



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΕΙΔΙΚΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΚΟΝΔΥΛΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Διεύθυνση: Κεφαλληνίας 46 • ΤΚ 112 51 • Αθήνα  
ΤΗΛ.: 2108665350 • FAX: 2108676265 • [www.rc.aueb.gr](http://www.rc.aueb.gr)

**ΚΕΙΜΕΝΟ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ 5**

**Εκπόνηση Μελέτης για την Καινοτομία στις Μικρές Επιχειρήσεις**

**ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Το παρόν παραδοτέο υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του υποέργου «Εκπόνηση Μελέτης για την Καινοτομία στις Μικρές Επιχειρήσεις» της πράξης «Δράσεις για την ενίσχυση του ρόλου της καινοτομίας και των μορφών συνεργασίας στις μικρές επιχειρήσεις»

Παραδοτέο προς την Αναθέτουσα Αρχή:

«ΙΜΕ - ΓΣΕΒΕΕ»

Στα πλαίσια του Έργου:

«ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ»

ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ «ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ  
ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΙΣ  
ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ» ΤΟΥ Ε.Π. «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ  
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ»

**ΚΕΙΜΕΝΟ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ 5**

---

Αθήνα, Απρίλιος 2013

## **Στοιχεία Επικοινωνίας και Διεύθυνση του Αναδόχου**

Επωνυμία του Αναδόχου: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ –  
ΕΙΔΙΚΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΚΟΝΔΥΛΙΩΝ  
ΕΡΕΥΝΑΣ (ΕΛΚΕ/ΟΠΑ)

Νομική μορφή: ΝΠΔΔ

Έτος ιδρύσεως: 1983

Α.Φ.Μ.: 090034337

Διεύθυνση: ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ 46, 112 51, ΑΘΗΝΑ

### **Ομάδα Έργου:**

Ειρήνη Βουδούρη, Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών - ΟΠΑ.

Αλέξανδρος Παπαλεξανδρής, Λέκτορας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών - ΟΠΑ.

Κωνσταντίνος Κωστόπουλος, Senior Lecturer, Norwich Business School, University of East Anglia, UK

Γεώργιος Παπαγιαννάκης, Μεταδιδακτορικός Ερευνητής, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών - ΟΠΑ.

Ιωάννης Κατσίκης, Διδακτορικός Ερευνητής, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών - ΟΠΑ.

### **Στοιχεία Επικοινωνίας:**

Διεύθυνση: Πατησιών 76, 10434, ΑΘΗΝΑ

Τηλέφωνο: 210.82.03.559

FAX: 210.82.03.889

Email: [ivoudour@aueb.gr](mailto:ivoudour@aueb.gr)



## **Σύνοψη**

Το κείμενο αυτό αποτελεί το τρίτο παραδοτέο στα πλαίσια του έργου με τίτλο «Εκπόνηση Μελέτης για την Καινοτομία στις Μικρές Επιχειρήσεις» που προκηρύχθηκε από το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων της Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας.

Αντικείμενο του τρίτου αυτού παραδοτέου είναι να αποτελέσει τη θεωρητική βάση και να προσδιορίσει το πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσεται η εμπειρική μελέτη καθώς και το σχέδιο δράσης για την ίδρυση και λειτουργία του Γραφείου Υποστήριξης Καινοτομίας του ΙΜΕ ΓΣΕΕΒΕ. Το παραδοτέο αυτό αναπτύσσεται σύμφωνα με την Εργασία 5 όπως αυτή διατυπώνονται στη με αριθμό διακήρυξης 05/2012 προκήρυξη του Έργου.

Το παρόν τεύχος συγκροτείται από έξι διακριτές ενότητες. Στην πρώτη ενότητα αναλύεται ο σχεδιασμός και η μεθοδολογία της έρευνας πεδίου. Πιο αναλυτικά, σε αυτή την ενότητα περιγράφεται η ερευνητική μεθοδολογία και αναλύονται τα χαρακτηριστικά της ποιοτικής έρευνας πεδίου (Qualitative Field Research) και της ποσοτικής έρευνας (Quantitative Research). Στη δεύτερη ενότητα παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της αρχικής (διερευνητικής) ποιοτικής έρευνας. Στην τρίτη ενότητα παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα από τις εστιασμένες ομαδικές συζητήσεις (Focus Groups). Στην τέταρτη ενότητα παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας. Στην Πέμπτη ενότητα παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της τελικής (επιβεβαιωτικής) ποιοτικής έρευνας. Το παραδοτέο ολοκληρώνεται με την έκτη ενότητα η οποία είναι αφιερωμένη σε συμπεράσματα και συζήτηση όπου συνοψίζονται τα ευρήματα της μελέτης που έλαβε χώρα στα πλαίσια αυτού του παραδοτέου.

## **Abstract**

The current text is the third deliverable submitted in the frames of the project titled as "Study for the Innovation in the Small Firms" funded by the Institute for Small Firms, General Confederation of Professionals, Craftsmen & Merchants Association (IME / GSEVEE).

The purpose of this third deliverable is to provide the theoretical basis and define the framework within which we shall develop the empirical study and the action plan for the establishment and function of the Office of Innovation Support at IME GSEVEE. The deliverable is developed under Tasks 5 to 6 as described in the Declaration No. 05/2012 Notice of the Project.

