι η δημιουργία ενός τμήματος Έρευνας & Ανάπτυξης που θα είναι υπεύθυνο για την τακτική ενημέρωση και πληροφόρηση σε όλα τα τμήματα μιας επιχείρησης. Η πληροφόρηση σχετικά με τις τάσεις της αγοράς, καθώς και της νέας τεχνολογίας που αξιοποιείται στον επιχειρηματικό χώρο, θα εξειδικεύσει το προσωπικό, το οποίο θα είναι πιο εκπαιδευμένο και έτοιμο για την αξιοποίηση των ευκαιριών στην αγορά. Επίσης μια λύση στο πρόβλημα αποτελεί η δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων ανά τοπικές περιοχές. Οι συγκεντρώσεις ή αλλιώς συστάδες των επιχειρήσεων σε περιοχές με έντονη τουριστική ζήτηση, θα βοηθήσει και θα ενθαρρύνει την συνεργασία των επιχειρήσεων με σκοπό την ανταλλαγή γνώσεων, προϊόντων, τεχνολογιών και υπηρεσιών.
Επιπροσθέτως, η συνεργασία επιχειρήσεων με προμηθευτές ή ανταγωνιστές τους επιτρέπει να έχουν πρόσβαση σε γνώσεις και πόρους των συνεργατών καθώς και να προωθούν νέα σχέδια μάρκετινγκ και νέες δημιουργίες υπηρεσιών. Η αλληλεπίδραση τους, δημιουργεί ισχυρά θεμέλια για την ευρύτερη καινοτομική δράση στο επιχειρηματικό περιβάλλον.
Τέλος η κυβέρνηση θα πρέπει να δραστηριοποιηθεί στον τομέα του τουρισμού και να προσφέρει κυβερνητικά προγράμματα που θα βοηθήσουν την ανάπτυξη των μικρό μεσαίων επιχειρήσεων, στην χρηματοδότηση και στήριξη της καινοτομικής δραστηριότητας στην αγορά(Xirouchakis 2015).

### 2.4.2 Οι Κατηγορίες Καινοτομίας στον Τουρισμό

Οι κατηγορίες της καινοτομίας στον τουρισμό είναι οι εξής:

- **Καινοτομία στην αξιοποίηση του Οικό-τουρισμού:** ονομάζουμε την καινοτομία που έχει οικολογική δράση δηλαδή προσπαθεί να αξιοποιεί το φυσικό περιβάλλον και να μεριμνά για την προστασία του. Σκοπός της είναι η ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς μιας περιοχής (πχ αξιοποίηση πηγών ενέργειας).

- **Καινοτομία στην αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας:** Η τεχνολογική ανάπτυξη της εποχής δίνει την ευκαιρία αξιοποίησης πολλών νέων μεθόδων που θα διευκολύνουν τις συναλλαγές μεταξύ ξενοδοχείων ή άλλων τουριστικών επιχειρήσεων και την διαμονή των τουριστών στα καταλύματα.

- **Καινοτομία στην διοίκηση και στις μορφές οργάνωσης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον κλάδο του τουρισμού:** χρησιμοποιούνται σύγχρονες επιχειρηματικές στρατηγικές με σκοπό την αύξηση της καταναλωτικής ζήτησης. Παράδειγμα, συνεργατικές συμμαχίες με σκοπό την αναβάθμιση ενός προϊόντος και την αύξηση της τουριστικής ζήτησης.

- **Καινοτομία στην προβολή(Marketing) τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών:** Περιλαμβάνονται στρατηγικές προώθησης και προβολής τουριστικών προϊόντων σε συνεργάτες όπως tour operators ή τελικούς καταναλωτές. Μπορεί να προωθήσει τις υπηρεσίες του μέσω της αξιοποίησης του internet και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

- **Καινοτομία στο σχεδιασμό και την παροχή νέων προϊόντων και υπηρεσιών του κλάδου:** Σκοπός της συγκεκριμένης καινοτομίας είναι η διερεύνηση καινοτόμων λύσεων και η δημιουργία πρωτοποριακών προϊόντων ή υπηρεσιών που θα φέρουν κάτι ξεχωριστό στον τομέα του τουρισμού. Στην Ελλάδα βρίσκονται ακόμα σε μεταβατικό στάδιο δημιουργίας όπως για παράδειγμα ο συνεδριακός τουρισμός (Παππάς 2008).

### 2.4.3 Τα Οφέλη της Καινοτομίας στον Τουρισμό

Μεγάλη σημασία για την οικονομία της χώρας, έχει η ύπαρξη ανθρώπων που αναλαμβάνουν το ρίσκο της δημιουργίας, ικανοί να εντοπίσουν και να αξιοποιήσουν κάθε ευκαιρία που παρουσιάζεται στην αγορά. Οι απαιτήσεις και οι ανάγκες των πελατών αλλάζουν ταχύτατα, πράγμα που καθιστά απαραίτητο για τις επιχειρήσεις να είναι ικανές να προσφέρουν βελτιωμένες υπηρεσίες ώστε να ανταπεξέλθουν στο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Όσο περισσότερο καινοτομεί μια επιχείρηση, τόσο περισσότερους καταναλωτές θα προσελκύσει, γεγονός που δημιουργεί και μεγαλύτερη ζήτηση ανθρώπινου δυναμικού, βελτιώσεις στις συνθήκες διαβίωσης αλλά και ανάδειξη των τοπικών περιοχών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Τόσο σε εθνικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο, η καινοτομία αποτελεί βαρόμετρο για την αύξηση του εθνικού εισοδήματος και την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Ειδικότερα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ή αλλιώς ΜΜΕ, δημιουργούν αρκετά οφέλη στην τοπική οικονομία. Η ικανότητα τους να προσφέρουν καινοτομίες που επιτρέπουν την εύκολη πρόσβαση του καταναλωτικού κοινού, να αξιοποιούν την εξειδικευμένη γνώση και την νέα τεχνολογία, δημιουργεί ωφέλιμες συνθήκες για την περιφερειακή ανάπτυξη. Η ανάπτυξη των ΜΜΕ είναι μια λύση στην βιωσιμότητα των περιφερειών(Xirouchakis 2015).
Η άφιξη όλο και περισσότερων καταναλωτών που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν τις τοπικές ιδιαιτερότητες, δημιουργούν μια ισχυρή τοπική οικονομία και προωθούν τον πολιτιστικό και τοπικιστικό στοιχείο της περιοχής. Η αλλαγή είτε ενός προϊόντος είτε μιας λειτουργίας της επιχείρησης, με την χρήση νέων τεχνολογικών μεθόδων, οδηγούν στην σταδιακή αλλαγή και την τεχνολογική εξέλιξη μιας κοινωνίας.

Η καινοτομία στην τουριστική βιομηχανία, όπως και σε κάθε άλλη βιομηχανία της χώρας, αποτελεί τον κινητήριο μοχλό της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας, καθώς δίνει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να προσαρμόζονται γρήγορα στο περιβάλλον, να βελτιώνουν το μορφωτικό επίπεδο του προσωπικού και να εκσυγχρονίζουν τις λειτουργίες της επιχείρησης τους. Όσο οι επιχειρήσεις είναι ικανές να προσφέρουν νέες υπηρεσίες και προϊόντα στους καταναλωτές, τόσο θα αυξάνεται η άφιξη τουριστών στην χώρα, θα αναδεικνύονται οι ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής, θα αυξάνεται η ζήτηση ανθρωπίνου δυναμικού και θα αυξάνονται τα κέρδη τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και σε διεθνές επίπεδο.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3
# ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

## 3.1 Η Κατανόηση της Επιχειρηματικότητας

Στη σύγχρονη εποχή κρίνεται απαραίτητη η ανάγκη αξιοποίησης της επιχειρηματικότητας, η οποία βρίσκεται σε αλληλεπίδραση με την οικονομική ανάπτυξη αφενός μιας επιχείρησης και αφετέρου της κοινωνίας γενικότερα.




**Εικόνα 3.1: "Επιχειρηματικότητα για Καινοτομία ή από ανάγκη;''**

**Πηγή: (Powerpolitics.eu)**

Η επιχειρηματικότητα έρχεται να καλύψει ένα κενό γνώσεων πάνω σε μία ευκαιρία που παρουσιάζεται στο επιχειρηματικό περιβάλλον και μέσω της επεξεργασίας πληροφοριών, ο επιχειρηματίας μπορεί να την εκμεταλλευτεί και να προχωρήσει στην αξιοποίηση της. Βασικό κίνητρο της είναι η οικονομική μεγέθυνση και επιτυγχάνεται με βελτιώσεις στον τομέα της παραγωγικής διαδικασίας , της ζήτησης και της απασχόλησης. Τέτοιου είδους τεχνικές επιτρέπουν στον επιχειρηματία να εντοπίσει τις διαφορές στις τιμές σε χώρες ή περιοχές, να μπορεί να εκμεταλλευτεί την απόκλιση και

να επιλέξει τον κατάλληλο οικονομικό τόπο ανεφοδιασμού του. Η ανίχνευση των αποκλίσεων μεταξύ των τιμών, απαιτεί εξειδικευμένα επιχειρηματικά προσόντα, τόλμη και την θέληση του επιχειρηματία να εκμεταλλευτεί την επιχειρηματική ευκαιρία που του παρουσιάζεται (Storey & Greene & Χασσίδ & Φαφαλιού 2011). Στην πράξη για να έχει ένα εγχείρημα περισσότερες πιθανότητες να πετύχει πρέπει και το άτομο να είναι ικανό στην συλλογή και στην επεξεργασίας της πληροφορίας.
Μεγάλη επίδραση στην δημιουργία της επιχειρηματικότητας έχει το οικονομικό και κοινωνικό πλαίσιο ενός τόπου. Οι νόμοι και οι κανόνες της κοινωνίας, παίζουν καθοριστικό ρόλο στην διαμόρφωση της επιχειρηματικότητας. Με λίγα λόγια, το κράτος μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής ιδέας αν ορίσει κάποιες πολιτικές όπως χαμηλή φορολογία, τεχνολογική εκπαίδευση, χρηματοδότηση και διαμόρφωση των κατάλληλων υποδομών. Με τη σειρά του, ο επιχειρηματίας συμβάλλει στην οικονομία της χώρας με βελτιωμένα ή νέα προϊόντα ή με την ικανότητα του να εντοπίζει τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην αγορά. Ένας σημαντικός παράγοντας θεωρείται η οικονομική κρίση που δημιουργεί δυσκολίες στους επιχειρηματίες σχετικά με την ανεύρεση πόρων και προσωπικού.
Για μία επιχείρηση είναι απαραίτητή η ύπαρξη της σωστής επικοινωνιακής πολιτικής. Η ικανότητα των μελών μιας επιχείρησης να επικοινωνούν σωστά μεταξύ τους είναι παράγοντας κλειδί για την σωστή οργάνωση, το πλάνο και τον καταμερισμό των εργασιών. Το επικοινωνιακό κομμάτι διευρύνεται και στο εξωτερικό της επιχείρησης, που αφορά την αναγνώριση της κατάστασης που επικρατεί στον χώρο της αγοράς και της κοινωνίας. Συνήθως υπάρχουν άτομα-στελέχη που είναι υπεύθυνα για αυτήν την αρμοδιότητα.
Σύμφωνα με τον Ernst (2002), απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη νέων προϊόντων είναι η οργάνωση της επιχείρησης και του επιχειρηματικού πλάνου. Στο εξής, αναφέρονται κάποιες οργανωτικές διαδικασίες που κρίνονται απαραίτητες:

1. Η ύπαρξη ανθρώπων έμπειρων και μορφωμένων στις κατάλληλες θέσεις. Δημιουργία ομάδων υπεύθυνων για την επικοινωνία, την συνεργασία, την οργάνωση και τον έλεγχο των λειτουργιών της επιχείρησης.

2. Ο επικεφαλής του εγχειρήματος θα πρέπει να είναι ικανός, να επιβάλλει σωστά την εξουσία του, να αναλαμβάνει ευθύνες και να παίρνει αποφάσεις.

3. Σημαντική συμβολή στην αποδοτικότητα της υπεύθυνης ομάδας είναι η αυτονομία. Έτσι καλλιεργείται το αίσθημα εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας μεταξύ των μελών και η εργασία έχει καλύτερα αποτελέσματα.

4. Μια από τις σημαντικές προϋποθέσεις της επιτυχίας είναι το επικοινωνιακό κομμάτι. Οι καλές σχέσεις, η υγιής συνεργασία και η επικοινωνία μεταξύ των μελών και του επικεφαλή αποδίδουν και διατηρούν υψηλά τα επίπεδα των επιτυχιών.

## 3.2 Η Σημασία της Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα, όπως προαναφέρθηκε , περιέχει μια μεγάλη δόση επικινδυνότητας και ρίσκου, που ο επιχειρηματίας είναι αναγκασμένος να αναλάβει αν θέλει να καινοτομήσει. Στη συνέχεια θα παρουσιαστεί πόσο σημαντική είναι για την οικονομία και την κοινωνία μιας χώρας.

Η επιχειρηματικότητα και η αξιοποίηση της, επιφέρει εξέλιξη, δημιουργία και ανακαλύψεις. Δίνει την δυνατότητα στα άτομα να δημιουργήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις, να παρουσιάσουν τα δικά τους πρωτοποριακά προϊόντα και να συμβάλλουν με τον τρόπο τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Αυτή είναι η διαφορά μεταξύ ενός επιχειρηματία και ενός υπαλλήλου. (Gartner 1988).Οι επιχειρηματίες προσπαθούν να εντοπίσουν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην αγορά και να τις αξιοποιήσουν με τον κατάλληλο τρόπο χρησιμοποιώντας τεχνολογία, κεφάλαιο και προσωπικό.
Στο πλαίσιο της κοινωνίας, η εμφάνιση νέων ατόμων που ενδιαφέρονται να γίνουν επιχειρηματίες και να δραστηριοποιηθούν στον χώρο της αγοράς, είναι προς όφελος της. Σε κοινωνικό επίπεδο, η δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων σε έναν τόπο δημιουργεί και τις κατάλληλες συνθήκες για την βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης της περιοχής. Η ανάδειξη της πολιτιστικής και περιβαλλοντικής κληρονομίας καθώς και η δημιουργία υπηρεσιών εστίασης και διασκέδασης λύνουν πολλά προβλήματα για την τοπική κοινωνία και την καθιστά επιχείρηση κοινωνικής δράσης (Sheldon&Daniele,2017). Ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων, το βιοτικό επίπεδο και οι συνθήκες διαβίωσης βελτιώνονται καθώς όλο και περισσότερες επιχειρήσεις θα απασχολήσουν εργατικό δυναμικό, θα αυξήσουν το εισόδημα και θα εργαστούν σκληρά για να προσφέρουν βελτιωμένες υπηρεσίες και προϊόντα στην αγορά αποκτώντας έτσι ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η χρήση νέων στρατηγικών και οι διαφοροποιήσεις στις λειτουργίες μιας επιχείρησης μπορούν να σχετίζονται με την πολιτική παραγωγής, με την πολιτική τιμών, με τα κανάλια διανομής, με το επικοινωνιακό κομμάτι, με τις δημόσιες σχέσεις της επιχείρησης καθώς και με την διαφήμιση (Λαλούμης 2015).
Ένα σημαντικό κομμάτι της οικονομίας της χώρας κατέχουν οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις λόγω της κάλυψης ενός σημαντικού ποσοστού εργατικού δυναμικού. Τα χαρακτηριστικά μιας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι τα εξής (Κορρές 2015):

- Ο επιχειρηματίας αποτελεί τον διευθυντή και διαχειριστή της επιχείρησης
- Το κεφάλαιο της επιχείρησης ανήκει σε ένα άτομο ή σε μια μικρή ομάδα ατόμων
- Δραστηριοποίηση στο λιανεμπόριο, στον αγροτικό τομέα, στο χονδρικό εμπόριο κλπ.
- Δεν είναι ικανή να διαμορφώσει τιμολογιακές αποκλίσεις
- Καλύπτει ένα μικρό τμήμα της εγχώριας αγοράς καθώς η δράση και το μέγεθος της δεν επηρεάζουν τις μεγάλες επιχειρήσεις
- Είναι εντάσεως εργασίας, βασίζεται περισσότερο στην προσωπική εργασία

Για τον στρατηγικό σχεδιασμό λαμβάνονται υπόψιν οι συνθήκες του περιβάλλοντος, οι στόχοι της επιχείρησης και οι οικονομικές της δυνατότητες. Όταν ορισθούν οι στόχοι της επιχείρησης, ακολουθεί το στάδιο των πιο μεθοδευμένων διαδικασιών όπου επιλέγονται τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν και καθορίζονται οι λειτουργίες των τμημάτων. Στην επόμενη φάση, ακολουθεί ο λειτουργικός σχεδιασμός όπου καθορίζονται οι τρόποι και οι πηγές χρηματοδότησης της επιχείρησης και εκτιμούνται τα πιθανά αποτελέσματα. Τέλος ακολουθεί το στάδιο της υλοποίησης της επιχειρηματικής δράσης (Λαλούμης 2015).

## 3.3 Ο Ορισμός του Επιχειρηματία

Η αξιοποίηση της επιχειρηματικότητας με τον καλύτερο τρόπο συνδέεται με την ύπαρξη ατόμων ικανών και διατεθειμένων να δουλέψουν σκληρά.
Συνήθως ένας επιχειρηματίας έχει την τάση ανάληψης υψηλού ρίσκου και κανένα εγχείρημα του δεν μπορεί να χαρακτηριστεί από βέβαιη επιτυχία. Ένας πεπεισμένος επιχειρηματίας διαθέτει εξειδικευμένες γνώσεις στη λήψη αποφάσεων, έχει σωστή κρίση και δεν αντιλαμβάνεται τον κίνδυνο αποτυχίας(Casson 2004). Τα κίνητρα του επιχειρηματία μπορεί να είναι κερδοσκοπικά, ή να σχετίζονται με την επαγγελματική επιτυχία. Τα κίνητρα θα μπορούσαν να αφορούν την επιχειρηματική δραστηριότητα και την ανάγκη του, για διάκριση στον τομέα της επιχειρηματικότητας, πράγμα που έχει ως αποτέλεσμα θετικά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη για τον ίδιο αλλά γενικότερα και την κοινωνία.
Οι επιχειρηματίες συνήθως διαθέτουν ιδιαίτερα προσόντα στις πληροφοριακές και οργανωτικές γνώσεις, έχουν την ικανότητα να διαχειρίζονται τις κρίσιμες στιγμές στις οποίες υπάρχει πίεση και άγχος για την εξέλιξη της διαδικασίας. Πολλοί επιχειρηματίες, αντιμετωπίζουν προβλήματα στον τομέα της αυτοαπασχόλησης, καθώς δε διαθέτουν την οικονομική δυνατότητα απόκτησης κεφαλαίου και δυσκολεύονται να διευθύνουν μια επιχείρηση( Oswald & Blanchflower 1998).
Σύμφωνα με τον Schumpeter, ο επιχειρηματίας χρησιμοποιεί τις ιδέες ενός φιλόσοφου, μια καινούρια γνώση που δεν έχει χρησιμοποιηθεί στην αγορά. Για την επίτευξη αυτού του εγχειρήματος χρησιμοποιεί φυσικούς πόρους, διαθέτει κεφάλαια και προσλαμβάνει άτομα ικανά στην διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας, ανθρώπινων πόρων, και στην συνεργασία με τα μέλη της εταιρίας. Μέσα από τον σχεδιασμό των δραστηριοτήτων που θα αναλάβει κάθε μέλος, την συνεργασία και τον έλεγχο θα επιδιώξει την αύξηση της απόδοσης της επιχείρησης.
Σύμφωνα με τον Baumol (1990), ο επιχειρηματίας χωρίζεται σε 3 είδη τα οποία είναι ο παραγωγικός ο μη παραγωγικός και ο καταστροφικός.

**Παραγωγικός επιχειρηματίας:** Ως παραγωγικό χαρακτήρισε τον επιχειρηματία που με τις πράξεις του δεν ευνοεί μόνο τον δικό του εαυτό , αλλά έχει και σημαντική οικονομική δράση προσφέροντας οικονομικό και καταναλωτικό πλούτο στην κοινωνία.
**Μη παραγωγικός επιχειρηματίας:** Ονομάστηκε ο επιχειρηματίας που επιζητά την διάκριση του δικού του ονόματος και της δικής του καταξίωσης αδιαφορώντας για την κοινωνία. Είναι τύπος γραφειοκρατίας.
**Καταστροφικός επιχειρηματίας:** Έτσι χαρακτηρίζεται το άτομο πού κερδοσκοπεί μέσω της διαφθοράς και της δωροδοκίας, ένα ζήτημα που ταλανίζει την κοινωνία αυτή την εποχή.
Συνοπτικά γίνεται εύκολα αντιληπτή η σημασία της ύπαρξης σωστών και επιτυχημένων επιχειρηματιών ώστε να μπορέσει η οικονομία να ευημερήσει και να ενθαρρυνθεί η καινοτομία.

## 3.4 Τι Είναι η Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα

Η ανάγκη για απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έχει οδηγήσει στην σύνδεση της καινοτόμου ιδέας με την επιχειρηματική δραστηριότητα.
Η ενσωμάτωση νέων ιδεών, τεχνικών και εφευρέσεων μπορούν να αποτελέσουν την βάση για την μελλοντική επιτυχία. Λέμε ότι εφαρμόζεται η καινοτόμος επιχειρηματικότητα όταν μια επιχείρηση μεριμνά για την συνεχή βελτίωση των λειτουργιών της , την ενσωμάτωση νέων χαρακτηριστικών στα υπάρχοντα

προϊόντα, την εφεύρεση νέων υπηρεσιών και προϊόντων και γενικότερα κάθε πράξη που προσθέτει αξία και γνώση στην επιχείρηση. Είναι υποχρέωση του κάθε επιχειρηματία να διαμορφώνει διαφορετικά μοντέλα, νέες στρατηγικές, να παρουσιάζει διαφοροποιημένα προϊόντα και υπηρεσίες με χαρακτηριστικά πρωτόγνωρα, που δεν έχουν ξαναεμφανιστεί στην αγορά. Αυτή η τακτική και φιλοσοφία ονομάζεται καινοτόμος επιχειρηματικότητα. Η ταχύτατη τεχνολογική εξέλιξη και οι αλλαγές που προκύπτουν στο επιχειρηματικό περιβάλλον, αναγκάζουν τις επιχειρήσεις να υιοθετούν νέες μεθόδους τεχνολογίας και νέες τεχνικές για την ικανοποίηση των καταναλωτικών απαιτήσεων. Τα κίνητρα που οδηγούν μια επιχείρηση στην συλλογή και αξιοποίηση τεχνολογικών πληροφοριών είναι η επιθυμία για μείωση του λειτουργικού κόστους, η ενίσχυση της θέσης της στο κλάδο που δραστηριοποιείται, καθώς και η εισαγωγή νέων προσφορών(Κοκκίνου,2015). Οι οικονομικές και κοινωνικές επιδόσεις εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την ύπαρξη επιχειρήσεων με κίνητρα υιοθέτησης νέων τεχνολογικών ιδεών και ατόμων με εξειδικευμένες γνώσεις, γνώσεις management, ικανότητα στην συλλογή πληροφοριών και στη λήψη αποφάσεων , που να μπορούν να μετατρέψουν την πληροφορία σε καινοτόμα αποτελέσματα.

Στην Ελλάδα παρουσιάζεται ιδιαίτερη δυσκολία στην αξιοποίηση καινοτόμων διαδικασιών σε σχέση με το εξωτερικό. Ένας από τους σημαντικότερους λόγους της στασιμότητας στο χώρο της καινοτομίας είναι η οικονομική κρίση που δυσκολεύει τους νέους επιχειρηματίες να εξασφαλίσουν πόρους και εργατικό δυναμικό για την δημιουργία νέων υπηρεσιών. Η υψηλή γραφειοκρατία και η εσφαλμένη στόχευση των δαπανών στην τεχνολογία παίζουν καθοριστικό ρόλο. Ο Έλληνας επιχειρηματίας φοβάται να τολμήσει και να ρισκάρει πράγμα που τον καθιστά στάσιμο στον τομέα της ανάπτυξης.

Παρόλα αυτά η καινοτόμος επιχειρηματικότητα είναι εφικτή για τις επιχειρήσεις και κάθε οργανισμός ή επιχειρηματίας θα πρέπει να εξετάσει πολύ σοβαρά την αξιοποίηση των ευκαιριών που του προσφέρονται.

## 3.5 Η Συμβολή της Καινοτομίας στην Επιχειρηματικότητα

Η υιοθέτηση της καινοτομίας συμβάλει θετικά σε μια επιχείρηση και της προσφέρει αρκετές αξίες για τις οποίες θα γίνει μια σύντομη αναφορά:

- **Η ικανότητα να προσαρμόζεται στο επιχειρηματικό περιβάλλον**
- **Αύξηση της παραγωγικότητας μέσω της δημιουργίας πρωτοπόρων αγαθών και τεχνικών**
- **Βελτιωμένα αγαθά και προϊόντα, ανταγωνιστικό όπλο έναντι των άλλων επιχειρήσεων**
- **Καλύτερη λειτουργία των διαδικασιών, αύξηση τεχνολογικών γνώσεων και διαχείρισης νέων γνώσεων**
- **Ικανοποίηση των καταναλωτικών απαιτήσεων και απόκτηση όλο και περισσότερων καταναλωτικών ομάδων**
- **Νέες αγορές, νέες συνθήκες**

(ΕΟΜΜΕΧ 2009)

## 3.6 Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό

Η οικονομική κρίση και ο μεγάλος ανταγωνισμός μικρών και μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων επιβεβαιώνει την αναγκαιότητα για τους επιχειρηματίες να προσφέρουν νέες ιδέες, νέες αξίες που θα προσελκύσουν περισσότερους πελάτες. Οι τουριστικές επιχειρήσεις και ο τομέας του τουρισμού αποτελούν μια βιώσιμη πηγή είσπραξης εσόδων για την ελληνική οικονομία και αυτό καθιστά απαραίτητο η κυβέρνηση να μεριμνά για την ανάπτυξη τους. Απόδειξη για την σημασία του τουρισμού στα κέρδη και στο εισόδημα του ελληνικού κράτους, αποτελεί η παγκόσμια θέση της Ελλάδας στις προτιμήσεις των επισκεπτών. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) , η Ελλάδα βρίσκεται στην 7η θέση επισκεψιμότητας παγκοσμίως, ενώ καταλαμβάνει την 6η θέση στις ευρωπαϊκές χώρες (Πίνακας 3.6).

**Πίνακας 3.6: Η φήμη και η επισκεψιμότητα της Ελλάδας- Οι προτιμήσεις των τουριστών**

| | Επισκεψιμότητα προορισμών | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Σύνολο Αγορών | | Ευρωπαικές Αγορές | | Μη Ευρωπαικές Αγορές | |
| Προορισμοί | | Κατάταξη | | Κατάταξη | | Κατάταξη |
| Ισπανία | 32,1% | 1 | 36,3% | 1 | 27,0% | 2 |
| Γαλλία | 25,7% | 2 | 25,5% | 3 | 26,1% | 4 |
| Ιταλία | 25,2% | 3 | 24,1% | 4 | 26,5% | 3 |
| Γερμανία | 24,9% | 4 | 29,9% | 2 | 18,8% | 6 |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 20,7% | 5 | 19,9% | 5 | 21,6% | 5 |
| ΗΠΑ | 18,6% | 6 | 10,4% | 8 | 28,7% | 1 |
| Ελλάδα | 13,0% | 7 | 15,9% | 6 | 9,5% | 10 |
| Αυστρία | 10,2% | 8 | 12,3% | 7 | 7,7% | 13 |
| Ταυλάνδη | 9,0% | 9 | 4,5% | 10 | 14,6% | 8 |
| Τουρκία | 8,6% | 10 | 8,0% | 9 | 9,4% | 11 |
| Ιαπωνία | 8,3% | 11 | 2,2% | 12 | 15,8% | 7 |
| Μεξικό | 6,4% | 12 | 2,0% | 13 | 11,8% | 9 |
| Μαλαισία | 5,0% | 13 | 1,2% | 14 | 9,5% | 10 |
| Κίνα | 4,9% | 14 | 2,0% | 13 | 8,5% | 12 |
| Ρωσία | 3,9% | 15 | 2,7% | 11 | 5,5% | 14 |
| Άλλο | 33,0% | | 40,0% | | 24,3% | |

**Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2021)**

Τα κίνητρα για ανάπτυξη πρέπει να είναι η φιλοσοφία κάθε επιχείρησης στο σύγχρονο περιβάλλον. Η επιχειρηματικότητα για να επιφέρει κέρδη απαιτεί σωστό σχεδιασμό και προγραμματισμό και την ανάληψη υψηλού ρίσκου καθώς δεν υπάρχουν δεδομένα θετικά αποτελέσματα. Μια τουριστική επιχείρηση, για να λειτουργήσει σωστά θα πρέπει να αποτελείται από ανθρώπους ικανούς στην οργάνωση, στον στρατηγικό σχεδιασμό και στην συνεργασία. Στη συνέχεια

παρουσιάζονται τα στάδια των στρατηγικών σχεδιασμών μιας τουριστικής επιχείρησης (Λαλούμης 2015):

1. **Φάση ανάλυσης**

- Χρηματοοικονομικά στοιχεία
- Ανάλυση ανταγωνιστικών επιχειρήσεων (ζήτηση)
- Ανάλυση των καταναλωτικών προτιμήσεων (προσφορά)
- Ανάλυση θετικών-αρνητικών στοιχείων της επιχείρησης

2. **Φάση στρατηγικής**

- Καθορισμός στόχων (ταυτότητα, απώτεροι στόχοι)
- Ανάπτυξη στρατηγικής (στόχοι, Marketing mix)

3. **Φάση διαμόρφωσης**

- Ποιότητα και ποσότητα προϊόντων
- Πολιτική τιμών
- Πολιτική προώθησης (δίκτυα διανομής, κανάλια προώθησης)
- Πολιτική επικοινωνίας (Δημόσιες σχέσεις, διαφήμιση)

4. **Φάση υλοποίησης**

- Μετατροπή σε μέτρα, προϊόντα και υπηρεσίες

5. **Έλεγχος**

- Έλεγχος αποτελεσμάτων και σύγκριση με στόχους.

Ο τουρισμός αποτελεί μια παγκόσμια βιομηχανία με πολλαπλά οφέλη στην οικονομία. Δυνατότητες δημιουργίας θέσεων εργασίας, αύξηση της ζήτησης και της παραγωγής, καθώς και ευκαιρία ανάπτυξης επενδύσεων. Η τουριστική βιομηχανία αποτελείται από ένα σύνολο μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Πολλές φορές ο ανταγωνισμός και οι μη ηθικές πρακτικές πλήττουν την εμπιστοσύνη και οδηγούν τις μικρές επιχειρήσεις στην οικονομική αστάθεια. Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να δράσουν συλλογικά ως ένα μέσο σύνδεσης της τουριστικής βιομηχανίας και της κοινότητας με σκοπό να αυξηθεί το κοινωνικό κεφάλαιο. Στην Ελλάδα, μεγάλο όπλο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας αποτελεί η ευκολία αξιοποίησης των φυσικών πόρων, που βρίσκονται σε αφθονία στο φυσικό περιβάλλον, και η μεγάλη πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που λειτουργεί ως πόλος έλξης για τους επισκέπτες. Η ύπαρξη αυτών των ιδιαιτεροτήτων, δεν αποτελεί από μόνο του επιχειρηματικότητα, αλλά προϋποθέτει την ύπαρξη ατόμων, πρόθυμων να αφιερώσουν κόπο, χρόνο και πόρους για την αξιοποίηση τους. Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενα κεφάλαια, η συνεργασία κράτους, περιφέρειας, και επιχειρήσεων είναι το σημαντικότερο κομμάτι της δημιουργίας ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Το κράτος ορίζει το θεσμικό και οικονομικό πλαίσιο μιας χώρας, η περιφέρεια είναι υπεύθυνη για την ανάδειξη των φυσικών περιοχών, των μνημείων, των μουσείων και την ανάδειξη οποιασδήποτε μορφής τουρισμού και οι επιχειρήσεις, υπεύθυνες για την ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών με την φιλοσοφία της καινοτομίας. Οι συνθήκες της σύγχρονης επιχειρηματικότητας καθιστούν απαραίτητο τον στρατηγικό σχεδιασμό που θα

βοηθήσει τις επιχειρήσεις να βελτιωθούν και να επιβιώσουν. Η δημιουργία ενός ευνοϊκού επενδυτικού κλίματος μπορεί να αποφέρει τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων, την δυνατότητα αντιμετώπισης του ανταγωνισμού, την δυνατότητα εντοπισμού των διαφοροποιήσεων και των παραγωγικών αλλαγών που επείγουν έτσι ώστε να παρουσιαστούν πιο εξελιγμένα τουριστικά προϊόντα στην αγορά.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4
# ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ

## 4.1 Ορισμός του Τουριστικού Πρακτορείου

Ένας πολύ σημαντικός κρίκος της τουριστικής βιομηχανίας είναι τα τουριστικά πρακτορεία, τα οποία με την δραστηριοποίηση τους στο χώρο του τουρισμού, είναι υπεύθυνα για την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών και προϊόντων.
Έχουν το ρόλο του διαμεσολαβητή μεταξύ του πελάτη και του προϊόντος, που παρέχεται με αντάλλαγμα ένα χρηματικό ποσό. Η αρμοδιότητα ενός τουριστικού πράκτορα είναι η οργάνωση και η καθοδήγηση του πελάτη σε όλες τις διαδικασίες που απαιτούνται για την πραγματοποίηση του ταξιδιού του. Προσφέρεται η μεταφορά στον τόπο διαμονής, η ενοικίαση μεταφορικών μέσων, η οργάνωση ταξιδιών και επισκέψεων σε περιοχές με έντονη τουριστική ζήτηση και η παροχή πληροφοριών για τα δρομολόγια, τον τρόπο πληρωμής κλπ.
Οι τουριστικοί πράκτορες έρχονται σε επαφή με τις τουριστικές μονάδες και ορίζουν την συμφωνία που θα επισυνάψουν. Είναι υπεύθυνοι για την παροχή υπηρεσιών και την πληρωμή των τουριστικών προϊόντων για τα οποία δεσμεύεται το ξενοδοχείο. Με τον ίδιο τρόπο έρχονται σε επαφή με εταιρίες μεταφοράς, κέντρα εστίασης και διασκέδασης, με αεροπορικές εταιρίες και επισυνάπτουν συμφωνίες ευθύνης για την ασφαλή και άνετη μεταφορά των τουριστών στον προορισμό τους. Ανάλογα με την εξειδίκευση, το μέγεθος και τις συνεργασίες τους, τα τουριστικά πρακτορεία μπορεί να είναι υπεύθυνα για κάθε είδους υπηρεσία που βοηθάει τον τουρίστα να οργανώσει και να διευκολύνει το ταξίδι του. Κάποιες από τις υπηρεσίες αποτελούν οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων, μηχανών ή σκαφών, οι μεταφορές από τόπο σε τόπο, οι κρατήσεις σε τουριστικά λεωφορεία, οι κρατήσεις δωματίων και διαμερισμάτων κ.λπ.( Μάρκου & Μανώλογλου 2008).
Τα τουριστικά πρακτορεία διαφέρουν μεταξύ τους, ως προς τις αρμοδιότητες αλλά και το μέγεθος τους. Μπορούν να χωριστούν σε δύο μεγάλες κατηγορίες( Λαλούμης 2015):

- **Τουριστικοί οργανισμοί ή tour operators:** Χονδρέμποροι που παρουσιάζουν και προσφέρουν προδιαμορφωμένα πακέτα ταξιδιών.
- **Τουριστικά γραφεία:** Αυτόνομη λειτουργία, ή συνεργασία με τουριστικούς οργανισμούς.

Ανεξάρτητα από το μέγεθος και την εξειδίκευση του τουριστικού πρακτορείου, για να μπορέσει να λειτουργήσει σωστά, να προσελκύσει πελάτες και τουριστικές επιχειρήσεις, θα πρέπει να υπάρχει η σωστή οργάνωση και λειτουργία κάποιων τμημάτων του εσωτερικού του. Είναι λογικό, καθώς κάθε επιχείρηση θα πρέπει να είναι οργανωμένη και τμηματοποιημένη έτσι ώστε ο καταμερισμός των εργασιών να γίνεται με βάσει τις γνώσεις και τις ικανότητες του κάθε εργαζομένου και να ελέγχεται η πρόοδος της επιχείρησης και των λειτουργιών της.
Στο εξής παρουσιάζονται συνοπτικά τα τμήματα ενός ταξιδιωτικού πρακτορείου (Μάρκου & Μανώλογλου 2008) :

- **Διεύθυνση:** Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης, ο οποίος θα πρέπει να έχει μια υψηλή μόρφωση, εμπειρία, ικανότητες οργάνωσης και διοίκησης και να αποτελεί πηγή έμπνευσης στα μέλη της εταιρίας.
- **Λογιστήριο:** Το τμήμα στο οποίο πραγματοποιούνται όλες οι λογιστικές διαδικασίες και ελέγχονται τα έσοδα και τα έξοδα της επιχείρησης. Απαιτείται αναγκαία η παρουσία ατόμων με γνώση και εμπειρία στα λογιστικά.
- **Τμήμα κίνησης:** Αποτελείται από τα άτομα που αναζητούν προμηθευτές και επιχειρήσεις για την επισύναψη συμφωνιών. Οργανώνουν τα tours, εκδίδουν εισιτήρια, πράττουν τις συναλλαγματικές διαδικασίες και έχουν ικανότητες στις δημόσιες σχέσεις.
- **Υποδοχή:** Έρχονται σε επαφή με τους πελάτες στην υποδοχή. Απαραίτητες ικανότητες στην επαφή με τον κόσμο και στην γνώση ξένων γλωσσών.
- **Κρατήσεις:** Υπεύθυνοι για τις κρατήσεις των πελατών. Απαραίτητη η γνώση ξένων γλωσσών , η εμπειρία και ο καλός χειρισμός των ηλεκτρονικών sites της εταιρίας.

Οι τουριστικοί πράκτορες έχουν καταφέρει να διατηρήσουν την υψηλή θέση τους στις προτιμήσεις των καταναλωτών λόγω των εξειδικευμένων γνώσεων και την ικανότητα τους να εντοπίζουν τις καλύτερες προσφορές και τις χαμηλότερες τιμές στην αγορά. Οι καταναλωτές στρέφονται προς τα τουριστικά πρακτορεία γιατί μπορούν να βρίσκουν πιο οικονομικές λύσεις σε ταξίδια, καταλύματα ή προϊόντα και υπηρεσίες που επιζητούν.

## 4.2 Τουριστικά Πακέτα

Η ανάγκη για την κάλυψη και την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών, οδηγεί τα τουριστικά πρακτορεία στην δημιουργία ποικίλλων τουριστικών πακέτων. Η άφιξη τουριστών διαφορετικής εθνικότητας, θρησκείας, γλώσσας και διαφορετικών συνηθειών και ενδιαφερόντων, αναγκάζει τους πράκτορες να διαμορφώνουν διαφορετικά τουριστικά πακέτα που θα ικανοποιούν κάθε τουρίστα ξεχωριστά. Τα πακέτα που είναι ικανά να ανταπεξέλθουν στις συνθήκες της προσφοράς και της ζήτησης, θα καθιερωθούν στην αγορά( Λαλούμης 2015).
Κάποια από τα βασικότερα πακέτα των πρακτόρων είναι τα εξής (Λαλούμης 2015):

- **Πακέτα περιήγησης**: Αεροπορικές μεταφορές, διακινήσεις μέσω τουριστικών λεωφορείων, παραμονή μικρής διάρκειας σε κατάλυμα.

- **Κρουαζιέρες**: Αερομεταφορά, μεταβίβαση σε λιμάνι, οργάνωση κρουαζιέρας.

- **Διακοπές αναψυχής**: Μεταφορά στον προορισμό διακοπών, παροχή animation για ψυχαγωγία και άθληση.

- **Ολοκληρωμένα πακέτα**: Διαμονή, ταξίδι, παροχή φαγητού, αθλητικές δραστηριότητες, παροχή αλκοολούχων ποτών, ασφαλιστική κάλυψη.

- **Αθλητικά πακέτα:** Μεταφορά, δυνατότητα συμμετοχής σε ομαδικά ή ατομικά αθλήματα.

- **Ξενοδοχειακά πακέτα:** Μετάβαση στο κατάλυμα, τουριστικό ταξίδι, παροχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών.

- **Πακέτα συνεδρίων:** Διοργάνωση του συνεδρίου, εύρεση τοποθεσίας, δυνατότητα σίτισης και διαμονής.

- **Ειδικά διαμορφωμένα πακέτα:** Συνεννόηση του πράκτορα με τον τουρίστα ώστε να καταγραφούν οι απαιτήσεις του και να διαμορφωθούν ειδικά προγράμματα για την κάλυψη των απαιτήσεων του.

- **Συνδυαστικά πακέτα:** Συνδυασμός πακέτων για παράδειγμα πακέτα ξενοδοχειακά πακέτα και πακέτα περιήγησης.