This issue consists of six distinct sections. The first section discusses the design and methodology of the field study. More specifically, in this section describes the research methodology and analyzes the characteristics of the qualitative field research and the quantitative research. The second section presents and analyzes the results of the initial (exploratory) qualitative research. The third section presents and analyzes the results of the focus groups. The fourth section presents and analyzes the results of quantitative research. The fifth section presents and analyzes the results of the final (confirmatory) qualitative research. The deliverable concludes with the sixth section, which is devoted to conclusions and discussion, summarizing the findings of the study.

## **Εισαγωγή – Σκοπός του Παραδοτέου**

Το κείμενο αυτό αποτελεί το τρίτο παραδοτέο στα πλαίσια του έργου με τίτλο «Εκπόνηση Μελέτης για την Καινοτομία στις Μικρές Επιχειρήσεις» που προκηρύχθηκε από το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων της Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας. Αντικείμενο του πρώτου παραδοτέου είναι να αποτελέσει ένα προσχέδιο Σχεδίου Δράσης σύμφωνα με τις Εργασίες 5 - 6 όπως αυτές διατυπώνονται στη με αριθμό διακήρυξης 05/2012 προκήρυξη του Έργου.

Το παρόν έργο εντάσσεται στα πλαίσια της Πράξης «Δράσεις για την Ενίσχυση του Ρόλου της Καινοτομίας και των Μορφών Συνεργασίας στις Μικρές Επιχειρήσεις» που υλοποιείται από το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. Η πράξη αναφέρεται στην υλοποίηση ενεργειών που θα ενισχύσουν τις μικρές επιχειρήσεις στο πεδίο της καινοτομίας και της συνεργασίας. Σε πρώτο επίπεδο προβλέπεται η ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση των μικρών επιχειρήσεων για την έννοια της καινοτομίας και για τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν από την πρακτική της εφαρμογή στη σύγχρονη επιχείρηση. Επιπλέον, το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ θα προωθήσει την καινοτομία, αποτελώντας σημείο σύζευξης αφενός των αναγκών των μικρών επιχειρήσεων για ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτομικών εφαρμογών και αφετέρου των φορέων καινοτομίας.

Σε δεύτερο επίπεδο διακρίνοντας τον ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο της συνεργασίας των επιχειρήσεων και τη συνδρομή της εν γένει στην προώθηση της καινοτομίας, θα προσπαθήσει να ενημερώσει, να ευαισθητοποιήσει, να εξοικειώσει τις μικρές επιχειρήσεις με την έννοια της συνεργασίας και της δικτύωσης, να κάνει γνωστά τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν οι επιχειρήσεις και τέλος να ενθαρρύνει την δημιουργία σχημάτων συνεργασίας.

Πιο συγκεκριμένα, στόχος του παραδοτέου είναι η ανάλυση της ποιοτικής και της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη στο πλαίσιο του παρόντος έργου και η εξαγωγή συμπερασμάτων που θα διευκολύνουν στην κατανόηση των θεμάτων που άπτονται της καινοτομίας από τις μικρές και τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, καθώς και θεμάτων που σχετίζονται με τις υπηρεσίες που θα μπορούσε να προσφέρει το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ.

## **1. Σχεδιασμός και Μεθοδολογία της Έρευνας Πεδίου**

### **1.1. Εισαγωγή – Σκοπός της Ενότητας**

Η διεξαγωγή της εμπειρικής έρευνας πεδίου αποτελεί το σημαντικότερο ίσως μέρος του παρόντος έργου. Η έρευνα έχει ως αντικείμενο τη μελέτη, την ανάδειξη καθώς και τη καταγραφή των εμποδίων πρόσβασης – αξιοποίησης καινοτομιών παράλληλα με τον εντοπισμό και την καταγραφή των προβλημάτων σύζευξης μεταξύ φορέων παροχής και φορέων αξιοποίησης καινοτομιών.

Η μεθοδολογία υλοποίησης της μελέτης περιλαμβάνει δύο στάδια. Για την ανάπτυξη του ερευνητικού μέρους υιοθετήθηκε μια μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση (mixed methodological approach) με τη χρήση τόσο 1) ποσοτικών (quantitative) όσο και 2) ποιοτικών (qualitative) μεθοδολογιών έρευνας.

Κατά την αρχική φάση της έρευνας πραγματοποιήθηκαν έξι (6) διερευνητικές συνεντεύξεις με υπεύθυνους φορέων/οργανισμών που σχετίζονται με την καινοτομία. Μετά πραγματοποιήθηκαν δύο εστιασμένες ομάδες συζήτησης (focus group) αποτελούμενες από προέδρους/υπεύθυνους φορέων καινοτομίας και κλάδων που εκπροσωπεί το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. Εν συνεχεία, πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα σε 135 επιχειρήσεις και τέλος πραγματοποιήθηκαν έξι (6) νέες συνεντεύξεις οι οποίες είχαν ως στόχο την επιβεβαίωση των ευρημάτων της έρευνας.