## 4.3 Τουριστικό Κύκλωμα

Ένα τουριστικό κύκλωμα αποτελείται από όλες εκείνες τις οικονομικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστών. Στην τουριστική αγορά, γίνεται διαχρονικά μια ανταγωνιστική μάχη μεταξύ των τουριστικών παραγωγών και των ενδιάμεσων που ονομάζονται τουριστικοί οργανισμοί.
Ένα τουριστικό κύκλωμα ονομάζεται το σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους, στους ενδιαφερόμενους καταναλωτές, καθώς και στη ζήτηση του καταναλωτικού κοινού. Οι τουριστικοί οργανισμοί δεν είναι τίποτα άλλο από τον ενδιάμεσο κρίκο που αποσκοπεί στην ένωση της τουριστικής προσφοράς με την ζήτηση (Μαυροδόντης 2006). Με τις ικανότητες εντοπισμού των καλύτερων προσφερόμενων υπηρεσιών και τις οικονομικότερες λύσεις στην αγορά, οι tour operators διατηρούν πάντα μια υψηλόβαθμη θέση στον ανταγωνιστικό κόσμο της σύγχρονης εποχής. Οι νομοθετικές ρυθμίσεις μιας περιοχής μπορεί να έχουν θεσπιστεί με σκοπό την παύση της εκμετάλλευσης του φυσικού περιβάλλοντος, και των φυσικών πόρων που υπάρχουν σε μια περιοχή, έτσι ώστε η δράση των τουριστικών οργανισμών να έχει μια πιο οικολογική φύση (Μαυροδόντης 2006).
Όπως προαναφέρθηκε, το μοντέλο ενός τουριστικού κυκλώματος αποτελείται από τους καταναλωτές οι οποίοι αυξάνουν την τουριστική ζήτηση με τις απαιτήσεις τους στις τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες παράγουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται στους καταναλωτές και τέλος τα τουριστικοί πρακτορεία ή οι tour operators που υπογράφουν συμφωνίες με τις τουριστικές επιχειρήσεις, για την ιδιοκτησία των αγαθών τους και έπειτα πουλάνε το προϊόν σε ευνοϊκότερες τιμές.
Οι νομικές και πολιτικές συνθήκες μιας περιοχής, παίζουν σημαντικό ρόλο στην δυνατότητα ανάπτυξης και δραστηριοποίησης των παραγωγών, των τουριστών και των τουριστικών οργανισμών μέσα σε ένα κύκλωμα. Το νομικό πλαίσιο, λοιπόν, μιας περιοχής αποτελεί κομμάτι του τουριστικού συστήματος και μπορεί να δημιουργήσει περιορισμούς και δυσκολίες στην ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας.
Οι δυσχερείς οικονομικές συνθήκες τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, αναγκάζουν τα τουριστικά γραφεία να προσαρμόζονται στις απαιτήσεις της αγοράς και στην εξέλιξη της τεχνολογίας. Οι τεχνολογικές εξελίξεις της εποχής, η χρήση του internet και των websites καθιστά απαραίτητη την γνώση και την εμπειρία σε θέματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, την χρήση ψηφιακών μεθόδων για τις συναλλαγές τους, με τους επισκέπτες. Η φιλοσοφία των σύγχρονων τουριστικών γραφείων θα πρέπει να είναι άμεσα συνυφασμένη με την εξέλιξη και τον εκσυγχρονισμό των μεθόδων τους με

σκοπό να διατηρούν την ζήτηση σε υψηλά επίπεδα (Τσάρτας & Λαγός & Σταυρινούδη & Πρωϊού, 2014).

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5
# ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

## 5.1 Ερευνητικοί Στόχοι

Η παρούσα έρευνα εκπονήθηκε με σκοπό την ανάδειξη της σημασίας που έχει η υιοθέτηση των καινοτομικών ιδεών και πρακτικών στην επιβίωση των τουριστικών επιχειρήσεων. Μέσω της μεθοδολογίας της έρευνας, της συλλογής πληροφοριών από άτομα που δραστηριοποιούνται χρόνια στον τουριστικό χώρο, εξετάστηκε ο βαθμός της εφαρμογής της καινοτομίας και τα αποτελέσματα που επιφέρει στην εξέλιξη του τουριστικού τομέα και στην ανάδειξη της ελληνικής οικονομίας.
Εν έτη 2021, μεγάλη σημασία για τις επιχειρήσεις αποτελεί η εφαρμογή των καινοτομικών μεθόδων. Οι απαιτήσεις και οι ανάγκες των τουριστών ολοένα και αυξάνονται, κάνοντας την τουριστική αγορά πιο απαιτητική, εκτοξεύοντας συνάμα τον ανταγωνισμό στα ύψη. Μέσω της ερευνητικής διαδικασίας που πραγματοποιήθηκε, έγινε προσπάθεια για την εξαγωγή συμπερασμάτων και την παρουσίαση των απόψεων και των ιδεολογιών των ερωτώμενων σχετικά με το θέμα της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό. Επιπλέον παρουσιάστηκαν λύσεις για μεγαλύτερη μελλοντική εξέλιξη.
Οι θεμελιώδεις στόχοι και ο σκοπός της έρευνας είναι οι εξής.

- Η διερεύνηση της ύπαρξης καινοτομικών υπηρεσιών και μεθόδων στις τουριστικές επιχειρήσεις.
- Οι δυσκολίες σύστασης μιας νέας επιχείρησης.
- Ο σχεδιασμός του σωστού επιχειρηματικού πλάνου.
- Οι πηγές πληροφόρησης μιας επιχείρησης
- Οι τρόποι αξιοποίησης της καινοτομίας.
- Η συμβολή της επιχειρηματικότητας στην οικονομία της χώρας

## 5.2 Ερευνητικά Ερωτήματα

Για την διεξαγωγή της εν λόγω έρευνας, κρίθηκε απαραίτητο να ορισθούν οι στόχοι και τα ερωτήματα που καλείται να απαντήσει ο ερευνητής. Με την συλλογή πληροφοριών και απαντήσεων, από ειδικά στελέχη με εξειδικευμένες γνώσεις και εμπειρία στον τουριστικό τομέα, έγινε προσπάθεια να ερμηνευτούν τα βιώματα και οι απόψεις τους στο θέμα της μέχρι σήμερα εξέλιξης αλλά συνάμα και της μελλοντικής.
Κάποια απτά θέματα που έχουν προκύψει και χρίζουν σχολιασμού και διερεύνησης είναι τα εξής:

- Ποιες είναι οι δυσκολίες της ανάπτυξης μιας επιχείρησης;
- Πως μπορεί ένας επιχειρηματίας να αποκτήσει ταχύτητα εμπειρία, γνώση και φήμη;
- Ποιοι είναι οι τρόποι απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος;
- Ποια τα οφέλη μιας επιχείρησης που αξιοποιεί τις καινοτομικές ευκαιρίες;
- Οι υπηρεσίες τους, χρησιμοποιούν καινοτομίες και πόσο εύκολα γίνονται αντιληπτές;
- Σε νομικό και θεσμικό πλαίσιο, πως μπορεί η κυβέρνηση να ευνοήσει την ανάπτυξη της καινοτομίας, και την ίδρυση νέων επιχειρήσεων;
- Υπάρχουν προοπτικές για περισσότερες καινοτομίες στα ξενοδοχεία; Και πως θα επηρέαζε κάτι τέτοιο την τουριστική ζήτηση;

## 5.3 Μέθοδοι Έρευνας

Για την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας επιλέχθηκε να πραγματοποιηθεί μια πρωτογενή συλλογή δεδομένων. Από τις πιο διαδεδομένες μεθόδους ερευνητικής διαδικασίας αποτελούν οι ποσοτικές και οι ποιοτικές. Οι συγκεκριμένες έρευνες διαφέρουν μεταξύ τους, σε ιδεολογικό και φιλοσοφικό πλαίσιο.
Οι ποσοτικές έρευνες αποτελούν, κατά κύριο λόγο, την ανάδειξη στατιστικών μετρήσεων για την ερμηνεία κοινωνικών φαινομένων. Οι απόψεις και τα βιώματα του ανθρώπου δεν λαμβάνονται υπόψιν, αλλά εστιάζουν στις μαθηματικές μετρήσεις και αναλύσεις δημιουργώντας ένα ύφος αυστηρά νομοθετικό. Στην περίπτωση αυτή, αποφασίστηκε η χρήση της ποιοτικής έρευνας. Η ποιοτική έρευνα έχει έναν ερμηνευτικό χαρακτήρα, δίνει δηλαδή έμφαση στον διάλογο και στην συζήτηση μεταξύ ερευνητή και αποδέκτη. Η ανθρώπινη ιστορία, η συμπεριφορά και τα συναισθήματα του συμμετέχοντος έχουν μεγάλη σημασία και ο ερευνητής επιδιώκει με την καλλιέργεια εμπιστοσύνης και την δημιουργία ενός φιλικού περιβάλλοντος, να παρακινήσει τον αποδέκτη να εκφραστεί ελεύθερα. Η άμεση επαφή με τον ερωτώμενο, διευκολύνει τον

ερευνητή στην προσπάθεια του να ερμηνεύσει και να διατυπώσει την ανθρώπινη εμπειρία, δεδομένου του αυθορμητισμού και του συναισθήματος που μπορεί να εντοπίσει στις περιγραφές του. Η έρευνα μέσω της συνέντευξης, δημιουργεί μια οικειότητα και μια ψυχολογική σύνδεση μεταξύ ερευνητή-συμμετέχοντος, πράγμα που διευκολύνει την διατύπωση απόψεων και την αφήγηση των βιωμάτων της ζωής του. Αντίθετα στην ποσοτική έρευνα επιδιώκονται τα επιστημονικά αποτελέσματα, με την ανάδειξη αριθμητικών δεδομένων και στατιστικών μετρήσεων.
Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με την μορφή ημί-δομημένου ερωτηματολογίου, αποτελούμενο από ανοιχτές και κλειστές ερωτήσεις. Σκοπός του ερωτηματολογίου ήταν να αντλήσουμε στοιχεία πάνω στο θέμα του 2ου και 3ου κεφαλαίου, την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα, τις σύγχρονες καινοτόμες μεθόδους που εφαρμόζονται στον τουριστικό χώρο και τις προοπτικές που υπάρχουν για μεγαλύτερη ανάπτυξη. Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου είναι (20) και χωρίζονται σε 4 υποενότητες. Οι ανοιχτές ερωτήσεις αποτελούν τις 15 από τις συνολικά 20 ερωτήσεις της έρευνας, καθώς έχει ήδη αναφερθεί, ότι θα δοθεί έμφαση στην ποιοτική έρευνα, δηλαδή στην προσωπική εμπειρία, την συμπεριφορά και τις απόψεις του ερωτώμενου σχετικά με το θέμα, και όχι την ανάδειξη στατιστικών μετρήσεων.
Στο κομμάτι της δευτερογενής έρευνας και της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, επιλέχθηκε η χρήση των ηλεκτρονικών πηγών, τα ηλεκτρονικά βιβλία, οι επιστημονικές έρευνες, άρθρα και περιοδικά στο διαδίκτυο, που αποτέλεσαν τον ‘’πλοηγό’ μας στην προσπάθεια να κατανοήσουμε πως λειτουργεί η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα στο τουρισμό καθώς και στις δυσκολίες που πρέπει να διαχειριστούν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις στην σύγχρονη ανταγωνιστική εποχή. Οι στατιστικές μετρήσεις και οι μελέτες συλλέγονται κυρίως μετά από διαίρεση των περιοχών της Ελλάδας σε τμήματα, όπως είναι οι Νομοί της Ελλάδας. Μεγάλη φήμη και εγκυρότητα κατέχουν η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) στον Ελλαδικό χώρο, καθώς και η EUROSTAT, της οποίας η δραστηριοποίηση εξαπλώνεται σε παγκόσμιο επίπεδο (Ηλιοπούλου 2015).

## 5.4 Δειγματοληψία

Τα μεγάλα μεγέθη του ανθρώπινου πληθυσμού και η παγκοσμιοποίηση του καθιστά ανέφικτη την συλλογή στοιχείων και πληροφοριών από κάθε άτομο ή ομάδα ατόμων ξεχωριστά. Η χρήση της μεθοδολογίας και της στρατηγικής που αφορά την επιλογή ενός συνόλου ατόμων για την ερευνητική διαδικασία ονομάζεται μέγεθος δείγματος ή αλλιώς δειγματοληψία.
Για να γίνει σωστή προσέγγιση του θέματος, ο ερευνητής όρισε τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού που εξέτασε έτσι ώστε να είναι σε θέση να επιλέξει ένα αντιπροσωπευτικό σύνολο για την διαδικασία της έρευνας. Κατά την διάρκεια της έρευνας και της επιλογής του δείγματος, ο ερευνητής όρισε το ερευνητικό του πλάνο. Αν ο ερευνητής καλύψει τα κενά και καταλήξει στα συμπεράσματα που επιζητά, τότε το δείγμα, είτε είναι μικρό είτε μεγάλο, θεωρείται επαρκές. Ένα θεωρητικά μεγάλο μέγεθος δείγματος, προϋποθέτει μεγαλύτερο κεφάλαιο, κόπο και χρόνο στον εντοπισμό και στην συλλογή του (Ίσαρη & Πούρκος 2015).
Αφού ο ερευνητής καθορίσει το στρατηγικό του σχέδιο, προχωράει στην υλοποίηση του. Ανάλογα με τα κριτήρια και τα ζητούμενα της έρευνας, η δειγματοληψία χωρίζεται σε δειγματοληψία πιθανότητας και μη-πιθανότητας (Παπαγεωργίου & Καρακώστας 2015).

***Δειγματοληψία πιθανότητας***

- **Απλή τυχαία:** Η επιλογή του δείγματος πραγματοποιείται τυχαία και κάθε αποτέλεσμα βασίζεται στην τυχαία πιθανότητα να επιλεχθεί**.**

- **Στρωματοποιημένη:** Λαμβάνεται υπόψιν κάθε τμήμα του πληθυσμού και η επιλογή γίνεται τυχαία επιλέγοντας άτομα από κάθε στρώμα. Ο σκοπός της συγκεκριμένης στρατηγικής είναι να συλλεχθούν στοιχεία από κάθε ομάδα διαφορετικών χαρακτηριστικών.

- **Συστηματική:** καταχωρούνται σε μορφή λίστας όλα τα μέλη του πληθυσμού, πράγμα που ευνοεί την επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος.

- **Άνιση:** Το δείγμα κατανέμεται με διαφορετικό τρόπο από αυτόν του πληθυσμού, με σκοπό την μείωση των πιθανών σφαλμάτων.

- **Ομαδική ή σταδιακή:** Πρόκειται για μια δύσκολη κατηγορία που απαιτεί την οικονομική και χρονική δυνατότητα για να υλοποιηθεί, καθώς δεν έχουν τεθεί όρια στην αναζήτηση του πληθυσμού. Είναι μια τυχαία επιλογή δείγματος που προϋποθέτει την ανάλυση του κάθε στρώματος , οπότε και μεγάλο αριθμό ομάδων.

- **Συνδυαστική:** Σε αυτή την κατηγορία, ο ερευνητής μπορεί να συνδυάσει δύο ή και παραπάνω στρατηγικές δειγματοληψίας.

***Δειγματοληψία Μη-Πιθανότητας***

- **Ευκολίας:** Επιλέγεται για την εξοικονόμηση κόπου και χρόνου καθώς τα δείγματα συλλέγονται από όπου υπάρχει εύκολη πρόσβαση.

- **Κρίσης:** Επιλέγεται δείγμα βάση προσωπικής εμπειρίας και γνώσεων του ερευνητή.

- **Χιονοστιβάδας:**Ο ερευνητής, λόγω της αδυναμίας εντοπισμού πολλών ατόμων, αναζητάει άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο από τα οποία θα οδηγηθεί σε ακόμα περισσότερα μέλη του πληθυσμού. Στηρίζεται στις κοινωνικές επαφές των ατόμων που θα εντοπίσει με σκοπό να μεγαλώσει το δείγμα του, με αποτέλεσμα να δημιουργείται συσσώρευση, η οποία ονομάζεται χιονοστιβάδα.

- **Προκαθορισμένων Ποσοστών:** Με την χρήση της στατιστικής, και των σχετικών αναλύσεων, ο ερευνητής οργανώνει και ρυθμίζει το πλάνο του,

έτσι ώστε να μπορέσει να συμπεριλάβει στο δείγμα κάθε άτομο με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Τα κριτήρια που μπορεί να θέσει, μπορεί να σχετίζονται με την ηλικία, την καταγωγή, την θρησκεία αλλά και το μορφωτικό επίπεδο.

## 5.5 Εργαλεία και Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Αφού ορίστηκαν με σαφήνεια οι στόχοι και τα ερευνητικά ερωτήματα του ερευνητικού πεδίου, σχεδιάστηκε το εργαλείο της συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιήθηκε, το ερωτηματολόγιο. Υπάρχουν πολλά εργαλεία και μέθοδοι συλλογής στοιχείων όπως η ποιοτική ή η ποσοτική έρευνα και η δομημένη, μη δομημένη ή ημί δομημένη συνέντευξη.
Στην παρούσα έρευνα, η μέθοδος που επιλέχθηκε είναι η ποιοτική, μέσω μιας ημιδομημένης συνέντευξης που αποτελούταν από ερωτήσεις ανοιχτές, αλλά και κάποιες κλειστές, με σκοπό ο ερωτώμενος να έχει την ευκαιρία να αφηγηθεί τις εμπειρίες και τις γνώσεις του στον χώρο που δραστηριοποιείται. Πολύ σημαντικό ρόλο στην απήχηση ενός ερωτηματολογίου παίζει η εικόνα που παρουσιάζουμε στον ερωτώμενο. Ο αποδέκτης θα πρέπει να έχει απέναντι του ένα ερωτηματολόγιο με ξεκάθαρες σωστά διατυπωμένες ερωτήσεις, ρυθμισμένες με την κατάλληλη γραμματοσειρά και έναν εύκολο τρόπο απάντησης. Ένα μεγάλο σε έκταση ερωτηματολόγιο, με δυσνόητες ερωτήσεις μπορεί να αποθαρρύνει τον αποδέκτη και να τον οδηγήσει στην αδιαφορία.
Για την διαπίστωση της καταλληλόλητας του ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκε πιλοτική έρευνα. Η συγκεκριμένη τεχνική επιδίωκε τον έλεγχο των ερωτήσεων, του χρόνου και των πόρων που θα χρησιμοποιηθούν για να ολοκληρωθεί η διαδικασία της συλλογής. Ελέγχθηκαν οι τρόποι μελέτης και η ποιότητα των ερευνητικών ερωτημάτων. Η διάρκεια απάντησης του ερωτηματολογίου ήταν μεταξύ 8-9 λεπτών και οι ερωτήσεις που περιείχε ήταν αρκετές για την κάλυψη όλων των πτυχών της έρευνας.
Στόχος κάθε ερευνητή θα πρέπει να είναι οι απλές ερωτήσεις που θα ευαισθητοποιήσουν και θα βάλουν τα θεμέλια για της απαντήσεις που ψάχνουμε (Λαγουμιντζής & Βλαχόπουλος & Κουτσογιάννης 2015).

## 5.6 Δημιουργία Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο περιείχε 20 ερωτήσεις, με τις οποίες στοχεύσαμε στην καταγραφή απαντήσεων με άμεση συσχέτιση την κρίση , τις αξίες, τις αντιλήψεις αλλά και την μετάδοση κάποιων γνώσεων και εμπειριών του αφηγητή. Στόχος ήταν να εξετάσουμε κάθε πτυχή του θέματος της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό. Συλλέχθηκαν πολύτιμα στοιχεία που αποτέλεσαν μια σημαντική πηγή γνώσης για κάθε νέο επιχειρηματία και για κάθε νέα επιχείρηση που αναζητά την αναγνώριση της στην αγορά.
Στο πρώτο κομμάτι των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου, και συγκεκριμένα τις ερωτήσεις 1,2 και 3 επιδιώχθηκε η συλλογή των δημογραφικών στοιχείων, δηλαδή το φύλο, η ηλικία και η επαγγελματική εμπειρία του ερωτώμενου.
Στην Β κατηγορία τέθηκαν οι ερωτήσεις που σχετίζονται με την ίδρυση των τουριστικών επιχειρήσεων, και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τόσο αυτές όσο και οι νέοι επιχειρηματίες που αγωνίζονται για να αποκτήσουν ισχυρή θέση στην αγορά.

Συγκεκριμένα η ερώτηση 4 αναφέρθηκε στις δυσχέρειες και στα προβλήματα μιας επιχείρησης στο περιβάλλον που αναζητά την εγκατάσταση της καθώς και την στρατηγική που θα πρέπει να διαθέτει ένας επιχειρηματίας για να μεγιστοποιήσει την επιχειρηματική του δράση. Έπειτα, στην ερώτηση 5, ερευνήθηκε η επάρκεια της χρηματοδότησης από κυβερνητικά προγράμματα και η ανάγκη για πιθανές επιπλέον κρατικές ελαφρύνσεις για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες. Στο τέλος του δεύτερου κεφαλαίου και στην ερώτηση 6 εξετάστηκε η πιθανότητα ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων, να προσφέρει κάποια πλεονεκτήματα όπως μεγαλύτερη συγκέντρωση και πείσμα απτά στελέχη, μεγαλύτερη προσπάθεια και αναζήτηση της εξέλιξης και του εκσυγχρονισμού των λειτουργιών της με σκοπό να βγούν κερδισμένοι από τον επιχειρηματικό πόλεμο στον οποίο μετέχουν.
Στο κεφάλαιο Γ, και στις ερωτήσεις 7-11 επιδιώχθηκαν απαντήσεις στο θέμα της οργάνωσης των τμημάτων του εσωτερικού, στην ύπαρξη ομάδων υπεύθυνων για την συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού και την αναζήτηση των μεταβαλλόμενων προτιμήσεων των τουριστών. Με αυτό τον τρόπο εξετάστηκε το επίπεδο της γνώσης, ή της άγνοιας των ερωτώμενων για την ύπαρξη ομάδων που εργάζονται για την δημιουργία νέων ιδεών και καινοτομιών. Με τις τελευταίες τρείς ερωτήσεις του Γ κεφαλαίου, αναζητήθηκε η ανάλυση των καινοτομικών μεθόδων και προϊόντων που παρουσίασε ο φορέας εργασίας, τα τελευταία χρόνια και κατά ποίο βαθμό έχουν πρωτοπορήσει σαν οργανισμός. Ο αποδέκτης είχε την ευκαιρία να αναδείξει τις επιτυχίες της επιχείρησης του, στον κλάδο της καινοτομίας και να δώσει προτάσεις και απόψεις στο θέμα της διευκόλυνσης των επιχειρήσεων με σκοπό οι προσφερόμενες καινοτομίες να έχουν την απαραίτητη εξελικτική πορεία.
Στην τελευταία υποενότητα της έρευνας, και στο κεφάλαιο Δ, έμφαση δόθηκε στην αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην τοπική κοινωνία. Στις ερωτήσεις 15-18 επιδιώχθηκε η συλλογή πληροφοριών σχετικά με την διευκόλυνση των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών, στο να ενσωματώσουν νέες ιδέες στις προσφερόμενες υπηρεσίες τους . Στόχος ήταν να συλλεχθεί η γνώση των ερωτώμενων σχετικά με την οργάνωση των επιχειρηματικών πλάνων , την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας στην αγορά, αλλά και την οργάνωση των τμημάτων της επιχείρησης με τρόπο ώστε να είναι έτοιμη να αξιοποιήσει όποια επιχειρηματική ευκαιρία προκύψει. Τέλος, στις ερωτήσεις 19-20 αναζητήθηκαν απαντήσεις σχετικά με τις προϋποθέσεις που πρέπει να υπάρχουν σε έναν τόπο ώστε να μπορέσει μια νέα επιχείρηση να διαθέσει πόρους και να αξιοποιήσει τον τοπικό πλούτο. Παράλληλα, ζητούνται και τα οφέλη που έχει μια τοπική κοινωνία από την ύπαρξη έντονης επιχειρηματικότητας στον χώρο.
Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό την λεπτομερή καταγραφή των βιωμάτων και των προσωπικών απόψεων των ερωτώμενων και δε βασίζεται σε στατιστικές αναλύσεις και μαθηματικές έννοιες. Ο σκοπός του ερωτηματολογίου ήταν να αντληθούν οι γνώσεις και να εξεταστούν οι λύσεις που κρίνει ο αποδέκτης σημαντικές για την εξέλιξη και την βελτίωση των λειτουργιών μιας επιχείρησης, την επιχειρηματική φιλοσοφία, την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών και την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.

## 5.7 Επικοινωνία με τους Φορείς Συμμετοχής

Η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία με τους φορείς απασχόλησης κρίθηκε ιδιαίτερα δύσκολη, λαμβάνοντας υπόψιν την πρωτοφανή κρίση δημόσιας υγείας που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα τους τελευταίους μήνες.

Η προσέγγιση των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου όπου και δόθηκαν εξηγήσεις για τον τρόπο απάντησης του ερωτηματολογίου αλλά και του σκοπού της εκπόνησης της συγκεκριμένης εργασίας. Έγιναν οι απαραίτητες διεργασίες έτσι ώστε το ερωτηματολόγιο και η μέθοδος απάντησης των ερωτήσεων να είναι όσο δυνατόν πιο εύκολη και κατανοητή.
Οι εκπρόσωποι των φορέων που επιλέχθηκαν να πραγματοποιήσουν την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων , αποτελούν άτομα με υψηλό επίπεδο γνώσεων και εμπειρίας στον τομέα της τουριστικής καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, πράγμα που καθιστά την έρευνα, ποιοτικότερη και κατάλληλη για την εξαγωγή συμπερασμάτων. Μεταξύ των φορέων που συμμετείχαν στην έρευνα , πήραμε ως βάση την Περιφέρεια Κρήτης, μια από τις 13 περιφέρειες της Ελλάδας, και αναζητήσαμε φορείς από κάθε νομό του νησιού.
Η κατάσταση της χώρας , εξαιτίας του Covid-19, και οι δυσκολίες στο επικοινωνιακό κομμάτι έκαναν την επαφή μεταξύ ερευνητή και συμμετεχόντων ιδιαίτερα δύσκολη, παρόλα αυτά τα στοιχεία που συλλέχθηκαν, κάλυψαν τις προσδοκίες της έρευνας.
Οι φορείς που απάντησαν στα μηνύματα και συμμετείχαν στην έρευνα είναι οι εξής:

1. **ΕΟΤ**
2. **Περιφέρεια Κρήτης**
3. **ΟΛΗ**
4. **Σύνδεσμος Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Κρήτης**
5. **Παγκρήτιος Σύλλογος Διευθυντών Ξενοδοχείων**
6. **Σύλλογος Ιδιόκτητών Διαχειριστών Τουριστικών Καταλυμάτων Ιτάνου**
7. **Δήμος Ηρακλείου**
8. **Δήμος Οροπεδίου Λασιθίου**
9. **Σύλλογος Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης**
10. **Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων Νομού Χανίων**

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6
# ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

## 6.1 Οι Φορείς που Συμμετείχαν στην Έρευνα

Κατά την διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας, η επικοινωνία με τους φορείς τουρισμού του νησιού της Κρήτης ήταν συστηματική. Το επικοινωνιακό κομμάτι δεν περιορίστηκε στα μηνύματα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αλλά υπήρξε συνεχής επαφή τηλεφωνικά με πρόσωπα που εργάζονται στον εκάστοτε φορέα. Αφού οργανώθηκε μια λίστα περίπου 40 φορέων τουρισμού, άρχισε η τηλεφωνική επικοινωνία.
Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 10 φορείς μεταξύ των οποίων, η Περιφέρεια Κρήτης, ο ΕΟΤ, ο ΟΛΗ, ο Παγκρήτιος Σύλλογος Διευθυντών Ξενοδοχείων Κρήτης, η Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων Χανίων, ο Σύλλογος Ιδιοκτητών Διαχειρίσεων Τουριστικών Καταλυμάτων Ιτάνου, οι Δήμοι Ηρακλείου και Οροπεδίου Λασιθίου και ο Σύλλογος Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης. Ο ερευνητής ευχαριστεί όλους τους φορείς και συγκεκριμένα τον κάθε εκπρόσωπο που διέθεσε χρόνο και κόπο για να απαντήσει στις ερωτήσεις της έρευνας. Κάθε εκπρόσωπος των φορέων που συμμετείχε, πρόσθεσε αξία με τον δικό του τρόπο , με τις δικές του γνώσεις και εμπειρίες πάνω στο θέμα της τουριστικής δραστηριότητας στο νησί της Κρήτης. Η έρευνα εκτυλίχθηκε σε όλο το μήκος και πλάτος του νησιού, συλλέγοντας στοιχεία και από τους τέσσερεις νομούς της Κρήτης.
Στα παραρτήματα που βρίσκονται στο τέλος της πτυχιακής εργασίας, καταγράφονται οι φορείς, το τμήμα εργασίας και οι θέσεις των ανθρώπων που ανέλαβαν να δώσουν απαντήσεις στο θέμα.

## 6.2 Οι Δυσκολίες μιας Νεοσύστατης Επιχείρησης

Από τις απαντήσεις που συλλέχθηκαν, αντιλαμβανόμαστε ότι το μεγαλύτερο ζήτημα με το οποίο έρχεται αντιμέτωπη μια νεοσύστατη επιχείρηση, αποτελεί ο υψηλός ανταγωνισμός. Οι επιχειρήσεις έρχονται αντιμέτωπες με οικονομικά προβλήματα ή αλλιώς έλλειψη κεφαλαίου, τα οποία είναι απαραίτητα για την πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού, για τις αγορές τελευταίας τεχνολογίας και ποιοτικών προϊόντων. Στα άσχημα οικονομικά επίπεδα που βρίσκονται οι επιχειρήσεις, συμβάλλει άμεσα και η υψηλή φορολογία της χώρας, που δυσχεραίνει την κατάσταση και η στήριξη της κυβέρνησης, στους νέους επιχειρηματίες, κρίνεται ανεπαρκής.

| Δυσκολίες ίδρυσης μιας επιχείρησης | Αποτελέσματα |
|---|---|

| | |
|---|---|
| Υψηλός ανταγωνισμός | 8 |
| Υψηλή φορολογία | 5 |
| Μικρό κεφάλαιο | 3 |
| Ανεπαρκής στήριξη της κυβέρνησης | 1 |
| Δυσκολία εκπαίδευσης του προσωπικού | 1 |

Σε γενικές γραμμές, οι επιχειρηματίες θα πρέπει να μεριμνήσουν για την εξάλειψη των εμποδίων και την αντιμετώπιση των προβλημάτων που θα παρουσιαστούν στην διαδικασία σύστασης μίας νέας επιχείρησης.

## 6.3 Οι Κυβερνητικές Χρηματοδοτήσεις και οι Προτάσεις Πρόσθετων Ελαφρύνσεων

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η στήριξη της κυβέρνησης κρίθηκε ανεπαρκής, καθώς τα κονδύλια και οι χρηματικές ελαφρύνσεις είναι ελλιπείς. Οι επιχειρήσεις, έχουν την ανάγκη από κυβερνητικές διευκολύνσεις όπως η χρηματοδότηση ,η μείωση της γραφειοκρατίας, η φορολογική διευκόλυνση καθώς και η ύπαρξη προγραμμάτων επιμορφωτικού χαρακτήρα, που θα δίνουν την ευκαιρία στους επιχειρηματίες και στο προσωπικό, να ενημερώνονται για τις τάσεις της αγοράς και της νέας τεχνολογίας που ενσωματώνεται στις διαδικασίες της επιχείρησης. Ένα αντιπροσωπευτικό σχόλιο των απαντήσεων ήταν η τοποθέτηση του Συλλόγου Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης που τόνισε ότι η Κυβέρνηση δεν μερίμνησε για την εξάλειψη των προβλημάτων που δημιούργησε η πανδημία του covid-19. Μια καλή λύση θα ήταν , σύμφωνα με τον εκπρόσωπο, η ενίσχυση των επιχειρήσεων με χαμηλότοκα δάνεια. Σχολιάστηκε, επίσης, από τον ΕΟΤ, η ύπαρξη αποθαρρυντικών προγραμμάτων του ΕΣΠΑ, καθώς η ένταξη σε αυτά κρίνεται πολύπλοκη (Προϋποθέσεις όπως μονάδες εργασίας). Ο Δήμος Ηρακλείου, με την σειρά του, πρότεινε την οικονομική στήριξη των επιχειρήσεων με χαρακτηριστικό παράδειγμα την κάλυψη του κόστους συντήρησης και λειτουργίας της επιχείρησης.

| **Επάρκεια χρημ/σης & προτάσεις** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Επάρκεια χρηματοδότησης | 2 |
| Ανεπάρκεια χρηματοδότησης | 4 |
| Μείωση φορολογίας | 1 |
| Μείωση γραφειοκρατίας | 2 |
| Δυσκολία ένταξης στα προγράμματα | 4 |
| Bonus συντήρησης & λειτουργίας | 1 |
| Χρηματοδότηση για νέες επιχειρήσεις | 1 |

## 6.4 Η Θετική Συμβολή του Ανταγωνισμού

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, το μεγαλύτερο μέρος των απαντήσεων ήταν θετικό. Οι επιχειρήσεις κρίνουν τον υγιή ανταγωνισμό ως ένα όπλο για την ομαλή δράση των επιχειρήσεων, καθώς και την οικονομική ανάπτυξη τόσο των επιχειρήσεων όσο και της τοπικής οικονομίας. Ο ανταγωνισμός δεν δίνει περιθώρια στο προσωπικό μιας επιχείρησης, η οποία θα πρέπει να εργαστεί σκληρότερα, να οργανωθεί και να εκσυγχρονίσει τις λειτουργικές της διαδικασίες , με αποτέλεσμα να αποφέρει κέρδη. Όπως τόνισε και ο εκπρόσωπος της Περιφέρειας Κρήτης, η υγιής ανταγωνιστική δράση μεταξύ των επιχειρήσεων θέτει τις βάσεις για μεγαλύτερη μόρφωση, και εμπειρία, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Υπάρχει πάντως, και η πιθανότητα ο ανταγωνισμός να οδηγήσει σε οικονομικές δυσκολίες για τις επιχειρήσεις. Όπως τόνισε, ο εκπρόσωπος του ΕΟΤ, η συσσώρευση πολλών επιχειρήσεων με κοινά προϊόντα και υπηρεσίες, δεν δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες για την βελτίωση των σχέσεων μεταξύ των ανταγωνιστών και δημιουργούν την ανάγκη για διάκριση στην αγορά. Η ύπαρξη όμοιων επιχειρήσεων θα αναγκάσει τους ανταγωνιστές να μειώσουν τις τιμές της προσφοράς.

| **Συμβολή του Ανταγωνισμού στην Δράση των επιχειρήσεων** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Θετική συμβολή στις επιχειρήσεις | 6 |
| Αύξηση της ποιότητας | 4 |
| Βελτίωση προσφερόμενων υπηρεσιών | 2 |
| Εργάζονται σκληρότερα | 1 |
| Συσσώρευση όμοιων επιχειρήσεων/Μείωση τιμών | 1 |
| Δεν υπάρχει στην Ελλάδα | 1 |

Σε γενικές γραμμές, ο υγιής ανταγωνισμός επικροτείται και ενθαρρύνεται από όλους τους φορείς που συμμετείχαν στην έρευνα. Στην Ελλάδα θα πρέπει, παρά τις δυσκολίες, να επιδιωχθεί από κάθε επιχείρηση ξεχωριστά, με σκοπό τα οικονομικά οφέλη, η αύξηση της ποιότητας και η δημιουργίας ενός ισχυρού οικονομικού περιβάλλοντος.

## 6.5 Ο Βαθμός Αξιοποίησης της Καινοτομίας

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, οι απόψεις των ερωτώμενων διίστανται . Πολλοί εκπρόσωποι θεωρούν ότι η καινοτομία δεν έχει αναπτυχθεί σε ικανοποιητικά επίπεδα στην χώρα μας, ενώ από την άλλη πλευρά κάποιοι δήλωσαν την ικανοποίηση τους για την μέχρι τώρα πορεία. Σίγουρα τα οικονομικά περιθώρια για επενδύσεις είναι στενά σε μια χώρα που βρίσκεται σε οικονομική κρίση, καθιστώντας δύσκολα τα εγχειρήματα που απαιτούν κεφάλαιο για την αγορά νέας τεχνολογίας και την πρόσληψη προσωπικού. Πολλοί επενδυτές, αδυνατούν να διαθέσουν το επαρκές κεφάλαιο για την

αγορά τεχνολογίας, για την βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, καθώς και την πρόσληψη καταρτισμένου προσωπικού. Πέρα από τα οικονομικά προβλήματα της εποχής, η ευθύνη βαραίνει και την μη δραστηριοποίηση της κυβέρνησης. Η ανεπαρκής στήριξη, και η απουσία προγραμμάτων εκπαίδευσης και πληροφόρησης, καθώς και χρηματοδότηση των επιχειρήσεων, δημιουργούν δύσκολες συνθήκες στην αγορά. Ο εκπρόσωπος του Συλλόγου Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης, μίλησε για την μεγάλη εξέλιξη της ηλεκτρονικής δραστηριότητας στις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τα λεγόμενα του, σημαντική καινοτομική δράση αποτελεί η συστηματική χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, οι οποίες προσφέρουν ευκολία στις συναλλαγές πελάτη-επιχείρησης. Κάποια από τα παραδείγματα που αναφέρθηκαν, είναι συναλλαγές όπως οι κρατήσεις, τα τιμολόγια, καθώς και η αξιοποίηση του channel management.

| **Αξιοποίηση της Καινοτομίας στις Επιχειρήσεις** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Υψηλό επίπεδο αξιοποίησης | 4 |
| Αξιοποιείται ως ένα βαθμό και φέρνει κέρδη | 1 |
| Χαμηλό/Μέτριο επίπεδο αξιοποίησης | 4 |
| Υψηλή αξιοποίηση της καινοτομίας στο διαδίκτυο | 1 |
| Ανεπαρκής στήριξη της πολιτείας | 1 |

Σε γενικές γραμμές, η καινοτομία βρίσκεται σε εποικοδομητικό στάδιο. Πολλές επιχειρήσεις στοχεύουν στην βελτίωση και την αγορά ηλεκτρονικών μέσων για την διευκόλυνση των συναλλαγών μέσω του ηλεκτρονικού διαδικτύου. Η αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και η συνεχής πληροφόρηση από αυτό επικροτείται σε ικανοποιητικό βαθμό και κρίνεται ως ο σημαντικότερος κλάδος ανάπτυξης.

## 6.6 Η Εκπαίδευση του προσωπικού στο θέμα της Καινοτομίας

Συνοπτικά, οι απαντήσεις των εκπρόσωπων στο θέμα της καινοτομικής εκπαίδευσης κρίθηκαν ικανοποιητικές. Οι επιχειρηματίες γνωρίζουν την σημασία της αξιοποίησης των καινοτομικών πρακτικών στις επιχειρήσεις. Μια σημαντική αρμοδιότητα της οργάνωσης μέσα στην επιχείρηση είναι η συνεχής ενημέρωση και πληροφόρηση του προσωπικού, με σκοπό να είναι προετοιμασμένο για την αξιοποίηση κάθε πιθανής ευκαιρίας που παρουσιάζεται στην αγορά. Η μεγαλύτερη πηγή καινοτομίας της εποχής, είναι το διαδίκτυο και η σωστή διαχείριση του. Ο Σύλλογος Ξενοδόχων Ρεθύμνης, τόνισε την σημασία εκπαίδευσης του προσωπικού, αποτέλεσμα της οποίας είναι η ύπαρξη γνώσεων για την αξιοποίηση καινούριων μεθόδων και της καινούριας τεχνολογίας που χρησιμοποιείται. Επίσης η πληροφόρηση και η γνώση δημιουργεί τις βάσεις για την σωστή οικοδόμηση της επιχείρησης. Σύμφωνα με τον Δήμο Οροπεδίου Λασιθίου, η επιμόρφωση και η ενημέρωση του προσωπικού σχετικά με τις νέες τεχνολογίες και πληροφορίες που παρουσιάζονται στην αγορά, δημιουργεί τις βάσεις για τον σχεδιασμό των πλάνων και των στόχων της επιχείρησης.

| Εκπαίδευση του Προσωπικού των Επιχειρήσεων | Αποτελέσματα |
|---|---|
| Καλή εκπαίδευση και πληροφόρηση | 6 |
| Ενημέρωση μέσω διαδικτύου ή από πλατφόρμες | 1 |
| Επιμόρφωση υφισταμένου προσωπικού ανά περιόδους | 1 |
| Μη ικανοποιητικός βαθμός εκπαίδευσης | 2 |
| Δυσκολία εύρεσης πιστού και καταρτισμένου προσωπικού | 1 |

Δεδομένων των συνθηκών της εποχής, η πληροφόρηση στον τομέα της καινοτομίας κρίνεται ικανοποιητική. Οι επιχειρήσεις μεριμνούν για την εκπαίδευση του προσωπικού με σκοπό να βρίσκονται σε καλό επίπεδο γνώσης και ικανότητας στην ικανοποίηση των καταναλωτικών προτιμήσεων.