Η αξιοπιστία της ποιοτικής έρευνας διασφαλίστηκε με το συνδυασμό διαδικασιών και βημάτων, που περιλαμβάνουν μαγνητοφώνηση και άμεση κωδικοποίηση όλων των συνεντεύξεων, τη διόρθωση των ατομικών αναφορών των συμμετεχόντων και την τήρηση ενός αρχείου της διαδικασίας της ανάλυσης και ερμηνείας των δεδομένων. Τέλος, η αξιοπιστία της έρευνας ενισχύεται περαιτέρω από το γεγονός ότι όλες οι πληροφορίες προέρχονται από πολλαπλούς συμμετέχοντες.

### **1.2. Ερευνητική Μεθοδολογία– Περιγραφή**

Οι ερευνητικές μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν στο πλαίσιο αυτής της μελέτης διακρίνονται σε δυο μεγάλες και ευρείες κατηγορίες κατάταξης:

- Στις ποιοτικές μεθοδολογίες έρευνας (qualitative research methodologies), και
- στις ποσοτικές μεθοδολογίες έρευνας (quantitative research methodologies).

Οι ποσοτικές αναλύουν την ποσότητα εμφάνισης του φαινομένου που εξετάζεται και οι ποιοτικές αναφέρονται στο είδος, στο συγκεκριμένο χαρακτήρα του φαινομένου (Kvale, 1996: 67). Και οι δύο μέθοδοι δίνουν τη δυνατότητα να προσεγγισθεί ένα ερευνητικό πεδίο, παράλληλα, όμως, έχουν σημαντικές διαφορές.



### **1.2.1. Ποιοτικές Μέθοδοι Έρευνας**

Η ποιοτική έρευνα συχνά θεωρείται ως η καταλληλότερη μεθοδολογική προσέγγιση καθώς συμβάλλει σημαντικά στη βαθύτερη κατανόηση των υπό μελέτη φαινομένων, βοηθώντας στην ερμηνεία των σχέσεων αιτιών-αποτελεσμάτων διαφόρων παραγόντων που κρίνονται σημαντικοί από τους ίδιους τους συμμετέχοντες-επιχειρηματίες (Παρασκευοπούλου - Κόλλια, 2008). Σημαντικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις ποιοτικές μεθόδους είναι ότι έχουν μια φυσιολογική ροή και κατά ένα μεγάλο βαθμό δεν είναι κατευθυνόμενες από τον ερευνητή. Οι Lincoln και Guba (1985) υποστηρίζουν ότι οι ποιοτικές μέθοδοι είναι φυσικές, δεδομένου ότι ο ερευνητής μπορεί να διεισδύσει στην προσωπικότητα των υποκειμένων και να κατανοήσει τις κοινωνικές επιρροές που τα υποκείμενα έχουν δεχτεί (Παπαγεωργίου, 1998: 9-10).

Οι ποιοτικές μέθοδοι δίνουν την ευκαιρία να εμβάθυνσης στο αντικείμενο το οποίο εξετάζεται. Οι ποιοτικές μέθοδοι καταγράφουν τη "φωνή" του υποκειμένου και τις εκφράσεις του (Eisner, 1991). Οι ποιοτικές μέθοδοι έρευνας (qualitative methodologies) χρησιμοποιούνται στις παρακάτω περιπτώσεις:

- Εάν ήδη υπάρχει γνώση για ένα πρόβλημα και χρειάζεται να διευκρινιστούν οι λόγοι.
- Εάν δεν είναι κατανοητή μία κατάσταση και χρειάζεται να συγκεντρωθούν πληροφορίες για να εφαρμοστούν ποσοτικές μέθοδοι αξιολόγησης στη συνέχεια.

Επίσης, εφαρμόζονται συνήθως σε μικρά δείγματα και χρησιμεύουν για την ανάλυση πολύπλοκων προβλημάτων σε βάθος. Τέλος, απαντούν περισσότερο σε ερωτήσεις του τύπου «Γιατί;» και λιγότερο στο «Πόσο συχνά;».

Για την ανάπτυξη μεθόδων ποιοτικής έρευνας χρησιμοποιούνται πιο συχνά οι τεχνικές των συνεντεύξεων και των συναντήσεων ομάδων (focus groups). Σημειώνεται ότι οι τεχνικές αυτές ενεργούν συμπληρωματικά μεταξύ τους, αλλά και ως προς τις ποσοτικές μεθόδους έρευνας.

### **1.2.2. Συνεντεύξεις**

Είναι συναντήσεις που γίνονται με κάθε ερωτώμενο χωριστά, έχουν συνήθως δομημένη μορφή και παίζουν ιδιαίτερο ρόλο όταν πρέπει να εξαχθούν σοβαρές, ευαίσθητες ή εμπιστευτικές πληροφορίες. Στις δομημένες συνεντεύξεις ζητείται από τον ερωτώμενο να απαντήσει σε προκαθορισμένες ερωτήσεις, οι οποίες έχουν συγκεκριμένο αριθμό και περιεχόμενο.

### **1.2.3. Εστιασμένες Ομαδικές Συζητήσεις (Focus Groups)**

Είναι συναντήσεις με ομάδες όπου ένας υπεύθυνος κατευθύνει τη συζήτηση από τα γενικά στα πιο ειδικά ζητήματα που αφορούν την έρευνα.