## 6.7 Τμήμα Εσωτερικού Υπεύθυνο για την Εκπαίδευση στην Καινοτομία

Οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν , ήταν κατά κύριο λόγο αρνητικές. Στις τουριστικές επιχειρήσεις δεν υπάρχει η δυνατότητα της δημιουργίας ενός ξεχωριστού τμήματος πληροφόρησης για θέματα καινοτομίας. Η Περιφέρεια Κρήτης, τόνισε ότι δεν υπάρχει τμήμα με τέτοιες αρμοδιότητες. Την υποχρέωση για ενημέρωση του προσωπικού αναλαμβάνει ο Διευθυντής ή οι τμηματάρχες. Ο εκπρόσωπος του ΕΟΤ επιβεβαίωσε την έλλειψη υπεύθυνου τμήματος εκπαίδευσης, τονίζοντας ότι τέτοιου είδους πληροφορίες προσφέρουν το Υπουργείο αλλά και η Περιφέρεια με προγράμματα ενημέρωσης. Παρά την σταθερότητα στο θέμα της ενημέρωσης, τονίστηκε η σωστή αντιμετώπιση της υγειονομικής κρίσης των τελευταίων δυο χρόνων, μέσω της εκπαίδευσης που πραγματοποιήθηκε με θέμα τα υγειονομικά πρωτόκολλα.

| Τμήμα εσωτερικού Τμήματος Έρευνας & Ενημέρωσης | Αποτελέσματα |
|---|---|
| Υπάρχει τμήμα | 3 |
| Δεν υπάρχει τμήμα | 6 |
| Εκπαίδευση από διευθυντή ή τμηματάρχες | 1 |
| Ενημέρωση μέσω Υπουργείου Τουρισμού ή Περιφέρεια | 1 |
| Μόρφωση μέσω σεμιναρίων που πραγματοποιούν ειδικοί | 1 |

Η ύπαρξη ενός τμήματος, υπεύθυνου για την εκπαίδευση και την διάδοση γνώσεων στα θέματα της καινοτομίας θα βοηθούσε αρκετά στην οργάνωση των λειτουργιών της επιχείρησης. Θα είχε ως αποτέλεσμα την κάλυψη της άγνοιας και της αμάθειας, και το προσωπικό θα ήταν ενημερωμένο για τις τελευταίες εξελίξεις στην παγκόσμια αγορά. Οι οικονομικοί περιορισμοί της εποχής δυσκολεύουν ένα τέτοιο εγχείρημα, και οι εργαζόμενοι θα πρέπει να ενημερώνονται από ειδικούς έξω από την επιχείρηση για παράδειγμα από εκθέσεις, σεμινάρια ή το διαδίκτυο.

## 6.8 Ο Έλεγχος των Καταναλωτικών Προτιμήσεων

Η συχνότητα των απαντήσεων στο συγκεκριμένο ερευνητικό ερώτημα ήταν θετική. Στο εσωτερικό της επιχείρησης συντελούνται έλεγχοι για τις τάσεις της αγοράς και τις αλλαγές στις απαιτήσεις των καταναλωτών. Σύμφωνα με τον Δήμο Οροπεδίου Λασιθίου, η εξέλιξη της τεχνολογίας σε συνδυασμό με την εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, δίνει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εξετάζουν τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών, μέσω του ηλεκτρονικού διαδικτύου και της πλατφόρμας . Η περιφέρεια Κρήτης συμπλήρωσε με την ανάδειξη μιας τεχνικής ελέγχου των πελατειακών αναγκών , όπως τα ερωτηματολόγια και η αξιολόγηση μέσω του ιστότοπου της επιχείρησης.

| **Έλεγχος των αλλαγών στις καταναλωτικές προτιμήσεις** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Ναι εξετάζονται οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά | 5 |
| Όσο χρειάζεται με γνώμονα τους στόχους της | 1 |
| Μέσω έντυπου ερωτηματολογίου | 1 |
| Μέσω ηλεκτρονικών αξιολογήσεων | 2 |
| Όχι δεν πραγματοποιείται έλεγχος | 1 |
| Μέσω άλλων μεγάλων επιχειρήσεων | 1 |

Το συμπέρασμα που βγαίνει, είναι ότι οι επιχειρήσεις έχουν μεριμνήσει για τον έλεγχο των αναγκών της αγοράς. Οι τάσεις της αγοράς και οι απαιτήσεις των καταναλωτών αλλάζουν τακτικά. Οι επιχειρήσεις πληροφορούνται για τις αλλαγές είτε μέσω της ηλεκτρονικής τους πλατφόρμας, και των αξιολογήσεων στην επιχείρηση, είτε μέσω έντυπων ερωτηματολογίων που δίνουν την δυνατότητα στον πελάτη να περιγράψει τα παράπονα του για την επιχείρηση. Με την παρακολούθηση των μεγάλων επιχειρήσεων, οι μικρές επιχειρήσεις έχουν την ευκαιρία να εμπνευστούν και να υιοθετήσουν τακτικές και ιδέες.

## 6.9 Η Τάση των Επιχειρήσεων να Κυνηγάνε τις Νέες Ευκαιρίες στην Αγορά

Θετικά αποτελέσματα προέκυψαν από τις απαντήσεις των φορέων όσον αφορά την αναζήτηση των ευκαιριών στην αγορά. Οι επιχειρήσεις ελέγχουν τις τάσεις της αγοράς και ενημερώνονται τακτικά για τις αλλαγές που προκύπτουν. Αυτό βοηθάει στον σχεδιασμό των στόχων και του επιχειρηματικού πλάνου της επιχείρησης. Όπως πρόσθεσε ο εκπρόσωπος του ΕΟΤ, οι επιχειρήσεις υιοθετούν τα πρότυπα και τις τεχνικές που εντοπίζουν στην αγορά .Δόθηκε ως παράδειγμα το μεταφορικό έργο των τουριστών με τα ΙΧ εννιαθέσια με οδηγό. Ο Σύλλογος Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης επιβεβαίωσε τις τάσεις και την φιλοσοφία ενός νέου επιχειρηματία, που δεν είναι άλλη από τον έλεγχο και την αξιοποίηση κάθε ευκαιρίας που θα παρουσιαστεί. Υπάρχουν φυσικά και δυσκολίες ,όπως πρόσθεσε ο Σύλλογος Ιδιόκτητων Διαχειριστών Τουριστικών Καταλυμάτων Ιτάνου, καθώς η απόκτηση κεφαλαίου και η πρόσληψη προσωπικού είναι απαραίτητες προϋποθέσεις.

| **Η τάση των επιχειρήσεων στην αναζήτηση ευκαιριών στην αγορά** | ***Αποτελέσματα*** |
|---|---|
| Οι επιχειρήσεις κυνηγάνε τις ευκαιρίες στην αγορά | 5 |
| Ακολουθούν τις τάσεις της αγοράς | 2 |
| Ενημέρωση μέσω διαδικτύου | 2 |
| Προϋπόθεση ύπαρξης προσωπικού & κεφαλαίου | 1 |
| Δεν υπάρχει ευελιξία | 1 |

## 6.10 Οι Πηγές Ανάπτυξης Καινοτομικών Ιδεών

Η μεγαλύτερη συχνότητα απαντήσεων αφορά τις διαδικτυακές πηγές ενημέρωσης. Η εξέλιξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου οδηγεί τις επιχειρήσεις να στρέφονται στην τεχνολογία. Η Περιφέρεια Κρήτης, αναφέρθηκε στις σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης για θέματα καινοτομίας κρίνοντας σημαντική την επιστήμη και την εξέλιξη της τεχνολογίας. Η διάδοση και η μελέτη της τεχνολογίας διατηρούν τον επιχειρηματία ενημερωμένο και προετοιμασμένο για τον σχεδιασμό κάθε κίνησης . Ο εκπρόσωπος του Συνδέσμου Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Κρήτης σύγκρινε την χώρα μας, με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, οι οποίες έχουν αναπτυχθεί σε αρκετά υψηλότερο επίπεδο τόσο στην καινοτομία όσο και στην τεχνολογία. Ο Παγκρήτιος Σύλλογος Διευθυντών Ξενοδοχείων Κρήτης, τόνισε την σημασία της αξιοποίησης του περιβάλλοντος και της ενέργειας, τονίζοντας ότι η εκμετάλλευση του αποφέρει κέρδη και εξέλιξη.

| Πηγές ιδεών στην Καινοτομία | Αποτελέσματα |
|---|---|
| Διαδίκτυο | 5 |
| Εξέλιξη της τεχνολογίας | 3 |
| Σεμινάρια/ Εκθέσεις | 2 |
| Εξωτερικό/ Ξένες αγορές | 2 |
| Τάσεις αγοράς | 2 |
| Περιβάλλον, Ενέργεια | 1 |
| ΜΜΕ | 1 |

Σε γενικές γραμμές, το μεγαλύτερο πλήθος των επιχειρήσεων εξετάζει τις αλλαγές που παρουσιάζονται στην επιχειρηματική αγορά και προσπαθεί να επινοήσει ή να βελτιώσει την προσφορά του. Με την μελέτη των αναγκών που υπάρχουν , θα μπορέσουν να οργανωθούν και να αξιοποιηθούν οι ευκαιρίες που είναι εφικτές.

## 6.11 Οι Εισαγωγές Καινοτομίας στις Επιχειρήσεις

Στην ερώτηση που αφορά τις προσθήκες καινοτομίας στις λειτουργίες ή στις υπηρεσίες της επιχείρησης συλλέχθηκαν θετικά αποτελέσματα. Υπάρχει δραστηριοποίηση στον τομέα της εξέλιξης, με τις τουριστικές επιχειρήσεις να επιδιώκουν τον συνεχή εκσυγχρονισμό των διαδικασιών τους. Η Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων Νομού Χανίων έδωσε ένα παράδειγμα σημαντικών αλλαγών και διαμορφώσεων στις υπηρεσίες της. Παράδειγμα τέτοιων αλλαγών, είναι οι ανακατασκευές πολλών διαμερισμάτων, και η ενσωμάτωση μιας νέας διακόσμησης στο χώρο ( συλλογή έργων τέχνης) . Ο εκπρόσωπος του Συλλόγου Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης πρόσθεσε τις δικές του αλλαγές και βελτιώσεις. Σημαντικές αλλαγές αποτελούν τα προγράμματα channel management, οι online κρατήσεις, αλλαγές στις κρατήσεις και στην έκδοση τιμολογίων καθώς και η αγορά νέων προϊόντων όπως πλυντήρια, στεγνωτήρια και μονάδες κλιματιστικών.

| Εισαγωγές καινοτομίας | Αποτελέσματα |
|---|---|
| Ναι υπήρξαν βελτιώσεις-ανανεώσεις | 7 |
| Αγορές αναβάθμισης(site, onlineκρατήσεις,channel management κ.λ.π) | 1 |
| Ανακατασκευές ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων | 1 |
| Αγορές νέας τεχνολογίας | 1 |
| Αναβάθμιση διαδικτύου | 1 |

| | |
|---|---|
| Δεν υπήρξε κάτι νέο | 2 |

Οι επιχειρήσεις εστιάζουν κατά κύριο λόγο, στον τομέα του διαδικτύου. Με τις ενσωματώσεις νέας τεχνολογίας, την αναβάθμιση της πλατφόρμας τους, την εύκολη διαχείριση των συναλλαγών , και την ηλεκτρονική διαφήμιση ,προσπαθούν τόσο να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους, όσο και να εξετάσουν τις μεταβολές της ζήτησης.

## 6.12 Η Ύπαρξη Πρωτοποριακού Στοιχείου στις Επιχειρήσεις

Τα στενά οικονομικά περιθώρια, τα εμπόδια γραφειοκρατίας και η ελλιπής στήριξη της κυβέρνησης δεν δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες εξέλιξης για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Οι απαντήσεις στο ερώτημα της πρωτοπορίας ήταν κυρίως αρνητικές. Οι επιχειρήσεις έχουν την φιλοσοφία της εξέλιξης με την συνεχή βελτίωση της προσφοράς και της ποιότητας των υπηρεσιών τους, παρόλα αυτά αντιμετωπίζουν σημαντικές δυσκολίες στην εξαγωγή πρωτοποριακών ειδών στην αγορά. Η Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων Νομού Χανίων παρουσίασε μια πρωτοποριακή αλλαγή η οποία είναι η μετατροπή του σνακ μπαρ σε εστιατόριο βιολογικών προϊόντων. Ο Σύλλογος Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης, έδωσε την δική του εκδοχή κρίνοντας πρωτοποριακή στάση το ρίσκο που αναλαμβάνει μια επιχείρηση για την ανακαίνιση και την αλλαγή κατηγορίας, ωθώντας τις υπόλοιπες επιχειρήσεις να βελτιώνουν τις εγκαταστάσεις και το επίπεδο της προσφοράς τους.

| **Πρωτοποριακή Καινοτομία** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Υπήρξε πρωτοποριακή εξέλιξη | 2 |
| Καμία πρωτοποριακή εξέλιξη | 7 |
| Ρίσκο ανακαίνισης και αλλαγής | 1 |
| Μετατροπή σνάκ μπαρ, σε βιολογικό εστιατόριο | 1 |

Μία λύση στην επιχειρηματική στασιμότητα και στην αδυναμία πρωτοπορίας σε ένα κλάδο αποτελεί η αλλαγή στάσης της κυβέρνησης. Με την δραστηριοποίηση στο θέμα της καινοτομίας και την προσπάθεια της, να βοηθήσει και να προωθήσει τα καινούρια εγχειρήματα θα μπορέσει να προσφέρει μια οικονομική βοήθεια στις επιχειρήσεις που είναι διατεθειμένες να αναλάβουν το ρίσκο και να εξελιχθούν. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την μείωση της φορολογίας και την προώθηση κονδυλίων για τις νέες επιχειρήσεις. Τα ευρωπαϊκά προγράμματα που επιβραβεύουν την καινοτομία θα βοηθούσαν αρκετά στο πρόβλημα κεφαλαίου.

## 6.13 Οι Πηγές Γνώσης για τις Επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις με σκοπό την πληροφόρηση τους, στις πιο σύγχρονες καινοτομικούς μεθόδους και λειτουργίες, προχωρούν σε έρευνες και έλεγχο των πηγών που μπορούν να χρησιμοποιήσουν προς ενημέρωση τους . Σύμφωνα με τις πιο συχνές απαντήσεις, οι πιο διαδεδομένες πηγές πληροφόρησης είναι το διαδίκτυο, η εξέλιξη της τεχνολογίας, τα σεμινάρια, οι εκθέσεις, τα φόρουμ κλπ. Η Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων Νομού Χανίων έκρινε σημαντικές πηγές γνώσης το διαδίκτυο, τα πανεπιστήμια και τις συνεργασίες με τους tour operators, ενώ η Περιφέρεια Κρήτης την συμμετοχή των στελεχών σε φόρουμ και σεμινάρια πληροφόρησης.

| **Πηγές γνώσεων** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Τεχνολογία | 2 |
| Διαδίκτυο | 3 |
| Συνεργασίες με τρίτους (επιχειρήσεις, tour operators) | 3 |
| Σεμινάρια, πανεπιστήμια | 2 |
| Έμπειρο ή μορφωμένο προσωπικό | 2 |
| Φορείς, άλλα άτομα ή δημόσιες σχέσεις | 2 |
| Φόρουμ στελεχών για πληροφόρηση | 1 |

Συνοπτικά, ενθαρρύνονται οι συνεργασίες με άλλες τουριστικές επιχειρήσεις ή εμπλεκόμενα άτομα, με tour operators, οι δημόσιες σχέσεις και η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ τους, με σκοπό την δημιουργία ενός ισχυρού επιχειρηματικού τόπου. Η αξιοποίηση του διαδικτύου, όπως έχει ήδη αναφερθεί πολλές φορές, δημιουργεί ευεργετικά αποτελέσματα. Επιτρέπει την πληροφόρηση μέσω φόρουμ, συζήτηση μεταξύ στελεχών, σεμινάρια κ.λπ.

## 6.14 Η Απόκτηση Φήμης για Έναν Νέο Επιχειρηματία

Στην εποχή της τεχνολογικής εξέλιξης και της μετατροπής όλων των διαδικασιών σε ηλεκτρονική μορφή, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν τον κύριο τρόπο διαφήμισης του επαγγέλματος των ανθρώπων. Έτσι και οι επιχειρηματίες στοχεύουν στην διάδοση της επιχείρησης τους μέσω του διαδικτύου και της σωστής χρήσης του. Το διαδίκτυο δίνει επίσης την δυνατότητα για έρευνα αγοράς που θα βοηθήσει τον επιχειρηματία να στοχεύσει στις ανάγκες των πελατών. Ο Δήμος Ηρακλείου, τόνισε την σημασία που έχει το επικοινωνιακό κομμάτι και οι ικανότητες των στελεχών στην προώθηση και διαφήμιση των υπηρεσιών τους. Ο εκπρόσωπος του ΕΟΤ τόνισε την σημασία που έχουν οι τάσεις της αγοράς και η ικανοποίηση των πελατών, πράγμα που θα οδηγήσει στην διαφήμιση και προώθηση της επιχείρησης. Η Περιφέρειας Κρήτης, όπως και οι υπόλοιποι φορείς, έκριναν σημαντική την αξιοποίηση του διαδικτύου και της πλατφόρμας της επιχείρησης. Η ικανότητα στην διαχείριση του ιστότοπου και στην επικοινωνία, αποτελούν κλειδιά για την ικανοποίηση των πελατών.

| Απόκτηση φήμης | Αποτελέσματα |
|---|---|
| Μέσα κοινωνικής δικτύωσης | 5 |
| ΄Υπαρξη κεφαλαίου | 2 |
| Ικανοποίηση πελατών->Διαφήμιση από τον πελάτη | 2 |
| Διαφήμιση | 2 |
| Ποιότητα προϊόντος ή και πρωτοπορία | 2 |
| Ικανότητα επικοινωνίας | 1 |
| Φόρουμ- Εκθέσεις | 1 |

Το επικοινωνιακό κομμάτι, και η ικανότητα σε αυτό δίνει στον επιχειρηματία ένα επιπλέον πλεονέκτημα στα χέρια του, καθώς θα μπορέσει να προβεί στην εξέταση των απαιτήσεων της αγοράς. Ο συνδυασμός όσο περισσότερων μεθόδων αναλύθηκαν παραπάνω, δίνουν ακόμα περισσότερες πιθανότητες διάκρισης στις επιχειρήσεις.