Οι συμμετέχοντες διατυπώνουν τις απόψεις τους με το δικό τους τρόπο, έχουν σχετική ευελιξία έκφρασης, παρέχουν προκαταρκτικές πληροφορίες για περαιτέρω έρευνες αλλά και ιδέες για ερωτήσεις σε ερωτηματολόγια. Οι πληροφορίες που παρέχονται με την τεχνική αυτή δεν δίνουν ασφαλείς απαντήσεις σε προβλήματα και δεν αρκούν για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων, παρέχουν όμως ιδέες για περαιτέρω έρευνες.

#### **1.2.4. Ποσοτικές Μέθοδοι Έρευνας**

Η διαδικασία διεξαγωγής μιας ποσοτικής κοινωνικής έρευνας ακολουθεί δύο διακριτά στάδια. Κατά το πρώτο, το στάδιο σχεδιασμού, διατυπώνονται οι σκοποί της έρευνας και προσδιορίζονται τα ζητούμενα βάσει της ανάπτυξης υποθέσεων εργασίας, ακολούθως δε, επιλέγεται η μέθοδος πραγματοποίησης της και σχεδιάζεται η βήμα προς βήμα υλοποίησή της έρευνας. Κατά το δεύτερο, το στάδιο υλοποίησης, συλλέγονται τα απαραίτητα στοιχεία, ακολουθεί η επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων που προκύπτουν και γίνεται η σύνθεσή τους και διατύπωση των σχετικών συμπερασμάτων.

Οι ποσοτικές μέθοδοι έχουν τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα.

##### Πλεονεκτήματα

- Μπορεί να λαμβάνονται οι απόψεις μεγάλου αριθμού ανθρώπων.
- Έχουν δομημένη μορφή.
- Δίνονται συγκεκριμένες και σαφείς απαντήσεις.
- Επιτυγχάνεται ουδετερότητα και αντικειμενικότητα στις απαντήσεις.
- Χρησιμοποιούνται στατιστικές μέθοδοι για την ανάλυση των δεδομένων.

##### Μειονεκτήματα

- Έλλειψη ευελιξίας.
- Δεν είναι εύκολη η διόρθωση σφαλμάτων.
- Δεν διαφαίνεται η στάση διαφορετικών ομάδων ανθρώπων στις ίδιες ερωτήσεις.
- Χρειάζεται καλή προετοιμασία, ώστε να προβλέπονται (κατά το δυνατόν) οι εναλλακτικές περιπτώσεις για την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων.
- Οι απαντήσεις απηχούν τις απόψεις ατόμων και όχι ομάδων.

#### **1.3. Ποιοτική Έρευνα Πεδίου (Qualitative Field Research)**

Το κεφάλαιο αυτό εστιάζει στην ποιοτική έρευνα πεδίου που πραγματοποιήθηκε μέσω: (α) έξι (6) αρχικών διερευνητικών συνεντεύξεων βάθους (Exploratory In-depth Interviews), (β) δύο (2) εστιασμένων

ομαδικών συζητήσεων (Focus Groups) και έξι (6) επιβεβαιωτικών συνεντεύξεων βάθους (Confirmatory In-depth Interviews).

### **1.3.1. Ατομικές Συνεντεύξεις Βάθους (In Depth Interviews)**

Στα πλαίσια του παρόντος έργου διεξήχθησαν δώδεκα (12) ατομικές συνεντεύξεις βάθους (in depth interviews) με επιχειρηματίες διαφόρων κλάδων, στελέχη φορέων παροχής καινοτομίας και φορέων υλοποίησης προγραμμάτων που σχετίζονται με την καινοτομία, ειδικούς εμπειρογνώμονες κ.α (βλέπε Παραρτήματα II & III). Η ποιοτική έρευνα βασίστηκε ως επί το πλείστον σε εις βάθος, ημι-δομημένες συνεντεύξεις (semi-structured interviews) που ακολούθησαν έναν οδηγό συνεντεύξεων ο οποίος αναπτύχθηκε για τις ανάγκες του παρόντος έργου.

Στις συνεντεύξεις οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να εκφράσουν την άποψή τους σε κάθε ένα από τα θέματα που πραγματεύεται η έρευνα (βλέπε Παραρτήματα II & III για το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τις συνεντεύξεις). Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με ανοιχτές ερωτήσεις οι οποίες είναι πιο κατάλληλες για τη συλλογή των απόψεων των συμμετεχόντων, με απώτερο στόχο την εξεύρεση ενός αυθεντικού τρόπου που αποσκοπεί στην κατανόηση των εμπειριών των συμμετεχόντων (βλέπε Παράρτημα I).

### **1.3.2. Εστιασμένες Ομαδικές Συζητήσεις (Focus Groups)**

Διεξήχθησαν δύο (2) εστιασμένες ομαδικές συζητήσεις (focus groups) αποτελούμενων από επτά (7) και οκτώ (8) άτομα αντίστοιχα, με επιχειρηματίες διαφόρων κλάδων, στελέχη φορέων παροχής καινοτομίας και φορέων υλοποίησης προγραμμάτων που σχετίζονται με την καινοτομία, ειδικούς εμπειρογνώμονες κ.α (βλέπε Παράρτημα IV). Η διαδικασία υλοποίησης των ομάδων εστιασμένης συζήτησης περιελάμβανε τη διαμόρφωση ειδικού οδηγού πλοήγησης της κάθε εστιασμένης ομαδικής συζήτησης (βλέπε παράρτημα I) και τη μαγνητοφώνηση της κάθε εστιασμένης ομαδικής συζήτησης.

## **1.4. Ποσοτική Έρευνα (Quantitative Research)**

Το κεφάλαιο αυτό εστιάζει στην ποσοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 135 επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων σε όλη την Ελλάδα για το σκοπό της έρευνας.

### **1.4.1. Σχεδιασμός και Υλοποίηση Ποσοτικής Έρευνας**

Για την υλοποίηση της ποσοτικής έρευνας διαμορφώθηκε ειδικό δομημένο ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις κλειστού τύπου το οποίο προσαρμόστηκε κατόπιν των αρχικών συνεντεύξεων και των εστιασμένων συζητήσεων. Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου βασίστηκε σε έγκυρες κλίμακες μέτρησης από τη διεθνή βιβλιογραφία καθώς και στην παγκόσμια αποδεκτή απογραφική έρευνα Community Innovation Survey – CIS. Επίσης, το ερωτηματολόγιο αυτό εφαρμόστηκε πιλοτικά και επαληθεύτηκε η λειτουργικότητά του και η δυνατότητα συλλογής αξιόπιστων δεδομένων

(pilot testing) σε μικρό δείγμα ακαδημαϊκών και εμπειρογνομόνων του χώρου (βλέπε παράτημα I). Το ερωτηματολόγιο αυτό δημιουργήθηκε τόσο σε φυσική όσο και σε ηλεκτρονική μορφή ώστε να εξασφαλιστεί η μεγαλύτερη συμμετοχή στην έρευνα. Στην έρευνα συμμετείχαν επιχειρήσεις οι οποίες εντάχθηκαν σε τρεις τομείς και πιο συγκεκριμένα στο εμπόριο, τη μεταποίηση και τις υπηρεσίες. Συνολικά συμμετείχαν 135 επιχειρήσεις από διαφορετικές περιοχές της Ελλάδας καθώς και από διαφορετικούς κλάδους προκειμένου να εξασφαλιστεί η μέγιστη δυνατή κάλυψη των διαφορετικών αναγκών των επιχειρήσεων τις οποίες εκπροσωπεί η ΓΣΕΒΕΕ. Κατόπιν, τα στοιχεία από αυτές τις επιχειρήσεις καταχωρήθηκαν σε βάση δεδομένων και η επεξεργασία τους πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του στατιστικού πακέτου ανάλυσης SPSS.

## **2. Συμπεράσματα Ποσοτικής και Ποιοτικής Έρευνας**

Προκειμένου να γίνει μία αξιολόγηση της κατάστασης, όπως αυτή αποτυπώθηκε μέσα από διάφορους τύπους έρευνας, και να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα, κρίνεται σκόπιμο να γίνει μία σύνοψη της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε. Συγκεκριμένα, μέχρι στιγμής έχουν περιγραφεί ενδελεχώς τα ακόλουθα:

- Ποιοτική έρευνα με τη μορφή συνεντεύξεων στις οποίες συμμετείχαν επιλεγμένοι εκπρόσωποι των τομέων της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και των κλάδους που εμπίπτουν στο ενδιαφέρον της έρευνας (εμπόριο, μεταποίηση, υπηρεσίες). Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν η ανάδειξη όλων των πτυχών του προς εξέταση θέματος, καθώς και η αναζήτηση των αιτίων που οδηγούν σε συγκεκριμένες στάσεις απέναντι στις διαστάσεις της καινοτομίας που διερευνήθηκαν.
- Ποιοτική έρευνα, βασισμένη στη μεθοδολογία των Ομάδων Εστιασμένης Συζήτησης (Focus Groups), στην οποία συμμετείχαν δύο ομάδες απαρτιζόμενες από κατάλληλα επιλεγμένα μέλη. Η έρευνα αυτή διεξήχθη με σκοπό να εμπλουτίσει τα δεδομένα της πρώτης ποιοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε και είτε να τα επιβεβαιώσει είτε να αντιπαραβάλλει νέα ζητήματα και απόψεις.
- Ποσοτική έρευνα με τη μορφή ερωτηματολογίου, το οποίο απευθύνθηκε σε 135 μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται σε κάποιον από τους κλάδους 'εμπόριο', 'υπηρεσίες', 'μεταποίηση'. Μέσω της ποσοτικής έρευνας οι επικρατούσες απόψεις αποτυπώθηκαν με τη μορφή αριθμών, παρέχοντας μια ξεκάθαρη εικόνα των απόψεων και των προτιμήσεων της πλειονότητας των μικρών επιχειρήσεων του δείγματος.
- Ποιοτική έρευνα με τη μορφή συνεντεύξεων, με στόχο την επικύρωση ή τη περαιτέρω ανάλυση και επεξήγηση των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας.

Στη συνέχεια ακολουθούν:

- Τα κύρια ευρήματα της έρευνας, βάσει των αποτελεσμάτων όλων των επιμέρους εμπειρικών ερευνών.