## 6.15 Η Εκμετάλλευση των Επιχειρηματικών Ευκαιριών

Η συντριπτική συχνότητα απαντήσεων των φορέων τάχθηκε υπέρ της έρευνας αγοράς. Οι επιχειρήσεις ελέγχουν διαρκώς τις αλλαγές των τάσεων, τις μεταβολές της ζήτησης στην περιοχή που δραστηριοποιούνται με σκοπό να βρίσκονται σε ετοιμότητα για την παραγωγή ικανοποιητικών αποτελεσμάτων. Με την μελέτη και την ανάλυση της αγοράς, θα ξεκαθαριστούν οι στόχοι της επιχείρησης και θα οργανωθεί καλύτερα η λειτουργία της επιχείρησης με τον καταμερισμό των εργασιών. Ο εκπρόσωπος του Παγκρήτιου Συλλόγου Διευθυντών Ξενοδοχείων Κρήτης επιβεβαίωσε την σημασία της εξέτασης της αγοράς, ενθαρρύνοντας την μελέτη και την εκμετάλλευση των ευκαιριών με κάθε μέσο. Η Περιφέρεια Κρήτης, επίσης, αναφέρθηκε στην μελέτη και την προσοχή στις τάσεις της αγοράς καθώς και τις ευκαιρίες χρηματοδότησης από τράπεζες, κρατικές επιχορηγήσεις κλπ.

| Αξιοποίηση Επιχειρηματικών Ευκαιριών | Αποτελέσματα |
|---|---|
| Έρευνα αγοράς- Έλεγχος τάσεων | 7 |
| Καταναλωτικές προτιμήσεις | 2 |
| Χρηματοδοτήσεις από τρίτους | 1 |
| Διαδίκτυο | 2 |
| Από τις επαφές του επιχειρηματία | 1 |

## 6.16 Το Σωστό Επιχειρηματικό Πλάνο

Ένα σωστό επιχειρηματικό πλάνο αποτελείται από μία σειρά βημάτων που πρέπει να ακολουθήσει μια επιχείρηση για να έχει κέρδη και επιτυχίες. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο ξεκινάει με την ανάλυση και την μελέτη των τάσεων της αγοράς για πιθανές μεταβολές στις απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού. Στη συνέχεια ορίζονται οι οικονομικοί περιορισμοί της επιχείρησης, επιλέγεται η ευκαιρία και ορίζονται οι στόχοι. Αφού σχεδιαστεί το project, η επιχείρηση περνάει στην υλοποίηση του. Η προώθηση του στην αγορά πρέπει να συνδυαστεί με την ικανότητα των εμπλεκόμενων ατόμων στο επικοινωνιακό κομμάτι. Τέλος οι επιχειρήσεις προβαίνουν σε διορθωτικές κινήσεις και επανέλεγχο αν το κρίνουν απαραίτητο. Η Περιφέρειας Κρήτης αναφέρθηκε στο πλάνο του σχεδιασμού με το οποίο πρέπει να οργανώνεται μια επιχείρηση. Σε αρχικό στάδιο εντοπίζονται οι ευκαιρίες, στη συνέχεια πραγματοποιείται ο σχεδιασμός των προδιαγραφών του προϊόντος. Ακολουθεί η οργάνωση και ένταξη του στην παραγωγική διαδικασία και ο επανέλεγχος του αποτελέσματος. Τέλος προωθείται στο καταναλωτικό κοινό και επαναξιολογείται. Ο Παγκρήτιος Σύλλογος Διευθυντών Ξενοδοχείων Κρήτης, ανέφερε με την σειρά του το πλάνο( Έρευνα Αγοράς, Σχεδιασμός, Οικονομικός προϋπολογισμός, εύρεση πόρων, τοποθέτηση). Έπειτα πραγματοποιείται ένας έλεγχος των αποτελεσμάτων με σκοπό την εξάλειψη των αποκλίσεων.

| **Βήματα Επιχειρηματικού Σχεδίου** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Έρευνα αγοράς | 5 |
| Καθορισμός στόχων | 2 |
| Οικονομικός προϋπολογισμός | 3 |
| Επικοινωνιακή πολιτική | 2 |
| Βελτίωση αποκλίσεων | 1 |
| Ανάλυση SWOT, οικονοτεχνική μελέτη | 1 |
| Βελτίωση αποκλίσεων και επανέλεγχος | 3 |

## 6.17 Οι Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας

Για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε μία περιοχή θα πρέπει να πληρούνται συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Ύψιστης σημασίας για την εγκατάσταση μιας επιχείρησης αποτελεί η ύπαρξη των κατάλληλων υποδομών στην περιοχή. Καλοί δρόμοι, μέσα μεταφοράς, αστυνομία, νοσοκομεία, κέντρα διασκέδασης, δίκτυα νερού

αποχέτευσης και πολλά άλλα που προσφέρουν ανέσεις στην διαμονή. Η ύπαρξη ενός υγιούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος αποτελεί επίσης κριτήριο για την εγκατάσταση μιας επιχείρησης. Ο εκπρόσωπος του Συλλόγου Ξενοδόχων Ρεθύμνης έδωσε μια πλήρης απάντηση, κάνοντας λόγο για την μεγάλη σημασία που έχουν οι υποδομές μιας περιοχής στην επιχειρηματική δράση. Παραδείγματα αποτελούν τα δίκτυα νερού, αποχέτευσης κλπ. Σε δεύτερη φάση, δόθηκε σημασία στην τοποθεσία της εγκατάστασης της επιχείρησης αλλά και στο καταναλωτικό κοινό της περιοχής. Ο εκπρόσωπος του ΟΛΗ πρόσθεσε την σημασία της ανάλυσης της προσφοράς και της ζήτησης καθώς και το επίπεδο του ανταγωνισμού στην περιοχή.

| **Προϋποθέσεις Επιχειρηματικότητας** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Υποδομές περιοχής (δρόμοι, κέντρα, δίκτυα πόλης) | 5 |
| Τοποθεσία εγκαταστάσεων | 2 |
| Τουριστική δραστηριότητα και διασκέδαση | 2 |
| Συνεργασία με επιχειρήσεις και στήριξη πολιτείας | 3 |
| Ανάλυση αγοράς και ύπαρξη υγιούς ανταγωνισμού | 3 |
| Περιβάλλον | 1 |
| Κεφάλαιο | 1 |

Συνοψίζοντας, βγαίνουν τα συμπεράσματα ότι τα κριτήρια για την ευημερία της επιχειρηματικότητας είναι πολλά και συνδυαστικά. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να διευρύνουν τον κύκλο επικοινωνιών και συνεργασιών τους , με σκοπό την ύπαρξη μιας υγιούς επιχειρηματικής αγοράς που θα επιφέρει την οικονομική ανάπτυξη στην περιοχή και την βελτίωση των υποδομών-παροχών.

## 6.18 Η Προσφορά της Έντονης Επιχειρηματικότητας στην Τοπική Κοινωνία

Η επιχειρηματική άνθιση και η τουριστική δραστηριότητα σε μία περιοχή είναι η βάση για εξέλιξη. Από τα αποτελέσματα που συλλέχθηκαν, είναι εύκολο να βγει το παραπάνω συμπέρασμα. Πέρα από την οικονομική άνθιση και την πολιτιστική και τοπική ανάδειξη, η έντονη επιχειρηματικότητα σε μία περιοχή δίνει εργασία σε ντόπιους που πλήττονται από την υψηλή ανεργία της χώρας. Οι συνθήκες ζωής βελτιώνονται, οι ιατρικές παροχές καθώς και οι παροχές ασφάλειας της περιοχής αυξάνονται αρκετά . Η απάντηση της Περιφέρειας Κρήτης ήταν πλήρης με κάθε λεπτομέρεια. Η επιχειρηματικότητα επιδράει θετικά σε μία περιοχή με την βελτίωση των υποδομών, την αύξηση των θέσεων εργασίας και την οικονομική ανάπτυξη της τοπικής

οικονομίας. Η απόδειξη της συγκεκριμένης εξέλιξης αποτελούν τα νησιά και τα χωριά που έχουν έντονη τουριστική δράση. Τονίστηκαν βέβαια και τα αρνητικά αποτελέσματα της, με σημαντικότερα παραδείγματα την καταπάτηση του περιβαλλοντικού πλούτου, την εγκατάλειψη του πρωτογενούς τομέα και την μονόδρομη ανάπτυξη. Ο Σύλλογος Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης τόνισε επίσης την βελτίωση των υποδομών των περιοχών. Σημαντικά προνόμια που δεν θα ήταν δυνατόν να υπάρξουν χωρίς την επιχειρηματική δράση αποτελούν οι ιατρικές παροχές, η αστυνόμευση, τα κέντρα διασκέδασης κλπ.

| **Αποτελέσματα Έντονης Επιχειρηματικότητας** | **Αποτελέσματα** |
|---|---|
| Θέσεις εργασίας | 6 |
| Επίπεδο διαβίωσης | 4 |
| Παροχές τουρισμού (Ιατρική περίθαλψη, ασφάλεια, κέντρα διασκέδασης, ισχυρός ανταγωνισμός) | 1 |
| Οικονομική ανάπτυξη | 3 |
| Ανάδειξη τοπικού και πολιτιστικού στοιχείου | 2 |
| Καταπάτηση του περιβάλλοντος και μονόδρομη ανάπτυξη | 1 |

Με μία σύνοψη των απαντήσεων, η επιχειρηματικότητα είναι πηγή εξέλιξης και ανάπτυξης τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για την τοπική κοινωνία. Πέρα, όμως , από τα θετικά , υπάρχουν και επιπτώσεις στην αλόγιστη εκμετάλλευση του φυσικού περιβάλλοντος δημιουργώντας πολλές φορές φυσικές καταστροφές αλλά και η εγκατάλειψη του πρωτογενούς τομέα.

*** Το πλήρες κείμενο των απαντήσεων μπορεί να διατεθεί μετά από email στον ερευνητή.**

# ΚΕΦΆΛΑΙΟ 7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

## 7.1 Εισαγωγή

Στις προηγούμενες ενότητες της πτυχιακής εργασίας ασχοληθήκαμε με το θέμα της καινοτομίας και επιχειρηματικότητας στον τουρισμό, δύο έννοιες που στην σύγχρονη εποχή με την εξέλιξη της τεχνολογίας, αλλά και την παγκοσμιοποίηση, έχουν απασχολήσει το μεγαλύτερο πλήθος των επιχειρήσεων και των ανθρώπων που επιθυμούν να ενταχθούν στην αγορά.
Πραγματοποιήθηκε μια συνέντευξη με την χρήση ερωτηματολογίου με σκοπό να μπορέσουμε να επαληθεύσουμε τις πληροφορίες και τα στοιχεία που έχουμε καταγράψει στις προηγούμενες ενότητες. Οι φορείς και οι εκπρόσωποι τους, μας βοήθησαν να εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα όσον αφορά την αξιοποίηση της καινοτομίας , τις δυσκολίες των επιχειρήσεων στο οικονομικό αλλά και στο ανταγωνιστικό κομμάτι καθώς και τις συνθήκες στις οποίες αξιοποιείται σωστά η επιχειρηματικότητα. Εξετάστηκε ο τρόπος που οι επιχειρήσεις αναλύουν και οργανώνουν το επιχειρηματικό τους πλάνο, οι πηγές πληροφόρησης και εκπαίδευσης του προσωπικού τους, οι πηγές χρηματοδότησης, η άποψη τους για τις τάσεις της αγοράς, οι ανταγωνιστικές δυσχέρειες και πολλά ακόμα χρήσιμα στοιχεία επί του θέματος.
Το ερωτηματολόγιο, τα ερευνητικά ερωτήματα και οι απαντήσεις των ερωτώμενων είναι η ακτινογραφία της πτυχιακής και η επιβεβαίωση των πληροφοριών που συλλέχθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια.

## 7.2 Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό: Συμπεράσματα

Λαμβάνοντας υπόψιν τα αποτελέσματα της έρευνας που συλλέξαμε, μπορούμε να εξάγουμε ποιοτικά συμπεράσματα στο θέμα της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό.
Οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης θέτουν περιορισμούς στην εξέλιξη και στην υιοθέτηση της καινοτομίας στην φιλοσοφία των επιχειρηματιών. Λόγω της οικονομικής κρίσης της χώρας αλλά και της έντονης τουριστικής δραστηριότητας, πολλές επιχειρήσεις αλλά και επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν προβλήματα στην διάκριση τους στην αγορά. Υπάρχει μεγάλη δυσκολία στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων και στην απόκτηση φήμης στην τοπική αγορά. Η έλλειψη κεφαλαίου στα χέρια των επιχειρηματιών, καθιστά αδύνατη την αναζήτηση εκπαιδευμένου προσωπικού, την έρευνα αγοράς και τις βελτιώσεις των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η ύπαρξη υψηλής φορολογίας στη χώρα σε συνδυασμό με την δυσκολία ένταξης σε χρηματοδοτικά προγράμματα του κράτους ελαχιστοποιεί τα περιθώρια εξέλιξης. Τα γραφειοκρατικά

ζητήματα όπως και οι οικονομικοί περιορισμοί που υφίστανται δημιουργούν περαιτέρω εμπόδια στην ίδρυση μιας επιχείρησης. Οι μεγάλες επενδύσεις, η αγορά εξοπλισμού, η πρόσληψη προσωπικού, η ενοικίαση ή αγορά χώρων εγκατάστασης σε συνδυασμό με την αδυναμία του κράτους να στηρίξει οικονομικά τα νέα εγχειρήματα δημιουργούν δυσχερείς συνθήκες για τους επενδυτές. Στα θετικά όσον αφορά τις κυβερνητικές υποστηρίξεις, μπορεί θα θεωρηθεί η ενημέρωση της Περιφέρειας και του Υπουργείου Τουρισμού σχετικά με την καινοτομία και τις καταναλωτικές τάσεις. Επίσης, η ύπαρξη σεμιναρίων που σκοπό έχουν να διαδίδουν τις εξελίξεις και τις νέες τεχνολογίες που ενσωματώνονται στις επιχειρηματικές πρακτικές. Με αυτό τον τρόπο υπάρχει ένα ικανοποιητικότερο επίπεδο μόρφωσης στο θέμα της καινοτομίας. Ενθαρρύνεται η καινοτομία και οργανώνονται σεμινάρια που βοηθούν στην ανταλλαγή γνώσεων και πληροφοριών. Πολλοί ερωτώμενοι βέβαια έθεσαν ανοιχτά τα παράπονα τους στο θέμα της ανεπαρκής χρηματοδότησης και στήριξης της κυβέρνησης, διότι παρά τις γραφειοκρατικές δυσκολίες και τις φορολογικές επιβαρύνσεις, η κυβέρνηση δεν μεριμνά για την οικονομική στήριξη κυρίως των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων. Ένα επιπλέον βάρος για τους επιχειρηματίες αποτελεί η πανδημία του covid- 19 που έθεσε ακόμα περισσότερες δυσκολίες στην οικονομική τους ανάπτυξη.

Σημαντικό εμπόδιο είναι και ο υψηλός ανταγωνισμός στην χώρα , λόγω του έντονου τουριστικού στοιχείου και της ύπαρξης μεγάλων και πολλών ,αριθμητικά, επιχειρήσεων σε τόπους όπου μπορεί να αξιοποιηθεί το περιβάλλον, το κλίμα και ο φυσικός πλούτος της χώρας. Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις κάνουν την εμφάνιση τους, κάνοντας τις ανάγκες των τουριστών περισσότερο απαιτητικές. Αυτό έχει αποτέλεσμα να διαδραματίζεται ένας ανταγωνιστικός πόλεμος μεταξύ των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα αυτές που αντιμετωπίζουν τις μεγαλύτερες οικονομικές ή οργανωτικές αδυναμίες να χάνονται. Ο υγιής ανταγωνισμός, πάντως, σχολιάστηκε θετικά από το μεγαλύτερο μέρος των ερωτώμενων. Οι επιχειρήσεις που ανταγωνίζονται με θεμιτό τρόπο, βλέπουν την βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών τους, την οργάνωση και διαχείριση των λειτουργιών τους , καθώς και την βελτίωση και εξάλειψη των προβλημάτων που πιθανότατα αντιμετωπίζουν. Στα θετικά για τις τουριστικές επιχειρήσεις αποτελούν το κλίμα, το φυσικό περιβάλλον και ο εναλλακτικός τουρισμός στην χώρα. Η Ελλάδα, με την γεωγραφική της θέση και το κλίμα της, αποτελεί πόλο έλξης για το τουριστικό κοινό. Πολλές επιχειρήσεις διαφορετικού χαρακτήρα έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν σε όλο το εύρος της χώρας. Η ύπαρξη βουνών, δασών, ορεινών περιοχών, παραθαλάσσιων περιοχών δίνουν τη ευκαιρία για την άνθιση της επιχειρηματικότητας στην χώρα. Μία υγιής ομάδα τουριστικών επιχειρήσεων σε μία τοπική κοινωνία, μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας αλλά και στις συνθήκες διαβίωσης. Η βελτίωση των δρόμων, των δικτύων νερού, ρεύματος, ύδρευσης των ιατρικών παροχών και πολλές άλλες υπηρεσίες. Μια άλλη σημαντική λύση στην ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί η βελτίωση της μετακίνησης και μεταφοράς σε περιοχές όπου η μετάβαση αποτελεί πρόβλημα. Έτσι θα δημιουργηθούν οι βάσεις για μεγαλύτερη επιχειρηματική ανάπτυξη και διάδοση του τοπικού πλούτου των περιοχών.

Παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζονται, παρατηρήσαμε ότι τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα έχει ξεκινήσει να εξελίσσεται η έννοια της καινοτομίας και ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις δρούν με γνώμονα την αξιοποίηση της. Οι επιχειρήσεις ελέγχουν συνεχώς τις τάσεις της αγοράς, τις αλλαγές που παρουσιάζονται στις ανάγκες των τουριστών και προσπαθούν να ανεβάσουν την ποιότητα-προσφορά. Η έντονη τουριστική δραστηριότητα στην χώρα δημιουργεί σημαντικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της καινοτομίας. Η καινοτομική δράση είναι αρκετά χαμηλή στην Ελλάδα σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Οι προϋποθέσεις και οι βάσεις υπάρχουν σε μεγάλο βαθμό αν κρίνει κανείς την ποιότητα των περιοχών, του φυσικού πλούτου, και του κλίματος στην Ελλάδα. Η δημιουργία ενός φιλικού κυβερνητικού περιβάλλοντος, που θα μεριμνά για την καινοτομία στις επιχειρήσεις, θα δώσει

ευκαιρίες στους επιχειρηματίες που πλήττονται από την οικονομική κρίση, έτσι ώστε να ανοίξουν την πόρτα της εξέλιξης.
Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει δώσει την ευκαιρία στα μέλη της επιχείρησης να πληροφορούνται για τις εξελίξεις με αμείωτους ρυθμούς, γεγονός που καθιστά την υιοθέτηση ιδεών πιο προσβάσιμη. Μέσω της συστηματικής παρακολούθησης της αγοράς, οι επιχειρήσεις είναι πιο οργανωμένες και έτοιμες να κυνηγήσουν τις ευκαιρίες που θα τους παρουσιαστούν. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας , η χρήση των καινοτομικών πρακτικών στηρίζεται στην σωστή πληροφόρηση και εκπαίδευση του προσωπικού, στην έρευνα αγοράς και στη αξιοποίηση του περιβάλλοντος και των οικονομικών αποθεμάτων. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ορίζουν το επιχειρηματικό τους πλάνο, δηλαδή να προχωρούν στον σχεδιασμό της στρατηγικής, στην αναζήτηση των αναγκών της τοπικής αγοράς και έπειτα στην σωστή εκμετάλλευση των οικονομικών αποθεμάτων , του ανθρώπινου δυναμικού και του τόπου στον οποίο βρίσκονται οι εγκαταστάσεις τους. Πολύ σημαντικό κομμάτι της υλοποίησης ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι η ικανότητα του προσωπικού στο επικοινωνιακό κομμάτι, να έχουν δηλαδή την εμπειρία και τις γνώσεις για να προσεγγίσουν κατάλληλα το καταναλωτικό πλήθος.
Ένα πρόβλημα στην δόμηση των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων είναι η έλλειψη τμήματος πληροφόρησης σχετικά με την καινοτομία. Πολλοί φορείς απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση για την ύπαρξη τμήματος Έρευνας & Ανάπτυξης για την ενημέρωση σχετικά με την καινοτομία και τις εξελίξεις στο καταναλωτικό κοινό. Η πληροφόρηση και η εκπαίδευση του προσωπικού βασίζεται εξ' ολοκλήρου στα σεμινάρια ή έξω-επιχειρησιακά προγράμματα, καθιστώντας περιορισμένες τις ευκαιρίες των εργαζομένων να ενημερώνονται τακτικά.
Σημαντικός παράγοντας της καινοτομικής δράσης είναι η μέθοδος χειρισμού της νέας τεχνολογίας. Παρατηρούμε, μέσα από τις απαντήσεις που συλλέξαμε, την έμφαση που δίνουν οι φορείς στην εξέλιξη της τεχνολογίας και τον χειρισμό του διαδικτυακού κόσμου. Η ηλεκτρονική διαφήμιση είναι, πλέον, ο αποδοτικότερος τρόπος για να κάνει ένας επιχειρηματίας αισθητή την παρουσία του. Με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να βρίσκονται στην κορυφή των τάσεων της νεολαίας, και όχι μόνο, γίνεται ευκολότερη η προώθηση μιας επιχείρησης και του σκοπού της. Οι φορείς θυσιάζουν αρκετό χρήμα στην αγορά προγραμμάτων που βελτιώνουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές καθώς γνωρίζουν ότι τα πάντα πλέον διαχειρίζονται από τα ηλεκτρονικά sites. Οι βελτιώσεις μπορούν να αφορούν τις κρατήσεις δωματίων, τις μεθόδους πληρωμής, την δημιουργία σύγχρονης ιστοσελίδας καθώς και άλλων σύγχρονων ηλεκτρονικών μεθόδων. Με τις προσθήκες νέας τεχνολογίας να είναι αδιάκοπες, το μεγαλύτερο μέρος των συναλλαγών μεταξύ επιχείρησης και πελάτη γίνεται μέσω των ηλεκτρονικών πλατφόρμων. Πολλές επιχειρήσεις προχωρούν σε δαπανηρές αγορές σύγχρονων προγραμμάτων που τις ενσωματώνουν στα ηλεκτρονικά τους sites με σκοπό να γίνει ευκολότερη η πρόσβαση και οι συναλλαγές μέσω της σελίδας. Η επιχείρηση θα πρέπει να μεριμνήσει για την ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού που θα αντιλαμβάνεται τις εξελίξεις στο ηλεκτρονικό εμπόριο έτσι ώστε να αξιοποιεί την ηλεκτρονική διαφήμιση με τον καλύτερο τρόπο. Η προσθήκη σύγχρονων καινοτομικών πρακτικών μπορεί να ενσωματωθεί είτε στο χώρο της συναλλαγής, όπως τα ηλεκτρονικά sites, οι online κρατήσεις, είτε και στο χώρο των προσφερόμενων προϊόντων με την αγορά των πιο σύγχρονων.
Για να αξιοποιηθεί η καινοτομία στο μέγιστο και να αποφέρει τα αναμενόμενα αποτελέσματα θα πρέπει να υπάρχει σωστή οργάνωση και διαχείριση στο εσωτερικό της επιχείρησης. Ο καθορισμός των στόχων, οι οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησης, και ο καταμερισμός των εργασιών στα κατάλληλα άτομα είναι βασικός παράγοντας επιτυχίας. Δεν αρκεί μόνο η ιδέα και η ευκαιρία που θα παρουσιαστεί αλλά και ο σωστός σχεδιασμός και υλοποίηση της. Ο σωστός προγραμματισμός ξεκινάει με την έρευνα αγοράς και τον καθορισμό των στόχων της επιχείρησης. Οι οικονομικές μελέτες αποτελούν, επίσης, σημαντικό κομμάτι για τον καθορισμό των οικονομικών

περιθωρίων που έχει η επιχείρηση σύμφωνα με το κεφάλαιο, το προσωπικό και την τεχνολογία που έχει στα χέρια της. Πρέπει να πραγματοποιηθεί μία επισκόπηση ανταγωνισμού για τον έλεγχο της ύπαρξης ισχυρού ανταγωνισμού στην περιοχή. Αφού η επιχείρηση οργανώσει το σχέδιο της περνάει στο κομμάτι της υλοποίησης, της προώθησης και του επανέλεγχου για τυχόν διορθωτικές κινήσεις.
Η καινοτομία και ως έννοια και ως τεχνική κρίνεται ιδιαίτερα ωφέλιμη και αποτελεσματική. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που συλλέχθηκαν κατά την διαδικασία του ερωτηματολογίου, παρατηρήθηκε ότι όλες οι απαντήσεις σχετικά με τα οφέλη της καινοτομίας ήταν θετικού χαρακτήρα. Παρόλα αυτά στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κρίσης, πολλοί επιχειρηματίες παραμένουν στάσιμοι και δεν κυνηγάνε την εξέλιξη. Για την αξιοποίηση της καινοτομίας δεν αρκεί μόνο η διάθεση κεφαλαίου, η απασχόληση ενός μεγάλου και εξειδικευμένου προσωπικού, αλλά και η επιτυχία του αποτελέσματος. Δεν υπάρχει καμία εγγύηση για την έκβαση του σχεδιασμού μιας επιχείρησης για ένα καινοτομικό προϊόν. Αυτό αποτελεί τον κύριο λόγο της αδράνειας και της στασιμότητας που παρατηρείται στις επιχειρήσεις. Με τα οικονομικά δεδομένα και την τεχνολογία που βρίσκεται στην χώρα, ο επιχειρηματίας μπορεί να δοκιμάσει να δημιουργήσει ένα προϊόν αναλαμβάνοντας ρίσκο και διαθέτοντας πόρους, το οποίο τελικά να αποτύχει και να δημιουργήσει την οικονομική του κατάρρευση. Παρόλα αυτά οι επιχειρήσεις έχουν αναγνωρίσει και επιχειρήσει πλέον να ενσωματώσουν στη φιλοσοφία τους την έννοια της καινοτομίας. Κάποιες από τις πιο συνηθισμένες αλλαγές που επιχειρούν οι τουριστικές επιχειρήσεις στην χώρα είναι οι ανακαινίσεις διαμερισμάτων, μπαρ, η αγορά νέων συσκευών όπως τηλεοράσεις, πλυντήρια, κλιματιστικά κλπ. Οι αλλαγές στους διαδικτυακούς ιστότοπους , με αναβαθμίσεις, αγορές νέων προγραμμάτων και λειτουργικών, δημιουργούν καλές συνθήκες για την διαφήμιση της επιχείρησης και των υπηρεσιών της. Η ευκολία στην διαχείριση των συναλλαγών αλλά και η σωστή διαφήμιση των παροχών λειτουργούν ευεργετικά στο θέμα της εμφάνισης και της εικόνας. Η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει βοηθήσει την πληροφόρηση από ευρωπαϊκές επιχειρήσεις που έχουν κάνει μεγάλα άλματα στον τομέα. Η πρωτοπορία στις τουριστικές επιχειρήσεις αποτελεί ένα πολύ δύσκολο εγχείρημα καθώς όπως έχουμε αναφέρει και νωρίτερα, υπάρχουν σημαντικοί οικονομικοί περιορισμοί, πράγμα που δημιουργεί δισταγμό. Η εφεύρεση μίας γνώσης αποτελεί ένα πολύ δύσκολο στόχο και πολλές φορές δεν καθίσταται εφικτό. Για αυτό το λόγο στην κατάσταση της ελληνικής επιχειρηματικότητας, οι μετατροπές χαρακτηριστικών και οι ανανεώσεις των ήδη υπαρχόντων προϊόντων αποτελούν την συνηθισμένη εξέλιξη και τον στόχο των επιχειρήσεων. Υπολογίζεται ότι με την τεχνολογική εξέλιξη των επόμενων χρόνων, θα υπάρξει σημαντική ανάπτυξη στη χώρα μας.
Ως επιχειρηματικότητα ορίζουμε την ικανότητα ενός επιχειρηματία να αναλαμβάνει το ρίσκο, οικονομικό και εργατικό, έτσι ώστε να επιδιώξει την οικονομική ανάπτυξη . Όπως προαναφέρθηκε σε προηγούμενα κεφάλαια, η επιχειρηματικότητα βρίσκεται σε αλληλεπίδραση με την οικονομική ανάπτυξη της ίδιας αλλά και του τόπου που δραστηριοποιείται. Ο τουρισμός στην χώρα είναι η βασικότερη πηγή εισροών για την ελληνική οικονομία, γεγονός που δίνει την ευκαιρία στους επιχειρηματίες να προσεγγίζουν ένα μεγάλο πλήθος καταναλωτών. Η έντονη τουριστική δραστηριότητα ανά περιοχές δημιουργεί την ανάγκη στους επιχειρηματίες να είναι καλά οργανωμένοι και να προσφέρουν αξία στις υπηρεσίες τους, διαφορετικά θα χαθούν στο πλήθος των ανταγωνιστών. Η αξιοποίηση μιας ευκαιρίας και η ανάπτυξη της καινοτομίας απορρέουν από την ανοικοδόμηση ενός ορθολογικού επιχειρηματικού πλάνου. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να στοχεύουν στην διαφοροποίηση των προϊόντων τους σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Θα πρέπει να ενσωματώνουν την αυθεντικότητα και την μοναδικότητα των υπηρεσιών τους. Λαμβάνοντας υπόψιν την έρευνα μας, το σωστό επιχειρηματικό πλάνο ακολουθεί την αναλογία :

**Έλεγχος των τάσεων της αγοράς και εξέταση οικονομικών δυνατοτήτων.**

Σε πρώτο στάδιο, η διαδικασία είναι εποικοδομητική. Τα στελέχη της επιχείρησης εντοπίζουν τις ευκαιρίες που αξίζουν στην επιχειρηματική αγορά και προχωράνε στον

έλεγχο των δυνατοτήτων τους. Πραγματοποιείται οικονομικός έλεγχος και κρίνεται αν το επίπεδο της επιχείρησης είναι αρκετό για την επίτευξη του εγχειρήματος.

**Σχεδιασμός της προσφοράς και υλοποίηση**

Αφού πραγματοποιηθεί ο έλεγχος και η επιχείρηση εγκρίνει το πλάνο, ξεκινάει η διαδικασία του σχεδιασμού του προϊόντος και των προδιαγραφών του. Με την υλοποίηση του εντάσσεται στην αγορά. Η ικανότητα στο επικοινωνιακό κομμάτι και στην διαφήμιση του προϊόντος μπορεί να παίξει καταλυτικό ρόλο.

**Επανέλεγχος και μεταβολές**

Στο σημείο αυτό, η επιχείρηση αξιολογεί την πορεία του προϊόντος και κρίνει με βάση τα αποτελέσματα αν υπάρχουν αποκλίσεις προχωρώντας στις απαραίτητες αλλαγές.

Είναι δεδομένο ότι οι προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού βρίσκονται σε συνεχή διακύμανση. Ένα προϊόν ή μια τάση της αγοράς, θα κάνει τον κύκλο της μέχρι τελικά να περάσει η έντονη ζήτηση και το ενδιαφέρον για την αγορά του. Γι'αυτό το λόγο πρέπει, σύμφωνα με το μεγαλύτερο μέρος των ερωτωμένων, να πραγματοποιείται τακτικά ο έλεγχος στις μεταβολές που παρουσιάζονται. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες, για να αξιοποιηθούν, χρειάζεται να αφιερωθεί χρήμα, κόπος, και οργάνωση των επιχειρηματικών διαδικασιών των επιχειρήσεων.

Η επιχειρηματική εξάπλωση ενεργεί θετικά τόσο στα οικονομικά της επιχείρησης όσο και στον τόπο εγκατάστασης. Με την δημιουργία απήχησης και καταναλωτικού κοινού, η επιχείρηση προωθεί την πολιτιστική και περιβαλλοντική κληρονομία της περιοχής. Η οικονομική ανάπτυξη της περιοχής βελτιστοποιεί το επίπεδο διαβίωσης και τις υποδομές. Σημαντικά αποτελέσματα της επιχειρηματικότητας, αποτελεί και η βελτίωση των παροχών της περιοχής. Η οικονομική ανάπτυξη και ή τουριστική εξάπλωση σε μία περιοχή, δίνει την δυνατότητα για βελτιώσεις σε θέματα ασφάλειας και υγείας, όπως η ιατρική περίθαλψη. Άλλο ένα πλεονέκτημα της έντονης επιχειρηματικότητας είναι η αύξηση των θέσεων εργασίας και η μείωση της ανεργίας σε μια εποχή που ο Έλληνας πολίτης αντιμετωπίζει πολλές οικονομικές δυσχέρειες. Με αυτό τον τρόπο οι νέοι θα έχουν μεγαλύτερες ευκαιρίες δραστηριοποίησης στο χώρο της επιχειρηματικότητας και θα κυνηγήσουν τις πιθανότητες τους για φήμη και επιτυχία. Κάποια από τα σημαντικότερα οφέλη της έντονης επιχειρηματικής δράσης αποτελεί η ανάδειξη των πολιτιστικών και ιστορικών ιδιαιτεροτήτων. Εκτός από την φυσική ομορφιά της χώρας μας, άλλη μια ιδιαιτερότητα σε σχέση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες αποτελεί η μεγάλη ιστορία της αρχαιότητας. Η Ελλάδα φημίζεται για τις ιστορικές της επιτυχίες και η ύπαρξη αρχαιολογικών μουσείων, μνημείων και άλλων ιστορικών χώρων είναι έντονη. Το πολιτιστικό στοιχείο, τα ήθη και τα έθιμα κάθε περιοχής κινούν επίσης το ενδιαφέρον στους τουρίστες και αποτελούν μεγάλη πηγή εισροών, αν αξιοποιηθούν σωστά.

Η έντονη επιχειρηματικότητα έχει και τα αρνητικά της, τα οποία είναι φυσικά οι ανταγωνιστές. Ο συνωστισμός πολλών επιχειρήσεων με ομοιογενή προϊόντα και προσφορές, έχει ως αποτέλεσμα ένα εξοντωτικό ανταγωνιστικό πόλεμο, ο οποίος θα οδηγήσει μακροπρόθεσμα στην απώλεια πιθανού κέρδους και μείωση των τιμών. Αποτέλεσμα του έντονου ανταγωνισμού είναι πολλές επιχειρήσεις με μικρή διάθεση για εξέλιξη και παρουσίαση καινούριων προϊόντων και υπηρεσιών να οδηγούνται στην οικονομική κατάρρευση και να κλείνουν. Αυτό έχει ως συνέπεια πολλοί εργαζόμενοι να μένουν άνεργοι. Στα αρνητικά συγκαταλέγεται η εκμετάλλευση του περιβάλλοντος και του φυσικού πλούτου της περιοχής καθώς πολλές επιχειρήσεις δεν επιδρούν με οικολογικό τρόπο με αποτέλεσμα να υπάρχουν φυσικές καταστροφές.

Μια σημαντική λύση είναι η επιλογή των επιχειρήσεων να αναπτύξουν συνεργασίες. Η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων μπορεί να αποτελέσει μια μεγάλη οικονομική στήριξή και διάδοση πληροφοριών και γνώσεων μεταξύ τους.

## 7.3 Δυσκολίες κατά την διεξαγωγή της έρευνας

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αντιμετώπισε προβλήματα κατά την διάρκεια της συλλογής πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων. Η Ελληνική βιβλιογραφία θα πρέπει να χαρακτηριστεί ελλιπής καθώς η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα στον τουρισμό είναι έννοιες που κάνουν την εμφάνιση τους τα τελευταία χρόνια στον Ελλαδικό χώρο. Τα τελευταία χρόνια, οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να υιοθετούν την καινοτομία στην φιλοσοφία τους και βρίσκονται αρκετά σκαλοπάτια χαμηλότερα από την εξέλιξη που παρουσιάζουν οι ξένες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Η συλλογή δεδομένων βασίστηκε αρκετά στα δευτερογενή στοιχεία με την χρήση πληροφοριών από ηλεκτρονικά βιβλία, επιστημονικά άρθρα και ηλεκτρονικά περιοδικά.
Η έρευνα μας δεν περιορίστηκε στον νομό Ηρακλείου αλλά συμπεριέλαβε και τους 4 νομούς της Κρήτης, με αποτέλεσμα να υπάρχει η ανάγκη να συλλεχθούν στοιχεία από φορείς και των τεσσάρων νομών. Η πανδημία του covid-19 δεν επέτρεψε στην άμεση επαφή με τους εκπροσώπους των φορέων και η έρευνα περιορίστηκε στην τηλεφωνική επικοινωνία και στην ανταλλαγή μηνυμάτων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
Άλλη μια δυσκολία που αντιμετωπίστηκε ήταν η εποχή που χρειάστηκε να πραγματοποιηθεί η επαφή με τους φορείς. Η έρευνα ξεκίνησε στα μέσα Αυγούστου, πράγμα που σημαίνει ότι πολλά στελέχη των φορέων ήταν ιδιαίτερα απασχολημένοι ή βρίσκονταν σε καλοκαιρινή άδεια, κάνοντας δύσκολη την συλλογή ποιοτικών ερωτηματολογίων.

## 7.4 Προτάσεις

Διεξάγοντας την έρευνα με θέμα καινοτομία και επιχειρηματικότητα στον τουρισμό και λαμβάνοντας στα χέρια μας ποιοτικά στοιχεία από ανθρώπους με μεγάλη προϋπηρεσία και γνώσεις στην τουριστική δραστηριότητα, δημιουργήσαμε μια λίστα με αιτήματα-προτάσεις που θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά έτσι ώστε να υπάρξει μεγαλύτερη μελλοντική επιχειρηματική εξέλιξη.

- Να ευδοκιμήσει ο υγιής ανταγωνισμός, και η συνεργασία των επιχειρήσεων με σκοπό να υπάρξει διάδοση πληροφοριών και γνώσεων μεταξύ του προσωπικού τους.

- Να υπάρξουν κρατικές επιχορηγήσεις και φορολογική ελάφρυνση στις επιχειρήσεις, οι οποίες λόγω της πανδημίας αλλά και της οικονομικής αστάθειας του κράτους, δεν καταφέρνουν να διαχειριστούν τα εξοντωτικά έξοδα της εποχής.

- Να υπάρξει στήριξη και ευημερία της κυβέρνησης, ώστε να εξαλειφθούν τα εμπόδια για την εξέλιξη της καινοτομικής δράσης.

- Οι μικρές επιχειρήσεις, να οργανώσουν το εσωτερικό τους, και να δημιουργήσουν τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης με σκοπό την διαρκής ενημέρωση στις τάσεις της αγοράς και στις καταναλωτικές προτιμήσεις, καθώς και στις μεθόδους αξιοποίησης της καινοτομίας.

- Να αποφευχθεί η επιχειρηματική στασιμότητα. Μέσα από την μελέτη της αγοράς και από τον ορθολογικό σχεδιασμό, να τολμήσουν οι επιχειρήσεις να παρουσιάσουν κάτι πρωτοποριακό σε εθνικό επίπεδο.

- Να υπάρξει συστηματικότερη χρήση του διαδικτύου, Η ηλεκτρονική διαφήμιση, τα σύγχρονα sites, το channel management και η αξιοποίηση των πληροφοριών που μπορεί κανείς να συλλέξει, επιδρούν ευεργετικά στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων

- Να διαδοθεί ο σωστός σχεδιασμός του εσωτερικού της επιχείρησης. Τα τμήματα και οι λειτουργίες να οργανώνονται ορθολογικά και βάση των βημάτων ενός σωστού επιχειρηματικού πλάνου.

- Βελτίωση των υποδομών μεταφοράς, νερού, ύδρευσης. Βελτίωση των δρόμων, των αεροδρομίων, των λιμένων, και της οδικής κυκλοφορίας. Θα βελτιωθεί το επίπεδο διαβίωσης τόσο των ντόπιων όσο και των τουριστών. Επίσης θα διευκολυνθεί η μετάβαση τουριστών σε δάση, παραλίες, βουνά, και αρχαιολογικά ιστορικά μνημεία.

- Δημιουργία περισσότερων σεμιναρίων και εκθέσεων τουρισμού που θα δώσουν πρόσβαση στην γνώση.

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## Βιβλία& Εργασίες:

### Ελληνική Βιβλιογραφία:


- Γκίκας Γ., (2004). *Αγροτουρισμός-Μοχλός για την ανάπτυξη της υπαίθρου.* Θεσσαλονίκη: Έκδοση Κέντρου Τεχνολογικής Έρευνας.

- ΕΚΤ., (2021). Βασικοί δείκτες για την καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις, 2016-2018, Αθήνα: Εκδόσεις *Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου.*

- Ελληνικός Οργανισμός Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων & Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), (2009). *Καινοτόμος επιχειρηματικότητα. Αθήνα: Έ*κδοση Εθνικό Παρατηρητήριο.

- Ηλιοπούλου, Π. (2015). ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ-ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Ηλιοπούλου, Π. 2015. *Γεωγραφική ανάλυση*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Κεφ 2.

- Ίκκος Α & Ρασούλη Γ. , (2021). *Η φήμη και η επισκεψιμότητα της Ελλάδας - Οι προτιμήσεις των τουριστών*. Ισπανία: Έκδοση Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.

- Ίσαρη, Φ., Πουρκός, Μ., *(2015). Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας.* Αθήνα: Έκδοση Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

- Κατσίκης Ι., (2013). *Καινοτομία και Συνεργατικοί Σχηματισμοί σε μικρές επιχειρήσεις.* Αθήνα: Εκδόσεις ΓΣΕΒΒΕ – Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων.

- Κοκκίνου Α., (2015). *Ευρωπαϊκές Επιχειρήσεις και Καινοτομική Επιχειρηματικότητα: Μια ανάλυση στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλλιπος.

- Κόρρες Γ., (2015). *Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη.* Αθήνα: Έκδοση ΣΕΑΒ, ΚΑΛΛΙΠΟΣ.

- Κραβαρίτης Κ. & Παπαγεωργίου Α., (2007). *Επαγγελματικός Τουρισμός.* Εκδόσεις INTERBOOKS.

- Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., Κουτσογιάννης, Κ. (2015). *Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας*. Αθήνα: Έκδοση Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

- Λαλούμης Δ., (2015). *Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού Τουριστικών Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλλιπος.

- Λιναρδάτου Χ.,(2008). *Πολιτιστικός Τουρισμός – Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.* Έκδοση: Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων (ΙΔΕΚΕ).

- Μάρκου Α., Μανώλογλου Ε., (2008). Εκπαιδευτικές ανάγκες εργαζομένων και αυτοαπασχολούμενων στα ταξιδιωτικά πρακτορεία. *Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών.*126(Β). 131-160.

- Μαυροδόντης Θ., (2006). *Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21ο αιώνα.* Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση.

- Παπαγεωργίου, Ι., (2015). *Θεωρία δειγματοληψίας.* Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

- Παπαγεωργίου Α., (2010). *Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μέσω του μάρκετινγκ-μάνατζμεντ φορέων, οργανισμών και τουριστικών επιχειρήσεων: η περίπτωση του Νομού Μεσσηνίας.* Μεσσηνία: Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.

- Παππάς Ν., (2008). *Τουρισμός.* Έκδοση: Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων (ΙΔΕΚΕ).

- ΣΒΒ Ελλάδας , (2006). *Καινοτομία: Ο δρόμος για την επιτυχία.* Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις ΣΒΒΕ .

- Τσάρτας Π., (1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό.* Αθήνα: Εκδόσεις ΕΞΑΝΤΑ.

- Τσάρτας Π. & Λαγός Δ. & Σταυρινούδη Θ. & Πρωϊού Ε., (2014). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Βασικές έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις.* Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

- Storey D. & Greene F. & Χασσίδι . & Φαφαλιού Ε.,(2011). *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Αθήνα:* Εκδόσεις Κριτική.


**Ξένη Βιβλιογραφία:**


- Baumol W.J., (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy,* 98(5).893-921.

- Blanchflower & Oswald, A.J., (1998).*"*What Makes an Entrepreneur?" Is the wrong question*. Journal of Labor Economics,* 16(1).26-60.

- Casson M., (2004). *Entrepreneurship and the theory of the firm.* UK: Department of Economics, University of Reading.