- Οι προτάσεις που απορρέουν από τα αποτελέσματα της έρευνας και κρίνονται ως οι πλέον κατάλληλες βάσει της υφιστάμενης κατάστασης.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται ανά ζήτημα που εξετάστηκε από τους προαναφερόμενους τύπους ποιοτικών και ποσοτικών ερευνών.

## **2.1. Ανασταλτικοί παράγοντες για την καινοτομία**

Βάσει όλων των επιμέρους ερευνών που διεξήχθησαν τόσο οι μικρές επιχειρήσεις όσο και οι εκπρόσωποι διαφόρων κλάδων έθεσαν στο επίκεντρο των προβλημάτων την έλλειψη της υποστήριξης και των οικονομικών πόρων που απαιτούνται για την ανάπτυξη ή/και την υιοθέτηση καινοτομιών. Η έλλειψη αυτή φάνηκε να προκαλείται κατά κύριο λόγο από δύο αιτίες: την έλλειψη επαρκών πηγών χρηματοδότησης και το υψηλό κόστος καινοτομίας. Αυτό φαίνεται ξεκάθαρα από τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας και επιβεβαιώνεται ακολούθως και από όλες τις επιμέρους ποιοτικές αναλύσεις. Να προστεθεί ότι οι ποιοτικές συνεντεύξεις, και κυρίως οι ομάδες εστίασης, ανέδειξαν και μια νέα διάσταση προβλημάτων της μικρής επιχείρησης, αυτή της έλλειψης ευέλικτων δομών και ενισχυτικών δράσεων της πολιτείας. Μέσω των ποιοτικών συνεντεύξεων δόθηκε η εικόνα σύμφωνα με την οποία η καινοτομία από την οπτική των σημερινών ελληνικών μικρών επιχειρήσεων είναι περισσότερο ανάγκη επιβίωσης παρά πολυτέλεια, λογική που αντανακλά τη δυσκολία της μικρής επιχείρησης να καινοτομήσει χωρίς να υπάρχει η επαρκής οικονομική και γενικότερη στήριξη.

## **2.2. Ανάπτυξη επιχειρηματικών και παραγωγικών καινοτομιών από τη σημερινή μικρή επιχείρηση**

Όλα τα αποτελέσματα που προέκυψαν αναφορικά με τη χρήση και την εφαρμογή παραγωγικών καινοτομιών, κυρίως αυτά των ποιοτικών ερευνών, συγκλίνουν στο ότι η μικρή επιχείρηση καινοτομεί περισσότερο για να επιβιώσει στον ανταγωνισμό παρά για να αναπτυχθεί. Οι τύποι καινοτομίας που φάνηκε να κυριαρχούν σε όλους τους τύπους συνεντεύξεων είναι η βελτίωση των υφιστάμενων προϊόντων, ή η ανάπτυξη νέων, και η εισαγωγή καινοτόμων μεθόδων στον τρόπο προώθησης και διάθεσης του προϊόντος. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, θεωρήθηκε σημαντική από αρκετές ομάδες συμμετεχόντων (πρώτη ποιοτική έρευνα, ποσοτική έρευνας, επιβεβαιωτικές συνεντεύξεις) η τεχνολογική καινοτομία, η οποία όμως στους κύκλους συνεντεύξεων διαχωρίστηκε από ορισμένους εκπροσώπους ερευνητικών φορέων, σύμφωνα με τους οποίους η καινοτομία στην τεχνολογία αποτελεί τη βάση για να αναπτυχθεί η επιχείρηση σε άλλους τομείς.

Είναι ενδιαφέρουσα η παρατήρηση ότι -σύμφωνα με την ποιοτική έρευνα- οι καινοτομίες που ενδιαφέρεται η μικρή επιχείρηση να αναπτύξει μελλοντικά αφορούν κυρίως σε νέα προϊόντα/υπηρεσίες και σε τεχνολογία και εξοπλισμό. Επιπλέον, σημειώνεται ότι σε ορισμένες περιπτώσεις οι τύποι καινοτομίας που εφαρμόζονται συσχετίστηκαν θετικά με τους τύπους καινοτομίας που χρηματοδοτούνται, αναδεικνύοντας περαιτέρω τη σημαντικότητα της χρηματοοικονομικής υποστήριξης για την ανάπτυξη καινοτομιών.