- Decelle X., (2004). *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism.* France: Institut de Recherches et d'EtudesSupérieures du Tourisme (Irest) Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

- Ernst H., (2002). Success Factors of New Product Development: A Review of the Empirical Literature*. International Journal of Management Reviews*, 21(5). 1-40.

- Gartner, W.B. (1988). "Who is an Entrepreneur?" Is the wrong question" *American Journal of Small Business,* 13(2). 47-68.

- Sheldon P. J. & Daniele R, (2017). *Social Entrepreneurship and Tourism*. Springer International Publishing.

- Śledzik K., *(2013).* Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship*. SRNN. Journal of SRNN,* 30(4). 89-95.

- Venetsanopoulou M. &, Katsoni V., (2013*).* Use of innovation systems for an effective tourism marketing development strategy*. e-Journal of Science & Technology,* 8(5).33-40.

- Weed M., (2006*).* Sports tourism and the development of sports events*. Published on the internet* www.idrottsforum.org. (Διαδίκτυο). 2006-12-13 (Πρόσβαση 9/4/21).

- Xirouchakis F. (2015). 'Entrepreneurship Activity and Innovation in the Greek Regions', *The Cyprus Journal of Sciences* Vol.13 2015. 105-117.


**Διαδίκτυο**


- Clickatlife.gr, (2014). Αρχαιολογικός τουρισμός: Η νέα τάση στα ταξίδια,*clickatlife.gr,* (Διαδίκτυο), 22/9/14, Διαθέσιμο στο: https://www.clickatlife.gr/taksidi/story/40897 , (Πρόσβαση 20 Δεκεμβρίου του 2020).

- Enikonomia.gr, (2015). Ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα αφορά το 10% των συνολικών αφίξεων,*enikonomia.gr* (Διαδίκτυο),29/10/15, Διαθέσιμο στο: http://www.enikonomia.gr/tourism/25136,O-a8lhtikos-toyrismos-sthn-Ellada-afora-sto-10-twn-synolikwn-afixewn.html ,(Πρόσβαση 20 Δεκεμβρίου του 2020).

- Powerpolitics.eu, (2016). Επιχειρηματικότητα Για Καινοτομία Ή Από Ανάγκη; , *powerpolitics.eu, (*Διαδίκτυο),16/06/16, Διαθέσιμο στο: https://powerpolitics.eu/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1-%CE%AE/, ( Πρόσβαση 25 Δεκεμβρίου του 2020).

- Wikipedia.org, (2021). Λευκό Όρος*, wipipedia.org (Διαδίκτυο), 25/1/21,* Διαθέσιμο στο:*https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%B5%CF%85%CE%BA%CF%8C_%CE%8C%CF%81%CE%BF%CF%82 , (*Πρόσβαση 25/1/2021*).*

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α:

# Ερωτηματολόγιο

## Α. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Φύλο

   □ Άνδρας □ Γυναίκα

2. Ηλικία

   □ 18-35 □ 50-65

   □ 35-50 □ 65+

3. Χρόνια εργασίας στον φορέα

   □ 1-5 □ 10-20

   □ 5-10 □ 20+

## Β. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

4. Ποιές είναι οι μεγαλύτερες δυσκολίες που συναντάει μια νεοσύστατη επιχείρηση ;

   □ Υψηλός Ανταγωνισμός □ Υψηλή Φορολογία

   □ Μικρό Κεφάλαιο □ Δυσκολία εκπαίδευσης Προσωπικού

   □ Μικρή Τουριστική Ζήτηση □ Ανεπαρκής Στήριξη της Κυβέρνησης

5. Η χρηματοδότηση της κυβέρνησης είναι επαρκής για τις τουριστικές επιχειρήσεις ; Αν όχι τότε τι θα πιστεύατε ότι μπορεί να προσφερθεί ;

   Απάντηση:

6. Μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να συμβάλλει θετικά ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων ;

Απάντηση:

## Γ. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

7. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι επιχειρήσεις σας αξιοποιούν την καινοτομία ;

Απάντηση:

8. Το προσωπικό έχει εκπαιδευτεί στο θέμα της καινοτομικής σας δράσης ;

Απάντηση:

9. Υπάρχει τμήμα του εσωτερικού, υπεύθυνο για την συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού ;

Απάντηση:

10. Γίνεται έλεγχος των μεταβολών στις προτιμήσεις των καταναλωτών ;

Απάντηση:

11. Οι επιχειρήσεις του φορέα σας, κυνηγάνε τις νέες ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην αγορά ;

Απάντηση:

12. Ποία είναι η συνηθέστερη πηγή καινοτομικών ιδεών ;

Απάντηση:

13. Κατά το διάστημα που εργάζεστε στον φορέα, έγινε κάποια εισαγωγή καινοτομίας προϊόντων, εξοπλισμού ή τεχνολογίας ;

Απάντηση:

14. Στο διάστημα που εργάζεστε, υπήρξε κάτι πρωτοποριακό στις επιχειρήσεις του φορέα σας;

Απάντηση:

## Δ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

15. Ποιες είναι οι πηγές γνώσης για μια νέα επιχείρηση ;

Απάντηση:

16. Πως ένας νέος επιχειρηματίας θα αποκτήσει ταχύτατα φήμη στην αγορά ;

Απάντηση:

17. Πως εντοπίζονται οι επιχειρηματικές ευκαιρίες ;

Απάντηση:

18. Ποια είναι τα βήματα ενός σωστού επιχειρηματικού σχεδίου ;

Απάντηση:

19. Ποια είναι η βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε μια περιοχή;

Απάντηση:

20. Τι προσφέρει η έντονη επιχειρηματικότητα στην τοπική κοινωνία;

Απάντηση:

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β:

## Φορείς που συμμετείχαν

| | **Φορέας** | **Τμήμα** | **Θέση** | **Τηλέφωνο** | **Νομός Εκπροσώπησης** |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ΕΟΤ | Διοίκηση | Προϊστάμενος | 2810246106 | Κρήτη |
| 2 | Περιφέρεια Κρήτης | Δ/νση Τουρισμού | Στέλεχος Τμήματος | 2813412411 | Νομός Ηρακλείου |
| | Περιφέρεια Κρήτης | Δ/νση Τουρισμού | Υπάλληλος | 2821340108 | Νομός Χανίων |
| 3 | Σύνδεσμος Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Κρήτης | Διοίκηση | Διευθύνων Σύμβουλος | 2810264730 | Κρήτη |
| 4 | ΟΛΗ | Δ/ση Προγραμματισμού & Ανάπτυξης | Υπεύθυνος | 2810338120 | Νομός Ηρακλείου |
| 5 | Παγκρήτιος Σύλλογος Διευθυντών Ξενοδοχείων | Διοίκηση | Πρόεδρος | 6944671157 | Κρήτη |
| 6 | Σύλλογος Ιδιόκτητων Διαχειριστών Τουριστικών Καταλυμάτων Ιτάνου | Διοίκηση | Πρόεδρος | 2843061021 | Νομός Λασιθίου |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 7 | Δήμος Ηρακλείου | Δ/ση Τουρισμού | Προϊστάμενος | 2813409779 | Νομός Ηρακλείου |
| 8 | Δήμος Οροπεδίου Λασιθίου | Δ/ση Τουρισμού | Αντιδήμαρχος Τουρισμού | 2844340148 | Νομός Λασιθίου |
| 9 | Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων Νομού Χανίων | Διοίκηση | Πρόεδρος | 6977607580 | Νομός Χανίων |
| 10 | Σύλλογος Ξενοδόχων Ν. Ρεθύμνης | Διοίκηση | Αναπληρωματικό Μέλος | 2831055873 | Νομός Ρεθύμνης |

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ:

# Βήματα Καινοτόμου Ιδέας

Για την γέννηση μιας καινοτόμου ιδέας και την κατάλληλη εφαρμογή της στην καινοτομική διαδικασία υπάρχουν κάποια βήματα που πρέπει να ακολουθήσει κάθε επιχείρηση. Η επιχείρηση πρέπει να εντοπίσει τις ευκαιρίες που της παρουσιάζονται, να συγκεντρώσει ένα μεγάλο εύρος ιδεών και να προσπαθήσει να τις μετατρέψει σε καινοτόμο πρακτική.

### *1) Δημιουργία Καινοτόμου Ιδέας*

Σε πρώτο στάδιο, κρίνεται αναγκαία η συνεργασία όλων των μελών της επιχείρησης (Εργαζόμενοι, συνεργάτες της επιχείρησης, στελέχη) με σκοπό την παραγωγή νέων ιδεών. Σε αυτή την φάση αναγκαία κρίνεται η συμβολή όλων των μελών και η συγκέντρωση ενός πλήθους ιδεών σχετικά με την καινοτόμο αλλαγή που θα επιχειρήσουν .Η επιχείρηση και οι εργαζόμενοι της, καλούνται να αφήσουν τις απαρχαιωμένες τακτικές που χρησιμοποιούσαν, να αποχωριστούν την συντηρητική τους φιλοσοφία, να αναζητήσουν οτιδήποτε καινούριο και εφευρετικό και μέσω του καταιγισμού ιδεών να αναζητήσουν την εξέλιξη. Πηγές αυτών των ιδεών μπορούν να θεωρηθούν οι ανταγωνιστές, οι πελάτες, εμπορικοί σύλλογοι ή και έρευνες που πραγματοποιούνται στο εσωτερικό της επιχείρησης.‘ Όλες οι ιδέες συγκεντρώνονται και εξετάζονται.

### *2) Αξιολόγηση ιδέας*

Όταν το πρώτο στάδιο ολοκληρωθεί με την συγκέντρωση όλων των ιδεών, η επιχείρηση καλείται να εξετάσει τις επιλογές και να κρίνει αν είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί.
Κάθε νέα ιδέα μπορεί να αποτελέσει κάτι πρωτοποριακό στον χώρο του ανταγωνισμού, υπάρχουν και κάποια εμπόδια στην υλοποίηση της. Η επιχείρηση πρέπει να διαγνώσει αν οι οικονομικοί της πόροι, μπορούν να πραγματοποιήσουν μια τέτοια διαδικασία καθώς και αν είναι οικονομικά συμφέρουσα. Πέρα από τα κερδοφόρα αποτελέσματα που θα επιφέρει , ένας σημαντικός παράγοντας που εξετάζεται είναι η δημιουργία μιας εφεύρεσης που θα είναι αδύνατον να αντιγραφεί απτούς ανταγωνιστές έτσι ώστε να μη χαθεί η πλεονεκτική θέση της επιχείρησης που το παρουσιάζει.
Πραγματοποιούνται έλεγχοι και τεστ εντός της επιχείρησης, με σκοπό να κριθεί κατά πόσο η καινοτομία που θα ενσωματωθεί στον επιχειρησιακό χώρο είναι επικερδής. Αν τα έσοδα υπερβαίνουν τα έξοδα των συντελεστών παραγωγής τότε το εγχείρημα κρίνεται ωφέλιμο.

### *3) Σχεδιασμός Καινοτόμου Ιδέας*

Η επιχείρηση πρέπει να πραγματοποιήσει την κατανομή των εργασιών στους κατάλληλους εργαζόμενους, να ορίσει ένα χρονοδιάγραμμα για την υλοποίηση της διαδικασίας και να εντοπίσει κάθε είδους διορθωτική αλλαγή.
Οι υπεύθυνοι πρέπει να πραγματοποιούν συστηματικό έλεγχο για τυχόν δυσλειτουργίες και σφάλματα εργαζομένων, να εντοπίζουν την χρονική καθυστέρηση που θα προκύψει και να διατηρούν το συνολικό έργο εντός της χρονικής προθεσμίας που έχει οριστεί (ΕΟΜΜΕΧ,2009).
Αποτελεί το σημαντικότερο στάδιο, καθώς όλα τα μέλη πρέπει να συνεργάζονται και να διατηρούν μια σταθερότητα, για να προστατεύονται τυχόν λανθασμένες προσεγγίσεις. Για την διαμόρφωση, λοιπόν, της καινοτομίας απαιτείται η ανταλλαγή γνώσεων, η συνεργασία και η σωστή αξιολόγηση των υπαρχόντων δεδομένων μεταξύ των εμπλεκόμενων ατόμων.

### *4) Εφαρμογή Καινοτόμου Ιδέας*

Σε αυτό το στάδιο το θεωρητικό πλαίσιο έχει οριστεί και πλέον εφαρμόζεται το πρακτικό, δηλαδή ξεκινάει η διαδικασία της δημιουργίας. Ο έλεγχος της ποιότητας και των χαρακτηριστικών του προϊόντος μπορεί να πραγματοποιηθεί με δοκιμές στους πελάτες για να παρατηρηθεί αν καλύπτει τις ανάγκες τους. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η επιδιόρθωση τυχόν ελαττωμάτων και αδυναμιών.
Το νέο προϊόν έχει πάρει την τελική του μορφή και εισάγεται στην αγορά. Παρατηρείται πώς επιδρά στην οικονομία και στην ζήτηση καθώς και στην συμπεριφορά των ανταγωνιστών. Η διάθεση του προϊόντος στην αγορά πρέπει να ανατεθεί σε άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις στην οργάνωση και στην στρατηγική μάρκετινγκ και να ορισθούν με σαφήνεια οι στρατηγικές στο επικοινωνιακό κομμάτι και στην επιλογή καναλιών διανομής.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ:

# Μορφές Επιχειρηματικότητας

Με την πάροδο του χρόνου πολλοί επιστήμονες ανά τον κόσμο έχουν προσπαθήσει να κατηγοριοποιήσουν την επιχειρηματικότητα, κυρίως για να μπορέσουν να την αναλύσουν σε θεωρητικό επίπεδο. Στο εξής παρουσιάζονται οι πιο διαδεδομένες μορφές επιχειρηματικότητας:

**Αμιγής επιχειρηματικότητα:** Αυτή η μορφή αναφέρεται καθαρά στην υλοποίηση της ιδέας ενός επιχειρηματία. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο επιχειρηματίας δεν διαθέσει κανένα εξοπλισμό, κανένα παραγωγικό μέσο, ούτε εργατικό δυναμικό αλλά βασίζεται μόνο στην ιδέα που πρεσβεύει.

**Μικτή επιχειρηματικότητα:** Αποτελείται από τον επιχειρηματία που καλείται να αναλάβει δύο διαφορετικούς ρόλους ανάλογα με την περίπτωση. Στην πρώτη περίπτωση ο επιχειρηματίας ανήκει στο εργατικό δυναμικό και αναλαμβάνει κάποια εργασία στην επιχείρηση. Στην δεύτερη περίπτωση ο επιχειρηματίας συμμετέχει μόνο με την παροχή κεφαλαίου.

**Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας:** Στην πρώτη περίπτωση ο επιχειρηματίας καταφεύγει σε μία βιώσιμη λύση που κρίνει αναγκαία για να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Στην δεύτερη περίπτωση, εντοπίζει μια ευκαιρία στην αγορά ή ανακαλύπτει μια νέα ιδέα που θα αυξήσει το εισόδημα του.

**Επιχειρηματικότητα γνώσης:** Είναι η κατηγορία στην οποία οι επιχειρήσεις αναζητούν την γνώση με σκοπό να την μετατρέψουν σε καινοτομία και να επιφέρουν την οικονομική τους ανάπτυξη και την εκμετάλλευση οικονομικών ευκαιριών. Η κοινωνία και η οικονομία της χώρας επωφελούνται από την ανάπτυξη της επιχειρηματικής γνώσης, μέσω των θέσεων εργασίας, την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων και την ανάπτυξη σε πολλούς τομείς όπως ιατρικές παροχές, περιβαλλοντική ανάδειξη κλπ.

**Κοινωνική επιχειρηματικότητα:** Είναι ένα είδος επιχειρηματικότητας στο οποίο οι επιχειρήσεις νοιάζονται για το κοινό καλό, για να προσφέρουν προστιθέμενη αξία στην κοινωνία και όχι στην επιχείρηση τους. Οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν τις γνώσεις και τις ικανότητες τους με σκοπό να επιλύσουν κοινωνικά προβλήματα και να προσφέρουν βοήθεια σε φτωχά άτομα.

**Πράσινη επιχειρηματικότητα**: Η δράση τους είναι αλληλένδετη με την προστασία του περιβάλλοντος. Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να διαδώσουν στους πελάτες και στην κοινωνία, την ιδέα της φιλικής αντιμετώπισης του φυσικού περιβάλλοντος. Οι πράσινες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν μεθόδους και προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον όπως η ανακύκλωση, η εξοικονόμηση ενέργειας και τα βιολογικά προϊόντα.

**Νεανική επιχειρηματικότητα:** Αποτελείται από προγράμματα και ιδέες που έχουν σκοπό να βοηθήσουν στην δημιουργία νέων βιώσιμων επιχειρήσεων. Παίζει καθοριστικό ρόλο στην μείωση της νεανικής ανεργίας μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και βοηθάει νέους επιχειρηματίες να ανεξαρτητοποιηθούν, να αποκτήσουν εμπειρία στη διεύθυνση της επιχείρησης. Αξιοποιούνται πολλά προγράμματα τόσο στην Ελλάδα όσο και στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχουν σκοπό να δώσουν μια οικονομική στήριξη στους νέους απασχολούμενους που θέλουν να δραστηριοποιηθούν στον τομέα της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε:

## Οι Διακρίσεις των Τουριστικών Πρακτορείων

Τα τουριστικά πρακτορεία διακρίνονται σε 5 τύπους οι οποίοι αναφέρονται παρακάτω:

***1) Τουριστικά πρακτορεία γενικού τουρισμού***

Δραστηριοποιείται σε κάθε μορφή τουρισμού, όπως τον εισερχόμενο, τον εξερχόμενο, τον επαγγελματικό τουρισμό και άλλους. Κάποιες από τις δραστηριότητες που αναλαμβάνουν είναι η διοργάνωση σεμιναρίων-συνέδριων, η έκδοση εισιτηρίων, η διαμεσολάβηση για ενοικίαση αυτοκινήτου και η διαχείριση των ταξιδιωτικών εγγράφων, διαβατήριων και πιστοποιητικών. Είναι υπεύθυνα για την οργάνωση των εκδρομών που πραγματοποιούνται εντός της χώρας καθώς και την διαμονή των τουριστών σε καταλύματα.

***2) Τουριστικά πρακτορεία εσωτερικού τουρισμού***

Οι ενέργειες των τουριστικών πρακτορείων σε αυτό τον τομέα, περιορίζονται στην Ελληνική επικράτεια. Οι πράκτορες αναλαμβάνουν δραστηριότητες και προσφέρουν υπηρεσίες μόνο σε Έλληνες τουρίστες και είναι υπεύθυνοι για ταξίδια, εκδρομές, κέντρα αναψυχής και ψυχαγωγίας μόνο εντός των Ελληνικών συνόρων. Συνήθως οι εκδρομές είναι σύντομης διάρκειας και οργανώνονται απτούς τουριστικούς πράκτορες χωρίς την συγκατάθεση των επισκεπτών. Σε αυτήν την περίπτωση, οι πράκτορες έχουν εγκατασταθεί στην περιφέρεια της χώρας τους, έρχονται σε επαφή με μεταφορικές επιχειρήσεις και αποκτούν την δυνατότητα παροχής εισιτηρίων στους τουρίστες, κρατώντας στο τέλος το ποσοστό των κερδών που έχουν συμφωνηθεί.

***3) Τουριστικά πρακτορεία εισερχόμενου τουρισμού***

Τα τουριστικά πρακτορεία εκτελούν ενέργειες αποκλειστικά και μόνο στον τόπο εγκατάστασης τους. Οι δραστηριότητες τους, ειδικεύονται στην μετακίνηση τουριστών από τον τόπο διαμονής τους στην χώρα όπου έχει έδρα το τουριστικό πρακτορείο. Κάποιες από τις προσφορές τους, είναι οι κρατήσεις ξενοδοχείων και εισιτηρίων, παραλαμβάνουν τουρίστες από το λιμάνι ή το αεροδρόμιο και τους μεταφέρουν στο ξενοδοχείο τους, προσφέρουν πληροφορίες και επεξηγήσεις σχετικά με απορίες σε διάφορα θέματα.

**4) *Τουριστικά πρακτορεία εξερχόμενου τουρισμού***

Εδρεύουν στον τόπο κατοικίας των ταξιδιωτών και αναλαμβάνουν την διακίνηση τους στο εξωτερικό. Εξυπηρετούν το πλήθος των ταξιδιωτών που ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν στο εξωτερικό και οργανώνουν το ταξίδι τους. Επίσης, μπορεί να αναλάβουν οδικά ταξίδια.

***5) Τουριστικά πρακτορεία επαγγελματικού τουρισμού***

Αναλαμβάνουν οργανώσεις συνέδριων και επαγγελματικών ταξιδιών για άτομα που ταξιδεύουν λόγω επαγγελματικών υποχρεώσεων και όχι για διασκέδαση.