### **2.3. Κύρια οφέλη της μικρής επιχείρησης από την καινοτομία**

Οι απόψεις της πλειοψηφίας των ερωτώμενων (της ποσοτικής και των ποιοτικών ερευνών) φάνηκαν να συγκλίνουν στο ότι το βασικότερο όφελος της επιχείρησης είναι η διαφοροποίηση του προϊόντος της, λόγω της ποιοτικής του αναβάθμισης. Κάτι τέτοιο φαίνεται και από την ανάλυση των συσχετίσεων μεταξύ των παραγόντων της ποσοτικής έρευνας, καθώς το συγκεκριμένο όφελος συσχετίστηκε θετικά και στατιστικά σημαντικά με όλους τους τύπους καινοτομίας. Παρατηρώντας όμως τα διαθέσιμα δεδομένα λίγο πιο προσεκτικά γίνεται αντιληπτό ότι τόσο η πρώτη ποιοτική συνέντευξη όσο και οι ομάδες εστίασης, αναγνωρίζουν ως επίσης πολύ σημαντικό όφελος της επιχείρησης τη μείωση του κόστους τους προϊόντος. Μάλιστα, τα αποτελέσματα της ποσοτικής αλλά και των επιβεβαιωτικών συνεντεύξεων φαίνεται να είναι απολύτως ευθυγραμμισμένα με αυτό το εύρημα. Εξετάζοντας τα δεδομένα των ποσοτικών αναλύσεων, με σκοπό τη διερεύνηση αυτής της απόκλισης, φάνηκε ότι η οι μικρές επιχειρήσεις δεν θεωρούν σε μεγάλο βαθμό ότι η καινοτομία έχει θετικά αποτελέσματα στο τζίρο ή στα κόστη τους. Εν αντιθέσει, δραστηριοποιούνται σε ένα δύσκολο οικονομικό περιβάλλον, με αποτέλεσμα ίσως να μειώνουν τη σημασία μεταβολών (σε κέρδη ή σε κόστη) που δεν επαρκούν για να τους επιλύσουν βιοποριστικά προβλήματα.

### **2.4. Ανάπτυξη συνεργασιών για την ανάπτυξη καινοτομιών**

Η επικρατούσα άποψη ήταν ότι οι επιχειρήσεις δε συνάπτουν συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς για την ανάπτυξη καινοτομιών παρά σε ελάχιστες περιπτώσεις. Το γεγονός αυτός στηρίχθηκε σε διάφορους ανασταλτικούς παράγοντες, όπως την έλλειψη φορέων που θα μπορούσαν να συνεργαστούν αποτελεσματικά με τη μικρή επιχείρηση, την έλλειψη ενός ευέλικτου νομικού πλαισίου και γενικότερα την έλλειψη υποστήριξης του επιχειρηματία στην εύρεση συνεργατών. Αυτά προέκυψαν μέσα από τις ποιοτικές έρευνες, στις οποίες το πλαίσιο των ερωτήσεων επέτρεπε την έκφραση πληθώρας απόψεων. Όσον αφορά στην ποσοτική έρευνα, όπου η δυνατότητα απαντήσεων και τα αντίστοιχα αποτελέσματα ήταν περισσότερο οριοθετημένα, κυριότεροι συνεργάτες της μικρής επιχείρησης φάνηκε να είναι οι προμηθευτές και διάφοροι σύμβουλοι, κάτι που επιβεβαιώθηκε και από τον τελευταίο κύκλο συνεντεύξεων. Στην πραγματικότητα, το εύρημα αυτό δεν έρχεται σε αντίθεση με αυτό των ποιοτικών ερευνών, καθώς οι μεν προμηθευτές είναι οι πιο άμεσα συνδεδεμένοι με τη μικρή επιχείρηση, οι δε σύμβουλοι αναπτύσσουν ιδιαίτερα έντονες δράσεις προσέγγισης των επιχειρήσεων προκειμένου να συνεργαστούν. Κατά συνέπεια, όλα τα αποτελέσματα συγκλίνουν στο ότι το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί η μικρή επιχείρηση δεν της επιτρέπει να αναπτύξει συνεργασίες, καταφεύγοντας έτσι σε φορείς που είτε είναι πιο κοντά της σε λειτουργικό επίπεδο είτε την προσεγγίζουν (αυτοβούλως) περισσότερο.

## **2.5. Κύριες πηγές πληροφόρησης της μικρής επιχείρησης για την καινοτομία**

Επί του παρόντος ζητήματος, κυριάρχησαν διάφορες απόψεις ανά τύπο έρευνας. Η μεν ποσοτική έρευνα έδειξε ότι οι κυριότερες πηγές πληροφόρησης της μικρής επιχείρησης για θέματα καινοτομίας είναι οι προμηθευτές, ενώ εξίσου σημαντικές πηγές είναι τα διάφορα επαγγελματικά συνέδρια και τα περιοδικά, οι εφημερίδες και η τηλεόραση, ευρήματα που επιβεβαιώθηκαν και από την τελευταία έρευνα (επιβεβαιωτικές συνεντεύξεις) που διεξήχθη. Η πρώτη ποιοτική έρευνα όμως ανέδειξε ως κυριότερη πηγή πληροφόρησης τις διάφορες εκθέσεις και τους φορείς κλαδικών εκπροσώπων. Μια πιθανή εξήγηση της απόκλισης αυτής μπορεί να δοθεί αν παρατηρηθεί ότι η ποσοτική έρευνα διεξήχθη απευθείας στη μικρή επιχείρηση, ενώ η ποιοτική βασίστηκε στις απόψεις υψηλόβαθμων στελεχών διαφόρων κλάδων. Συνεπώς, οι μεν πρώτοι (επιχειρηματίες) είναι σε άμεση επικοινωνία με τους προμηθευτές τους ή έρχονται σε επαφή με άλλους επιχειρηματίες μέσω επαγγελματικών συνεδρίων, οι δε δεύτεροι (κλαδικοί εκπρόσωποι) συναναστρέφονται περισσότερο με άλλους συλλογικούς φορείς. Τέλος, οι συμμετέχοντες στις ομάδες εστίασης διατήρησαν μια πιο αποστασιοποιημένη και γενική οπτική του ζητήματος συγκλίνοντας στο ότι υπάρχει μία γενικότερη έλλειψη αποτελεσματικών δικτύων πληροφόρησης για θέματα καινοτομίας. Συμπερασματικά, παρατηρείται μία σχετική αντιστοιχία μεταξύ των κύριων πηγών πληροφόρησης της μικρής επιχείρησης για θέματα καινοτομίας και των συνεργασιών που συνάπτει για αυτό το σκοπό.

## **2.6. Υπηρεσίες υποστήριξης καινοτομίας από το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ**

Συνολικά, από τις υπηρεσίες που θα μπορούσε να παρέχει το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, ως πιο χρήσιμη κρίθηκε η ενημέρωση για πιθανή συμμετοχή ή/και χρηματοδότηση από προγράμματα ενίσχυσης καινοτομίας και ανάπτυξης. Η υπηρεσία αυτή αναδείχθηκε ως η σημαντικότερη μέσα από την ποσοτική έρευνα, τις επιβεβαιωτικές συνεντεύξεις και τις ομάδες εστίασης, ενώ αντιμετωπίστηκε θετικά και από τους συμμετέχοντες στον πρώτο κύκλο συνεντεύξεων. Επιπροσθέτως, η ποσοτική έρευνα, οι επιβεβαιωτικές συνεντεύξεις και οι ομάδες εστίασης συνέκλιναν στο συμπέρασμα ότι η δεύτερη πιο σημαντική υπηρεσία είναι η ενημέρωση σχετικά με καλές πρακτικές που εφαρμόζονται από άλλες επιχειρήσεις, εύρημα με το οποίο δε συμφωνούν τα αποτελέσματα του πρώτου κύκλου συνεντεύξεων. Μάλιστα, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στον πρώτο κύκλο συνεντεύξεων, η μεγαλύτερη βαρύτητα δόθηκε σε υπηρεσίες που αφορούν την ανάπτυξη συνεργασιών και συγκεκριμένα στην ενθάρρυνση των συνεργασιών και της διασύνδεσης μεταξύ των επιχειρήσεων και στις επιχειρηματικές επισκέψεις και συναντήσεις (π.χ., διοργάνωση ημερίδων ή συναντήσεων) με σκοπό την ενημέρωση και την ανάπτυξη συνεργασιών.

Παρατηρείται λοιπόν ότι η μία ομάδα ερευνών (ποσοτική έρευνα, επιβεβαιωτικές συνεντεύξεις, ομάδες εστίασης) κατέδειξε τη σημαντικότητα υπηρεσιών ενημέρωσης, ειδικότερα σε θέματα χρηματοδότησης, ενώ η πρώτη ποιοτική έρευνα εστίασε σε υπηρεσίες ενθάρρυνσης και υποστήριξης



της ανάπτυξης συνεργασιών για την ανάπτυξη καινοτομίας. Δεδομένου ότι τονίστηκε ιδιαίτερα η έλλειψη οικονομικών πόρων και δικτύων επικοινωνίας είναι λογικό η μικρή επιχείρηση να εστιάζει σε μεθόδους εύρεσης πόρων που θα της επιτρέψουν να επιβιώσει στο δύσκολο περιβάλλον που αντιμετωπίζει.

Επιπλέον, περιγράφηκε μια γενικότερη δυσκαμψία και έλλειψη κουλτούρας συνεργατικών δράσεων, γεγονός που καθιστά την ανάπτυξη συνεργασιών δύσκολη για τη μικρή επιχείρηση. Ειπώθηκε μάλιστα ότι η μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν με αποστροφή την ανάπτυξη συνεργασιών εξαιτίας αυτού, κάτι που αιτιολογεί τις μέτριες βαθμολογίες και τα μετριοπαθή σχόλια που έλαβαν οι υπηρεσίες που αφορούν τις συνεργασίες. Αντιμετωπίζοντας όμως τα ίδια δεδομένα από διαφορετική οπτική γωνία, οι συμμετέχοντες στην πρώτη ποιοτική έρευνα (εις βάθος συνεντεύξεις) υποστήριξαν ότι ακριβώς επειδή εκλείπει το απαιτούμενο πνεύμα συνεργασίας είναι εξαιρετικά σημαντικό να αναπτυχθούν εκείνες οι δράσεις που θα το ενισχύσουν.

## **Βιβλιογραφία**

Eisner, W.E., (1991), *The Enlightened Eye, Qualitative Inquiry and the Enhancement of Educational Practice*. New York: Macmillan.

Kvale, S., (1996), *Interviews, an Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Lincoln, Y. S. and Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE: Beverly Hills.

Παπαγεωργίου Γ. (1998). *Μέθοδοι στην Κοινωνιολογική Έρευνα*. Αθήνα: Τυπωθήτω.

Παρασκευοπούλου - Κόλλια Ε.Α., (2008), *Methodology of Qualitative Research in Social Sciences and Interviews*, *Open Education - The Journal for Open and Distance Education and Educational Technology*, Vol. 4, No. 1. / Section one.